



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΚΚΕ)

**ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΑΞΗ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΘΕΣΗ ΚΑΙ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ:**

ΔΙΑΣΤΡΩΜΑΤΩΣΗ, ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Έργο SECSTACON 1391 της Δράσης ΑΡΙΣΤΕΙΑ 2011

ΕΚΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**Καταναλωτικά πρότυπα, κοινωνική διαστρωμάτωση και κοινωνική
γεωγραφία στην Αθήνα**

Προκαταρκτικό Κείμενο (Draft)

Γιώργος Κανδύλης

Αθήνα, 2015



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

1. Εισαγωγή

Η παρούσα ερευνητική έκθεση εξετάζει τη διάσταση του οικιστικού χώρου στο πλαίσιο του ευρύτερου προβληματισμού του προγράμματος SECSTACON («Κοινωνικοοικονομική τάξη, κοινωνική θέση και κατανάλωση: Διαστρωμάτωση, κινητικότητα και αστική κατανάλωση στην Αθήνα») του ΕΚΚΕ, σχετικά με την εφαρμογή του νεοβεμπεριανού μοντέλου κοινωνικής διαστρωμάτωσης στη διερεύνηση των πρακτικών αστικής κατανάλωσης στην Αθήνα. Άλλες επεξεργασίες στο πλαίσιο του ίδιου προγράμματος (Σουλιώτης & Εμμανουήλ, 2015, Καυταντζόγλου & Εμμανουήλ, 2015, Εμμανουήλ, 2015β, βλ. επίσης Εμμανουήλ, 2014, ΕΚΚΕ, 2015) καταδεικνύουν την ποικίλη σημασία του κοινωνικού στάτους των επαγγελματικών κατηγοριών, σε συνδυασμό με άλλες ερμηνευτικές («ανεξάρτητες») μεταβλητές, για τον προσδιορισμό των καταναλωτικών πρακτικών στα πεδία της παρακολούθησης θεατρικών και χορευτικών παραστάσεων, της επίσκεψης σε χώρους μουσικής, της παρακολούθησης ταινιών σε κινηματογραφικές αίθουσες, της βραδινής εξόδου για φαγητό με φίλους και της επιλογής καταστημάτων για την αγορά ρούχων. Εδώ εφαρμόζεται ουσιαστικά η ίδια μέθοδος για να διαπιστωθεί η σημασία του κοινωνικού στάτους όχι μόνον ως ατομικού χαρακτηριστικού, αλλά ως χαρακτηριστικού της περιοχής κατοικίας των καταναλωτών.

Ο βασικός λόγος για τον οποίον η συγκεκριμένη γεωγραφική διερεύνηση παρουσιάζει επιπλέον ενδιαφέρον είναι απλός. Εάν το κοινωνικό στάτους των επαγγελματικών ομάδων είναι σημαντικό για συγκεκριμένες καταναλωτικές πρακτικές, το εύρημα αυτό δεν απαντά από μόνο του πλήρως στο ερώτημα με ποιους μηχανισμούς οι ίδιες πρακτικές διαδίδονται μεταξύ εκείνων που διαθέτουν παρόμοιο στάτους και διαφέρουν (ή αντίθετα μεταβιβάζονται) μεταξύ εκείνων που διαθέτουν διαφορετικό στάτους. Η ομοιότητα, η διαφορά και η μεταβίβαση δεν μπορεί να βασίζονται σε κάποιον αυτοματισμό, αλλά προϋποθέτουν συγκεκριμένες σχέσεις μεταξύ εκείνων που διαθέτουν παρόμοιο στάτους, όπως και μεταξύ εκείνων που διαθέτουν διαφορετικό. Η υπόθεση που εξετάζεται στη συνέχεια είναι ότι μέρος αυτών των σχέσεων διαρθρώνεται στη βάση του τύπου κατοικίας εντός του αστικού χώρου.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, παρά το γεγονός πως η νεοβεμπεριανή προσέγγιση γύρω από το κοινωνικό στάτους και τη σημασία του αναπτύσσεται ως κριτική του οικονομικού ντετερμινισμού της κοινωνικής τάξης ως της θέσης στις παραγωγικές σχέσεις, ο λειτουργικός ορισμός του στάτους αφορά μεν αξιολογήσεις των κοινωνικών υποκειμένων αλλά για ομάδες που προσδιορίζονται και πάλι από μία επαγγελματική ταξινόμηση¹. Εάν το ζήτημα είναι η αμφισβήτηση της πρωτοκαθεδρίας των παραγωγικών σχέσεων στην ερμηνεία των καταναλωτικών προτύπων και μέσω αυτών της κοινωνικής διαστρωμάτωσης,

¹ Για τη συστηματική παρουσίαση του τρόπου προσδιορισμού του κοινωνικού στάτους βλ. μεταξύ άλλων Chan 2010, Εμμανουήλ, 2015α.

τότε δεν υπάρχει στην πραγματικότητα κανένας λόγος να μην συμπεριληφθούν στη διερεύνηση και άλλα χαρακτηριστικά διαστρωμάτωσης, ιδιαίτερα όταν αυτά αντιστοιχούν, σύμφωνα με την κοινή εμπειρία, σε εδραιωμένες ιεραρχήσεις: οι εκφράσεις «είναι γιατρός» ή «είναι κόρη αγρότισσας» δεν φέρουν *a priori* ισχυρότερο ταξινομητικό φορτίο από τις εκφράσεις «μένει στο Κολωνάκι» ή «μεγάλωσε στα Άνω Λιόσια». Πέρα όμως από τον καθημερινό λόγο υπάρχουν θεωρητικοί λόγοι για τους οποίους η περιοχή κατοικίας αναμένεται να συμβάλει στον προσδιορισμό πολιτιστικών προτύπων και καταναλωτικών πρακτικών.

Δεν προτείνω βέβαια κάποιον εναλλακτικό ορισμό του στάτους στη βάση της περιοχής κατοικίας, κάτι που, εκτός του ότι θα απαιτούσε ειδική έρευνα με διαφορετικό σχεδιασμό, στον βαθμό που θα επιδίωκε απλά να αντικαταστήσει την πρωτοκαθεδρία της επαγγελματικής ιεραρχίας με μία γεωγραφική ιεραρχία δεν θα ήταν παρά σχολαστική άσκηση (βλ. ωστόσο Blasius and Friedrichs, 2008). Αντί για κάτι τέτοιο, το ζητούμενο είναι να φανεί κατά πόσο διαγράφεται κάποιος γεωγραφικός μηχανισμός διάδοσης καταναλωτικών πρακτικών ο οποίος δρα παράλληλα με την α-χωρική κοινωνική διαστρωμάτωση της επαγγελματικής ιεραρχίας, είτε προς επίρρωση είτε προς αμφισβήτηση των ιεραρχήσεων της.

Στο επόμενο μέρος του κεφαλαίου πραγματοποιείται μία σύντομη επισκόπηση των θεωριών γύρω από τη σχέση ανάμεσα στην κοινωνική διαστρωμάτωση και τα καταναλωτικά πρότυπα, επισημαίνοντας εκείνα τα σημεία που μπορούν να αποτελέσουν αφετηρίες για συστηματικότερη διαπραγμάτευση της γεωγραφίας της διαστρωμάτωσης. Στη συνέχεια, στο τρίτο μέρος διευκρινίζονται ορισμένες μεθοδολογικές επιλογές και περιορισμοί. Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης. Το κεφάλαιο κλείνει με ένα επιλογικό μέρος όπου συνοψίζονται τα συμπεράσματα σχετικά με τον τρόπο κατοικίας ως προσδιοριστικό παράγοντα της αστικής κατανάλωσης στην Αθήνα και ορισμένες προτάσεις γύρω από τον τρόπο κατοικίας ως στοιχείο της κοινωνικής διαστρωμάτωσης.

2. Θεωρητική προσέγγιση της κοινωνικής γεωγραφίας των καταναλωτικών προτύπων

Η κοινωνιολογική συζήτηση γύρω από τη σχέση ανάμεσα στις πρακτικές της πολιτιστικής κατανάλωσης των ατόμων και τη θέση τους στην κοινωνική ιεραρχία, θεμελιωμένη σε θεωρητικές προσεγγίσεις και εμπειρικά δεδομένα, μετράει σήμερα αρκετές δεκαετίες και έναν μεγάλο όγκο βιβλιογραφίας σε διεθνές επίπεδο. Σύμφωνα με τη σχετική σύνοψη των Chan και Goldthorpe (2010a, βλ. επίσης Chan και Goldthorpe, 2005 και 2007), οι διατυπωμένες θεωρίες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρία διαφορετικά (και αντιτιθέμενα) μοντέλα. Το πρώτο είναι αυτό που χαρακτηρίζεται από το επιχείρημα της ομολογικής σχέσης ανάμεσα στην κοινωνική θέση και τις καταναλωτικές πρακτικές, υπό την έννοια ότι άνθρωποι με παρόμοια θέση στην κοινωνική διαστρωμάτωση θα διαμορφώνουν και παρόμοιες μεταξύ τους πολιτιστικές προτιμήσεις, ακολουθώντας παρόμοιες καταναλωτικές δραστηριότητες. Χωρίς να αποτελεί την πρώτη διατύπωση αυτής της ιδέας, καθοριστική είναι εδώ η συμβολή του Pierre Bourdieu που ενέταξε την ομολογική σχέση σε μία

συγκροτημένη θεωρία γύρω από τα ταξικά καθορισμένα στυλ ζωής (lifestyles) που αντιστοιχούν στο *habitus* (το σύστημα των προδιαθέσεων που οι άνθρωποι αναπτύσσουν ως μέλη καθορισμένων κοινωνικών τάξεων) και επιδίδονται σε έναν αγώνα ταξινόμησης μεταξύ πρακτικών υψηλότερου και χαμηλότερου κύρους. Το στοιχείο αυτό του ανταγωνισμού που ο Bourdieu ανέπτυξε στη *Διάκριση* (1984), το γεγονός δηλαδή ότι τα στυλ ζωής δεν είναι απλά διαφορετικά αλλά χρησιμοποιούνται για να κατατάξουν τους φορείς τους σε ιεραρχημένες κοινωνικές θέσεις, προσδίδει στρατηγικό χαρακτήρα στη συμβολική σύγκρουση. Ένα βήμα παραπέρα, οι καταναλωτικές πρακτικές που αποτυπώνονται στα ανταγωνιστικά στυλ ζωής, γίνονται μέσα άσκησης συμβολικής εξουσίας, καθώς εμφανίζονται και γίνονται αποδεκτές ως φυσικές και άρα νόμιμες διακρίσεις.

Το δεύτερο μοντέλο είναι εκείνο που κατά τους Chan και Coldthorpe χαρακτηρίζεται από τον ισχυρισμό της εξατομίκευσης. Αναφερόμενοι σε θεωρητικούς όπως ο Beck και ο Giddens, αλλά ιδιαίτερα στον Bauman, κάνουν λόγο για τη θεωρητική αποσύνδεση των πολιτιστικών καταναλωτικών πρακτικών από τις ανισότητες της κοινωνικής δομής, εν μέρει ως αντίδραση στην υπονοούμενη ομοιομορφία του μοντέλου της ομολογίας. Η κατανάλωση στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες γίνεται πεδίο έκφρασης περίπου απεριόριστων ατομικών επιλογών που αφήνουν πίσω τους τις γραμμές της κοινωνικής διαστρωμάτωσης και προσδιορίζουν νέα και μεταβαλλόμενα στυλ ζωής, τα οποία εμφανίζονται ως αποτελέσματα δυναμικών προσωπικών επιλογών των ατόμων.

Το τρίτο μοντέλο έχει επίσης ως αφετηρία την αμφισβήτηση της ιδέας της ομολογίας, αλλά σε μία κατεύθυνση που διασώζει τη σημασία της κοινωνικής δομής για τους τρόπους της πολιτιστικής κατανάλωσης. Πρόκειται για τις διερευνήσεις που εστιάζουν όχι στην αντίθεση μεταξύ υψηλότερου και χαμηλότερου κύρους πρακτικών, αλλά στη διαφοροποίηση μεταξύ των φαινομένων της πολιτιστικής παμφαγίας και μονοφαγίας. Η κεντρική ιδέα είναι εδώ ότι τα μέλη των ανώτερων στρωμάτων της κοινωνικής ιεραρχίας επιτυγχάνουν να επιδείξουν το κύρος της κοινωνικής τους θέσης καταναλώνοντας μία μεγάλη ποικιλία πολιτιστικών αγαθών, όχι μόνο από εκείνα που θεωρούνται εκλεπτυσμένα, αλλά και από τα θεωρούμενα ως λαϊκά είδη. Ακολουθώντας την αρχική διατύπωση αυτής της ιδέας από τον Peterson (1992), σε σχέση με τις προτιμήσεις στο πεδίο της μουσικής, μια σειρά ερευνών εντόπισαν εμπειρικά το φαινόμενο σε διαφορετικές περιοχές του κόσμου², προτείνοντας επιπλέον εννοιολογήσεις, όπως αυτή των ολιγοφάγων, ενώ δεν έλειψε η κριτική περί του αν η πολυφαγία αντιπροσωπεύει τελικά κάποιο ενιαίο και συνεκτικό πρότυπο (Warde et al., 2007). Σε κάθε περίπτωση, οι Chan και Goldthorpe ξεκαθαρίζουν ότι η διάσταση της παμφαγίας/μονοφαγίας δεν έρχεται σε αντίθεση με το αίτημα του εντοπισμού του κοινωνικού καθορισμού των καταναλωτικών πρακτικών (όπως κάνει το μοντέλο της εξατομίκευσης), αλλά με το εύρημα της σχεδόν μονοσήμαντης αντιστοίχισης κοινωνικής θέσης και καταναλωτικής πρακτικής.

Η κριτική της μπουρντιεϊκής προσέγγισης από τους Chan και Goldthorpe δίνει μάλλον υπερβολική έμφαση στα στατικά στοιχεία της ομολογικής σχέσης, παραγνωρίζοντας τον

² Τα κεφάλαια του συλλογικού τόμου στον οποίο περιλαμβάνεται η παραπάνω δουλειά των Chan και Goldthorpe (2005) ανήκουν σε αυτή τη σειρά. Βλ. επίσης τον σχετικό κατάλογο στο ίδιο και στο Peterson & Anand, 2004.

δυναμικό χαρακτήρα του *habitus* και τα περιθώρια αυθορμητισμού και επινόησης που οι προδιαθέσεις επιτρέπουν (Bourdieu, 1990, Fowler, 2007, Weininger, 2005).³ Όπως παραδέχονται οι ίδιοι, η διαφωνία τους με τον Bourdieu οφείλεται κυρίως σε μία διαφορετική προσέγγιση του ζητήματος του ορισμού της κοινωνικής διαστρωμάτωσης και ειδικότερα σε μία διαφορετική διαπραγμάτευση της σχέσης ανάμεσα σε δύο οπτικές της διαστρωμάτωσης, της κοινωνικής τάξης και του κοινωνικού στάτους. Αντίθετα με τον Bourdieu που επιχειρήσε να επανασυνδέσει τις δύο αυτές έννοιες της διαστρωμάτωσης, οι Chan και Goldthorpe επιμένουν στον βεμπεριανό διαχωρισμό τους. Αρκετά σχηματικά, η προσέγγισή τους μοιάζει να επιχειρεί να διαφυλάξει την αυτονομία του κοινωνικού στάτους ως ενός μη οικονομικού συστήματος κοινωνικών ιεραρχήσεων από τους οικονομικούς περιορισμούς της κοινωνικής τάξης, εκεί που ο κοινωνικός χώρος του Bourdieu διαμορφώνεται ταυτόχρονα από μία διάσταση που αντιδιαστέλλει και μία που συναθροίζει το οικονομικό και το πολιτιστικό κεφάλαιο (σύνθεση κεφαλαίου και συνολικός όγκος κεφαλαίου αντίστοιχα, Bourdieu, 1987, βλ. και Weininger, 2005).

Δεν είναι ασφαλώς εδώ ο τόπος για την επίλυση αυτής της θεωρητικής διαφωνίας. Από την οπτική της κοινωνικής γεωγραφίας έχει σημασία να διερευνηθούν οι δυνατότητες για την ένταξη του γεωγραφικού χώρου, ως δυναμικού αποτελέσματος κοινωνικών διαδικασιών, στην προβληματική της κοινωνικής διαστρωμάτωσης και ειδικότερα της σχέσης της με τα καταναλωτικά πρότυπα. Η συγκεκριμένη γεωγραφική διάσταση δεν έχει συνυπολογιστεί επαρκώς στις επεξεργασίες των Chan και Goldthorpe (2005, 2007, 2010b), στις οποίες ο οικιστικός χώρος δεν είναι παρά μία δημογραφική μεταβλητή ελέγχου. Οι ίδιοι κάνουν χρήση μιας μάλλον πολύ γενικής τυπολογίας μεγάλων γεωγραφικών ενοτήτων της Αγγλίας. Μάλιστα, παρότι σε παλιότερες αναλύσεις τους οι κάτοικοι του Λονδίνου βρίσκονται να χαρακτηρίζονται από εντονότερη ροπή προς ορισμένα είδη πολιτιστικής κατανάλωσης, σε μία διατομεακή εξέταση της κατανάλωσης (μουσική, θέατρο-χορός-κινηματογράφος, εικαστικές τέχνες, Chan & Goldthorpe, 2010b), καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η επίπτωση της γεωγραφίας μπορεί να παραληφθεί εντελώς.

Στη *Λογική της Πρακτικής* του Bourdieu (1990: 136-138) συναντούμε ορισμένες βοηθητικές χωρικές μεταφορές. Οι συμβολικοί αγώνες της διάκρισης είναι συχνά εντονότατοι μεταξύ εκείνων που γειτνιάζουν στον κοινωνικό χώρο και η ελάχιστη αντικειμενική απόσταση μπορεί να συμπίπτει με τη μέγιστη υποκειμενική, γιατί ό,τι βρίσκεται «εγγύτερα» μπορεί να παρουσιάζει τη μεγαλύτερη απειλή για την κοινωνική ταυτότητα. Ασφαλώς, αυτές οι δανεικές μεταφορικές εκφράσεις δεν θίγουν ευθέως το ζήτημα του γεωγραφικού χώρου ως

³ Με ανάλογο τρόπο, η κριτική των Chan και Goldthorpe προς τη θέση της εξατομίκευσης παρουσιάζει κάποια στοιχεία υπερβολής, καταλήγοντας να υποτιμά εντελώς την άλλη όψη της κατά Bauman εξατομίκευσης (2005, ιδιαιτ. 30-31, 2008, ιδιαιτ. κεφ. 3) που είναι η κριτική της υποκειμενικότητας στις καταναλωτικές πρακτικές και της απατηλής ελευθερίας του καταναλωτή. Είναι άλλωστε η υπέρβαση της διάκρισης μεταξύ αντικειμενικών δομών και υποκειμενικών κρίσεων που επιχειρεί το μπουρντιεϊκό *habitus*. Από καθαρά ποσοτική πλευρά άλλωστε, η μέθοδος της πολυωνυμικής λογιστικής παλινδρόμησης που προτιμούν οι Chan και Goldthorpe στις επεξεργασίες τους δεν είναι κατάλληλη για την απόρριψη της θέσης της εξατομίκευσης όπως την παρουσιάζουν, για τον απλό λόγο ότι το μέρος της διακύμανσης των καταναλωτικών συμπεριφορών που ερμηνεύεται από τις μεταβλητές που χρησιμοποιούν (τόσο εκείνες που αποτυπώνουν την κοινωνική ιεραρχία, όσο και εκείνες που αφορούν δημογραφικά μεγέθη) είναι πάντοτε κατά πολύ μικρότερο από το μέρος της διακύμανσης που δεν ερμηνεύεται από τις ίδιες μεταβλητές.

διάστασης της κοινωνικής διαστρωμάτωσης. Για τον Bourdieu (1984: 103-105, Fowler, 2007: 47) η μεταβλητή «τόπος κατοικίας» παραμένει δευτερεύουσα σε σχέση με τις κύριες μεταβλητές που συγκροτούν τον κοινωνικό χώρο. Ο ίδιος ωστόσο, επισημαίνει ότι οι τοπικές διαφορές στις πολιτιστικές πρακτικές δεν είναι μόνο ζήτημα απόστασης και διαφορετικών ευκαιριών πολιτιστικής κατανάλωσης, αλλά και αποτέλεσμα της άνισης γεωγραφικής κατανομής άλλων χαρακτηριστικών, όπως το επίπεδο εκπαίδευσης. Οι ανισότητες οδηγούν τις κοινωνικές ομάδες σε αυτό που αποκαλεί «κυκλική επιβράβευση», δηλαδή στην ενίσχυση των πρακτικών τους όταν είναι αποδεκτές και στην αποθάρρυνσή τους, μέσω αδιαφορίας ή εχθρότητας, όταν δεν είναι. Χωρίς να αναπτύσσεται πλήρως, αυτό που έχουμε εδώ είναι η αναφορά ενός μηχανισμού μεταβίβασης προτύπων στη βάση του τόπου κατοικίας, η οποία συμπληρώνει άλλωστε την αναφορά στην ανάλογη σημασία του επαγγελματικού περιβάλλοντος.⁴

Είτε πρόκειται για τη μεταβίβαση έγκυρων καταναλωτικών πρακτικών από τα ανώτερα προς τα κατώτερα στρώματα της κοινωνικής ιεραρχίας, είτε για τις περιπτώσεις στις οποίες οι πρακτικές των κατώτερων στρωμάτων βρίσκουν το δρόμο προς την αναγνώριση μίας δικής τους εγκυρότητας (Bourdieu, 1984, Weininger, 2005), η ουσία των πολιτιστικών προτύπων δεν είναι απλά η διαφορά τους, αλλά ο διαρκής μεταξύ τους αγώνας συμβολικής επικράτησης. Η παρατήρηση του Bourdieu (1990:139, βλ. και Weininger, 2005) ότι η νομιμοποιητική σκηνοθεσία (legitimizing theatricalization) των πρακτικών διάκρισης είναι εγγενής στην άσκηση συμβολικής εξουσίας, επιτρέπει να τεθεί το ερώτημα της σχέσης του κοινωνικού χώρου με τις «φυσικές» σκηνές του.⁵ Παρακάτω εξετάζεται κατά πόσο ο τόπος κατοικίας στην πόλη μπορεί να είναι μία από τις συγκεκριμένες σκηνές των συμβολικών μαχών.

Τέλος, ο οικιστικός χώρος θα πρέπει να αντιμετωπιστεί όχι μόνο από τη σκοπιά της τοποθέτησης των κοινωνικών υποκειμένων σε αυτόν αλλά και με την οπτική της γεωγραφικής κινητικότητας. Οι καταναλωτικές δραστηριότητες που εξετάζουμε προϋποθέτουν κάποια μικρότερη ή μεγαλύτερη μετακίνηση εντός του μητροπολιτικού χώρου. Οι αγορές όπου πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες δεν είναι ομοιόμορφα κατανεμημένες αλλά και η δυνατότητα μετακίνησης σε μικρότερες ή μεγαλύτερες αποστάσεις δεν είναι άσχετη με τον τόπο κατοικίας. Άλλωστε η δυνατότητα μετακίνησης δεν είναι ισόρροπα κατανεμημένη ανάμεσα σε διαφορετικά στρώματα της κοινωνικής ιεραρχίας, ούτε και η διάνυση μίας συγκεκριμένης απόστασης έχει την ίδια σημασία για ανθρώπους διαφορετικών θέσεων στην κοινωνική διαστρωμάτωση (Massey, 1993,

⁴ Για το επαγγελματικό περιβάλλον ο Bourdieu (1984: 104) χρησιμοποιεί τον όρο *milieu*, περιγράφοντας την ενίσχυση των προδιαθέσεων που μπορεί να πραγματοποιεί μία ομοιογενής επαγγελματική ομάδα. Ο ίδιος ο όρος αλλά και τα συγκεκριμένα παραδείγματα που επιλέγονται (π.χ. εργασιακές συνθήκες, ελεύθερος χρόνος των εργαζόμενων, οριζόντιες ή κάθετες σχέσεις) περιλαμβάνουν καθοριστικά το φυσικό στοιχείο της κοινωνικής οργάνωσης του τόπου εργασίας. Αν και το *milieu* δεν χρησιμοποιείται για την αντίστοιχη περιγραφή του τόπου κατοικίας (1984: 105), η αναλογία είναι προφανής.

⁵ Προς το τέλος της καριέρας του ο Bourdieu στράφηκε προς έναν πιο ανοιχτό προβληματισμό γύρω από τη σχέση κοινωνικού και φυσικού χώρου, ιδιαίτερα παρατηρώντας την «κανονικοποίηση» (*naturalization*) των συγκρούσεων του κοινωνικού πεδίου, μέσω της εγγραφής τους στον φυσικό χώρο (Savage, 2011).

Manderscheid, 2009). Η δυνατότητα μετακίνησης μεταξύ διαφορετικών σκηνών της πόλης πρέπει να εξεταστεί ως επιπλέον διάσταση των καταναλωτικών πρακτικών.

3. Μεθοδολογικές παρατηρήσεις

Οι επεξεργασίες που ακολουθούν βασίζονται κυρίως στην πολυμεταβλητή τεχνική της πολυωνυμικής λογιστικής παλινδρόμησης. Εξαρτημένη μεταβλητή είναι σε κάθε περίπτωση η υπαγωγή των ερωτώμενων της έρευνας πεδίου του προγράμματος SECSTACON στο ένα ή το άλλο καταναλωτικό πρότυπο για τις διάφορες καταναλωτικές δραστηριότητες, ανάμεσα σε όσα τέτοια πρότυπα εντοπίστηκαν σε άλλες αναλύσεις. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές εξετάζονται εκείνες που αποδίδουν με εναλλακτικούς τρόπους την κοινωνική διαστρωμάτωση (κοινωνικοοικονομική τάξη σύμφωνα με το πρότυπο ESeC, κοινωνικό στάτους, εισόδημα, ατομικό επίπεδο εκπαίδευσης, επίπεδο εκπαίδευσης γονιών) και άλλες δημογραφικές που συνήθως χαρακτηρίζονται ως μεταβλητές ελέγχου (ηλικία, φύλο, υπηκοότητα, οικογενειακή κατάσταση, αριθμός ανήλικων παιδιών, κατάσταση υγείας). Σε αυτές προστίθεται η περιοχή κατοικίας των ερωτώμενων, ώστε να φανεί κατά πόσον υφίσταται διακριτή επιρροή της στη διαμόρφωση των καταναλωτικών πρακτικών.

Η ανάλυση αφορά τους πέντε τομείς αστικής κατανάλωσης που συμπεριλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας: θεατρικές και χορευτικές παραστάσεις, μουσικές σκηνές, κινηματογραφικά είδη, χώροι βραδινής εξόδου για φαγητό και καταστήματα ειδών ρουχισμών. Πρόκειται βέβαια για τομείς με διαφορετικό περιεχόμενο, διαφορετική διάδοση μεταξύ των κατοίκων της Αθήνας και διαφορετική συχνότητα δραστηριότητας. Οι τρεις πρώτοι αντιστοιχούν περισσότερο σε ό,τι συνήθως εξετάζεται ως πολιτιστική κατανάλωση, ενώ οι δύο άλλοι εμπίπτουν περισσότερο στην υλική κατανάλωση. Ωστόσο, πέρα από το θεωρητικό πρόβλημα που θέτει μία τέτοια διάκριση (σαν να ήταν δυνατό να υπάρχουν καταναλωτικές δραστηριότητες ανεξάρτητες από πολιτιστικές συνδηλώσεις και καθιερωμένα πολιτιστικά πρότυπα), είναι προφανές ότι δίπλα στην υλικότητα των πρακτικών τους, το πολιτιστικό στοιχείο στη βραδινή έξοδο και στην επιλογή ρούχων είναι έντονο. Άλλωστε ο τρόπος διατύπωσης των ερωτήσεων στο ερωτηματολόγιο της έρευνας δεν αφορούσε γενικά τις προτιμήσεις των ερωτώμενων, αλλά τις συγκεκριμένες υλοποιημένες πρακτικές τους, είτε σε σχέση με τα είδη (στον κινηματογράφο, το θέατρο και τον χορό), είτε σε σχέση με τους τόπους (στη βραδινή έξοδο για φαγητό και την αγορά ρούχων) της επιλογής τους.

Τα καταναλωτικά πρότυπα σε κάθε δραστηριότητα προσδιορίστηκαν στατιστικά με τη μέθοδο των λανθανουσών τάξεων (Σουλιώτης & Εμμανουήλ, 2015)⁶. Στο θέατρο και τον χορό, τις μουσικές σκηνές και τον κινηματογράφο οι προκύπτουσες λανθάνουσες κλάσεις

⁶ Εξυπακούεται ότι με τον όρο «πρότυπο» εννοείται εδώ η υπαγωγή στο ένα ή το άλλο χαρακτηριστικό σύνολο πρακτικών, όπως αυτά συνάγονται από τη συνολική εικόνα του δείγματος και όχι η συμμόρφωση με τον έναν ή τον άλλο κανόνα (πόσο μάλλον η υποκειμενική αντίληψη μιας τέτοιας συμμόρφωσης). Για το σχετικό μέγεθος κάθε προτύπου ανά δραστηριότητα στο δείγμα της έρευνας βλ. Διάγραμμα 1.

(και τα αντίστοιχα πρότυπα) προέκυψαν αρκετά συμμετρικά, αποκαλύπτοντας σε κάθε περίπτωση μία μεγάλη ομάδα ερωτώμενων που δεν δραστηριοποιήθηκαν στα εν λόγω πεδία ή δραστηριοποιήθηκαν πολύ περιορισμένα (σε περιορισμένο αριθμό ειδών), μία ομάδα καταναλωτών που επέλεξαν είδη από ένα ρεπερτόριο που μπορεί να χαρακτηριστεί «ανώτερο», μία περίπτωση ισομεγέθη με την προηγούμενη ομάδα καταναλωτών που επέλεξαν είδη από ένα ρεπερτόριο που μπορεί να χαρακτηριστεί «λαϊκό» και τέλος μία πολύ μικρή ομάδα παμφάγων καταναλωτών. Από την άλλη μεριά, στη βραδινή έξοδο για φαγητό και στην αγορά ρούχων η κατάσταση είναι πιο σύνθετη. Η ομάδα ανενεργών καταναλωτών είναι εμφανώς μικρότερη στη βραδινή έξοδο για φαγητό (και απουσιάζει στην αγορά ρούχων, όπου εμφανίζεται μία μεγάλη ομάδα ολιγοφάγων καταναλωτών). Στη βραδινή έξοδο δεν εμφανίζεται ομάδα καταναλωτών με σαφή επιλογή αποκλειστικά ανώτερων χώρων εστίασης. Στους λαϊκούς καταναλωτές αντιδιαστέλλονται οι ομάδες των παμφάγων και των μέτριων παμφάγων. Στην αγορά ρούχων υπάρχει και πάλι μία ομάδα λαϊκών καταναλωτών, δίπλα όμως σε ευμεγέθεις ομάδες ανώτερων και παμφάγων, καθώς και σε μία ομάδα που χαρακτηρίσαμε ως «λογικούς» καταναλωτές. Στην ανάλυση που ακολουθεί η έμφαση δίνεται στην αντιδιαστολή αφενός μεταξύ ανενεργών και ενεργών καταναλωτών και αφετέρου μεταξύ λαϊκών και ανώτερων προτύπων, τόσο για λόγους απλότητας, όσο και γιατί αυτές οι αντιθέσεις είναι από ποσοτική άποψη οι ισχυρότερες που διαγράφονται στα αποτελέσματα της έρευνας.

Σε ό,τι αφορά την ταξινόμηση των περιοχών κατοικίας προτείνονται δύο διαφορετικές τυπολογίες. Η πρώτη αντιστοιχεί στις καθιερωμένες γεωγραφικές διαιρέσεις αφενός μεταξύ δυτικών και ανατολικών περιοχών και αφετέρου ως προς την απόσταση από το κέντρο (κεντρικές περιοχές, προάστια εντός λεκανοπεδίου, περιφερειακές δακτύλιος εκτός λεκανοπεδίου). Ο συνδυασμός τους εμπλέκει τόσο την παραδοσιακή διάκριση μεταξύ των περιοχών των εργατικών και των περιοχών των μικροαστικών ή των μεσαίων στρωμάτων, όσο και το ζήτημα της κεντρικότητας/προαστιακότητας. Παράγεται τελικά μία ταξινόμηση σε έξι γεωγραφικούς Τομείς που διακρίνει τις κεντρικές περιοχές, τα δυτικά προάστια (μαζί με τον Πειραιά), τα βόρεια προάστια, τα νότια προάστια, τις περιφερειακές περιοχές της δυτικής Αττικής και τις περιφερειακές περιοχές της Ανατολικής Αττικής (Χάρτης 1). Πέρα από την αναγνωρισσιμότητά της, η ταξινόμηση αυτή έχει και το πλεονέκτημα ότι βασίζεται σε ορισμένα τεκμηριωμένα ιστορικά δεδομένα, όπως η διαφορετική κοινωνικοεπαγγελματική σύνθεση του κέντρου, των δυτικών και των ανατολικών περιοχών και η προοδευτική εξάπλωση του αθηναϊκού οικιστικού χώρου σε όλο και μεγαλύτερη απόσταση από το ιστορικό του κέντρο και γύρω από παλιούς οικιστικούς πυρήνες (βλ. ενδεικτικά Agaroglou & Maloutas, 2011, Maloutas, forthcoming 2016). Ωστόσο, η έντονη κοινωνική ανάμειξη που χαρακτηρίζει την Αθήνα και ιδιαίτερα σε αυτή την σχετικά μεγάλη κλίμακα ανάλυσης έχει ως αποτέλεσμα μια αρκετά πιο σύνθετη πραγματικότητα από όσο οι συνήθεις συνδηλώσεις της εν λόγω ταξινόμησης επιτρέπουν να αποκαλυφθεί.

Η δεύτερη γεωγραφική τυπολογία επιχειρεί μία ταξινόμηση των περιοχών του δείγματος με βάση το κοινωνικό στάτους των κατοίκων τους, ανεξάρτητα από τις μεγαλύτερες γεωγραφικές ενότητες στις οποίες ανήκουν. Ανάλογα με τη μέση τιμή του δείκτη στάτους των ερωτώμενων, οι 86 απογραφικοί τομείς που συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα της έρευνας κατατάσσονται σε τέσσερις ομάδες, που χαρακτηρίζονται ως *ανώτερου, ανώτερου-μεσαίου, χαμηλότερου-μεσαίου και χαμηλότερου στάτους*. Προκύπτει έτσι μία πιο

λεπτομερής κοινωνική γεωγραφία η οποία διατέμνει την γεωγραφία των ευρύτερων ενοτήτων (Χάρτης 2). Το πλεονέκτημά της είναι ότι αναπαριστά το στάτους του άμεσου οικιστικού περιβάλλοντος των ερωτώμενων του δείγματος, με το κόστος βέβαιο ότι αγνοεί το ευρύτερο γεωγραφικό πλαίσιο στο οποίο αυτό το περιβάλλον εντάσσεται (π.χ. μία κοινή μέση τιμή του δείκτη στάτους κατατάσσει δύο περιοχές στην ίδια κατηγορία, ανεξάρτητα από το αν η μία βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας και η άλλη στο Κερατσίνι). Επισημαίνεται ότι η στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση ανάμεσα στο ατομικού στάτους και στο μέσο στάτους της γειτονιάς ($R^2=0,41$, $p=0,01$) δεν είναι τόσο έντονη ώστε να θεωρήσουμε ότι η μία μεταβλητή απλά αντανακλά την άλλη (Πίνακας 1). Με άλλα λόγια, η κοινωνική ποικιλομορφία των γειτονιών της Αθήνας, όπως καταγράφηκε στο δείγμα, καθιστά ενδιαφέρουσα τη σύγκριση της επίδρασης ατομικού στάτους και στάτους γειτονιάς.

Πίνακας 1. Κατανομή του δείγματος κατά ομάδα ατομικού στάτους και μέσο στάτους περιοχής

		Μέσο στάτους περιοχής					
		Ανώτερο- μεσαίο		Χαμηλότερο- μεσαίο			
		Ανώτερο	μεσαίο	μεσαίο	Χαμηλότερο	Σύνολο	
Ομάδα στάτους	1	Count	147	211	191	35	584
		%	25,2%	36,1%	32,7%	6,0%	100,0%
	2	Count	64	182	277	70	593
		%	10,8%	30,7%	46,7%	11,8%	100,0%
	3	Count	22	58	160	58	298
		%	7,4%	19,5%	53,7%	19,5%	100,0%
	4	Count	29	76	251	129	485
		%	6,0%	15,7%	51,8%	26,6%	100,0%
	5	Count	5	47	149	121	322
		%	1,6%	14,6%	46,3%	37,6%	100,0%
Σύνολο	Count	267	574	1028	413	2282	
	%	11,7%	25,2%	45,0%	18,1%	100,0%	

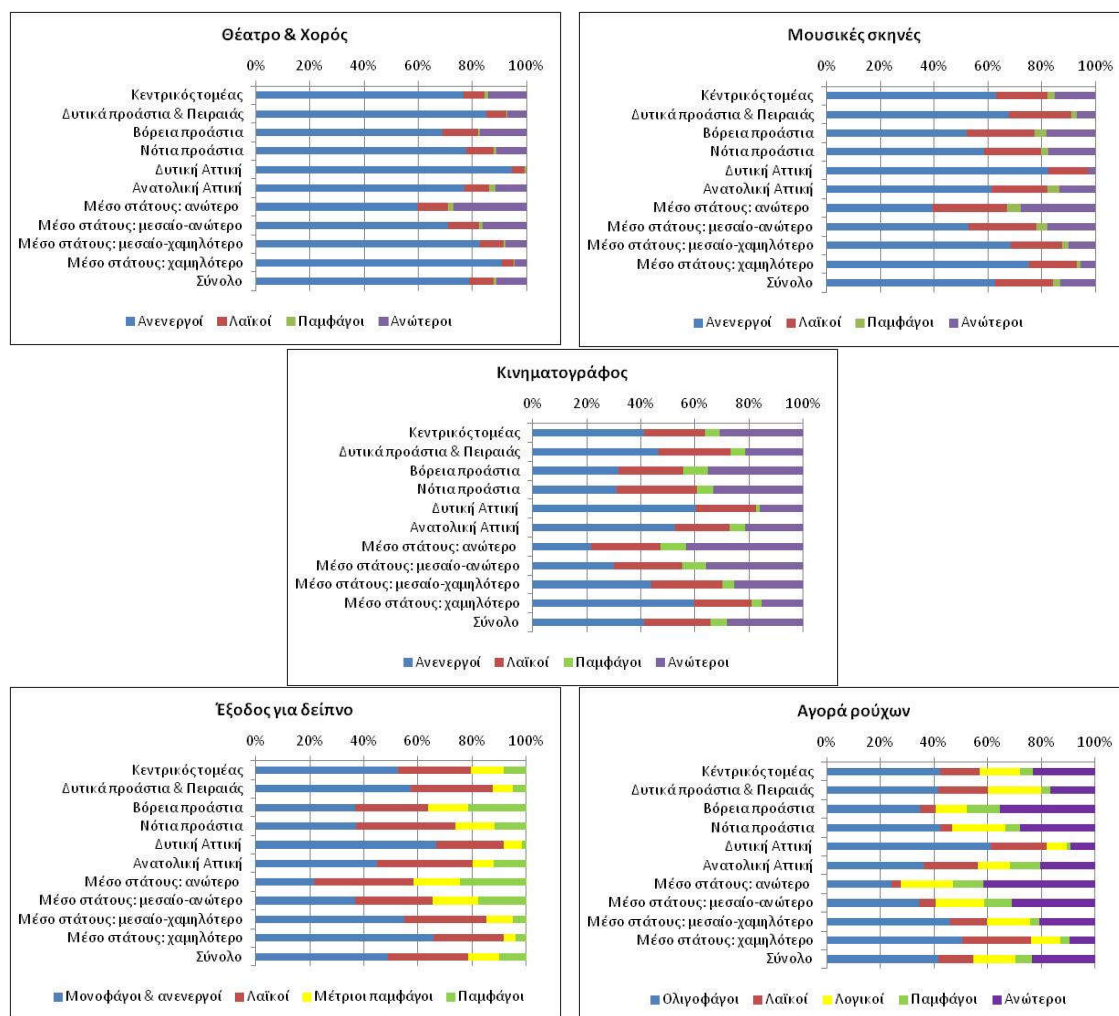
Τέλος, σε τρεις από τις πέντε καταναλωτικές δραστηριότητες (κινηματογράφο, βραδινή έξοδο για φαγητό και αγορά ρούχων) οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να δώσουν περισσότερες λεπτομέρειες γύρω από τους τόπους της κατανάλωσης. Ένα σχετικό ερώτημα αφορούσε το κατά πόσο οι δραστηριότητες έλαβαν χώρα σε περιοχές που οι ίδιοι χαρακτήριζαν ως κοντινές («στον Δήμο όπου κατοικώ ή σε άμεσα γειτονικό Δήμο») ή μακρινές («σε άλλες περιοχές σε μακρινότερους Δήμους»). Το ερώτημα αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για μια αποτύπωση αυτού που οι ίδιοι οι ερωτώμενοι αντιλαμβάνονται υποκειμενικά ως κοντινό ή μακρινό και επομένως για μία αξιολόγηση της κινητικότητας που οι διαφορετικές καταναλωτικές δραστηριότητες συνεπάγονται –καθώς και της σχέσης της κινητικότητας με την κοινωνική διαστρωμάτωση.

4. Ανάλυση αποτελεσμάτων

4.1 Τόπος κατοικίας και καταναλωτικά πρότυπα

Η απλή περιγραφική εξέταση φανερώνει ορισμένες όχι αμελητέες διαφοροποιήσεις των καταναλωτικών προτύπων ανάμεσα στους ερωτώμενους από διαφορετικές περιοχές κατοικίας (Διάγραμμα 1). Μία διάσταση αυτών των διαφοροποιήσεων είναι η διακύμανση των ποσοστών των κατά περίπτωση ανενεργών καταναλωτών, με τις υψηλότερες τιμές να εμφανίζονται στις περιφερειακές περιοχές και τα δυτικά προάστια και τις χαμηλότερες στα βόρεια και τα νότια προάστια. Για παράδειγμα, στις μουσικές σκηνές το ποσοστό των ανενεργών καταναλωτών ξεκινά από 51,5% στα βόρεια προάστια και φτάνει στο 80,5% στη Δυτική Αττική. Χαρακτηριστική ωστόσο διαφοροποίηση μεταξύ των περιοχών κατοικίας εμφανίζεται και σε ό,τι αφορά την εκάστοτε ισορροπία μεταξύ λαϊκών, από τη μια μεριά, και ανώτερων/παμφαγικών, από την άλλη, προτύπων. Παρατηρεί κανείς, για παράδειγμα, ότι στην αγορά ρούχων η συνολική ισορροπία μεταξύ λαϊκού και ανώτερου προτύπου (13% και 24% αντίστοιχα), ανατρέπεται ριζικά υπέρ του λαϊκού στα δυτικά προάστια (18% έναντι 17%) και τη δυτική Αττική και (21% έναντι 9%) υπέρ του ανώτερου στα βόρεια (6% έναντι 36%) και τα νότια προάστια (4% έναντι 28%). Σε όλες τις δραστηριότητες οι κάτοικοι του κεντρικού τομέα της πόλης τοποθετούνται κατά κανόνα σε μία ενδιάμεση θέση, τόσο σε ό,τι αφορά την ισορροπία ανενεργών-ενεργών, όσο και σε ό,τι αφορά την ισορροπία μεταξύ λαϊκών-ανώτερων/παμφαγικών προτύπων.

Ακόμα πιο σαφείς διαφοροποιήσεις προσφέρει η σύγκριση των γειτονιών στη βάση της τυπολογίας του μέσου στάτους των κατοίκων τους. Σε όλες τις περιπτώσεις το ποσοστό των ανενεργών καταναλωτών μειώνεται σχεδόν γραμμικά, καθώς μετακινούμαστε από τις γειτονιές ανώτερου στις περιοχές χαμηλότερου στάτους. Παρόμοια μειώνεται το ποσοστό των ανώτερων και των παμφάγων. Αν και δεν καταγράφεται αύξηση των λαϊκών προτύπων από τις γειτονιές ανώτερου στάτους σε εκείνες χαμηλότερου (καθώς μια τέτοια πιθανότητα φαίνεται να ακυρώνεται από την αύξηση των ανενεργών, με την εξαίρεση της αγοράς ρούχων), η ισορροπία μεταξύ λαϊκών και ανώτερων μεταβάλλεται υπέρ των πρώτων, όσο κατεβαίνουμε την κλίμακα κοινωνικής ιεραρχίας των γειτονιών. Χαρακτηριστικά, ως προς τον κινηματογράφο, σε κάθε κάτοικο με πρακτικές του ανώτερου προτύπου αντιστοιχούν 0,6 κάτοικοι με πρακτικές του λαϊκού προτύπου στις γειτονιές υψηλότερου στάτους, αλλά 1,4 κάτοικοι με πρακτικές του λαϊκού προτύπου στις γειτονιές χαμηλότερου στάτους. Η διαφορά είναι η πλέον έντονη στην αγορά ρούχων: σε κάθε κάτοικο με πρακτικές του λαϊκού προτύπου αντιστοιχούν 12,2 κάτοικοι με ανώτερες πρακτικές στις γειτονιές υψηλότερου στάτους και μόλις 0,4 κάτοικοι με ανώτερες πρακτικές στις γειτονιές χαμηλότερου στάτους.



Διάγραμμα 1. Καταναλωτικά πρότυπα ανά δραστηριότητα και περιοχή κατοικίας.

Το ερώτημα είναι εάν οι διαφορές στην κατανομή των καταναλωτικών προτύπων μεταξύ των διαφορετικών περιοχών και γειτονιών ερμηνεύονται απλώς από τα διαφορετικά κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των κατοίκων τους⁷ ή εάν οι ίδιες οι περιοχές/γειτονιές κατοικίας διαμορφώνουν κάποια τάση συλλογικής υιοθέτησης συγκεκριμένων πρακτικών εκ μέρους όσων κατοικούν εκεί. Μία πρώτη σχετική ένδειξη προκύπτει από τη σύγκριση των καταναλωτικών προτύπων που υιοθετούν οι ερωτώμενοι ανάλογα όχι μόνο με το ατομικό τους στάτους, αλλά και με το κατά πόσο αυτό είναι παρόμοιο ή διαφορετικό (υψηλότερο ή χαμηλότερο) από το μέσο στάτους της γειτονιάς τους, δηλαδή ανάλογα με το αν κατοικούν κοντά σε γείτονες με τους οποίους γειτνιάζουν (ή όχι) και στην κλίμακα της κοινωνικής διαστρωμάτωσης. Ένα κριτήριο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον σκοπό αυτό είναι εάν το ατομικό στάτους βρίσκεται ή όχι σε απόσταση από το μέσο στάτους της γειτονιάς μεγαλύτερη της μίας τυπικής απόκλισης και, αν ναι, προς ποια κατεύθυνση. Εάν η διαφορά του ατομικού στάτους από το μέσο είναι μικρότερη από μία τυπική απόκλιση, θεωρούμε ότι ο ερωτώμενος κατοικεί σε γειτονιά αντίστοιχη του δικού του στάτους. Εάν το ατομικό στάτους είναι κατά τουλάχιστον μία τυπική απόκλιση μεγαλύτερο του μέσου, θεωρούμε ότι ο ερωτώμενος κατοικεί σε γειτονιά

⁷ Για μια επισκόπηση αυτών των χαρακτηριστικών βλ. Παράρτημα Ι.

χαμηλότερου του δικού του στάτους. Εάν τέλος, το ατομικό στάτους είναι κατά τουλάχιστον μία τυπική απόκλιση μικρότερο του μέσου, θεωρούμε ότι ο ερωτώμενος κατοικεί σε γειτονιά υψηλότερου του δικού του στάτους.⁸

Μπορούμε έτσι να εξετάσουμε πώς μεταβάλλεται η πιθανότητα ένταξης στο ένα ή στο άλλο καταναλωτικό πρότυπο, όταν άτομα παρόμοιου στάτους κατοικούν σε γειτονίες διαφορετικού στάτους (Πίνακας 2). Διαφαίνεται τότε μία γενική ροπή των ερωτώμενων προς τα καταναλωτικά πρότυπα που χαρακτηρίζουν τη γειτονιά τους. Για παράδειγμα, οι ερωτώμενοι της υψηλότερης ομάδας στάτους (ομάδα Ι) είναι κατά 84% ενεργοί στον κινηματογράφο, όταν μένουν σε γειτονίες με παρόμοιο μέσο στάτους. Όταν όμως μένουν σε γειτονίες με μέσο στάτους χαμηλότερο από το δικό τους, τότε είναι κατά 75% ενεργοί. Παρόμοια στην αγορά ρούχων, το ποσοστό των καταναλωτών της κατώτερης ομάδας στάτους (V) με λαϊκές πρακτικές είναι 42% όταν μένουν σε γειτονίες που χαρακτηρίζονται κατά μέσο όρο από κοντινό με το δικό τους στάτους, αλλά μειώνεται στο 27%, όταν μένουν σε γειτονίες που χαρακτηρίζονται κατά μέσο όρο από υψηλότερο του δικού τους στάτους.

Πίνακας 2. Πιθανότητα ένταξης σε καταναλωτικά πρότυπα κατά ομάδα ατομικού στάτους και βαθμό απόκλισης από το μέσο στάτους της περιοχής κατοικίας.

Ομάδα ατομικού στάτους	Διαφορά ατομικού από μέσο στάτους περιοχής	Θ&Χ	M	K	Δ	P	Άθροισμα θετ.. ποσοστ. μεταβολών
Ενεργοί ^α							
I (υψηλότερο)	∅	40,5%	57,9%	84,3%	81,0%	70,7%	86,8
	+	38,9%	48,8%	74,9%	62,0%	58,5%	
II	∅	39,6%	52,6%	78,8%	69,9%	63,5%	110,8
	+	26,2%	43,8%	69,7%	59,0%	58,8%	
III ^γ	-	13,6%	35,6%	59,3%	49,2%	49,2%	0,0
	∅	25,0%	43,0%	68,6%	58,0%	57,8%	
IV	-	29,2%	41,7%	58,3%	54,2%	79,2%	136,1
	∅	14,6%	42,3%	66,8%	52,2%	59,9%	
V (χαμηλότερο)	-	15,8%	42,3%	66,1%	52,3%	61,4%	
	∅	15,3%	32,4%	51,4%	53,2%	62,2%	62,4
Άθροισμα θετ. ποσοστ. μετ/λών		158,5	69,3	54,2	53,0	61,1	396,0
Ανώτεροι ^β							
I (υψηλότερο)	∅	27,3%	29,3%	53,7%	30,6%	36,8%	
	+	23,7%	23,1%	43,3%	14,6%	34,5%	182,3
II	∅	13,1%	17,2%	35,6%	11,8%	35,4%	
	+	5,1%	6,8%	27,1%	8,5%	29,6%	399,6
III ^γ	-	16,7%	8,3%	25,0%	16,7%	11,9%	
	∅	5,1%	10,6%	24,5%	8,4%	27,8%	328,3
IV	-	7,2%	5,4%	19,8%	8,1%	37,5%	
	∅	2,4%	3,2%	14,4%	2,4%	23,4%	604,0
V (χαμηλότερο)	-	3,2%	2,8%	7,7%	0,8%	24,5%	
	∅	1,4%	4,1%	5,4%	2,7%	20,7%	189,5
Άθροισμα θετ. ποσοστ. μετ/λών		728,08	248,53	137,52	484,72	104,88	1703,72

⁸ Για τις ομάδες στάτους Ι και ΙΙ, παρατηρείται κατοίκηση σε γειτονίες του δικού τους ή χαμηλότερου στάτους. Για τις ομάδες στάτους ΙΙΙ, ΙV και V παρατηρείται κατοίκηση σε γειτονίες του δικού τους ή υψηλότερου στάτους.

Λαϊκοί							
I (υψηλότερο)	∅	10,7%	24,8%	22,3%	30,2%	1,7%	-68,3
	+	12,3%	20,2%	20,8%	26,3%	3,8%	
II	∅	11,6%	22,1%	27,7%	31,5%	6,0%	-77,9
	+	12,0%	23,8%	20,3%	35,6%	13,6%	
III ^γ	-	6,8%	28,8%	33,3%	25,0%	8,3%	-103,8
	∅	11,5%	24,3%	36,1%	32,1%	12,4%	
IV	-	12,5%	33,3%	25,2%	38,7%	11,7%	-46,1
	∅	8,8%	28,8%	22,2%	28,9%	21,7%	
V (χαμηλότερο)	-	9,1%	29,2%	20,2%	21,4%	27,4%	
	∅	8,1%	26,1%	17,6%	21,6%	41,9%	-35,5
Άθροισμα αρν. ποσοστ. μετ/λών		-57,21	-7,14	-7,76	-34,56	-224,90	-331,57

Θ&Χ: Θέατρο & Χορός, Μ: Μουσικές σκηνές, Κ: Κινηματογράφος, Δ: Έξοδος για δείπνο, Ρ: Αγορά ρούχων.

+: Ατομικό στάτους μεγαλύτερο του μέσου κατά τουλάχιστον μία τυπική απόκλιση.

- : Ατομικό στάτους μικρότερο του μέσου κατά τουλάχιστον μία τυπική απόκλιση.

∅: Ατομικό στάτους λιγότερο από μία τυπική απόκλιση ή μικρότερο μεγαλύτερο του μέσου.

α. Η κατηγορία περιλαμβάνει όλους όσους δεν εμπίπτουν σε κατά περίπτωση κατηγορία ανενεργών, ανεξάρτητα από το ειδικότερο καταναλωτικό πρότυπο. Για την αγορά ρούχων, εφόσον δεν εντοπίζεται κατηγορία ανενεργών, η σύγκριση αφορά τους oligofágους έναντι όλων των υπόλοιπων.

β. Στην έξοδο για δείπνο, όπου δεν εντοπίζεται κατηγορία ανώτερων καταναλωτών, τα ποσοστά αφορούν τους παμφάγους καταναλωτές.

γ. Για τα άτομα της ομάδας στάτους III που μένουν σε περιοχές υψηλότερου κατά τουλάχιστον μία τυπική απόκλιση μέσου στάτους οι αναγραφόμενες τιμές αναφέρονται σε μικρό συνολικό αριθμό (<30 άτομα).

Η συνολική επισκόπηση του Πίνακα 1 οδηγεί σε τέσσερις βασικές παρατηρήσεις, σε σχέση με την επίδραση του μέσου στάτους της γειτονιάς:

- Πρώτον, ορισμένες έντονες αποκλίσεις εξαιτίας της κατοίκησης σε γειτονιές διαφορετικού από το ατομικό στάτους μπορούν να εντοπιστούν και στη διάκριση μεταξύ ανώτερων και λαϊκών προτύπων και στη διάκριση μεταξύ ενεργών και ανενεργών καταναλωτών. Σε ορισμένες περιπτώσεις η πιθανότητα να είναι κανείς ενεργός ή να υιοθετεί ανώτερο ή λαϊκό πρότυπο μεταβάλλεται τόσο από τη γειτνίαση με κατοίκους διαφορετικού μέσου στάτους, ώστε να υπερβαίνει τις τιμές της αμέσως ανώτερης ή να υπολείπεται των τιμών της αμέσως κατώτερης ομάδας ατομικού στάτους. Για παράδειγμα οι ερωτώμενοι της ομάδας στάτους I που μένουν σε γειτονιές κατώτερου από το δικό τους στάτους, όχι μόνο υπολείπονται στην παρακολούθηση κινηματογραφικών ταινιών στις αίθουσες κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες έναντι των ερωτώμενων της ίδιας ομάδας που μένουν σε γειτονιές του δικού τους στάτους, αλλά και εκείνων της ομάδας II –όταν οι τελευταίοι μένουν σε γειτονιές του δικού τους στάτους– κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες.
- Δεύτερον, η ένταση των διαφοροποιήσεων, όπως αποτυπώνεται από το άθροισμα των ποσοστιαίων μεταβολών που συνεπάγεται η κατοίκηση σε γειτονιές αντίστοιχου ή αναντίστοιχου στάτους (τελευταία στήλη του Πίνακα 1), είναι μεγαλύτερη για τις μεσαίες ομάδες ατομικού στάτους (II, III και IV), αρκετά μικρότερη για την ανώτερη ομάδα (I) και ακόμα μικρότερη για την κατώτερη ομάδα (V). Αυτό αποτελεί ένδειξη ότι οι μεσαίες ομάδες ατομικού στάτους επηρεάζονται περισσότερο από το στάτους της γειτονιάς τους και άρα επιδεικνύουν τάση να συμμορφώνονται με τα πρότυπα των

γειτόνων τους. Αντίθετα, οι δυο ομάδες στα άκρα της κοινωνικής ιεραρχίας, μπορεί επίσης να πλησιάζουν τις μεσαίες ανάλογα με τη γειτνίασή τους με μέλη των τελευταίων, παραμένουν όμως εσωτερικά περισσότερο σταθερές στα καταναλωτικά τους πρότυπα.

- Τρίτον, από την άποψη των ιδιαίτερων καταναλωτικών προτύπων, βλέπουμε ότι εντονότερες διαφοροποιήσεις εμφανίζονται στα ποσοστά των καταναλωτών με ανώτερες και όχι με λαϊκές πρακτικές. Το γεγονός αυτό έχει επιπλέον ενδιαφέρον, λαμβάνοντας υπόψιν ότι, ενώ οι ανώτερες πρακτικές εμφανίζουν σημαντική κοινωνική επιλεκτικότητα (είναι περισσότερο διαδεδομένες στα ανώτερα στρώματα στάτους), δεν συμβαίνει το ίδιο με τις λαϊκές πρακτικές που εμφανίζουν ικανή διαταξική (διαστρωματική) διάδοση (ΕΚΚΕ, 2015). Σε σχέση και με το προηγούμενο σημείο, μπορούμε έτσι να πούμε ότι η κοινωνική επιλεκτικότητα των ανώτερων πρακτικών τείνει να αμφισβητείται από τη διάδοσή τους ανάμεσά σε όσους έχουν μεν χαμηλότερο στάτους, διαθέτουν όμως γείτονες υψηλότερου στάτους, ενώ δεν καταγράφεται από την άλλη ενίσχυση της επιλογής των λαϊκών πρακτικών εξαιτίας της γειτνίασης με γείτονες χαμηλού στάτους (με εξαίρεση κάποιες έντονες μεταβολές στην αγορά ρούχων στις ομάδες στάτους IV και V).
- Τέταρτον, σε ότι αφορά τις διαφορετικές καταναλωτικές δραστηριότητες, οι εντονότερες διαφοροποιήσεις μεταξύ ατόμων του ίδιου στάτους σε γειτονιές διαφορετικού στάτους εμφανίζονται, σε ό,τι αφορά τα ποσοστά ενεργών στο θέατρο και τον χορό, σε ό,τι αφορά τα ποσοστά των ανώτερων επίσης στο θέατρο και το χορό αλλά και στη βραδινή έξοδο για φαγητό (όπου πρόκειται για τα ποσοστά παμφάγων) και, σε ό,τι αφορά τα ποσοστά των λαϊκών, στην αγορά ρούχων. Σπανιότερες είναι οι έντονες διαφοροποιήσεις στα μουσικά θεάματα και ακόμα σπανιότερες στον κινηματογράφο.

Μία πιο ολοκληρωμένη διερεύνηση της επίδρασης του τύπου κατοικίας παρέχει η πολυμεταβλητή ανάλυση, με την οποία είναι δυνατόν να εξεταστεί η συνεισφορά της περιοχής και της γειτονιάς κατοικίας στη διαμόρφωση των καταναλωτικών προτύπων λαμβάνοντας υπόψιν και τη διακύμανση άλλων παραγόντων. Στον Πίνακα 3 καταγράφονται οι τιμές των εκθετικών συντελεστών (e^{β}) των ανεξάρτητων μεταβλητών σε μοντέλα πολυωνυμικής παλινδρόμησης, όπου εξετάζεται η διάκριση αφενός μεταξύ ενεργών και ανενεργών και αφετέρου μεταξύ ανώτερων και λαϊκών καταναλωτών. Οι τιμές αυτές μπορούν να διαβαστούν ως ο λόγος της πιθανότητας να ανήκει κανείς σε κάποιο πρότυπο, όταν χαρακτηρίζεται από κάποια συγκεκριμένη ιδιότητα, έναντι της πιθανότητας να ανήκει στο αντιτιθέμενο πρότυπο, όταν δεν χαρακτηρίζεται από αυτή την ιδιότητα (αλλά από την ιδιότητα της εκάστοτε κατηγορίας αναφοράς).⁹ Για παράδειγμα, τα μέλη της ομάδας στάτους I είναι 2,29 φορές πιθανότερο να είναι ενεργοί και όχι ανενεργοί στον κινηματογράφο σε σχέση με τα μέλη της ομάδας IV. Επίσης είναι 3,82 φορές πιθανότερο να έχουν ανώτερες και όχι λαϊκές πρακτικές – πάλι σε σχέση με τα μέλη της ομάδας IV.

⁹ Τιμές μεγαλύτερες της μονάδας δείχνουν μεγαλύτερη πιθανότητα ένταξης στο εξεταζόμενο πρότυπο από την πιθανότητα της κατηγορίας αναφοράς και τιμές μικρότερες της μονάδας μικρότερη πιθανότητα.

Πίνακας 3. Λόγος πιθανοτήτων (e^{β}) ένταξης σε καταναλωτικά πρότυπα βάσει μοντέλων πολυωνυμικής παλινδρόμησης.^α

	Θ&Χ		Μ		Κ		Δ		Ρ	
	Εν/Αν	Α/Λ	Εν/Αν	Α/Λ	Εν/Αν	Α/Λ	Εν/Αν	Π/Λ	Εν/Ο	Α/Λ
Ηλικία			0,95	1,03	0,93	1,04	0,95	0,97	0,95	0,94
Εισόδημα ανά ισοδ. ενήλ.	1,01		1,01		1,01		1,01	1,01	1,01	1,01
Άντρες										
Γυναίκες										
Κατηγορία αναφοράς										
ESeC I			1,79				1,85			
ESeC II			1,83				1,92			2,26
ESeC III							1,57			
ESeC IV										2,34
ESeC V										
Κατηγορία αναφοράς										
Ομάδα στάτους I (ανώτ.)					2,29	3,82		5,16		4,96
Ομάδα στάτους II					1,76	2,97		3,66		2,74
Ομάδα στάτους III					1,58	1,98		4,17		
Ομάδα στάτους IV						1,94	1,46			
Ομάδα στάτους V (κατώτ.)										
Κατηγορία αναφοράς										
Επίτ. εκπαιδ. I (κατώτ.)	0,24	0,12	0,47	0,32	0,28	0,40	0,43	0,11		0,17
Επίτ. εκπαιδ. II	0,58			0,38	0,68	0,53				
Επίτ. εκπαιδ. III		0,38		0,64		0,65				
Επίτ. εκπαιδ. IV (ανώτ.)										
Κατηγορία αναφοράς										
Επίτ. εκπαιδ. γονιών I (κατώτ.)			0,62	0,64	0,59		0,63			
Επίτ. εκπαιδ. γονιών II			0,70							
Επίτ. εκπαιδ. γονιών III										
Επίτ. εκπαιδ. γονιών IV (ανώτ.)										
Κατηγορία αναφοράς										
Κατάσταση υγείας:			1,66				2,51	0,40		2,72
Κατάσταση υγείας:										
Κατηγορία αναφοράς										
Άγαμος										
Έγγαμος										
Χήρος/διαζευγμένος										
Κατηγορία αναφοράς										
Ανήλικα παιδιά										0,68
Ανήλικα παιδιά							0,55			
Ανήλικα παιδιά					0,53				0,61	
Ανήλικα παιδιά										
Κατηγορία αναφοράς										
Μη Μετανάστες		7,16	3,34		6,72		2,60		0,61	3,52
Μετανάστες										
Κατηγορία αναφοράς										
Περ. κατοικίας: ανατ. Αττική			1,75				2,16		1,77	
Περ. κατοικίας: δυτ. Αττική	0,38									
Περ. κατοικίας: ν. προάστια	0,66	0,53					1,42			2,38
Περ. κατοικίας: β. προάστια			1,36				1,47	2,00		2,53
Περ. κατοικίας: δ. προάστια & Πειρ.				0,51					1,45	
Περ. κατοικίας: κεντρικός τομέας										
Κατηγορία αναφοράς										
Περ. κατοικίας: ανωτ. στάτους	2,83		2,02				2,68		3,21	4,87
Περ. κατοικίας: μεσ. ανώτ. στάτους	2,46		1,87		1,68		1,78	2,65	2,31	3,88
Περ. κατοικίας: μεσ. χαμ. στάτους	1,67									2,54
Περ. κατοικίας: χαμ. στάτους										
Κατηγορία αναφοράς										
Διακύμανση που ερμηνεύεται ^β	0,14	0,21	0,23	0,29	0,30	0,37	0,27	0,36	0,12	0,36

Θ&Χ: Θέατρο & Χορός, Μ: Μουσικές σκηνές, Κ: Κινηματογράφος, Δ: Έξοδος για δείπνο, Ρ: Αγορά ρούχων. Εν: Ενεργοί, Αν: Ανενεργοί, Α: Ανώτεροι, Λ: Λαϊκοί, Π: Παμφάγοι, Ο: Ολιγοφάγοι.

α. Αναγράφονται μόνο οι τιμές σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05. Με έντονα στοιχεία οι τιμές σε επίπεδο σημαντικότητας 0,01. Με σκίαση εμφανίζονται τα κελιά όπου παρουσιάζονται στατιστικά σημαντικές τιμές στο α-χωρικό μοντέλο.

β. Ψευδο- R^2 Cox and Snell.

Στις δραστηριότητες του θεάτρου/χορού και της μουσικής, όπου το ατομικό στάτους δεν είναι στατιστικά σημαντικό, εμφανίζεται στατιστικά σημαντική επίδραση του στάτους της γειτονιάς στη διάκριση ανενεργών και ενεργών καταναλωτών. Στη δραστηριότητα του κινηματογράφου συμβαίνει το αντίθετο, καθώς η επίδραση του ατομικού στάτους είναι στατιστικά σημαντική τόσο για τη διάκριση ενεργών-ανενεργών, όσο και για τη διάκριση ανώτερων-λαϊκών, αλλά δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντική επίδραση του στάτους της γειτονιάς (παρά μόνο σε μία περίπτωση, στους κατοίκους γειτονιών ανώτερου-μεσαίου στάτους που έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να είναι ενεργοί από τους κατοίκους γειτονιών χαμηλότερου στάτους). Στη βραδινή έξοδο για φαγητό η επίδραση του ατομικού στάτους είναι σημαντική για τη διάκριση των παμφάγων από τους λαϊκούς. Μια τέτοια επίδραση εμφανίζεται λιγότερο για το στάτους της γειτονιάς (μόνο για τους κατοίκους των μεσαίων-χαμηλότερων γειτονιών), το οποίο όμως είναι σημαντικό για τη διάκριση ενεργών-ανενεργών. Παρόμοια ως ένα βαθμό και στην αγορά ρούχων, το ατομικό στάτους είναι σημαντικό μόνο για τη διάκριση ανώτερων λαϊκών, ενώ το στάτους της γειτονιάς είναι σημαντικό για τη διάκριση ενεργών-ολιγοφάγων, συνεισφέροντας εδώ επιπλέον και στη διάκριση ανώτερων-λαϊκών, χωρίς να χάνεται –σε σχέση με το α-χωρικό μοντέλο– η επίδραση του ατομικού στάτους.

Συνοπτικά, φαίνεται ότι το στάτους της γειτονιάς έχει στατιστική σημασία για τη διάκριση μεταξύ ανενεργών και ενεργών καταναλωτών σε όλες τις δραστηριότητες, έχει όμως σημασία για τη διάκριση των ανώτερων από τους λαϊκούς καταναλωτές κυρίως στην αγορά ρούχων και δευτερευόντως στην έξοδο για φαγητό. Ταυτόχρονα, σε δραστηριότητες όπου το ατομικό στάτους δεν παίζει ιδιαίτερο ρόλο (θέατρο/χορός, μουσικές σκηνές), είναι το στάτους της γειτονιάς που έρχεται να συμβάλει στη διάκριση ενεργών και ανενεργών. Εκεί πάλι όπου το ατομικό στάτους εμφανίζεται καθοριστικό (κινηματογράφος, διάκριση παμφάγων-λαϊκών στην έξοδο για φαγητό), το στάτους της γειτονιάς δεν διακρίνει ιδιαίτερα τα καταναλωτικά πρότυπα. Εξάιρεση αποτελεί η αγορά ρούχων, δραστηριότητα στην οποία η διάκριση ανώτερου και λαϊκού προτύπου επηρεάζεται ταυτόχρονα και από το ατομικό στάτους και από το μέσο στάτους της γειτονιάς.

Για τους κατοίκους των γειτονιών ανώτερου στάτους η σημασία του συγκεκριμένου δείκτη εμφανίζεται σε τέσσερις από τις πέντε καταναλωτικές δραστηριότητες (εκτός κινηματογράφου) και είναι τότε ποσοτικά εντονότερη από όσο για τους κατοίκους άλλων γειτονιών. Για τους κατοίκους των γειτονιών ανώτερου-μεσαίου στάτους η σημασία επιβεβαιώνεται και στις πέντε καταναλωτικές δραστηριότητες, περιλαμβάνοντας και τη διάκριση του περιεχομένου των πρακτικών στην έξοδο για φαγητό. Για τους κατοίκους πάλι των μεσαίων-χαμηλότερων γειτονιών οι εμφανίσεις σημαντικής διαφοροποίησης από τους κατοίκους γειτονιών χαμηλότερου στάτους, αν και πάλι στην κατεύθυνση της διάκρισης από αυτούς, είναι σπανιότερες, δείχνοντας έτσι ότι η συστηματική διαφοροποίηση των προτύπων συμβαίνει από το μέσο και πάνω της κλίμακας στάτους γειτονιών όπως ορίστηκε εδώ –και αντίστροφα, από το μέσο και κάτω όταν θεωρήσουμε ως κατηγορία αναφοράς τους κατοίκους γειτονιών ανώτερου μέσου στάτους.

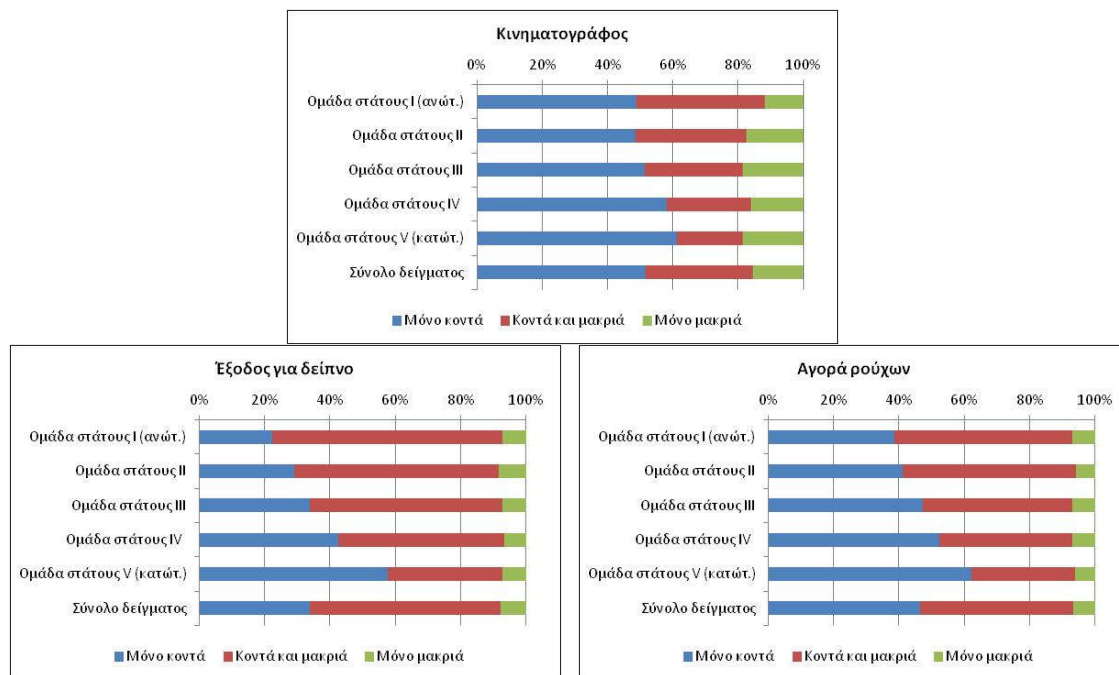
Από τη μεριά της, η ευρύτερη περιοχή κατοικίας δεν είναι αδιάφορη για τη διαμόρφωση των καταναλωτικών πρακτικών, χωρίς ωστόσο να προκύπτει συνεκτική εικόνα για κάθε γεωγραφικό τομέα. Σχετικά σαφέστερη είναι η περίπτωση των ερωτώμενων των βορείων

προαστίων που χαρακτηρίζονται από υψηλότερη των κατοίκων του κέντρου της πόλης ροπή προς την επίσκεψη σε μουσικές σκηνές, ροπή προς βραδινή έξοδο για φαγητό, αλλά και υιοθέτηση παμφαγικών πρακτικών σε αυτήν και ανώτερων στην επιλογή καταστημάτων για την αγορά ρούχων. Διαφοροποιούνται έτσι από τους κατοίκους των νοτίων προαστίων, καθώς οι τελευταίοι μοιράζονται μαζί τους τη ροπή προς την έξοδο για φαγητό και τα ανώτερα πρότυπα στην αγορά ρούχων, όχι όμως τις παμφαγικές τάσεις στην έξοδο για φαγητό, ενώ δείχνουν σημαντική ροπή αποχής από χορευτικές/θεατρικές παραστάσεις και απόρριψη των ανώτερων προτύπων σε αυτές. Οι κάτοικοι της ανατολικής Αττικής χαρακτηρίζονται από την τάση τους να είναι ενεργοί στην παρακολούθηση μουσικών θεαμάτων, τη βραδινή έξοδο για φαγητό και την αγορά ρούχων, ενώ για τους κατοίκους της δυτικής Αττικής το μόνο χαρακτηριστικό είναι η αποχή από θεατρικές και χορευτικές παραστάσεις. Τέλος, ενδιαφέρον στοιχείο είναι η έντονη ροπή προς το λαϊκό πρότυπο στη μουσική που εκφράζουν οι πρακτικές των ερωτώμενων από τα δυτικά προάστια και τον Πειραιά (και μάλιστα όταν τέτοια διάκριση στη μουσική δεν φαίνεται να σχετίζεται με το μέσο στάτους της γειτονιάς).

4.2 Τόπος κατοικίας και τόποι κατανάλωσης

Η σχέση ανάμεσα στο ατομικό στάτους και στην απόσταση του τόπου κατανάλωσης από τον τόπο κατοικίας, για τις δραστηριότητες για τις οποίες τέθηκε το ερώτημα, αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2. Η δραστηριότητα που συνεπάγεται συνολικά τις περισσότερες μεγάλες μετακινήσεις είναι η έξοδος για δείπνο, σε ποσοστό που φτάνει το 66%, αν αθροίσουμε όσους δήλωσαν ότι μετακινήθηκαν και σε κοντινή και σε μακρινή απόσταση και όσους δήλωσαν ότι μετακινήθηκαν μόνο σε μακρινή απόσταση. Ακολουθεί η αγορά ρούχων με 54%, ενώ στον κινηματογράφο οι ερωτώμενοι μετακινήθηκαν κατά πλειοψηφία (52%) μόνο σε κοντινές αποστάσεις. Είναι φανερό ότι η απόσταση από τον τόπο κατοικίας στην οποία πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες παρουσιάζει ορισμένη κοινωνική επιλεκτικότητα, καθώς το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι μετακινήθηκαν και σε μικρές και σε μεγάλες αποστάσεις αυξάνεται και για τις τρεις δραστηριότητες όσο ανεβαίνουμε την κλίμακα της κοινωνικής διαστρωμάτωσης, ενώ, αντίστροφα, το ποσοστό όσων περιορίστηκαν σε μετακινήσεις μόνο κοντά στον τόπο κατοικίας τους μειώνεται. Το ποσοστό πάλι όσων δηλώνουν ότι μετακινήθηκαν αποκλειστικά σε μεγάλη απόσταση είναι παρόμοιο για όλες τις ομάδες στάτους –παρουσιάζοντας έως και μικρή μειωτική τάση με την άνοδο στην κοινωνική ιεραρχία στην περίπτωση του κινηματογράφου. Επομένως, το ποσοστό ειδικά όσων δηλώνουν υψηλή κινητικότητα, εάν ορίσουμε ως τέτοια την καταναλωτική δραστηριότητα και σε κοντινές και σε μακρινές αποστάσεις, φαίνεται να είναι ο καταλληλότερος δείκτης για την παρατήρηση της κοινωνικά επιλεκτικής κινητικότητας¹⁰.

¹⁰ Όχι παράδοξα, η κοινωνική επιλεκτικότητα των μετακινήσεων αντανakλάται και σε διαφοροποίηση της κινητικότητας ανάλογα με το καταναλωτικό πρότυπο. Ενδεικτικά, το ποσοστό υψηλής κινητικότητας στον κινηματογράφο είναι 37% για τους καταναλωτές με ανώτερο πρότυπο και 30% για τους καταναλωτές με λαϊκό, στην έξοδο για δείπνο 89% για τους παμφάγους και 70% για τους λαϊκούς και στην αγορά ρούχων 67% για τους ανώτερους και μόλις 26% για τους λαϊκούς.



Διάγραμμα 2. Ποσοστό μετακίνησης σε περιοχές κοντά στον/μακριά από τον τόπο κατοικίας (αντιληπτή απόσταση) ανά ομάδα στάτους και καταναλωτική δραστηριότητα.

Μπορούμε να διαπιστώσουμε ορισμένες περαιτέρω διαφοροποιήσεις στο ποσοστό της υψηλής κινητικότητας ανά ομάδα ατομικού στάτους, σε σχέση με τον τόπο κατοικίας, όσον αφορά τον γεωγραφικό τομέα και το μέσο στάτους της γειτονιάς (Πίνακας 4). Έτσι για παράδειγμα βρίσκουμε ότι και στις τρεις δραστηριότητες οι κάτοικοι του κεντρικού τομέα της πόλης έχουν κατά κανόνα μικρότερο ποσοστό υψηλής κινητικότητας από τα αντίστοιχα ποσοστά των άλλων περιοχών, κάτι που θα πρέπει να αντανakλά τις πολλαπλές ευκαιρίες που προσφέρουν ανά δραστηριότητα οι αγορές του κέντρου. Ιδιαίτερα στη δραστηριότητα του κινηματογράφου, το ποσοστό υψηλής κινητικότητας των κατοίκων των δυτικών προαστίων τείνει να υπολείπεται των ποσοστών των κατοίκων των βορείων και των νοτίων προαστίων της ίδιας ομάδας στάτους, όσο κινούμαστε προς τα κάτω στην κοινωνική ιεραρχία, κάτι που δεν συμβαίνει στην έξοδο για δείπνο και στην αγορά ρούχων.

Η διαφοροποίηση των ποσοστών υψηλής κινητικότητας μεταξύ ερωτώμενων της ίδιας ομάδας ατομικού στάτους στους διαφορετικούς γεωγραφικούς τομείς είναι εντονότερη στην ομάδα στάτους III για την έξοδο για δείπνο και την αγορά ρούχων και στις ομάδες IV και III για τον κινηματογράφο που παρουσιάζει και τις λιγότερο έντονες διακυμάνσεις (Διάγραμμα 3α). Σε σχέση με τη μέση κοινωνική ιεραρχία των γειτονιών, οι τρεις δραστηριότητες καταγράφουν αρκετά διαφορετικά χαρακτηριστικά κινητικότητας (Διάγραμμα 3β). Στον κινηματογράφο η διαφοροποίηση των ποσοστών είναι περίπου παρόμοια για όλες τις ομάδες στάτους, ανεξάρτητα από το στάτους της γειτονιάς – με κάποια μεγαλύτερη διακύμανση της ομάδας IV. Στη βραδινή έξοδο για φαγητό παρατηρείται εντονότερη διαφοροποίηση των ποσοστών υψηλής κινητικότητας μεταξύ των ερωτώμενων των ομάδων στάτους II και I, η οποία μειώνεται όσο κινούμαστε προς τις χαμηλότερες ομάδες που χαρακτηρίζονται επομένως από σχετική ομοιομορφία στα ποσοστά κινητικότητας, ανεξάρτητα από το στάτους της γειτονιάς. Όσο για την αγορά

ρούχων, η εντονότερη διαφοροποίηση εμφανίζεται για τα μέλη της ομάδας III και IV και αρκετά λιγότερο έντονη διαφοροποίηση προς τα πάνω και τα κάτω στρώματα της κοινωνικής ιεραρχίας.

Σε συνδυασμό με τα προηγούμενα ευρήματα μπορούμε να επισημάνουμε ότι:

- Στον κινηματογράφο που είναι η δραστηριότητα με τη μικρότερη συσχέτιση των καταναλωτικών προτύπων με το μέσο στάτους της γειτονιάς των ερωτώμενων, η κινητικότητα των ερωτώμενων δεν δείχνει να επηρεάζεται από το στάτους της γειτονιάς παρά κυρίως από το ατομικό στάτους.
- Στη βραδινή έξοδο για φαγητό, δραστηριότητα με έντονη συσχέτιση με το μέσο στάτους της γειτονιάς, η κινητικότητα επηρεάζεται από το στάτους της γειτονιάς περισσότερο για τα ανώτερα παρά για τα μεσαία και κατώτερα στρώματα.
- Στην επιλογή καταστημάτων ρούχων που είναι η δραστηριότητα με την πιο προφανή συσχέτιση των καταναλωτικών προτύπων με το μέσο στάτους της γειτονιάς και η κινητικότητα δείχνει να επηρεάζεται από το στάτους της γειτονιάς, κυρίως όμως για τα μεσαία και χαμηλότερα στρώματα στάτους.

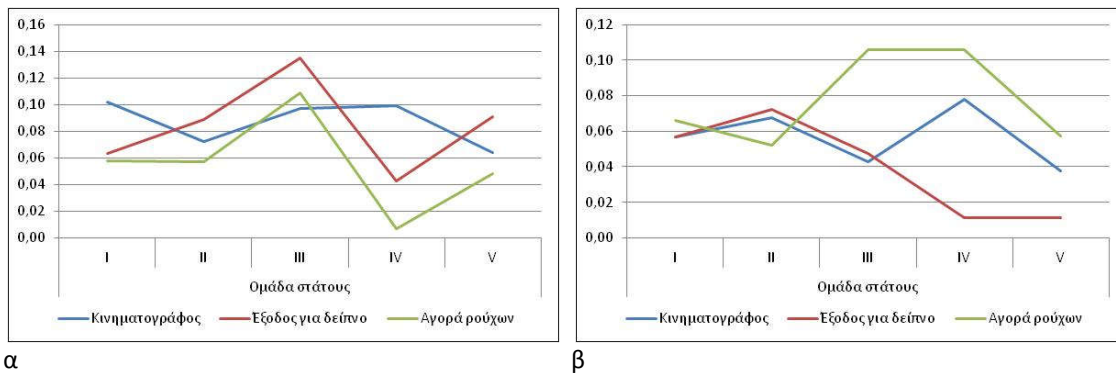
Πίνακας 4. Ποσοστό μετακίνησης και σε μικρή και σε μεγάλη (αντιληπτή) απόσταση, ανά ομάδα ατομικού στάτους, τόπο κατοικίας και δραστηριότητα.^α

	Ομάδα ατομικού στάτους														
	I			II			III			IV			V		
Τόπος κατοικίας: Τομέας	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P
Κεντρικός τομέας	29,5%	69,0%	49,4%	32,4%	53,3%	40,0%	19,0%	54,2%	43,7%	25,4%	49,1%	38,1%	15,2%	35,6%	31,7%
Δ. προάστια & Πειραιάς	52,9%	68,8%	61,7%	32,3%	65,9%	59,2%	25,0%	61,5%	50,0%	20,3%	50,0%	40,6%	18,4%	35,5%	27,4%
Βόρεια προάστια	44,3%	76,9%	54,6%	35,8%	74,6%	57,6%	38,9%	75,7%	58,7%	33,3%	56,5%	41,7%	23,1%	22,7%	35,5%
Νότια προάστια	40,2%	64,4%	58,0%	44,0%	60,6%	56,0%	39,1%	50,0%	38,8%	36,1%	52,5%	41,1%	28,6%	38,9%	35,3%
Τόπος κατοικίας: Μέσο στάτους γειτονιάς	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P	K	Δ	P
Ανώτερο	45,4%	78,8%	55,9%	36,5%	70,3%	49,2%	β	β	β	β	β	β	β	β	β
Ανώτερο-μεσαίο.	34,2%	68,5%	53,1%	41,5%	68,6%	59,2%	31,9%	57,7%	49,1%	16,3%	51,5%	49,1%	β	36,1%	38,6%
Χαμηλότερο-μεσαίο.	40,8%	65,7%	56,6%	29,3%	58,3%	49,1%	30,4%	61,3%	49,0%	30,2%	49,8%	49,0%	22,8%	34,4%	32,4%
Χαμηλότερο	β	69,7%	43,3%	26,8%	56,1%	56,7%	24,2%	52,8%	31,5%	22,2%	51,9%	31,5%	22,9%	34,0%	27,6%
Σύνολο	39,4%	70,3%	54,4%	34,0%	62,6%	53,1%	30,0%	59,0%	45,6%	25,7%	50,8%	40,8%	20,2%	34,9%	31,7%

K: Κινηματογράφος, Δ: Έξοδος για δείπνο, P: Αγορά ρούχων.

α. Τα ποσοστά υπολογίστηκαν επί των ερωτώμενων που δήλωσαν καταναλωτική δραστηριοποίηση.

β. Ποσοστό που παραλείπεται γιατί αναφέρεται σε μικρό σε μικρό συνολικό αριθμό (<30 άτομα).



Διάγραμμα 3. Τυπική απόκλιση ποσοστών υψηλής κινητικότητας ανά ομάδα στάτους μεταξύ (α) γεωγραφικών τομέων και (β) γειτονιών διαφορετικού μέσου στάτους.

5. Συμπεράσματα

Το μέσο στάτους της γειτονιάς και άρα η θέση της γειτονιάς στην κοινωνική ιεραρχία της πόλης φαίνεται να επηρεάζει τη διάκριση των ενεργών από τους ανενεργούς καταναλωτές σε όλες τις δραστηριότητες που εξετάσαμε εδώ. Ανώτερο αλλά και ανώτερο-μεσαίο στάτους γειτονιάς παρακινεί τους κατοίκους προς τη συμμετοχή στις δραστηριότητες, ακόμα και όταν η επίδραση του ατομικού στάτους δεν είναι στατιστικά σημαντική. Ένα άμεσο κοινωνικό περιβάλλον ανώτερου κύρους λειτουργεί ως κίνητρο συμμετοχής, ενώ αντίθετα άμεσο κοινωνικό περιβάλλον χαμηλότερου κύρους «αποθαρρύνει», ακόμα και όταν άλλοι κοινωνικοί και δημογραφικοί παράγοντες λαμβάνονται υπόψιν. Ωστόσο είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον ότι το στάτους της γειτονιάς δεν παίζει τον ίδιο ρόλο στη διάκριση ανάμεσα σε λαϊκά και ανώτερα (ή παμφαγικά) πρότυπα, στις δραστηριότητες της παρακολούθησης θεατρικών/χορευτικών παραστάσεων, μουσικών θεαμάτων και κινηματογραφικών ταινιών. Από την άλλη μεριά, ροπή των κατοίκων γειτονιών ανώτερου στάτους προς ανώτερες (και όχι λαϊκές) καταναλωτικές πρακτικές, ελέγχοντας πάντοτε τους υπόλοιπους παράγοντες, εμφανίζεται στην επιλογή καταστημάτων αγοράς ρούχων, ενώ και στην επιλογή καταστημάτων βραδινής εξόδου για φαγητό οι κάτοικοι περιοχών ανώτερου στάτους φανερώνουν σχετική ροπή προς τις παμφαγικές πρακτικές.

Είναι ενδιαφέρον ότι η επίδραση της περιοχής κατοικίας, με την έννοια των ευρύτερων γεωγραφικών τομέων του μητροπολιτικού χώρου, παρουσιάζει μικρότερη επίδραση. Το γεγονός αυτό έρχεται σε μερικές αντίθεση με συνήθεις αναπαραστάσεις που θέλουν τους κατοίκους π.χ. των δυτικών ή των βορείων προαστίων να μοιράζονται όμοια καταναλωτικά πρότυπα. Από την άλλη μεριά, η ευρύτερη περιοχή δεν είναι πάντοτε χωρίς σημασία, όπως δείχνει ιδιαίτερα η ροπή των κατοίκων των δυτικών προαστίων προς τις λαϊκές πρακτικές στη μουσική και των κατοίκων των βορείων προαστίων προς τις ανώτερες πρακτικές στην έξοδο για δείπνο και την αγορά ρούχων.

Φαίνεται με αυτόν τον τρόπο ότι το κύρος του άμεσου κοινωνικού περιβάλλοντος παρακινεί προς την δραστηριοποίηση στους τομείς των παραστατικών τεχνών γενικά, χωρίς όμως να παρεμβάλλεται στις ιδιαίτερες προτιμήσεις που εκφράζονται εκεί. Εάν επομένως η γειτονιά συμβάλλει στη διαμόρφωση κάποιου είδους διάκρισης μέσω των παραστατικών τεχνών, αυτό δεν αντιστοιχεί σε λεπτές διαφοροποιήσεις παρά στην ίδια τη

δραστηριοποίηση. Διακινδυνεύοντας μία περαιτέρω διατύπωση, μοιάζει σαν το στάτους της γειτονιάς να επιβάλλει τη συμμετοχή σε πολιτιστικές δραστηριότητες που είναι κοινωνικά αναμενόμενες για όσους μένουν εκεί, χωρίς όμως να διευκρινίζει το ιδιαίτερο περιεχόμενό τους. Αντίθετα, στην αγορά ειδών ρουχισμού η γειτονιά συμβάλλει στη διαμόρφωση ιδιαίτερων προτιμήσεων, κάτι που δείχνει ότι σχηματοποιείται εδώ ένα ιδιαίτερο χωρικό μοντέλο διάκρισης που πιθανόν επιβάλλει την ομοιότητα με τα αναμενόμενα πρότυπα φυσικής εμφάνισης που χαρακτηρίζουν την κοινωνική σκηνή της γειτονιάς.

Αυτή η διαφορά μεταξύ από τη μια μεριά των προτύπων των παραστατικών τεχνών, όπου ο τόπος κατοικίας επηρεάζει τη συμμετοχή σε μία δραστηριότητα και από την άλλη των καταναλωτικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη φυσική παρουσία, όπου ο τόπος κατοικίας επηρεάζει επιπλέον το ιδιαίτερο πρότυπο των δραστηριοτήτων, μπορεί να φωτίσει περαιτέρω τον μηχανισμό επίδρασης του τόπου κατοικίας στα καταναλωτικά πρότυπα. Μπορούμε να υποθέσουμε ότι η διάκριση στη γειτονιά στην περίπτωση των παραστατικών τεχνών επιτυγχάνεται με την απλή επικύρωση που προσφέρει η συμμετοχή σε δραστηριότητες το ακριβές περιεχόμενο των οποίων δεν μπορούν να ελέγξουν οι γείτονες. Αντίθετα, το κοινωνικό πλαίσιο της γειτονιάς συμμετέχει πιο αποφασιστικά στην επικύρωση της φυσικής εμφάνισης που επιτυγχάνεται με την επιλογή των ρούχων, δηλαδή σε μία καταναλωτική δραστηριότητα λεπτομερώς ορατή από το άμεσο κοινωνικό περιβάλλον.¹¹

Η ανάλυση του Πίνακα 1 (όπου διασταυρώνεται το ατομικό στάτους με το στάτους της γειτονιάς) φανερώνει επιπλέον ότι η διαφοροποίηση της υπαγωγής στο ένα ή το άλλο καταναλωτικό πρότυπο ανάλογα με το στάτους της γειτονιάς κατοικίας είναι μεγαλύτερη για τις μεσαίες ομάδες ατομικού στάτους II, III και IV. Ως ένα βαθμό, το εύρημα αυτό φαίνεται να βρίσκεται σε συμφωνία με τις παρατηρήσεις του Bourdieu (1984: 253-4) σχετικά με την αυξημένη εμπλοκή των μικροαστικών στρωμάτων στον συμβολικό αγώνα, υπό το διαρκές άγχος να αποδείξουν ότι παρακολουθούν τις κυρίαρχες αξίες, κάτι που δεν χαρακτηρίζει ούτε την κυρίαρχη, ούτε την εργατική τάξη. Ωστόσο πρέπει να τονιστεί αφενός ότι η ομάδα IV, με αρκετά έντονες διαφοροποιήσεις όταν τα μέλη της κατοικούν με γείτονες ανώτερου στάτους, περιλαμβάνει ορισμένες τυπικά εργατικές επαγγελματικές κατηγορίες. Αφετέρου, η κατοίκηση σε γειτονίες ανώτερου στάτους συνδέεται με ορισμένες έντονες διαφοροποιήσεις προς την κατεύθυνση των ανώτερων πρακτικών, ιδιαίτερα στην επιλογή καταστημάτων ρούχων, ακόμα και για την ομάδα V –και άρα τελικά το «άγχος» της διάκρισης φαίνεται να διαχέεται και προς τα κατώτερα στρώματα της κοινωνικής ιεραρχίας. Από την άλλη πάλι μεριά, όπως φάνηκε από την πολυμεταβλητή ανάλυση (Πίνακας 2), με κατηγορία αναφοράς το χαμηλότερο μέσο στάτους, η επίδραση του στάτους της γειτονιάς στη διάκριση των προτύπων είναι σαφέστερη για τους κατοίκους των γειτονιών ανώτερου και ανώτερου-μεσαίου μέσου στάτους, από όσο για τους κατοίκους των γειτονιών χαμηλότερου-μεσαίου στάτους. Συνδυάζοντας τα δύο ευρήματα θα λέγαμε σχηματικά ότι είναι κυρίως οι μεσαίες ομάδες στάτους που επηρεάζονται από τον τόπο κατοικίας τους,

¹¹ Η άμεση και στατιστικά σημαντική επίδραση της γειτονιάς στην επιλογή αυτοκινήτου που εντοπίζουν οι Grinblatt et al. (2008) στη Φιλανδία φαίνεται να ανήκει στο ίδιο υπόδειγμα ορατής κατανάλωσης.

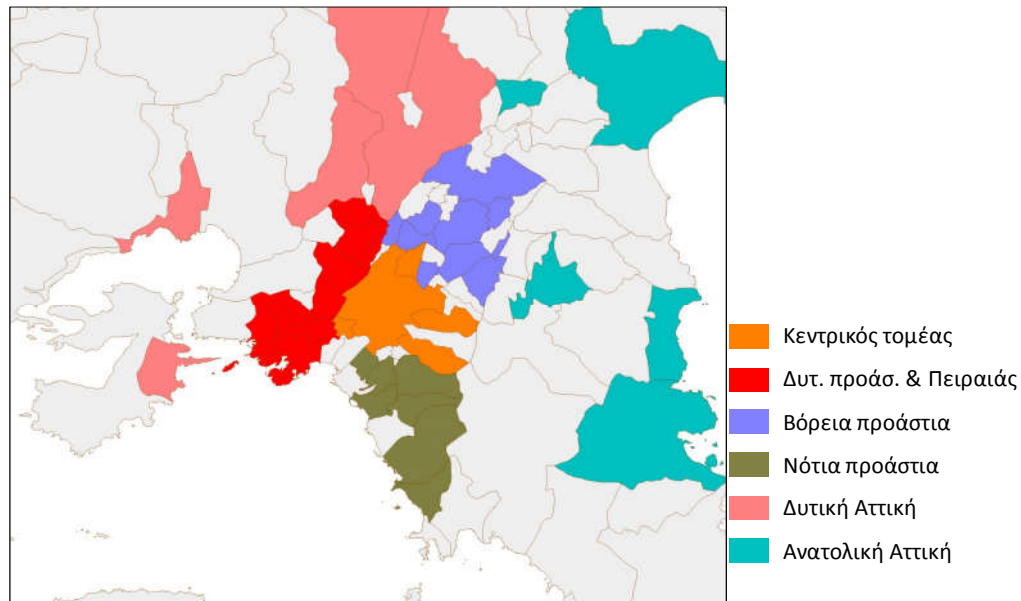
ενώ ταυτόχρονα εμφανίζεται ένα είδος χωρικής πόλωσης με τις ανώτερες-μεσαίες να επηρεάζουν τα πρότυπα των κατοίκων τους προς τα πρότυπα των ανώτερων και τις χαμηλότερες-μεσαίες να επηρεάζουν τα πρότυπα των κατοίκων τους προς τα πρότυπα των χαμηλότερων.

Η γεωγραφική κινητικότητα που συνεπάγονται οι καταναλωτικές δραστηριότητες συσχετίζεται με την κοινωνική διαστρωμάτωση, καθώς τα μέλη των ανώτερων ομάδων στάτους αποδεικνύονται περισσότερο κινητικά σε μικρή και μεγάλη απόσταση από τον τόπο κατοικίας τους. Αυτό σημαίνει ότι τα ανώτερα στρώματα έχουν την ευχέρεια να επιτύχουν τη διάκριση των πρακτικών τους και μέσω της επιλογής περισσότερων και πιο διαφοροποιημένων σκηνών κατανάλωσης, ενώ αντίθετα, τα χαμηλότερα στρώματα διεξάγουν τον δικό τους συμβολικό αγώνα σε πιο περιορισμένη ακτίνα. Το είδος της δραστηριότητας δεν είναι αδιάφορο ως προς αυτό, εφόσον η υψηλή κινητικότητα στην έξοδο για δείπνο διακρίνει περισσότερο τα ανώτερα στρώματα από όσο η υψηλή κινητικότητα στην αγορά ρούχων. Ταυτόχρονα, το γεγονός ότι ο βαθμός κινητικότητας επηρεάζεται από το στάτους της γειτονιάς δείχνει ότι για τα κατώτερα στρώματα η κατοίκηση σε περιοχές κατώτερου κύρους λειτουργεί ως επιπρόσθετος περιοριστικός παράγοντας. Από την άλλη μεριά η μετακίνηση σε μεγάλη απόσταση δεν πρέπει να ερμηνεύεται μονοσήμαντα ως μεγαλύτερη ευχέρεια επιλογών, καθώς μπορεί να αφορά μετακινήσεις που πραγματοποιούνται «αναγκαστικά», λόγω της περιορισμένης ανάπτυξης τοπικών αγορών κοντά στην περιοχή κατοικίας.

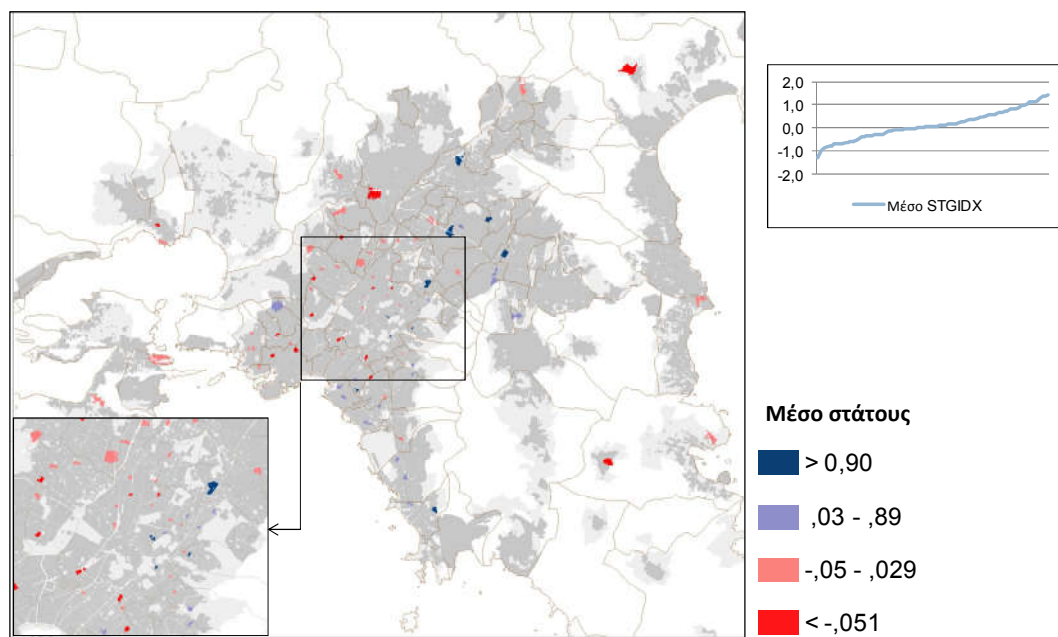
Ο τόπος κατοικίας φαίνεται όντως να συγκροτεί μία διάσταση του κοινωνικού, ανάμεσα ασφαλώς σε άλλες (Manderscheid, 2009). Η δομή των καταναλωτικών προτύπων επηρεάζεται, ανάμεσα σε άλλους παράγοντες, από τις πραγματικές ή προσδοκώμενες πρακτικές των γειτόνων. Είναι πιθανό αυτό το εύρημα να σχετίζεται με το κοινωνικό κεφάλαιο που αναπτύσσεται σε επίπεδο γειτονιάς ή και ευρύτερης περιοχής κατοικίας, μία διάσταση του κοινωνικού χώρου που παρότι τέθηκε από τον Bourdieu (1984) έτυχε λιγότερης προσοχής από όσο οι διαστάσεις του οικονομικού και πολιτιστικού κεφαλαίου. Το τοπικό κοινωνικό κεφάλαιο φαίνεται ότι μπορεί να αφορά τις κοινωνικές επαφές και τα δίκτυα μεταξύ ανθρώπων με παρόμοια θέση στην κοινωνική ιεραρχία, όπως δείχνει ιδιαίτερα η ενίσχυση των ανώτερων πρακτικών για τα άτομα ανώτερου στάτους που μένουν σε γειτονιές ανώτερου στάτους. Μπορεί όμως να αναπτύσσεται και μεταξύ ανθρώπων με διαφορετική θέση στην κοινωνική ιεραρχία, όπως φαίνεται να γίνεται με την ενίσχυση των λαϊκών πρακτικών στη βραδινή έξοδο για φαγητό και στην επιλογή ρούχων για τα άτομα της ομάδας στάτους II που μένουν σε γειτονιές χαμηλότερου στάτους. Ειδικά στην Αθήνα όπου η άνοδος στην κοινωνική ιεραρχία εξακολουθεί να μη συνοδεύεται απαραίτητα από μετεγκατάσταση σε άλλη περιοχή της πόλης (Maloutas, 2004), η ανάπτυξη αυτού του είδους κοινωνικού κεφαλαίου ευνοείται από τη γειτνίαση με ανθρώπους που δεν μοιράζονται παρόμοιες κοινωνικές θέσεις αλλά εξακολουθούν να διατηρούν συγγενικά και φιλικά δίκτυα σε τοπική βάση.

Το ότι είμαστε σε θέση να εντοπίσουμε στατιστικά σημαντική επίδραση της γειτονιάς με την έννοια του μέσου κοινωνικού στάτους των γειτόνων αλλά και (έστω σπανιότερα) της περιοχής κατοικίας με την έννοια ευρύτερων ιστορικά διαμορφωμένων οικιστικών περιοχών, μας καλεί σε περαιτέρω διερεύνηση των τοπικών μηχανισμών μετάδοσης και

ανταγωνισμού πολιτιστικών πρακτικών τόσο στην κατεύθυνση του κύρους του άμεσου κοινωνικού περιβάλλοντος, όσο και στην κατεύθυνση των πολιτιστικών συνδηλώσεων που παράγει η ιστορική γεωγραφία της πόλης.



Χάρτης 1. Γεωγραφική διασπορά του δείγματος κατά γεωγραφικούς τομείς.



Χάρτης 2. Κοινωνικοχωρική δομή του δείγματος κατά μέσο στάτους γειτονιάς.

Αναφορές

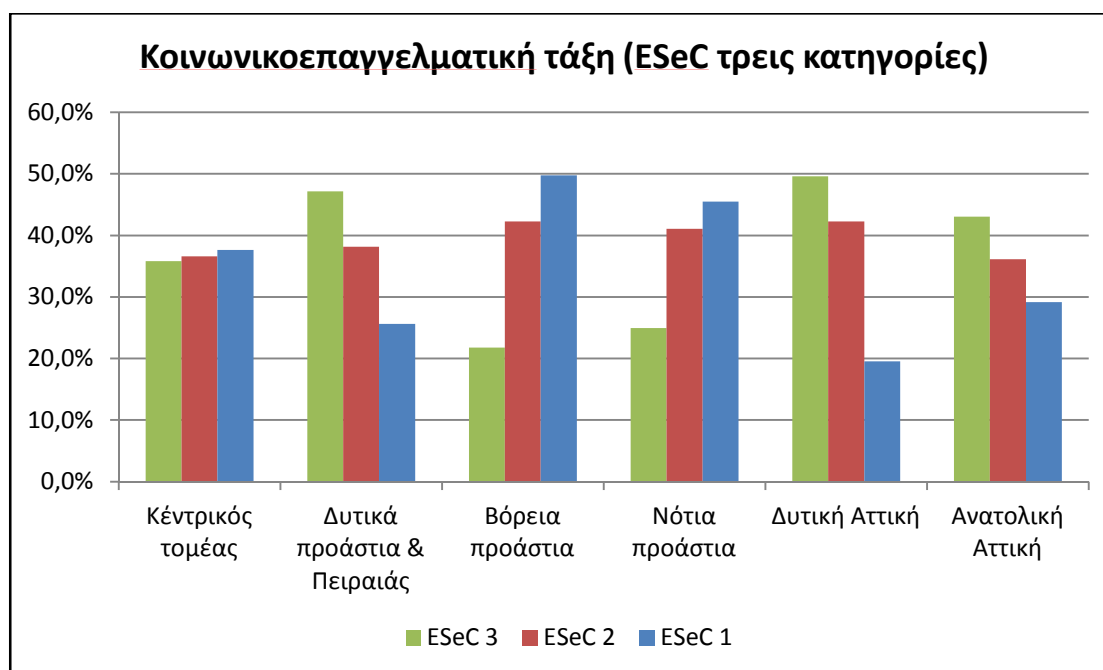
Arapoglou, V. and Maloutas T., 2011, "Segregation, inequality and marginality in context: The case of Athens", The Greek Review of Social Research, special issue 136 C', 135-55.

- Bauman, Z., 2005, *Work, Consumerism and the New Poor*, Berkshire, Open University Press.
- Bauman, Z., 2008, *Ζωή για Κατανάλωση*, μτφρ. Γ. Καράμπελα, Αθήνα, Πολύτροπον.
- Blasius, J. and Friedrichs, J., 2008, "Lifestyles in distressed neighborhoods: A test of Bourdieu's "taste of necessity" hypothesis", *Poetics*, 36, 24-44.
- Bourdieu, P., 1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, Harvard University Press.
- Bourdieu, P., 1987, "What makes a social class? On the teheoretical and practical existence of groups", *Berkeley Journal of Sociology*, 32, pp. 1-17.
- Bourdieu, P., 1990, *The Logic of Practice*, Trans. Richard Nice, Stanford, Stanford University Press.
- Chan T.W & Goldthorpe J.H., 2007, 'Class and status: the conceptual distinction and its empirical relevance', *American Sociological Review*, 72(4), pp. 512-532.
- Chan T.W. & Goldthorpe J.H., 2010a, "Social status and cultural consumption". In: Chan T.W. (ed.) 2010, *Social Status and Cultural Consumption*, Cambridge, New York, Melbourne, Cambridge University Press, pp.1-27.
- Chan T.W. & Goldthorpe J.H., 2010b," Social stratification of cultural consumption across three domains: music; theatre, dance and cinema; and the visual arts". In: Chan T.W. (ed.) 2010, *Social Status and Cultural Consumption*, Cambridge, New York, Melbourne, Cambridge University Press, pp. 204-231.
- Chan T.W., 2010, "The social status scale: its construction and properties". In: Chan T.W. (ed.) 2010, *Social Status and Cultural Consumption*, Cambridge, New York, Melbourne, Cambridge University Press, pp. 28-56.
- Chan T.W., Goldthorpe J.H., 2005, "The social stratification of theatre, dance and cinema attendance", *Cultural Trends*, 14(3), pp. 193-212.
- Fowler, B., 2007, *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations*, London, Sage.
- Grinblatt, M., Keloharju, M. and Ikäheimo, S., 2008, "Interpersonal effects in consumption: evidence from the automobile purchases of neighbors", *The Review of Economics and Statistics*, 90(4): 735-53.
- Maloutas, T., 2004, "Segregation and residential mobility: Spatially entrapped social mobility and its impact on segregation in Athens", *European Urban and Regional Studies*, 11(3), pp. 195-211.
- Maloutas, T., forthcoming 2016, "Socio-economic segregation in Athens at the beginning of the twenty-first century". In: Tammaru, T., Marcinczak, S., van Ham, M and Musterd, S. (eds) *Socio-economic Segregation in European Capital Cities*, Oxon-New York, Routledge.

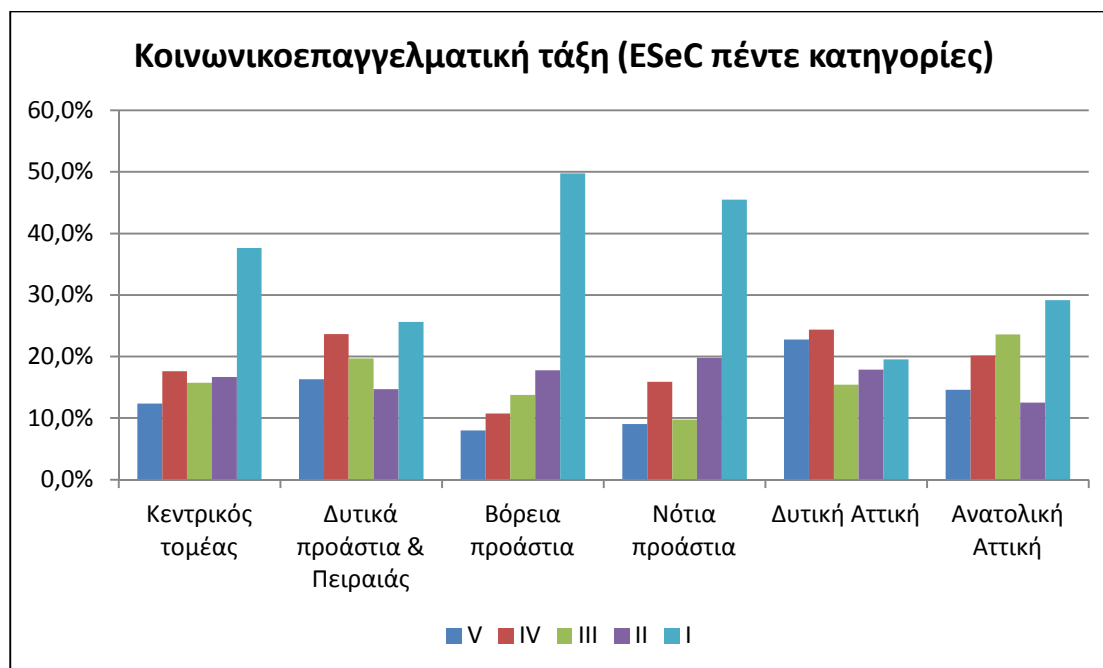
- Manderscheid, K., 2009, "Integrating space and mobilities into the analysis of social inequality", *Distinktion: Scandinavian Journal of Social Theory*, 10(1), 7 — 27.
- Massey, D., 1993, "Power-geometry and a progressive sense of place". In: Bird, J., Curtis, B., Putnam, T., Robertson G., and Tickner L. (eds) *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*, London: Routledge, 59–69.
- Peterson R., 1992, "Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore", *Poetics*, 21, pp. 243-258.
- Peterson, R.A., Anand, N., 2004, "The production of culture perspective", *Annual Review of Sociology*, 30, pp. 311–34.
- Savage, M., 2011, "The lost urban sociology of Pierre Bourdieu". In: Bridge, G. and Watson, S. (eds) *The Blackwell Companion to the City*, Oxford, Blackwell.
- Warde, A., Wright, D. and Gayo-Cal, M., 2007, "Understanding cultural omnivorousness: Or the myth of the cultural omnivore", *Cultural Sociology*, 1(2): 143–164.
- Weininger, E.B., 2005, "Pierre Bourdieu on social class and symbolic violence". Στο: Wright, E.O. (ed.) *Approaches to Class Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press.
- EKKE, 2015, «Κοινωνικοοικονομική τάξη, κοινωνική θέση και κατανάλωση», Τελική Έκθεση Εργασίας Αποτελεσμάτων, Έργο SECSTACON, Αθήνα, EKKE.
- Εμμανουήλ, Δ., 2014, «Πρότυπα πολιτισμικής κατανάλωσης και κοινωνική διαστρωμάτωση στην Αθήνα: Μερικά προκαταρκτικά γενικά συμπεράσματα», Ανακοίνωση στην Ημερίδα/Εργαστήριο του EKKE "Πολιτιστική κατανάλωση και Κοινωνικές Τάξεις», Αθήνα, 4 Νοεμβρίου 2014. Διαθέσιμο στο: [http://www.ekke.gr/secstacon/MATERIAL/Politismika_protropa_kai_koinonikh_diastromatosi_stin_Athina_EKKE.pdf]. Τελευταία προσπέλαση: 17/8/2015.
- Εμμανουήλ, Δ., 2015α, «Κοινωνικοοικονομικές τάξεις και στρώματα status στην Αθήνα: μια διερεύνηση της Νέο-Βεμπεριανής προσέγγισης με τα διαθέσιμα σύνολα δεδομένων». Στο: Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ. και Σουλιώτης, Ν. (επιμ.) *Κοινωνικές Τάξεις και Κατανάλωση*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Εμμανουήλ, Δ., 2015β, «Οι πολιτιστικές και υλικές διαστάσεις της κατανάλωσης και η σχέση με την κοινωνική διαστρωμάτωση: Η περίπτωση της εξόδου για βραδινό φαγητό». Στο: Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ. και Σουλιώτης, Ν. (επιμ.) *Κοινωνικές Τάξεις και Κατανάλωση*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.
- Καυταντζόγλου, Ρ. και Εμμανουήλ, Δ. (2015) «Πολιτιστική κατανάλωση και κοινωνική διαστρωμάτωση: Η κατανάλωση κινηματογραφικών ταινιών». Στο: Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ. και Σουλιώτης, Ν. (επιμ.) *Κοινωνικές Τάξεις και Κατανάλωση*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.

Σουλιώτης, Ν. και Εμμανουήλ, Δ., 2015, «Πολιτιστική κατανάλωση και κοινωνική διαστρωμάτωση: Η περίπτωση της μουσικής». Στο: Εμμανουήλ, Δ., Καυταντζόγλου, Ρ. και Σουλιώτης, Ν. (επιμ.) *Κοινωνικές Τάξεις και Κατανάλωση*, Αθήνα, Αλεξάνδρεια.

Παράρτημα Ι. Κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των περιοχών κατοικίας του δείγματος της έρευνας



Κοινωνικοεπαγγελματική κατηγορία ESeC (9 κατηγορίες)	ESeC (3 κατηγορίες)
1 Μεγάλοι εργοδότες, ανώτεροι μάντζερ & επαγγελματίες	ESeC 1
2 Κατώτεροι μάντζερ & επαγγελματίες, ανώτεροι επόπτες/τεχνικοί	ESeC 1
3 Ενδιάμεσα επαγγέλματα (ανώτεροι υπάλληλοι ρουτίνας)	ESeC 2
4 Μικροί εργοδότες και αυτοαπασχολούμενοι (εκτός γεωργίας)	ESeC 2
5 Μικροί εργοδότες και αυτοαπασχολούμενοι (γεωργία κλπ)	ESeC 2
6 Κατώτεροι τεχνικοί και επόπτες	ESeC 2
7 Κατώτεροι υπάλληλοι ρουτίνας στο εμπόριο & υπηρεσίες	ESeC 3
8 Κατώτερα τεχνικά επαγγ. (ειδικευμένοι χειρώνακτες)	ESeC 3
9 Εργάτες ρουτίνας (ημι-ειδικευμένοι & ανειδίκευτοι)	ESeC 3



Κοινωνικοεπαγγελματική κατηγορία ESeC (9 κατηγορίες)	ESeC (5 κατηγορίες)
1 Μεγάλοι εργοδότες, ανώτεροι μάνατζερ & επαγγελματίες	ESeC 1
2 Κατώτεροι μάνατζερ & επαγγελματίες, ανώτεροι επόπτες/τεχνικοί	ESeC 1
3 Ενδιάμεσα επαγγέλματα (ανώτεροι υπάλληλοι ρουτίνας)	ESeC 2
4 Μικροί εργοδότες και αυτοαπασχολούμενοι (εκτός γεωργίας)	ESeC 3
5 Μικροί εργοδότες και αυτοαπασχολούμενοι (γεωργία κλπ)	ESeC 3
6 Κατώτεροι τεχνικοί και επόπτες	ESeC 2
7 Κατώτεροι υπάλληλοι ρουτίνας στο εμπόριο & υπηρεσίες	ESeC 4
8 Κατώτερα τεχνικά επαγγ. (ειδικευμένοι χειρώνακτες)	ESeC 4
9 Εργάτες ρουτίνας (ημι-ειδικευμένοι & ανειδίκευτοι)	ESeC 5

