

Sławomir Czapnik
Uniwersytet Opolski

Przyczynek do marksistowskiej krytyki prywatnego automobilizmu

Słowa kluczowe: samochód, automobilność, kapitalizm, Paul Virilio, Erich Fromm

Wprowadzenie

Jeżeli rację ma Stanisław Rainko, że najtrwalszą spuścizną filozoficzną Karola Marksa są jego dwie filozofie – filozofia praktyki i filozofia krytyki¹ – niniejszy artykuł jest utrzymany nie tylko w kręgu myśli marksistowskiej, lecz zgoła Marksowskiej. Prywatny samochód w kapitalizmie odgrywa niepoślednią rolę – przynajmniej od stu lat. Motoryzacja była, jest i w przewidywalnej przyszłości będzie jednym z kół zamachowych współczesnego systemu opartego na reżimie prywatnego zawłaszczania wartości dodatkowej.

Nader znamienne jest, że w połowie drugiej dekady XXI stulecia najwięcej samochodów sprzedaje się już nie w ojczyźnie motoryzacji i wiodącego od dziesiętków lat kraju kapitalistycznego, Stanach Zjednoczonych, lecz w *de nomine* komunistycznych Chinach, państwie, które od końca ubiegłego wieku wzięło na siebie rolę globalnego producenta i lidera światowego wzrostu gospodarczego. W pierwszej połowie 2015 roku w Chińskiej Republice Ludowej zarejestrowano

¹ S. Rainko, *Marks. Dwie filozofie*, Warszawa 2015, s. 9–146.

prawie milion więcej nowych aut niż w USA (9 446 800 wobec 8 485 500)². Poszerzona i pogłębiona interpretacja tej statystyki daleko wykracza poza ramy tych rozważań, jednak zdaje się ona być swoistym *signum temporis*: Chińczycy (nawet biorąc poprawkę na ich znacznie większą od amerykańskiej populację) są coraz bliżej spełnienia amerykańskiej obietnicy upowszechnienia masowej konsumpcji, której nieodrodnym składnikiem jest symbolizujący indywidualizm prywatny samochód.

Przypomnijmy, że Michael Hardt i Antonio Negri w – równie głośnym, co budzącym zasadne wątpliwości – *Imperium* określali gruntowne zmiany w gospodarce kapitalistycznej przez pryzmat producentów samochodów – amerykańskiego Forda i japońskiej Toyoty. Ich zdaniem w pracy fabrycznej model fordowski został zastąpiony przez toyotowski. W erze fordowskiej masowy wytwórca zestandaryzowanych dóbr mógł liczyć na adekwatny popyt i nie musiał „wsłuchiwać się” w rynek. Toyotyzm opiera się za odwrotnym założeniu: planowanie produkcji komunikuje się z rynkiem nieustannie i bezzwłocznie³. Nie jest również przypadkiem, że Beverly J. Silver przedstawia w *Globalnym proletariacie* wieloletnie tendencje w ruchach robotniczych w światowym przemyśle motoryzacyjnym – nie bez racji uznanym przez nią za wiodący – wychodząc z przesłanki metodologicznej, w myśl której „pracowników i ruchy pracownicze z różnych państw/regionów łączy globalny podział pracy i ogólnoswiatowe procesy polityczne”⁴.

Artykuł rozpoczyna się od przybliżenia myśli Paula Virilio, który przedmiotem swych analiz uczynił prędkość i politykę, zagadnienie mobilności i kontroli. Następnie zwróci się uwagę na to, co o samochodzie i prywatnej motoryzacji miała do powiedzenia szkoła frankfurcka – na przykładzie Ericha Fromma⁵. Kolejna część tekstu zarysowuje znaczenie samochodu w Stanach Zjednoczonych, odczytnie automobilizmu. Na koniec autor przybliży kulturę krytykę automo-

² H. Bekker, 2015 (*January to June*) *International: Worldwide Car Sales*, „Car Sales Statistics”, www.best-selling-cars.com/international/2015-january-to-june-international-worldwide-car-sales/ (7.09.2015).

³ M. Hardt, A. Negri, *Imperium*, Warszawa 2005, s. 309–310.

⁴ B.J. Silver, *Globalny proletariat. Ruchy pracownicze i globalizacja po 1870 r.*, Warszawa 2009, s. 51.

⁵ Należy pamiętać, że praktycznie wszyscy czołowi przedstawiciele szkoły frankfurckiej – od Theodore’a W. Adorno i Maxa Horkheimera, przez Waltera Benjamina, po Herberta Marcusego – mogą inspirować krytykę automobilizmu.

bilizmu ze strony alternatywnego artysty ukrywającego się pod pseudonimem Jello Biafra.

Paul Virilio: ruch i kontrola

Virilio zwraca uwagę, że rewolucyjnym oddziałom, ale również podejrzanym grupom z przedmieść, idzie o zajęcie ulicy – a nie konkretnych budynków. Mało kto ujął to bardziej dobitnie niż Joseph Goebbels, który – w kontekście walk naziistów z marksistami w roku 1931 – stwierdził, że zajęcie ulicy jest równoznaczne ze zdobyciem państwa. Jak zatem zastanawia się francuski myśliciel:

Czyżby asfalt stanowił terytorium polityczne? Czy burżuazyjne państwo, jego władza są ulicą, czy też są *na* ulicy? Czy jego potencjalna siła i terytorium aktualizują się w miejscach wzmożonego krążenia, na drogach szybkiego ruchu⁶.

Hitlerowcy po zdobyciu władzy zaoferowali robotnikom sport i transport, uznając, że można opróżnić ulice, obiecując każdemu autostrady. Narodowo-Socjalistyczny Korpus Samochodowy przyczynił się do zmotoryzowania niemieckiej armii, wzmagając potencjał sił szturmowych⁷. Zdaniem Virilio w toku dziejów klasyczna opozycja między wsią a miastem ustąpiła opozycji między spoczynkiem a ruchem. Systemy transportu miejskiego stały się synonimem rewolucji.

Powtórzmy za francuskim myślicielem, że

stworzona przez seryjną produkcję samochodów (od roku 1914 w fabrykach Forda) możliwość przemieszczania się sama może stać się formą ataku społecznego, rewolucją wystarczającą do zmiany po raz kolejny stylu życia obywateli poprzez przemianę wszystkich ich potrzeb konsumpcyjnych idącą w parze z całkowitym przekształceniem terytorium państwa, które u zarania XX wieku, o czym nie należy zapominać, posiadało sieć drogową długości zaledwie 400 kilometrów⁸.

Cywilizacja zachodnia objęła panowanie nad światem mimo niskiego poziomu zaludnienia, okazała się bowiem szybsza. Człowiek zachodni przeżył ludobójstwa i czystki etniczne, gdyż towarzyszyła mu nie tylko siła i żywotność, lecz także prędkość, która pozwalała utrzymać się przy życiu. Uzyskanie uprzy-

⁶ P. Virilio, *Prędkość i polityka*, Warszawa 2008, s. 10.

⁷ *Ibidem*, s. 37, 39, 40.

⁸ *Ibidem*, s. 39.

wilejowanego stanowiska obserwacyjnego wyprzedza przywileje wynikające z pochodzenia lub pozycji majątkowej, opiera się na panowaniu nad trajektoriami ruchu i wszelkimi kanałami transportu – lądowego, wodnego i powietrznego. Amerykańskie metody handlowe odniosły ogromny sukces w Europie epoki I wojny światowej, gdyż ówczesny konflikt zbrojny wiązał się z wielkimi wyzwaniem logistycznymi. Francuska armia ruszała do boju z czterystoma cysternami paliwa, Amerykanie posiadali ich ponad dwadzieścia pięć tysięcy. Okazało się zatem, że rynek jest tworzony przez metodę dostarczenia towaru, a nie sam w sobie przedmiot konsumpcji⁹.

Enrico Berlinguer, przywódca Włoskiej Partii Komunistycznej, zauważył w roku 1977:

idzie nam o zburzenie mitu prywatnego samochodu oraz o zreorganizowanie miast. *Rozwiązanie problemu transportu powinno doprowadzić do radykalnej zmiany mechanizmów państwowych za pomocą przekształcenia charakteru przedsiębiorczości*¹⁰.

Po niespełna czterech dziesięcioleciach można mieć przeświadczenie graniczące z pewnością, że mit prywatnego samochodu jest wciąż żywotny i niewiele wskazuje, by w najbliższej przyszłości cokolwiek miałoby się w tej dziedzinie zmienić.

Wynaleźć samochód, pisze Virilio, to wynaleźć karambol drogowy:

Jeśli weźmiemy za przykład dziedzinę prywatnego ruchu samochodowego, to okaże się, że banalizacja hekatomb na drogach stanowi freudowski dowód, że akumulacja [nagromadzenie] wypadków drogowych w znacznej mierze pozbawia te zdarzenia „przypadkowości”, a liczne systemy bezpieczeństwa, w jakie wyposażone są nasze auta, niczego tu nie zmieniają – w XX wieku WYPADEK PRZERODZIŁ SIĘ W PRZEMYSŁ CIĘŻKI¹¹.

Kolejny cytat również nie wymaga komentarza:

Otóż arogancka przewaga, jaką przyznajemy procesowi produkcji, niejako „zaklina” starą dialektykę: metoda produkcji – metoda destrukcji (a nie tylko *konsumpcji*), obowiązującą w społecznościach epoki preindustrialnej. Produkcja jakiegokolwiek „substancji” łączy się nierozzerwalnie z „produkcją” typowego „wypadku”,

⁹ *Ibidem*, s. 66, 97, 141, 142.

¹⁰ *Ibidem*, s. 161.

¹¹ P. Virilio, *Wypadek pierwotny*, Warszawa 2007, s. 21.

więc usterka lub niesprawność nie powinna być postrzegana jako zakłócenie produkcji, lecz jako *produkcja specyficznej niesprawności*, czy wręcz jako częściowa lub totalna destrukcja. Zmieniając tak zasadniczo perspektywę, moglibyśmy skupić się na *futurologii wypadku*¹².

Zdaniem Virilio automobiliści są kierowcami testowymi nowoczesnych technologii. Narażają oni, co zakrawa na paradoks, życie własne i innych, aby dowieść bezpieczeństwa towaru, a także jego sprawności. Przekraczanie dozwolonej prędkości jest ściśle zespolone z rozwojem przemysłu samochodowego, wiążąc się ze swobodnym korzystaniem z przestrzeni narodowej. Klimatyzowane pojazdy odcinają nas od rytmów przyrody, wysokiej czy niskiej temperatury, co koniec końców może sprzyjać próbie likwidacji pór roku i zastąpienia ich umiarkowanymi temperaturami globalnej klimatyzacji. Nie sposób wykluczyć, że planeta nie zniesie kolejnych porażek postępu, szkód ubocznych, wynikających z przyspieszenia dziejów ludzkości¹³.

Francuski myśliciel przestrzega przed

niszczycielskim działaniem *ciśnienia dromosferycznego*, i to nie tylko na historię i geografę, lecz także ekonomię polityczną demokracji podporządkowanej DROMOKRACJI maszyn, maszyn wytwarzających stopniową destrukcję, a tworzących jedność z machiną wojenną¹⁴.

Prawdę współczesnej nauki, twierdzi Virilio, stanowi nie tyle zasięg postępu, co rozmiary katastrof technologicznych, które ona wywołuje. Być może spełniają się przewidywania Edgara Allana Poe, który przestrzegał na początku XIX wieku – a zatem sto lat przed powstaniem przemysłu samochodowego – przed pychą człowieka, którego dotknęło zidiocenie. Apoteozowana technika spętała łańcuchami umysły, które ją wyprodukowały¹⁵.

¹² *Ibidem*, s. 94.

¹³ *Ibidem*, s. 111, 116, 128.

¹⁴ *Ibidem*, s. 131.

¹⁵ P. Virilio, *Bomba informacyjna*, Warszawa 2006, s. 7, 94.

Erich Fromm: bożek technologii automobilizmu

Fromm zauważa w *Mieć czy być?*, że

[d]uch podboju i wrogości zaślepił nas do tego stopnia, że przestaliśmy zwracać uwagę na fakt, iż zasoby naturalne są ograniczone i ostatecznie mogą się wyczerpać, a sama przyroda zwalczać zacznie ludzkich drapieżców. (...) Ludzie znajdują dzisiaj upodobanie w rzeczywistości mechanicznej, w potędze maszyny, we wszystkim, co pozbawione życia, a nadto – coraz bardziej – w niszczeniu¹⁶.

Wydaje się, że wiara w potęgę samochodu, bożka, który co roku na świecie pochłania setki tysięcy ofiar, a miliony czyni inwalidami, doskonale obrazuje powyższy mechanizm. Jest w tym coś aroganckiego i paradoksalnego, lecz wiele reklam samochodów wykorzystuje wizerunki przyrody, choć to właśnie one przyczyniają się do jej zatrucia. Można uznać, że przyroda oglądana z okien aut jest nie podmiotem, nie warunkiem *sine qua non* istnienia gatunku ludzkiego, lecz przedmiotem podboju. Dodajmy, że ujarzmianie natury nieomal zawsze współtowarzyszy ujarzmianiu innych ludzi, supremacji nad nimi. W pewnych sytuacjach ma to charakter dosłowny, co stoi u podstawy sukcesu sportowych terenówek (*Sport Utility Vehicles*, SUV), o których będzie mowa w dalszej części artykułu.

Fromm uznaje samochód – obok telewizji, podróży i seksu – za główny przedmiot współczesnego konsumeryzmu. Jego zdaniem są to nie aktywności czasu wolnego, lecz raczej pasywności wolnego czasu. Konsumpcja jest kluczową formą posiadania. Ma niejednoznaczne własności – z jednej strony uwalnia od niepokoju (skonsumowanego towaru nie można nam już odebrać), z drugiej jednak wymaga coraz dalej idącego konsumowania, aby zaspokoić nienasycone i nienasykalne pragnienie¹⁷. Wątek ten rozwinął Zygmunt Bauman. Zwraca on uwagę, że społeczeństwo konsumpcyjne odrzuca wszelkie ograniczenia konsumpcji, mające źródła w etyce i/lub religii. Przestaje ona mieć dawniejszy, instrumentalny charakter, nie ma już na celu zaspokajania potrzeb. Współcześnie konsumpcja nie musi się uzasadniać niczym innym niż przyjemnością – skądinąd złudną – którą niesie. Klasyczne psychologiczne definicje potrzeby określają ją jako stan napięcia ulegający rozładowaniu w chwili zaspokojenia. Jak wyjaśnia

¹⁶ E. Fromm, *Mieć czy być?*, Poznań 2009, s. 20.

¹⁷ *Ibidem*, s. 46.

Bauman, „[s]połeczeństwo konsumpcyjne głosi niemożność zaspokojenia i własny postęp mierzy stale rosnącym pożądaniem”¹⁸.

Warto przytoczyć dłuższy fragment wywodów Fromma, które nie wymagają bynajmniej komentarza – ich trafność, przynajmniej zdaniem piszącego te słowa, nie podlega dyskusji. Przedstawiciel szkoły frankfurckiej pisze:

Najbardziej uderzającym przykładem współczesnego fenomenu konsumpcyjnego kupowania jest najprawdopodobniej prywatny samochód. Wiek nasz pragnie nosić miano „wieku samochodu”, albowiem całą ekonomię zbudowaliśmy wokół wytwarzania samochodów, a całe nasze życie w ogromnym stopniu determinuje powstanie i upadek samochodowego rynku. Tym, którzy go posiadają, samochód wydaje się życiową koniecznością, dla tych, którzy go nie mają, w szczególności np. dla ludzi z tzw. krajów socjalistycznych, jest symbolem szczęścia. Najwidoczniej jednak uczucie, jakim darzymy własny pojazd, nie należy do trwałych i głębokich, lecz jest raczej miłością przelotną, albowiem zmieniamy samochody często – po dwu latach, czasami nawet po upływie roku samochód zaczyna nas nudzić, mówimy „ten stary samochód” i już zaczynamy rozglądać się za możliwością zrobienia „dobrego interesu” na kupnie nowego. Od rozpoznania walorów poszczególnych samochodów aż do nabycia cała transakcja traktowana jest jako gra, w której nawet oszustwo jest dopuszczane, a sam „dobry interes” przysparza równie dużo radości, jeśli nie więcej, niż ostateczna nagroda – nowy model stojący na podjeździe¹⁹.

Fromm wyjaśnia pozorną sprzeczność między posiadaniem auta a nader krótkim okresem dostarczanej przezeń radości. Po pierwsze, relacja właściciela ze swym samochodem zawiera element depersonalizacji – auto to symbol statusu, rozszerzenie poczucia siły, sposób na podbudowanie ego. Zakup samochodu oznacza zakup nowego elementu własnej tożsamości. Po drugie, nabywanie nowego samochodu zanim poprzedni się zestarzeje – czyli na przykład co dwa, a nie sześć lat – wzmacnia emocje, które towarzyszą zakupowi. Zdobywanie nowego samochodu wzmaga poczucie sprawowania kontroli. Po trzecie, częste nabywanie auta oznacza okazje do „zrobienia interesu” (osiągnięcia zysku w wyniku wymiany), co rodzi zadowolenie. Po czwarte, ważna jest potrzeba doświadczania nowych bodźców, stare bowiem szybko wyczerpują swoją atrakcyjność. Po piąte (i najważniejsze), samochód jest świadectwem zmiany charakteru społecznego – jakkolwiek nadal kluczowe znaczenie ma orientacja na posiadanie, to jednak

¹⁸ Z. Bauman, *Społeczeństwo w stanie obłąkania*, Warszawa 2006, s. 212.

¹⁹ E. Fromm, *Mieć czy...*, s. 103–104.

uległa ona modyfikacji – od podejścia zbierackiego do podejścia merkantylnego²⁰.

Przemysł, telewizja, nawyki konsumpcyjne oddają hołd indywidualności osób, którymi manipulują. Podkreśla się indywidualną wymowę towarów, rzekome różnice między markami samochodów czy papierosów, które w gruncie rzeczy są takie same, służą kreowaniu iluzji o indywidualnym mężczyźnie i indywidualnej kobiecie, z własnej woli wybierającym takie, a nie inne „indywidualne” produkty. Taka indywidualność, uwypukla Fromm, w najlepszym wypadku jest jedną z mało istotnych różnic, ponieważ we wszystkich swoich istotnych cechach, zarówno towary, jak i ludzie, stracili całą indywidualność. Indywidualność pielęgnuje się jako drogocenną własność, choć zwykle składa się na nią wiele mało istotnych różnic. Tym małym, trywialnym odmiennostom nadaje się wymiar bardzo znaczących cech²¹.

Współczesny człowiek jest istotą bardzo bezsilną w swoich relacjach ze światem. Wydaje się potężny, gdyż w niespotykanym stopniu opanował przyrodę. Jednakże dominacja ta ma całkowicie wyalienowany charakter – jest rezultatem działań „megamaszyny” (pojęcie ukute przez Louisa Mumforda)²², która pozwala mu osiągnąć tak wiele, robiąc tak niewiele i tak nieprawdziwie żyjąc. Człowiek żyje w symbiotycznej zależności od świata maszyn. Bez nich staje się bezradny niczym małe dziecko. One oddają mu swoją siłę, w zamian za co on oddaje im cześć. Fromm zauważa, iż:

Kiedy w dawnych czasach człowiek wierzył, że jego idole obdarzają go siłą, była to czysta iluzja. Projektował swoją siłę w bożka, w zamian otrzymywał część wydanej mu mocy. Przy czczeniu maszyny sprawa ta przedstawia się w ten sam sposób. Oczywiście, Baal i Astarte byli tylko tym, co myślał o nich człowiek. (...) Jednakże maszyna nie jest tylko nieefektywnym kawałkiem metalu; tworzy ona świat użytecznych rzeczy. Człowiek w istocie jest od nich zależny. Ale podobnie jak z innymi idolami, to on je wynalazł, zaplanował i zbudował; są one wytworem jego wyobraźni, wyobraźni technicznej, która w połączeniu z nauką była w stanie wytworzyć świat rzeczy, które są naprawdę skuteczne, ale które w końcu stały się jego władcami²³.

²⁰ *Ibidem*, s. 104–105.

²¹ E. Fromm, *O sztuce istnienia*, Warszawa–Wrocław 1997, s. 95.

²² L. Mumford, *The Myth of Machine: Techniques and Human Development*, New York 1967.

²³ E. Fromm, *O sztuce...*, s. 105.

Podział własności na prywatną i publiczną (znacjonalizowaną i uspołecznioną), przekonuje Fromm, jest niewystarczający i wprowadza w błąd. Najbardziej liczy się to, czy własność jest funkcjonalna (nieeksploatatorska), czy też martwa (eksploatatorska). Przedstawiciel szkoły frankfurckiej dokonuje podziału na własność funkcjonalną i niefunkcjonalną (martwą) – przy czym mogą one występować w formie czystej lub mieszanej. Ta druga znajduje swą prawomocność w podboju lub prawie (ale samo prawo także opiera się na sile – państwowym monopolu przemocy – więc pod tym względem różnica pomiędzy własnością zagrąbioną a własnością prawnie usankcjonowaną jest względna). Te same przedmioty mogą przybrać formę własności funkcjonalnej, jak i też martwej. Kluczowe znaczenia ma to, czy posiadanie jest narzędziem służącym ożywieniu zasobów życia i produktywności, czy też służy pasywno-receptywniej konsumpcji²⁴. Ważność tego rozróżnienia można wyjaśnić na przykładzie – kontrastowym zestawieniu luksusowej limuzyny należącej do chińskiego państwowego koncernu (a oddanym w użytkowanie „komunistycznemu” kapitaliście, wysokiej rangi przedstawicielowi firmy) i prywatnej floty autobusów jeżdżących pod marką Polski Bus (kapitał zagraniczny). Państwowa limuzyna przynależy do własności martwej, służąc zaspokajaniu zachcianek użytkownika, wożąc nie tylko jego, lecz córkę na lekcje angielskiego (wszak ma studiować ekonomię na prestiżowej amerykańskiej uczelni z Ivy League), a psa – do fryzjera. Autobusy wypełniają natomiast funkcję transportu publicznego, zmniejszając tym samym ruch na drogach, gdyż przemieszczanie się między dużymi polskimi miastami – czy też stolicami Niemiec, Austrii i Czech – jest stosunkowo tanie i w miarę komfortowe.

Amerykański (C)ARmagedon

Jak nie bez racji zauważa Herbert I. Schiller:

Prywatyzm w każdej dziedzinie życia uważa się za rzecz normalną. Amerykański styl życia, od najdrobniejszych szczegółów do najgłębiej odczuwalnych przekonań i praktyk, odzwierciedla egocentryczny pogląd na świat, co z kolei jest dokładnym odbiciem struktury gospodarki. Marzeniem przeciętnego Amerykanina są między innymi: własny środek transportu, domek jednorodzinny i własna firma. Pozostałe instytucje (...) są oczywistymi, jeśli nie naturalnymi cechami prywatnie zorganizowanej gospodarki²⁵.

²⁴ *Ibidem*, s. 115, 113.

²⁵ H.I. Schiller, *Sternicy świadomości*, Kraków 1976, s. 24.

Samochód – coraz szybszy, coraz większy, coraz cichszy, a niekiedy emitujący coraz mniej spalin – to element świata technologii, świadectwo jego ciągłego wzrastania mylnego z postępem. To maszyna, która od ponad stulecia się zmienia (w ostatnich latach wielu kierowców całkowicie uzależniło się od nawigacji, obecnie zaś testuje się auta kierowane przez komputer) – choć, jak można sądzić, działa tu zasada di Lampedusy: zmieniać wszystko, aby wszystko pozostało takie samo. Powyższe zmiany mają charakter ściśle technologiczny. Nowoczesna technika zachęca ludzi do udziału w rytuale kontroli, gdzie fascynacja techniką mistyfikuje podstawowe czynniki polityki i siły²⁶.

Podobnie jak wiele innych osiągnięć technologicznych w USA, automobil nader często postrzegano jako ze wszech miar dobry albo wcielone zło. Dobitnie świadczy o tym fragment artykułu wstępnego inauguracyjnego numeru „The Horseless Age” z roku 1895:

Często powtarza się, że cywilizacja może być oceniana przez pryzmat swoich środków transportu. Jeżeli to prawda, a zdają się to potwierdzać obecne fakty i świadectwo historii, to nowa cywilizacja, tocząca się w powozach bez koni będzie wyższa od tej, której obecnie doświadczamy²⁷.

Po I wojnie światowej Henry Ford i Alfred Sloan z General Motors przenieśli świat produkcji z wielowiekowych tradycji rzemieślniczych (związanych głównie z europejskimi zakładami) do epoki produkcji masowej, co w niemałym stopniu stało się przyczyną amerykańskiej przewagi gospodarczej. W połowie XX wieku Peter Drucker określił przemysł samochodowy mianem przemysłu przemysłów (*the industry of industries*)²⁸. Ford Model T, do końca lat 20. symbol automobilizmu, był żegnany niczym ważna persona – jego nekrologi pojawiły się w rozlicznych czasopismach i dziennikach, włącznie z „The New Yorkerem” i „The New York Times Magazine”²⁹.

Już w drugiej i trzeciej dekadzie XX wieku było oczywiste, że samochody zmieniają na zawsze życie zwykłego Amerykanina. Z czasem autostrady stały się

²⁶ *Ibidem*, s. 235–236.

²⁷ H.P. Segal, *Future Imperfect. The Mixed Blessings of Technology in America*, Amherst 1994, s. 27.

²⁸ J.P. Womack, D.T. Jones, D. Roos, *The Machine That Changed the World*, New York 1990, s. 11.

²⁹ M.L. Berger, *The Automobile in American History and Culture. A Reference Guide*, West Port–London 2001, s. 163.

także czymś więcej niż drogami – utworzyły rynek o milionach mil długości i miliardach dolarów wartości, przesyceny wszechdobylskimi reklamami. Broadway, Piąta Aleja i Main Street mogły kiedyś być komercyjnymi ośrodkami biznesu i handlu, lecz w epoce samochodu wszystkie autostrady służyły tej funkcji. Autostrada (*the highway*) stała się drogą zakupów (*the „buyway”*)³⁰.

Samochód można potraktować jako pierwszorzędne świadectwo losu ludzi w „społeczeństwie technologicznym” (*technological society*), czyli społeczeństwie, w którym technologia stała się nie tylko materialną podstawą społeczeństwa, lecz również jego społecznym i ideologicznym modelem. Daje się wyodrębnić proces zmiany postaw wielu Amerykanów wobec technologii: od technologii jako rozwiązania wszelkich problemów do technologii jako problemu zarówno społecznego, jak i technicznego. Przynajmniej do początku lat siedemdziesiątych XX wieku przygniatająca większość Amerykanów była przychylna samochodom, choć nie całkowicie bezkrytyczna. Oceniała je jako oznakę postępu – często jego ucieleśnienie, choć nie zawsze chętnie płacili cenę za ten „postęp”. Jak na ironię, najbardziej srodzy krytycy nowoczesnej technologii rzadko odrzucali poruszanie się autami, które znalazły się w gronie innych środków technologicznych (pociągu, samolotu itp.), służących rozpowszechnieniu przekazu o złu nowoczesnych technologii. Samochód można postrzegać jako główny środek pogodzenia zjawisk, które na co dzień wydają się nie do pogodzenia: wsi i miasta, rolnictwa i przemysłu, a także – co najważniejsze w naszych czasach – ideologii „antytechnologicznych” i „protechnologicznych”³¹.

Samochód to podstawowy przykład tego, co Howard P. Segal określa mianem amerykańskiej akomodacji do rozwoju technologicznego. Przez akomodację autor rozumie stopniową akceptację zmiany technologicznej, niekoniecznie radosną, przeciwstawioną zdecydowanej opozycji wobec takiej zmiany symbolizowanej przez angielskich luddystów, czy też „niszczycieli maszyn” (*machine breakers*) z początków XIX wieku. Znaczny odsetek Amerykanów cechuje specyficzny i całościowy konserwatyzm (*complex conservatism*) wobec postępu technicznego. Technologiczny rozwój był promowany, nawet jeśli nie powszechnie akceptowany, gdy pozwalał Amerykanom osiągnąć zmianę bez fundamentalnej zmiany ich podstawowych instytucji i wartości. Samochód miał sprzyjać istniejącemu indywidualizmowi, mobilności, prywatności czy też demokratycznej

³⁰ C. Gudis, *Buyways. Billboards, Automobiles, and the American Landscape*, London–New York 2004, s. 1.

³¹ H.P. Segal, *op.cit.*, s. 28.

wolności – to jedynie niektóre spośród nieprzebranych przykładów tej orientacji ku przyszłości. Z tego względu właściwe zrozumienie historii amerykańskiej technologii wymaga postrzegania jej jako raczej odzwierciedlenia niż czynnika kształtowania społeczeństwa i kultury, od których one zależą. To samo jest prawdą w odniesieniu do wszystkich innych społeczeństw, wbrew powszechnie przyjętemu przekonaniu, że technologia sama w sobie przekształca w ten czy inny sposób każde społeczeństwo³².

Trafnie ujmuje to Virilio:

W amerykańskiej popkulturze technologie ciała i duszy osiągają najwyższy i najbardziej niesamowity poziom wyrafinowania. Jak zdążyliśmy się już przekonać, ciało pozbawione duszy to ciało wspomagane protezami technicznymi, nie należy przy tym zapominać, zwłaszcza w kontekście Stanów Zjednoczonych, o etymologii słowa „wygoda”, które w języku starofrancuskim oznaczało *wsparcie* i *pomoc*, a więc odwołuje się ono do dawnego społecznego bestiarusza ciał uchwycionych w ruchu, wyprawionych w drogę³³.

Reklama samochodów, od wielu dekad rozwijana w Stanach Zjednoczonych, skupia się na różnorodnych ludzkich troskach i ambicjach. W najlepszym wydaniu jawi się jako doskonały owoc inżynierii i sztuk wizualnych. Ze względu na efemeryczną naturę reklamy stanowią świadectwo czasów, w których powstały. Samochód dostarcza wolności i jest symbolem dostatku, projekcją światopoglądu właściciela, we wszechstronny sposób wpływając na życie Amerykanów. Należy przytoczyć opinię Edwarda S. Jordana, twórcy najsłynniejszych amerykańskich reklam samochodów, pytanego w 1926 roku przez magazyn „Forbes” o przyszłość amerykańskiego przemysłu samochodowego. Stwierdził on, że naturalną granicą nasycenia Stanów Zjednoczonych autami będzie sytuacja, gdy będą je posiadać wszyscy. Jego zdaniem w każdym biznesie, który wiąże się z elementem stylu, nie powinno się obawiać monopolu. Z samochodami będzie tak jak z kobietami, które zmieniają fryzury i długość spódnic, dając zatrudnienie krawcom³⁴. Reklamy samochodów w całej rozciągłości potwierdzają maksymę Bonapartego: „Przede wszystkim należy przemówić do oczu!”. Powtórzmy za Virilio:

³² *Ibidem*, s. 31.

³³ P. Virilio, *Prędkość...*, s. 143.

³⁴ H. Stevenson, *American Automobile Advertising, 1930–1980. An Illustrated History*, Jefferson–London 2008, s. 1, 246.

Wyobrażamy sobie, jaką korzyść *perspektywiczna* Ameryka – dla której „bezzruch oznacza śmierć” – mogła czerpać z owej techniki *falszywego ruchu*, w tym samym momencie, w którym *ever changing skyline*, stanowiący siłę napędową jej rzekomej demokracji, zaczął ulegać rozpadowi³⁵.

Brnięcie Stanów Zjednoczonych w automobilizm zdaje się potwierdzać diagnozę prezydenta Williama McKinleya, który oświadczył na początku swego urzędowania: „Naród amerykański nie chce się cofać!”³⁶.

Dodajmy, że niektóre filmy nade wszystko są kilkudziesięciminutowymi reklamami samochodów. Wystarczy wspomnieć o serii *Iron Man* opowiadającej losy Tony’ego Starka (Roberta Downey Jr.), miliardera i właściciela floty ekskluzywnych aut, na czele z audi R8. Filmy i reklamy są amerykańskimi mitotwórcami – zabawiając odbiorców, odciągają ich uwagę od swojego celu – zwrotu z nadwyżką zainwestowanych weń miliardów dolarów. Wielu Amerykanów lubi, a nawet kocha swoje samochody³⁷. Niemniej jednak nawet Hollywood nie pozostawało bezkrytyczne wobec motoryzacji: aktor Michael Douglas, ikoniczny biały gniewny mężczyzna z filmu *Falling Down*, oszalał w korku w Los Angeles, pałając żądzą zabijania. Warto pamiętać w tym kontekście o mniej niebezpiecznych – przynajmniej w sensie bezpośredniego zagrożenia dla zdrowia i życia ludzi – sprawach, takich jak anonimowość szyb samochodowych, izolowane autostrady, chodniki opuszczone przez jeżdżącą populację – kultura samochodowa sprzyja zachowaniom antyspołecznym³⁸.

Jak zauważają dwie autorki książki *Carjacked*, między rokiem 1968 a końcem pierwszej dekady XXI wieku posiadały one dziewięć aut i kierowały jedenastoma innymi, należącymi do osób ważnych w ich życiu – rodziców, chłopaków i mężów. Przejechały około sześciuset tysięcy mil, spalając trzydzieści tysięcy galonów paliwa. W aucie spędziły razem około dwudziestu pięciu tysięcy godzin – gdyby były w ośmiodzinnej pracy, spędziły by po 3125 dni, patrząc inaczej – ponad sześć lat ich życia. W wypadkach drogowych straciły pięcioro przyjaciół i członków rodziny. Dwoje ich bliskich znajomych musiało żyć ze świadomością,

³⁵ P. Virilio, *Bomba informacyjna...*, s. 25–26.

³⁶ *Ibidem*, s. 26.

³⁷ C. Lutz, A. Lutz Fernandez, *Carjacked. The Culture of the Automobile and its Effect on Our Lives*, New York 2010, s. 13, 14.

³⁸ J. Holtz Kay, *Asphalt Nation. How the Automobile Took on America and How We Can Take It Back*, Berkeley–Los Angeles 1998, s. 18.

że zabili kogoś na drodze. Współczuły dziesiątkom ludzi, którzy stracili kogoś z rodziny lub przyjaciół w wypadkach samochodowych³⁹.

Na amerykański system samochodowy składają się przemysł, infrastruktura, użytkowanie ziemi, działalność rządowa, zachowanie konsumentów i sposoby codziennego podróżowania. Jeśli nawet auta mogłyby być napędzane wodą, a ogromna flota pożeraczy paliwa (*gas-guzzling*) zniknęła, w Stanach Zjednoczonych nadal byłoby dwieście dwadzieścia milionów pojazdów pochłaniających rzekę pieniędzy na ich zakup, na kredyt, ubezpieczenie, naprawy. Co roku w USA w wypadkach samochodowych ginie około czterdziestu tysięcy ludzi, a sto sześćdziesiąt tysięcy zostaje inwalidami. Automobilizm powoduje choroby płuc i serca, a także otyłość. Biednych wpędza w nędzę, gdyż nie stać ich na samochód, co często wiąże się z bezrobociem. Ubodzy nadal będą ofiarami bezwzględnych firm, które pobierają nader wysokie opłaty za wynajęcie opon czy zakup auta, co – w drugim wypadku – kończy się często odebraniem samochodu; w jednym tylko stanie, Tennessee, dzieje się tak w siedemnastu tysiącach przypadków rocznie⁴⁰.

Amerykańskie marzenie (*American dream*), czyli pragnienie wolności i wiara w postęp, pomogły zbudować system samochodowy, niemniej jednak te same przekonania i wartości niekiedy wiążą się z artykułowaniem sprzeciwu wobec niego. Większość Amerykanów nie wybiera między samochodem a jego brakiem. Idzie im raczej o jeżdżenie mniej, poznanie sztuczek reklamy aut i dilerów, a także oczekiwanie od rządu stworzenia sprawniejszego systemu polityk samochodowych i paliwowych, nie wspominając nawet o światowej jakości systemie transportu publicznego. Innymi słowy, chodzi o większe, a nie mniejsze cieszenie się swoim życiem. Samochód powinien znów stać się narzędziem, a nie chciwym członkiem rodziny, co pozwoliłoby na zdrowsze, mniej kosztowne, bardziej ekologiczne i bezpieczniejsze systemy samochodowe⁴¹.

Amerykanie lubią kupować, posiadać i jeździć samochodami nie tylko z powodu mobilności, dominacji i zwykłej zabawy, ale z głębszych przyczyn – podzielanych wartości i przekonań społecznych. Należą do nich wolność, ideał mężczyzny, kobiety i rodziny, wiara w postęp i wyższość tego, co jednostkowe, nad tym, co kolektywne i konformizujące. Samochód jest ściśle związany z amerykańskim marzeniem szansy i sukcesu. Daje – pozornie nieograniczoną

³⁹ C. Lutz, A. Lutz Fernandez, *op.cit.*, s. IX, X.

⁴⁰ *Ibidem*, s. XI–XIII.

⁴¹ *Ibidem*, s. XIII–XIV.

– swobodę, niezależność od pragnień i postanowień innych, takich jak ustalający rozkład pociągów. Samochodu doświadcza się jako ostatecznego narzędzia samostanowienia. Jednakże w świecie, który zogniskowany jest wokół dróg wybudowanych dla samochodów, trzeba być kierowcą, aby osiągnąć ceniony status człowieka naprawdę niezależnego. Nieposiadający prawa jazdy i samochodu dorosli wiedzą o tym doskonale – odczuwają niepokój lub mają poczucie winy, że muszą polegać na innych, co czyni ich poniekąd niedorostłymi, niewłaściwymi czy też niekompetentnymi⁴².

Samochód zmienił styl życia przeciętnego Amerykanina w stopniu większym niż jakakolwiek dwudziestowieczna innowacja technologiczna, być może z wyjątkiem telewizji. Społeczne i ekonomiczne zmiany z nim związane nie tylko zmieniły codzienną rutynę, lecz fundamentalnie zmieniły naturę stosunków międzyludzkich i interakcję w ramach instytucji społecznych⁴³.

Jello Biafra: demitologizując ideologię samochodową

Jello Biafra, amerykański artysta z kręgu muzyki punk i hard core, jest muzykiem niezwykle świadomym – o nader wykrystalizowanych, jednoznacznie socjalistycznych poglądach⁴⁴. Ciekawym wątkiem jego twórczości jest samochód jako ucieleśnienie egoizmu (nie bez powodu bardzo szybko freudyści odkryli, że w snach stanowi ja uosobienia ja) i pogardy klasowej. Automobilizm, z gruntu amerykański fetysz, jest narzędziem władzy, często wiążąc się z bezwzględnym wymuszaniem posłuchu wśród słabszych. Symbolem tego może być patrzenie na świat z okna – jak można się domyślać, luksusowego – auta taty dające niewzruszone przeświadczenie, że zajdzie się daleko (*Holiday in Cambodia*).

W jednym z utworów Biafra wprost mówi o „macho-mobilu”, którego właściciel nadał mu – z sobie znanych przyczyn – miano latającej bomby (*Buzzbomb*, 1982). Podmiot liryczny z rozmarzeniem zauważa, że czuje, że „droga jest jego niewolnikiem” – odkłada każdy grosz, by zrealizować swą motoryzacyjną pasję. Jeździ sam, jeździ naprawdę daleko i szybko (110 mil na godzinę), sieje postrach wśród pieszych. Nie ukrywa, że nie kocha innych – kocha swój samochód. Lata-

⁴² *Ibidem*, s. 15.

⁴³ M.L. Berger, *op.cit.*, s. 143.

⁴⁴ S. Czapnik, *Od Martwych Kennedych do Szkoły Medycznej z Guantanamo. Socjalistyczne przesłanie tekstów Jella Biafry*, w: *Kulturowo-polityczny avatar? Kultura popularna jako obszar konfliktów i wzorów społecznych*, red. P. Żuk, Warszawa 2013, s. 75–95.

jąca bomba stanowi jego radość i dumę, marzy zatem o tym, iż ktoś uczyni jego uczuciom zadość. Wyobraża sobie, że ma towarzystwo:

Czekając na idealną laskę,
Która pokocha mnie za mój samochód,
Powiem jej, czemu jestem fajny.

Macho-kierowca kończy zatrzymany po pościgu, podczas którego policja stanowa użyła broni, strzelając w jego opony i boleśnie kończąc fantazję o dominacji na drodze. Stało się to w mieście Ely w stanie Nevada, gdzie – dowiadujemy się z piosenki – urodziła się Pat Nixon (żona Richarda, 37. prezydenta Stanów Zjednoczonych). Późniejsza wersja tego utworu (*Buzzbomb from Pasadena*, 1987), w której zmieniono jedynie małą część tekstu, pokazuje, że marzenia o totalnej wolności, nieskrępowanej regułami współżycia społecznego, nie dotyczą wyłącznie młodych mężczyzn – starsza kobieta traktuje swą latającą bombę jako sposób na ucieczkę przed domem starców, a przy okazji „przegonienia [z dróg – S.C.] młodych śmieci (*punks*)”. Jej kariera pirata drogowego również kończy się zatrzymaniem przez policję po tym, gdy wjechała na pole golfowe, symbol dostatniego życia na emeryturze.

Amerykańska rzeczywistość, również motoryzacyjna, zmieniła się od lat osiemdziesiątych, co dokładnie odnotowuje *Yuppie Cadillac* (2004), piętnujący groźną modę na potężne samochody, które coraz bardziej dominują – dosłownie i przenośni – na amerykańskich ulicach i autostradach. Utwór zaczyna się od narzekania młodego wielkomiejskiego profesjonalisty (sprzedawcy tygodnia w upadającym dot.comie), sączącego swoją kawę latte w bmw roadsterze (luksusowym aucie sportowym):

Wtedy to znów się stało,
Znów cholerny SUV prawie mnie zabił.
To przez nie drogi są takie niebezpieczne,
Następnego dnia też kupiłem sobie takiego.

Potem dowiadujemy się, dlaczego warto mieć „uzbrojony luksusowy czołg”:

By jeździć do pracy i do domu,
By moje dzieci były bezpieczne. Kiedy przejeżdżam twoje,
Rozmawiając przez komórkę.
Lepiej ty niż ja.

Wśród wielu ważnych miejsc, w których pojawiać się musi *yuppie* z rodziną są szkoła, lekcje piłki nożnej, psychiatra i butik z winem. Samochód to nie tylko, a nawet nie przede wszystkim, środek transportu, lecz oznaka statusu:

Dlaczego obnoszę się, że jestem z klasy wyższej,
Pożerając dwa miejsca parkingowe?
Dlaczego zachowuję się jak taki dupek?
Chłopie, nie ma granic.

Kiedy w gęszczy podobnych sportowych terenówek nie sposób przebić się już przez korki, pojawia się najnowsze szaleństwo, czyli „wielkie hummery z potężnymi oponami”. Posiadacze paliwożernych wojskowych potworów są ważniejsi od kierowców mniejszych aut, więc ci pierwsi mogą je miażdżyć. Nie wiadomo, co jest szczególnego w tego typu samochodach, że każdy, kto nimi jeździ, jest „wściekłym macho fiutem”. Biafra swoim zwyczajem wskazuje jednak na rozwiązanie problemu. Z jednej strony, działa prawo darwinowskiej selekcji: ci, którzy nie zwalniają na oblodzonych zakrętach, swoimi pathfinderami⁴⁵ znajdują drogę do piekła. Z drugiej, każdy może sam podjąć adekwatne działania, czyli: wysadzić ich w powietrze, porysować kluczami maski samochodów, przegonić z okolicy, a w przypadku wojen o ropę – powołać ich do wojska. W refrenie padają słowa będące esencją utworu – odpowiedź na pytanie, dlaczego niektórzy nieodpowiedzialnie pochłaniają tak wiele paliwa i nie liczą się z innymi użytkownikami dróg, jest banalna (dodajmy: i boleśnie prawdziwa): czynią tak, bo po prostu mogą („Because I can!”). Prawo, stwierdził Biafra podczas koncertu efemerycznej grupy No WTO Combo, nie dotyczy tych, którzy rozmawiając przez telefon, przejeżdżają SUV-em na czerwonym świetle (*Battle in Seattle*, 2000).

Prywatny samochód, nader trafnie zauważa Michael Dawson na swym blogu „Death by car”⁴⁶, jest niemal idealnym produktem kapitalistycznym. Jest wielki, łatwo go uszkodzić, jest bardzo podatny na stylizację, wymaga szeroko zakrojonego wsparcia przemysłu, zaś odkąd zbuduje się infrastrukturę, jego posiadanie jest prawie obowiązkowe. Jest przesadnie zyskowny, dając o wiele więcej możliwości biznesowych, niż istniałoby w świecie czysto ekonomicznego i zdrowego ładu transportowego. USA, podkreśla Dawson, są zdominowane

⁴⁵ Nieprzekładalna gra słów – idzie o SUV-a nissana pathfindera, którego nazwa oznacza samolot rozpoznawczy, mianem „pathfindera” określono też łazika dokonującego badań na powierzchni Marsa.

⁴⁶ M. Dawson, *The Zombie Strategy*, www.deathbycar.info/zombie-strategy/ (7.09.2015).

przez korporacyjną nadklasę, blisko związaną z transportem opartym na samochodzie (*cars-first transportation*).

Biafra nader trafnie zwraca uwagę na bliski związek między motoryzacją a amerykańskim militarystem – Andrew J. Bacevich, emerytowany pułkownik armii amerykańskiej, argumentuje, że wojskowe i polityczne zaangażowanie USA na Bliskim Wschodzie jest prawdziwą IV wojną światową (jeśli uznać zimną wojnę za III wojnę światową). Jej źródła sięgają decyzji podjętych dziesiątki lat temu – w gruncie rzeczy wypowiedział ją w 1980 roku prezydent Jimmy Carter, uznając, że amerykański styl życia wymaga nieograniczonego dostępu do zagranicznej ropy. Carter w obliczu załamania się prowadzonej od 1945 roku polityki ograniczonej bezpośredniej obecności w regionie ogłosił, że każda próba zdobycia kontroli nad Zatoką Perską przez jakąkolwiek zewnętrzną siłę będzie postrzegane jako atak na żywotne interesy USA, a taki atak będzie odparty na wszelkie możliwe sposoby, włącznie z siłą zbrojną⁴⁷.

Modernistyczna kultura samochodowa, ukształtowana od lat trzydziestych do pięćdziesiątych XX wieku, oddzieliła miejską cywilizację od przyrody i stworzyła strefy dzikości – luksusowe terenówki reklamowane są jako maszyny negujące istnienie granic w eksploatacji natury⁴⁸. Gwoli ścisłości, SUV-y nie są szczególnie bezpieczne dla jadących nimi (w porównaniu z innymi dużymi samochodami), są natomiast skrajnie niebezpieczne dla innych ludzi. Cyniczna opinia jednego z polskich kierowców: „Jak ktoś we mnie wjedzie, to on będzie miał problem, nie ja”, w całej rozciągłości potwierdza uwagę pewnego psychologa, wedle którego „[w]ielkość auta, moc silnika, wysoka pozycja za kierownicą dają fizyczne poczucie siły i dominacji. To może zapewniać szczególne, niemal erotyczne doznania. Także kobietom”⁴⁹.

Jeżeli poważnie potraktować automobilizm, jak uczynił to choćby Stan Luger w *Corporate Power, American Democracy, and the Automobile Industry*, poza sporem pozostanie znaczenie auta jako jednego z najbardziej charakterystycznych towarów naszych czasów, łączącego nowoczesną technologię i indywidualizm⁵⁰. Do niego, a może raczej – by nie popadać w fetyszyzm towaro-

⁴⁷ A.J. Bacevich, *The Real World War IV*, „The Wilson Quarterly” 2005, vol. 29 (1), s. 43.

⁴⁸ W. Rollins, *Reflections on a Spare Tire: Suvs and Postmodern Environmental Consciousness*, „Environmental History” 2006, vol. 11 (4), s. 684–723.

⁴⁹ Cyt. za: A. Grzeszak, *To sunie SUV*, „Polityka” 2008, nr 27.

⁵⁰ S. Luger, *Corporate Power, American Democracy, and the Automobile Industry*, Cambridge 2000.

wy – do stojących za nim interesów dostosowany jest krajobraz, który uważamy za naturalny; kształtują one krajobraz społeczny, upośledzając społecznie osoby ubogie, starsze czy też niepełnosprawne⁵¹.

Podsumowanie

Na złośliwe pytanie: „A w tej twojej marksistowskiej utopii będą jeszcze wypadki drogowe?”⁵², można znaleźć prostą odpowiedź. Będą, lecz w mniejszej liczbie, gdyż prywatny automobilizm – i samochód jako wartość wymienna – będą zniesione. Liczyć się będzie wartość użytkowa samochodu, który – jak wiele innych maszyn – może być nader przydatny. Jedynie ludzie o mentalności neoluddystów czy też swoistych paleomarksistów mogą za wzór stawiać stalinowską Koreę Północną, gdzie motoryzacja podlega ścisłej państwowej reglamentacji i faktycznie nie jest żadnym problemem. Trudno wymagać od strażaków docierania do pożaru tramwajami albo od ratowników medycznych spieszenia do pacjenta konną bryczką. Warto też pamiętać, że w Związku Radzieckim, oficjalnie hołdującym ideologii wrogiej własności prywatnej, samochody były niezwykle cenione, stając się oazą prywatności i osobistej autonomii. Jak ujął to pewien zagraniczny korespondent piszący niedługo po końcu rządów Breżniewa, samochód w ZSRR był oznaką statusu, narzędziem sprawowania władzy przez partię, przedmiotem obrotu czarnorynkowego, a także symbolem indywidualnej niezależności⁵³.

Rodzi się pytanie, czy automobilizm będzie trwałą cechą kapitalizmu. Z pewnością z wielu względów systemowi kapitalistycznemu trudno byłoby wziąć rozbrat z komunikacją samochodową, lecz po wielokroć wykazał on niezwykłą elastyczność i zdumiewającą zdolność do adaptacji. Wśród warstw wyższych w pewnych miejscach rozwiniętego gospodarczo Zachodu pojawia się moda na nieposiadanie samochodu – to swoisty symbol niezależności od wymogów mobilności, świadectwa postmaterialistycznego stylu życia, przy czym te same osoby korzystają z innych – szybszych od samochodów – środków komunikacji, takich jak samoloty czy koleje dużych prędkości. Ideologia prywatyzmu niejedno ma imię. Samochody, mówiąc metaforycznie, są z samej swej natury potworami, sprzyjają postawie egoistycznej i ledwo maskowanej nieodpowiedzialności.

⁵¹ *Ibidem*, s. 182 i n.

⁵² T. Eagleton, *Dlaczego Marks miał rację*, Warszawa 2014, s. 59.

⁵³ L.H. Siegelbaum, *Car for the Comrades. The Life of the Soviet Automobile*, Ithaca 2008, s. 213.

Bycie odpowiedzialnym – powtórzmy za Terryem Eagletonem – nie polega na braku społecznych wpływów, lecz na odnoszeniu się do nich w pewien szczególnie sposób. To coś więcej niż tylko rola ich marionetki. „Potwór” w myśli starożytnej oznaczał także stworzenie zupełnie niezależne od innych⁵⁴.

Nie należy zapominać, że pożegnanie z kulturą samochodową miałoby niezwykle dalekosiężne – i teraz zapewne nie do końca pojmowane – konsekwencje. W chwili obecnej przestrzeń miejska – i rozpełzanie się samych miast – jest zdominowana przez motoryzację. Miasta są przystosowane do ciężkich metalowych maszyn, prawdziwych obywateli i zdecydowanych zwycięzców globalnego procesu urbanizacji. Warto pamiętać, że człowiek tworzy przestrzeń, lecz także przestrzeń tworzy człowieka.

Rzecz jasna, rzeczą interesującą byłoby prześledzenie dziejów Polski po roku 1989 przez pryzmat samochodu. Przez wiele lat wszystkie partie parlamentarne i rządy uprzywilejowywały budowę autostrad i dróg ekspresowych kosztem sieci kolejowej i taboru kolejowego, którego istotna część pamięta czasy poprzedniego systemu. Co więcej, jak zauważa Andrzej Karpiński, w naszym kraju wyjątkowo uprzywilejowuje się zakup samochodów, z czego korzystają osoby bardziej majątne, zaś rozwój motoryzacji pogłębiał uzależnienie od importu⁵⁵.

Podsumowując powyższe rozważania, można odwołać się do stanowiska Bronisława Łagowskiego o telewizji: „nie wiemy, do czego ta zabawka, przedwcześnie dana ludziom, może służyć w przyszłości, gdy ludzkość dojrzeje. Może do czegoś dobrego”⁵⁶. Jeżeli uznać, że ludzkość pod kątem moralnym czyni jakieś postępy, jednego można być pewnym: za pół wieku wykorzystywanie samochodów do celów prywatnych zostanie uznane za zbrodnię przeciw ludzkości. „I nie będzie dla tej zbrodni przedawnienia”⁵⁷.

⁵⁴ T. Eagleton, *Zło*, Warszawa 2012, s. 25.

⁵⁵ A. Karpiński, *Kontynuować czy zmienić. O strategii gospodarczej dla Polski (spojrzenie eksperta)*, Warszawa 2014, s. 27. Za zwrócenie mi uwagi na ten element dziękuję Tadeuszowi Klementewiczowi.

⁵⁶ B. Łagowski, *Duch i bezduszość III Rzeczypospolitej. Rozważania*, Kraków 2007, s. 171–172.

⁵⁷ *Ibidem*, s. 172.

**A CONTRIBUTION TO THE MARXIST CRITIQUE
OF PRIVATE AUTOMOBILISM**

Summary

Keywords: car, automobility, capitalism, Paul Virilio, Erich Fromm

The aim of this paper is to analyze private automobilism in capitalist system from the Marxist perspective. Author starts with Paul Virilio thought on speed and politics, issues of the mobility and social and political control. Then article is focused on Erich Fromm's, thinker from the Frankfurt School, criticism of private owned cars. Next part is devoted to the social and cultural significance of the car-first transportation in the United States. Paper ends with alternative point of view on the automobilism, delivered by punk rock artist, known as Jello Biafra. In conclusion, there is an attempt to outline socialist option on motorization.