

# AVTOMOBILSKA KULTURA

## Nekatere antropološke razsežnosti

---

Gregor Ilaš

---

117

### IZVLEČEK

Avtomobil kot dominantna tehnologija, ki prežema družbene odnose, človeško geografijo, nacionalne ekonomije in konkretne posameznikove izkušnje, je znotraj humanistike in družboslovja spregledana tema. Diskurz "avtomobilnosti" poganjajo povsem naravoslovne, tehniške vede ter publicistika, kar vodi do (redukcionističnih) pogledov, da gre predvsem za vprašanje tehnologije. S pomočjo F. Sigauta ter redkih etnografskih (D. Miller) ter socioloških (J. Urry) študij bomo pokazali, da je relevantna ravno nasprotna teza – da gre pri avtomobilu ravno za to, čemur Daniel Miller reče "človeškost avtomobila".

**Ključne besede:** tehnologija, antropologija tehnik, avtomobilnost, rabe tehnologij, avtomobili

### ABSTRACT

The car as a dominant technology, pervading social relations, human geography, national economies, and the concrete experiences of individuals, has been a largely ignored theme in humanist sciences and sociology. The discourse on "automobility" is chiefly driven by the natural and technical sciences, as well as publicists, leading to (reductionist) views that the issue is primarily one of technology. Drawing on F. Sigaut's writings and rare ethnographical (D. Miller) and sociological (J. Urry) studies, we aim to show that quite the opposite thesis is relevant: the essential issue about cars is, in Daniel Miller's words, its "humanity".

**Keywords:** technology, anthropology of techniques, automobility, use of technologies, cars

### Uvod

Naj začnemo članek z navedkom znamenitega barona Codellija iz gradu Turn v Ljubljani, ki se je med drugim ukvarjal tudi z avtomobilizmom. Codelli v avstrijskem avtomobilskem časopisu *Allgemeine Automobil Zeitung* opisuje svoje izkušnje s svojim prvim avtomobilom, ki je bil tudi prvi avtomobil, ki je vozil po cestah na ozemlju današnje Slovenije. Takole pravi: "Po velikih in dobrih in slabih voznjah, na katerih je bolj trpela njegova lepota kot zdravje, se je izkazal še za izvrstno pomoč v poljedelstvu kot pogon parne mlatilnice, krmorezalnika, krožne žage, stružnice ipd. – sic transit gloria mundi"! (Brovinsky 2005: 61). Ter še o svojem tretjem avtomobilu: "Duša avta (motor) je tudi preživela več selitev. Najprej smo jo vgradili v kosilni stroj, ki je brez konjske vprege,

v začudenje kmetičev, kosil moje travnike. Žal ta kosilnica ni bila kos zastavljenim zahtevam za dolgo in tako se je motor preselil v čoln iz jeklene pločevine, ki smo ga iz vseh mogočih delov sestavili v delavnici na posestvu in zdaj suvereno krmari po vodah ljubljanskega močvirja” (Brovinsky 2005: 61). Codelli je v teh citatih izjemno poveden – avtomobil mu ne predstavlja neke nerazdružljive celote; avtomobil je pri njem neke vrste sestavljanica oziroma tehnologija, katere rabe niso vnaprej trdno določene – če se ne izkaže več kot ustrezen potovalni stroj, ga enostavno preoblikuje v kmetijskega.

118

Ta navedka pa nas vpeljeta tudi v jedro našega prispevka. V njem bomo poskušali opozoriti na prepletenost, nelinearnost, ne-teleološkost tehnološkega razvoja ter pokazati na nekatere ravni ter zagate pri preučevanju tehnik oziroma tehnologije<sup>1</sup> oziroma zagate pri proučevanju tehnologije v antropologiji oziroma etnologiji. S splošne analize tehnologij bomo nato prešli na konkretno tehnologijo – avtomobil, ki zavzema eno osrednjih mest sodobnih družb. Pokazali bomo, da avtomobil ni samo predmet, ki nas prepelje z ene točke na drugo, temveč močno določa sodobna življenja in ustvarja določeno obliko življenja, način življenja, ki ga poimenujemo avtomobilska kultura. Vpeljali bomo še koncept avtomobilnosti<sup>2</sup>, ki nakazuje, da je avtomobil sestavni del različnih ravni naših življenj (ekonomskih, socialnih, kulturnih ter političnih) ter sodeluje pri kompleksni preobrazbi sveta (omenimo naj samo prepredenost okolja s cestami).

Vpeljava teme avtomobila vsaj z moje strani terja določeno opravičilo oziroma opombo. Ukvarjanje z avtomobili se zdi, vsaj z znanstvenega stališča, nekaj profanega. Avtomobilov se drži vsaj tak kliše kot recimo nogometa – o njem oziroma njih vemo tako rekoč vse. Vsi se spoznamo na igralce/modele, igro/vožnjo itn. Zdi se, da vsi vse vemo, toda podrobnejše raziskovanje pokaže, da je tisto, kar vemo, skrajno partikularno in redukcionistično. Dodajmo še, da lahko ta kliše (o nogometni in avtomobilski vsevednosti) izgovorimo zgolj z moške pozicije. Ko komu omenim, da se (teoretsko) ukvarjam z avtomobili, prav hitro zaidemo na področje tehnike: koliko kilovatov pa ima tvoj avto itn. Moj odgovor je izrazito lakoničen: “Ne vem.” Skratka, ukvarjam se z ljudmi, ki uporabljajo ali pa ne uporabljajo avtomobilov in ne z avtomobili “samimi”, gre za vlogo avtomobilov v življenju ljudi.

## Vprašanje tehnologije

Pogosto vidimo avtomobil kot tehnično sredstvo, ki je namenjeno zgolj hitrejšemu premikanju iz kraja A do kraja B. Pogosto tako vidimo tudi druge tehnologije – kot nevtralna, samoumevna orodja, ki se lahko uporabljajo v “dobre” ali “slabe” namene. Toda natančneje ukvarjanje z njimi nakaže, da tehnologije ne obstajajo kar same

<sup>1</sup> O poimenovanju oziroma razlikah izrazov tehnike, tehnologije glej Sigaut (2005), Ingold (2000), Zajc (2005). Vprašanje terminov, konceptualnih orodij, razlik med orodji, tehnikami, tehniko, tehnologijami je kompleksno in že njihova razgrnitev presega raven tega članka. Ingold pripominja, da se vprašanja definicije tehnologije drži podobna zagata kot pri opredeljevanju, kaj je kultura (Ingold 2000: 296). Sami bomo pojma tehnologija in tehnika uporabljali sinonimno.

<sup>2</sup> Terminološka opazka: v pričujočem članku bomo uvedli pojem avtomobilnost namesto že uveljavljenega izraza avtomobilizem. K temu nas sili raba pojma avtomobilizem, ki se v našem okolju uporablja kot opisen izraz za tehnološke in publicistične opise avtomobilov, pojem avtomobilnost pa je teoretski koncept, ki poskuša opisati pomen, domet in kontekst rabe avtomobilov na družboslovni oziroma humanistični način (Urry 2000, 2004).

po sebi, če se nekoliko okorno izrazimo. Z njihovim izborom<sup>3</sup> in njihovo rabo že nekaj sporočamo; vedno so vpete v najrazličnejše družbene kontekste in so polne najrazličnejših pomenov.

Z vprašanjem tehnologij se spričo “napredka zahodnih družb”, za katere se zdi, da je ravno pojem napredka neposredno povezan s povečanjem števila najrazličnejših tehnologij, ukvarjajo mnoge vede. Mi se bomo v tem članku posvetili predvsem pomenom in raziskovanjem tehnologij v antropologiji oziroma etnologiji.

Francoski antropolog Sigaut je zelo kritičen do antropologov, ki se antropologije tehnik izogibajo: “Od vseh pogledov na družbeno življenje so sodobni antropologi morebiti najbolj zadržani do tehnik” (Sigaut 2005: 420). Postavi celo tezo, da se antropolog, ki se ukvarja z vprašanjem tehnologije, nezavedno odmakne od sodobnih trendov: “Gledano v celoti tehnologija ni veljala za običajen predmet proučevanja v antropologiji: ali so jo antropologi ignorirali ali pa so kot njeni preučevalci postali izolirani od sodobnih trendov” (Sigaut 2005: 420). Ta teza, pravi Sigaut, morebiti velja za celoten intelektualni milje vse od nastanka pisave in “morebiti to velja za vse družbe, katerih hierarhične strukture so bile tako razvite, da so lahko izključile elite od vsaj nekaterih manualnih del” (Sigaut 2005: 420). Po drugi strani pa opozarja, da mimo tehnologij ne moremo; četudi jih ne mislimo, jih uporabljamo. Po eni strani so tehnologije tiste, ki se jih dotika neka “čista” materialnost, po drugi strani pa v njih vidimo neko zvijačnost (uma), nek trik. Zato imamo do njih tudi tako ambivalenten odnos; “invencija je dvorezna, dobrodejna ali škodljiva” (Sigaut 2005: 421).

Sigaut pravi, da moramo tehnologije obravnavati kot stvari. Epistemologija, ki se je Sigaut poslužuje, je antropološko-sociološka (po Durkheimu oziroma Maussu): “Tako kot druga družbena dejstva, moramo tudi tehnična dejstva obravnavati kot stvari” (Sigaut 2005: 422). Gre torej za epistemološko gesto, ki poskuša tehnične stvari opisati in misliti kot družbena dejstva, tj. upreti se zdravorazumski logiki, ki predpostavlja, da že vemo, kaj neka tehnologija je. Na podlagi opazovanj je potrebno sproti konstruirati predmet proučevanja. “Tehnologija je znanost; in ker so tehnična dejstva dejstva človeške aktivnosti, je to humanistična znanost, veja antropologije. Tehnologija je do tehnik to, kar je vsaka znanost, oziroma bi morala biti, do svojega predmeta, kar je lingvistika do jezika, na primer, ali pa etologija do vedénja. Ti dve analogiji sta še kako relevantni, saj so tehnike en vidik védenja, ali bolje, istočasno so produkt, del in tudi pogoj kulture, tako kot je Lévi-Strauss dejal za jezik” (Sigaut 2005: 422). Ta proces konstituiranja svojega predmeta skozi opazovanja in opisovanje Sigaut opiše kot *tehnografijo*.

“Vsakršén študij tehničnih dejstev mora vsebovati tri stopnje analize: njegovo sestavo, njegovo delovanje ter njegovo funkcijo” (Sigaut 2005: 437). Sigaut podaja primer noža, za katerega pravi, da prevečkrat predpostavljamo, da obstaja samo en tip – z ročajem. Obstajajo pa različni noži: kamniti, noži z ročaji, zložljivi; razlikujemo jih po materialu, obliki itd. Orodja, ki jih postavimo skupaj zgolj na podlagi njihove oblike ('noži') ali glede na njihov način delovanja ('rezanje s pritiskom'), po Sigautu ne

<sup>3</sup> Da nikakor niso nevtralne in “s sabo” nosijo določeno ideologijo, opazimo takrat, ko srečamo znotraj lastne kulture nekoga, ki kategorično ne uporablja tehnologije, ki jo uporabljamo “vsi” in o njej menimo, da prinaša večinoma koristi. Sam npr. poznam ljudi, ki nočejo uporabljati mobilnega.

predstavljajo nobene analitične vrednosti, če niso upoštevane tudi funkcije. Slednje, pravi Sigaut, so mnogokrat neznane ali pa se jih ignorira. Ko rečemo, da nož uporabljamo za rezanje, se zdi, da govorimo o funkciji. Toda rezanje samo ni funkcija. Sigaut podaja primer mesarja, ki odreže zrezek. Mesar ga ne reže na enak način in z isto vrsto noža, kot ga režemo na krožniku doma. "Da je lahko rezanje funkcija, moramo točno vedeti, kaj je rez, v kakšnem kontekstu in s kakšnim natančnim namenom se zgodi; z drugimi besedami, vedeti moramo, o kakšni operaciji govorimo" (Sigaut 2005: 437). Skratka, če rečemo, da uporabljamo avtomobil za premikanje po prostoru (to naj bi bila njegova funkcija), ne povemo nič novega (analitičnega). Da bi lahko govorili o funkciji avtomobila, ga moramo torej raziskati skozi kontekst (kulturo) ter namen (konkretne specifične rabe avtomobila).

120

Naj dodamo, da se z najsplošnejšimi vprašanji o tehnologijah in antropologijo tehnik v Sloveniji ukvarja Melita Zajc. Njen epistemološki kreda je naslednji: izberemo tak pristop, ki "izpolnjuje dva pogoja: izogne se ločevanju tehnologij od družbe, ki je izhodiščna napaka koncepcij tehnologij kot vzroka oziroma učinka, obenem pa ohrani izhodiščno predpostavko teh koncepcij, namreč, da se družbene razsežnosti tehnologij artikulirajo v razmerju. Na tem temelji naša odločitev, da družbenih razsežnosti ne konceptualiziramo v kontekstu razmerja med tehnologijami in družbo, temveč v kontekstu razmerja med posameznikom in družbo" (Zajc 2000: 47). Ob navezavi na Baudrija povzema "tri poteze, ki so temeljne za proučevanje rab tehnologije: prvič, tehnologija ni nevtralna; drugič, nevtralna ni zato, ker zahteva specifično subjektno pozicijo; tretjič, posebnost te subjektne pozicije je njena dvojnost ..." (Zajc 2000: 26). O tem govori tudi Miller: "Socialna zgodovina avtomobila, ki ne vključuje voznika, je fetišizirana zgodovina, katere kritika avtomobila je videti povsem abstraktna in oddaljena od človeškosti v katero je vpeta" (Miller 2001: 9). Omeniti moramo še Raymonda Williamsa, ki opozori, da so zgodovine tehnologij prevečkrat pisane kot zgodovina sama po sebi – torej kot "naravno" sosledje tehničnih inovacij, ki so se odkrivale po naključju. Williamsu pa gre za zgodovino tehnologij, ki bi procesu raziskovanja in razvoja vrnila namen. To pomeni, da bi v tehnologijah videli nekaj, kar so odkrivali in razvijali tako, da so pri tem že imeli v mislih določene namene in prakse uporabe. Hkrati bi se taka interpretacija razlikovala od tistega razumevanja tehnologije, ki vidi namene in prakse tehnologije kot "*neposredne*: kot znane družbene potrebe, namene in prakse, pri katerih tehnologija ni obrobna, temveč osrednja stvar" (1998: 272, ležeče R. W.). Sami bomo v pričujočem tekstu izhajali iz podobnih izhodišč kot Daniel Miller.

Že omenjena nezmožnost raziskovanja tehnologije na humanistični ali družboslovni način, velja tudi na področju proučevanja avtomobila. Sistematično raziskovanje avtomobila se je namreč začelo šele v 21. stoletju: poleg poprejšnjih sporadičnih revijalnih ter monografskih objav so izšla ključna dela kot *Sociology beyond societies* (2000) Johna Urryja, zbornika *Car Cultures* (2001) in *Autopia* (2002) ter tematska številka revije *Theory, culture and society* (št. 4/5, 2004). Seveda se pojavi vprašanje, kako je lahko tako dominantna tehnologija, kot je avtomobil, ostala teoretsko neopažena. Odgovor je mogoče banalen: ker obstaja nepregledna množica revijalnega tiska in prilog namenjenih avtomobilom, se zdi, da o avtomobilih vemo vse. Ravno tako

obstaja o avtomobilih številna tehnična in tehnično-zgodovinska strokovna literatura (v Sloveniji Brovinsky ter Sitar). Avtomobili so nam vedno pred očmi ter samoumevni – zato jih ne vidimo.

Naša osebna mobilnost v vsakdanjem življenju postaja čedalje bolj pomembna, nujna in vseobsegajoča (bolj pravica kot obveznost) in se ji ne mislimo odpovedati. Urry pravi, da se za konstitutivno tehnologijo globalizacije še vedno jemlje televizijo, tudi kino in računalnik (oziroma internet), spregleda pa se ravno avtomobil. “V resnici so sodobna 'globalna mesta', kot mesta nasploh, še vedno primarno vezana in definirana z avtomobilnostjo, vsaj toliko kot s prej naštetimi tehnologijami” (Urry 2002: 17). Istočasne tehnologije 20. stoletja so natančno proučevane: film, radio, televizija, računalniki idr. Vsak od teh predmetov proučevanja je dobil več etnografskih študij. Je mar avtomobil tako zahteven teoretski oreh, da se ga ne da proučevati sočasno, temveč s stoletnim zamikom?

### **Avtomobilska kultura in avtomobilnost**

Palgravov slovar vsebuje geslo *avtomobilska kultura* (car culture), ki pravi, da je “'avtomobilska kultura' širok pojem, ki se nanaša na neštete načine rabe avtomobilov vse od začetka dvajsetega stoletja, ki so oblikovali družbene odnose, človeško geografijo, nacionalne ekonomije ter individualne izkušnje po celem svetu in naredile avtomobil za enega najbolj določujočih materialnih artefaktov, industrijskih izdelkov in kulturnih simbolov zadnjih sto let” (O'Bryan 2009: 119). Ta definicija avtomobilske kulture je zelo široka in vseobsegajoča, toda že bežen pogled skozi naša okna kaže na silovito prepletenost naših življenj z avtomobilom – še bolj kot avtomobil sam, je zemeljsko površje preoblikovala avtomobilska infrastruktura (cestno omrežje, parkirišča, avtomobilski servisi, predori, mostovi itn.). V prejšnjem stoletju je bila izdelana milijarda avtomobilov (Urry 2006:17), za katere porabimo enormne količine goriv, onesnažujemo okolje in v gnečah preživimo ogromno časa. Po podatkih Svetovne zdravstvene organizacije umre v avtomobilskih nesrečah letno 1,2 milijona ljudi, 20 do 50 milijonov pa je poškodovanih (Featherstone 2004: 3).

Pogled na nekatere statistične podatke o posledicah naše rabe avtomobilov deluje zastrašujoče; avtomobil nekateri vidijo kot glavnega krivca, ki nas pelje v ekološko katastrofo; pa se kljub temu vozimo z avtomobili. Skratka, tu je na delu slovita formula: saj vem, ... pa vendar. Te strukturne in sistemske vidike (ekonomija črnega zlata, ki vodi celo v vojne; izjemno število mrtvih v prometnih nesrečah, ki pa nimajo take simbolne teže kot recimo smrti v primeru zrušenja WTC-ja v New Yorku), ki nas lahko prav hitro pripeljejo na rob teorije zarot, je potrebno uravnotežiti s konkretnimi praksami, ki dajejo določen uvid v razloge za rabo avtomobilov kljub poznavanju njihovih neposrednih in stranskih učinkov. Ta uvid nas tudi napeljuje k tezi, da obstaja v avtomobilnosti neki presežek, ki nas, če se izrazimo nekoliko pretenciozno, kljub temu, da nam smrt v prometu 'diha za ovratnik', vseeno sili k vožnji.

Ne da bi podcenjevali strukturne in zgodovinske analize, ki prikažejo, kako se je vzpostavil tak 'sistem avtomobilnosti', pa je za naš prikaz rabe avtomobila najbolj ustreza etnografska metoda. Ta lahko za razliko od neke sociološke teorije, ki razvija



Tipičen pogled na parkirni prostor pred nakupovalnim centrom Rudnik na obrobju Ljubljane, kjer so avtomobilom namenjene velike površine, 2009 (foto: Gregor Ilaš).

teze o avtomobilu kot ideološkem mehanizmu, ki se mu upor zdi nemogoč, pokaže na konkretne prakse, ki ta sistem pervertirajo ali pa vsaj pokažejo, da sistem avtomobilnosti ni enovit. Hkrati pa se moramo zavedati, da sama pluralnost praks ni že kar izstop iz tega sistema.

Preden prikažemo nekatere etnografske študije, pa naj opozorimo še na širok znanstveni nabor tem in podtem, ki jih odpira ukvarjanje z avtomobili. Najpomembnejše splošno izhodišče za obravnavo avtomobila je koncept avtomobilnosti kot kompleksen preplet družbenih in tehnoloških praks, ki ga poda John Urry (Urry 2004: 25–39, Gartman 2004: 169). Urry meri na strukturni okvir, v katerem se fenomen avtomobila nahaja, in ga poimenuje sistem 'avtomobilnosti'. Koncept povezuje tako avtonomijo kot mobilnost in ga zato lahko razumemo kot "modele avtonomnega, samouravnaveganega gibanja" (Featherstone 2004: 1). Povedano drugače, avtomobilnost je (v svoji ožji definiciji) dobesedno avtonomna mobilnost. Sem sodijo tudi druge oblike avtomobilnosti, torej ne samo z avtomobili, temveč tudi kolesarjenje, vožnja z motorji, hoja, plavanje itn. Izraz avtomobilnost je dandanes razumljen predvsem kot sopomenka za rabo avtomobila.

V avtomobilnost pa ne sodijo vozila z vprežno živino, ker se vodijo v neki vzajemni odvisnosti (živih bitij). K avtomobilnosti ne sodijo vozila, ki imajo svoj vozni red. Dominantna oblika avtomobilnosti je raba avtomobila in nanj leti izraz avtomobilnost.

Avtomobil namreč razpre nove dimenzije istih zmožnosti, ki smo jih imeli že prej s hojo ali kolesarjenjem – hitrejše in večjo gibljivost. Slednja je (prostorsko) močno okrnjena pri vožnji z železnico ali avtobusnim javnim prometom, saj avtomobil (prostorsko) ni omejen na primer s tiri ali pa (časovno) z voznim redom. Omejen je zgolj s cestnim omrežjem, ali pa tudi s tem ne. Avtomobil je sicer vezan na ceste, ni pa to nujen pogoj: peljemo se lahko tudi po polju, gozdu ... – omejitev je v končni instanci konstitucija terena – realna razsežnost tehnološkega kompleksa.

## Etnografske študije

Najpomembnejše etnografske študije rab avtomobila prinaša zbornik *Car cultures*, v katerem so zbrani različni in raznorodni pogledi na fenomen avtomobila. Odlikuje ga dejstvo, da ga sestavljajo študije iz različnih koncev sveta, čeprav se klišejsko pripisuje največji pomen avtomobila na vsakdanje življenje zgolj v ZDA. Poudarek ni na zahodnjaški, urbani in individualni rabi avtomobila, temveč ravno nasprotno, odpira več vprašanj na različnih nivojih in nas sili k razmišljanju, ali je naša raba avtomobila edina možna in smiselna. S tem nam prek drugih vrst rabe sugerira, kako misliti sami sebe.

123

Daniel Miller poudarja, da “postaja človeški svet v zadnjem stoletju čedalje bolj posredovan z enim samim strojem – avtomobilom. In to v takem obsegu, da avtomobil in njegova infrastruktura, gledano iz zraka, dominirata nad krajino bolj kot človek” (2001: 1). Avtomobil je tudi znak naše odtujenosti, “avtomobil je zlikovec, ki nas je ločil od sveta in grozi, da nas bo premagal, saj mu služimo mi veliko bolj, kot on služi nam” (Miller 2001: 2). Millerjev poudarek je ravno nasproten: poda tezo o “človeškosti avtomobila” (*humanity of the car*). Poenostavljeno rečeno, avtomobila kot “elementa materialne kulture” ne moremo razumeti izven njegovega konteksta; brez konteksta avtomobila sploh ni. Vsaka njegova raba vsebuje že neke simbolne konotacije. “Avtomobil je nosilec razreda, zatiranja, rasizma in nasilja – vsega kot očitnega produkta naše človeškosti. Človeškost avtomobila ni v tem, kaj lahko ljudje z njim dosežejo, niti ni ključna njegova vloga orodja destrukcije, temveč v njegovi stopnji postajanja integralnega dela kulturnega okolja, skozi katerega se mi vidimo kot človeški. To vključuje oba pomena človeškosti: človeškost kot izraz označevanja totalnosti vseh ljudi in človeškost kot termin, ki se dotika specifičnosti in neodtuljive individualnosti vsake osebe. Avtomobil je danes povezan s skupkom obsežnih sistemov transporta in cestnega omrežja in dela avtomobilsko okolje za naše okolje. Istočasno sproža izrazito osebne in intimne odnose, ki jih individuumi najdemo skozi posedovanje in rabo avtomobila” (Miller 2001: 2).

Miller nadalje opozori na vprašanje “materialnih izrazov našega kulturnega življenja” in pokaže, da na najbolj vsakdanji ravni (vožnji z avtomobilom kot kulturni praksi) avtomobil občutimo kot nekaj naravnega, saj ne potrebuje nobene zavestne mediacije v svoji dnevni rabi. To pomeni, da je avtomobil postal “druga narava”, naš poseljen podaljšek. “Humanost avtomobilov leži konec koncev v stopnji naše socializacije, da jih jemljemo kot samoumevne, tako da mislimo svoj svet skozi občutek sebstva, v katerem so vožnja, ceste in promet enostavno integrirani v to, kar smo in kar delamo vsak dan” (Miller 2001: 3).

Daniel Miller našteje obstoječe analize “avtomobila” in jih razdeli glede na njihov teoretski domet. V prvem sklopu analiz, ki jim Miller pravi “dominanten žanr” (Miller 2001: 5), govori o 'zgodovini avtomobilske proizvodnje in dizajna, ki pa sta razumljena predvsem kot nizanje pomembnih osebnosti in dogodkov'. Drugi sklop analiz predstavljajo 'posledice' avtomobila; v njih so predstavljene razne statistike in izbor 'univerzalnih' potez avtomobila. V tretjem sklopu analiz je avtomobil predstavljen kot figura modernosti: kot tisti, ki je 'povzročil' izkušnjo mobilnosti in izkušnjo hitrosti. Subjektivna izkušnja avtomobilnosti je opisana v terminih užitka, razburjenja, obvladovanja ipd. Četrty aspekt analizira širši (še vedno predvsem ekonomski) okvir, in sicer prek pojma 'eksternalij'. Eksternalije so pogled na stroške, ki ne izhajajo samo iz stroškov avtomobila samega (koliko smo sami pripravljene plačati za njegov nakup, popravila in bencin), temveč tudi ostalih stroškov, ki naredijo vožnjo z avtomobilom izjemno drago (gradnja cest, globalno segrevanje ozračja, prometni zastoji, nakup in raba zemljišč za ceste, uničenje rabljenih avtomobilov itn.). “Avtomobilaska kultura se je razvila na tak način, da se voznikom enostavno ni potrebno soočati z 'dejanskimi' stroški vožnje” (Miller 2001: 13). Tak pogled pa nima samo ekonomskih vidikov, temveč odpira tudi politične – odgovornost vsakega posameznika v zvezi z rabo avtomobila, vlogo države pri vzpostavljanju infrastrukture in določanju pravil voznega režima itn. – ter družbene vidike: problem, ker je postal avtomobil bolj pravica kot pa odgovornost; avtomobil je rekonfiguriral civilno družbo in sprožil različne načine druženja, gibanja, in to skozi avtomobiliziran prostor-čas. Nadalje se odpirajo vprašanja odgovornosti za te eksternalije: ali bo to država ali proizvajalci avtomobilov? Ta pogled ne vzame pod drobnogled samo avtomobila in odnosa lastnika do njega, temveč tudi širši kontekst in implikacije rabe avtomobila: prometne zastoje, pokrajine (avto)cest, vzorce dela in vzorce preživljanja prostega časa – torej vprašanja “kultur avtomobila”<sup>4</sup>. Miller pa dodaja, da tudi ta pogled ni dovolj: potrebna je analiza posamičnih in konkretnih rab (skozi etnografske študije), ki šele “konstituirajo” predmet proučevanja. Potreben je pristop, ki preuči “različne zgodovinske in socialne kontekste ter problematizira katero koli predpostavko o tem, da vemo, kaj avtomobil je ...” (Miller 2001: 30). Miller dodaja, da je “avtomobil izid našega dela, ne pa naša premisa” (Miller 2001: 17).

Epistemološka zagata se torej pojavi že s samim vprašanjem: Kaj je avtomobil? To navidez naivno vprašanje v antropološkem kontekstu naleti na resne ovire, saj nas takoj naplavi na obalo samoumevnosti in evropocentrizma. Tako ne smemo avtomobila videti samo kot produkt masovne proizvodnje – to bi bila pretežno ekonomistična definicija avtomobila, temveč antropološko, tj. prek rabe v vsakdanjem življenju. Iz celotnega diapazona različnih uvidov različnih rab avtomobila se bomo ustavili zgolj pri dveh, ki se zdita zelo povedna, saj razpirata nam tuje vidike rabe avtomobila. Prva je etnografska študija Diane Young (2001: 35–57), ki opisuje aborigine Anangu iz južne Avstralije.

<sup>4</sup> Daniel Miller (2001:15–17) dodaja tri poglobitve omejitve tega pogleda: prevelik (ekonomski) redukcionizem (vseh reči se ne da izmeriti: lahko rečemo, da je pijanost pogost vzrok nesreč in se jo da izmeriti, že težje izmerimo načine vožnje, ki pa so lahko povzročitelji nesreč). Naslednji očitek gre na račun spregleda potrošnje. Tretje in najpomembnejše pa je dejstvo, da se avtomobila kot takega ne problematizira – tiho se predpostavlja, da vsi vemo, kaj avtomobil je. Če gledamo na avtomobil kot produkt posameznega kulturnega konteksta in tudi učinek tega konteksta, potem sledi, da pred analizo tega širšega kulturnega konteksta ali okolja ne moremo predpostavljati, kaj avtomobil (lahko) je.



Njihov primer je zelo poveden, saj si še vedno (pogosto romantično) predstavljamo, da staroselska ljudstva tako rekoč ne poznajo tehnologije (še posebej ne naše); da še vedno živijo svoja življenja na bojda ne-tehnološki način. Diana Young pa na primeru etnične skupine Anangu pokaže, da temu ni tako, temveč ravno obratno. Daleč smo od tega, da bi bili aborigini v dobrem in slabem "oddaljeni" od danes resnično ireduktibilno povezanega sveta. Mogoče nas oni, ravno prek naših zahodnjaških predmetov, poznajo bolje kot mi njih.

Prvi avtomobil se je v skupnosti ljudstva Anangu pojavil leta 1961, potem pa so ga kaj hitro sprejeli v svojo kulturo. Diana Young postavlja tezo, da ljudstvo Anangu danes uporablja avtomobile kot družbena telesa. "Voznik avtomobila mora imitirati kompleksno koreografijo prostorskih pravil človeka, ki hodi" (Young 2001: 45). Avtomobil je zato skorajda proteza človeka in njegove natančno konstruirane rabe izražajo veliko prostorskih praks v sodobni kulturi ljudstva Anangu; banalen primer: na vroč dan mora biti cel avtomobil v senci drevesa, drugače ga je potrebno premakniti.

125

Od vseh zahodnjaških predmetov se zdi avtomobil najpomembnejši. Življenje brez avtomobilov se zdi nepredstavljivo kljub dejstvu, da so ljudje še dve generaciji nazaj vsakodnevno prehodili ogromne razdalje. Danes si nihče več ne predstavlja, da bi šli na lov brez avtomobila – resda je tudi emujev in kengurujev manj, tako da se je potrebno odpraviti na lov dlje kot nekoč. Da so postali avtomobili "polnopravni" člani njihove kulture oziroma še mnogo več, privilegirani člani, med drugim kaže dejstvo, da si dandanes brez njih ne predstavljajo niti obiska svetih mest. Kot povzema Miller: "Na kratko rečeno, raba avtomobila za omogočanje njihovih fenomenoloških in kozmičnih razmerij do okolja jih ne odvraca od razmerja do taistega okolja, ki še vedno ostaja fundamentalno pri aboriginskem življenju" (Miller 2001: 3). Pripadniki ljudstva Anangu celo pravijo, da brez avtomobilov ne morejo "paziti" na deželo. Ali kot dodaja Youngova: "Avtomobili ne posredujejo le stalne dinamike družbenih odnosov, temveč tudi, in to je ključno, močan čustveni odnos ljudi do dežele. Prej, kot da bi avtomobil obrnil to razmerje k bolj oddaljenemu ali 'neavtentičnemu', je povečal duhovno povezavo z zemljo" (Young 2001: 52)<sup>5</sup>.

Družbene vezi se danes zaradi avtomobilske mobilnosti pri ljudstvu Anangu raztezajo vse širše. Tudi pogostost voženj se je povečala. Vožnja danes tudi ni povsem racionalna odločitev, temveč se lahko ljudje prepustijo trenutkom spontanosti oziroma impulzom vožnje. Youngova zato pravi: "Ta simultana razširitev horizontov – trideset let nazaj so le redki ljudje iz Ernabele bili dlje kot do Alice Springsa – in krčenje časa-prostora v smislu razdalj je podobna, kot so jo občutili v Evropi v času razvoja železniškega prometa" (Young 2001: 37).

Posedovanje avtomobila ima pomembno vlogo v medsebojnem vplivanju med individualno avtonomijo in kontinuiranim dinamizmom družbenih odnosov – dostop do osebnega avtomobila je nepogrešljiv za zadovoljitev družbenih zahtev in doseganje

---

<sup>5</sup> Razmerje med tehnologijo in naravo je vseskozi dvoumno. Če se omejimo zgolj na avtomobile, bi lahko rekli, da v zahodnjaških družbah vidimo avtomobil (in tudi tehnologije) kot tisto, kar nas ločuje od narave. A pogosto ga uporabljamo, da gremo v naravo, da smo v stiku z naravo, da si ogledamo naravne znamenitosti.

političnega statusa. Istočasno je mobilnost sredstvo za izogibanje družbenemu konfliktu. Dve najbolj presenetljivi značilnosti sodobnega religioznega življenja aboriginov po Youngovi sta visoka mobilnost in razširjene komunikacijske mreže.

Opozoriti je potrebno, da je tudi večina prepoznavanja sledi v pesku našla nove izraze. "Sledi, ki jih pustijo avtomobilske gume oziroma vzorec na njih, pomagajo pri ugotavljanju smeri vožnje avtomobila, na osnovi sledi sklepajo o možnih potnikih ter kdaj in kam so šli. Čeprav so bolj spretni v prepoznavanju sledi, pripadniki ljudstva Anangu prepoznavajo posamezna vozila tudi po zvoku motorja" (Young 2001: 39).

Nekatere lokalne skupnosti avstralskih aboriginov imajo v lasti skupen avtomobil, ki ga kot neke vrste pomoč dobijo od države. O teh avtomobilih piše Gertrude Stotz (2001), ki opozarja na kompleksnost odnosov (predvsem spolnih in sorodstvenih), ki jih tak avto v skupnosti sproža. Pogosto je tudi razlog preprirov, saj mlajši predstavniki skupnosti zanj skrbijo bolj kot starejši (pazijo, da se ne poškoduje, dolivajo olje ipd.). V avtomobilu veljajo pravila, ki se ne razlikujejo dosti od tistih, ki veljajo sicer: "Moški nikoli ne sedi nasproti ženske, ženska vedno sedi za moškim; zakonca lahko sedita drug poleg drugega le, če je eden od njiju šofer. Tašča nikoli ne sedi v vrsti, kjer je stransko ogledalo, saj bi lahko zet ujel njen pogled in posledično (zaradi kršitve pravila izogibanja tovrstnim pogledom) oslepel" (Stotz 2001: 225). Stolzova opozarja, da je uvid v prenos zahodnjaške kulture v staroselske preveč poenostavljen. "Ne gre zgolj za kolonizacijo, za prevzem tehnologije, temveč tudi za socializacijo – staroselci so aktivni, pa čeprav niso enakovredni partnerji v procesu kolonizacije" (Stotz 2001: 239).

Člani skupnosti Nguru na severu Avstralije uporabljajo svoje (zasebne) avtomobile predvsem za lov, nakupovanje, obisk svetih krajev, obiskovanje sorodnikov, bolnišnic in zapora. Hkrati pa je avtomobil znak privilegija in prestiža, mobilni dom in zasebna spalnica ... (Stotz 2001: 225). Kupujejo pa večinoma stare avtomobile, ki so v zadnjih stopnjah življenja. Toda teh ne kupujejo samo zato, ker nimajo denarja; novim avtomobilom se mnogi izogibajo, ker naj bi bili nepredvidljivi, prinašali naj bi nesrečo, pa tudi, ker niso socializirani, nimajo akumulirane identitete. Podoben odnos imajo tudi do drugih potrošnih predmetov.

Od novih predmetov, do katerih še nimajo izoblikovanega odnosa, se tudi laže ločijo. Če z njimi niso zadovoljni, jih enostavno odvržejo na tla, kjer izginjajo v pesku (to velja za oblačila, odeje, pnevmatike, igrače, gospodinjske predmete in embalažo). Avtomobilske školjke pa ostajajo – in postajajo "okostnjaki". Čeprav te lupine avtomobilov niso več v uporabi, njihova fizična prisotnost v krajini kaže, da avtomobil nikoli na umre. Miller pravi, da "je človeškost avtomobila izražena v nadrobnih vprašanjih, ki se sprožajo s tem, ko avtomobili postanejo trupla in v nekem smislu analogno in simbolno podobna človeškim truplom njihovih nekdanjih lastnikov" (Miller 2001: 3). To je specifična (avstralske) puščave, opozarja Miller, saj za razliko od drugih predmetov avtomobilske lupine ne izginejo v pesku.

Diana Young zaključuje: "Avtomobil je torej predmet mnogih možnosti. Je družbeno telo, antropomorfizirano vozilo in deluje na različnih nivojih prostorske posredovanosti. Lahko je *witja* (vetrobran), ceremonialna opora, luč in ustvarjalec glasbe; in na koncu svojega življenja lahko spremeni topografijo, sproža žalost pri tistih, ki so ga poznali v

gibanju, dogodke, prostore in ljudi, katere je povezoval” (Young 2001: 54). O človeškosti avtomobila govori tudi samo izrazoslovje, ki ga sicer uporabljajo v zvezi z ljudmi. Avtomobili, ki niso več vozni, kot tudi drugi pokvarjeni stroji, so *pikajara* (bolni), *pika pulka* (zelo bolni) ali *ilunyi* (nezavestni) (Young 2001: 50).

Oglejmo si še primer vsakdanje rabe avtomobila predstavnika ljudstva Kwaku, voznika taksija iz Gane. Stari peugeot 504 (krasi ga napis God Never Fails), ki si ga je s težavo kupil, se je začel kvariti. Ta na videz banalen zaplet pa je imel pomemben vpliv na njegovo življenje: ponoči ni več spal; menil je, da so za okvare krivi nevoščljivi sorodniki; v želji, da bi se ubranil zlih sil, je postal dober kristjan; avto je dal blagosloviti ... (Verrips in Meyer 2001: 153–184).

Ta primer lepo opiše razlike v rabi in odnosu do iste tehnologije v Gani. Avtomobili so večinoma zelo stari (deset in več let) in se zato radi kvarijo; rezervni deli zanje so izjemno dragi. Ker pa se avtomobili kvarijo, postajajo okvare bistven del življenja njihovih lastnikov. Zanimive so tudi razlike v načinu rab in popravil avtomobilov. V Gani zna skorajda vsak (moški) popravljati avtomobile, kar počnejo na nam povsem nedoumljive načine. Iz tega kratkega primera vidimo, da je avtomobil v Gani vpet v različna simbolna razmerja (družinska, religiozna, mistična itn.). Miller se ne čudi, če na predstavljenem primeru opazimo tudi konotacije s krščanstvom oziroma “konceptom čudežne ozdravitve, saj mehanik potrebuje tako duhovno kot tehnično znanje, da ostane avtomobil vozen” (Miller 2001: 4).

Ti raznorodni načini rabe nas spet pripeljejo k začetnemu vprašanju, če sploh govorimo o isti tehnologiji in ali je sploh mogoče definirati avtomobil kot tak, “sam na sebi”. Če že sprejememo tezo, da govorimo o isti tehnologiji, pa moramo pred samo “tehniko” upoštevati mnogoterost ter raznovrstnost rab, in prav to je točka, iz katere je potrebno izhajati. Če je drugod v središču razmerja med avtomobilom in človekom vožnja, pa je v tem primeru to popravljanje avtomobila, pravi Miller (Miller 2001: 26).

## Kultura avtomobila v Sloveniji

Skozi predhodne prikaze smo pokazali na širok razpon in nabor možnosti raziskovanja avtomobila in kljub temu, da nam manjka poglobljena raziskava za primer Slovenije, bomo poskušali skozi neke vrste 'avto-biografsko' etnografijo oziroma z opazovanjem z udeležbo nakazati nekatere obrise in hipoteze o avtomobilnosti v Sloveniji<sup>6</sup>.

Eden izmed izrazitih pojavov sodobnosti so dnevne migracije, ki mnogim na vsakodnevni ravni predstavljajo soočanje z avtomobilnostjo: potrebo po avtomobilu, mnogokrat celo službeno zahtevo po lastnem avtomobilu, življenje z zastoji itn. Ta pojav

<sup>6</sup> Sistematične študije o tej temi v Sloveniji še ni, so se je pa dotikali avtorji kot npr. B. Križnik (2005), M. Uršič (2003), D. Kos (1993), J. Mlekuž (2007), med etnologi pa npr. J. Bogataj (1976, 1980), N. Križnar (1992) in M. Stanonik (1987).

dnevni migracij<sup>7</sup> je sestavljen iz več faktorjev, kot so: zgodovinska rast zaposlitvenih središč, prenaseljenost kmečkega podeželja (z mehanizacijo dela se je število potreb po kmetih zmanjšalo) in novejša preseljevanja iz mest v predmestja (tam naj bi bila večja kakovost življenja, stik z naravo ipd., verjetno pa so glavni razlog vsaj do nedavnega cenejše nepremičnine v primerjavi z Ljubljano). Pojav spremlja tudi izrazito povečanje individualizirane rabe avtomobilov – v avtomobilu se vozimo sami. Statistični podatki tudi kažejo, da se vse več ljudi vozi v službo namesto z javnim prevozom z avtomobili (od 44 odstotkov leta 1991 do 74 odstotkov leta 2002) (Bole 2004: 41). Javni prevozi stagnirajo oziroma propadajo. Lahko dodam, da v lastni družini, glede na to, da se nam zdi, da se nas vprašanja ekologije še kako dotikajo, pretresamo, ali potrebujemo dva avtomobila ali samo enega. Odločili smo se, da bomo shajali le z enim. Hkrati pa tudi način potovanja v službo ni samoumeven, temveč gre za vsakodnevna pogajanja oziroma premišljanja o tem, na kakšen način bomo šli (glej tudi Maxwell 2001). Avtomobilnost torej sproža vsakodnevne dileme.

Naredimo kratek vpogled v zgodovino avtomobila v Sloveniji<sup>8</sup>. Knjiga *Slovenska novejša zgodovina* razgrinja številne zanimive podatke o spremembah načina življenja po drugi svetovni vojni. Rečemo lahko, da se je razširitev avtomobilnosti v Sloveniji zgodila v šestdesetih letih 20. stoletja. "To je bil tudi čas začetka motorizacije; številni so si lahko privoščili nakup avtomobila, po večini 'fička' ... " (Čepič 2005: 1087). Omenimo naj, da je imela tedaj osebne avtomobile petina nekmečkih gospodinjstev, a le 3,5 odstotka kmečkih in 13,3 odstotka mešanih gospodinjstev. Sprva so prevladovali motorji oziroma kolesa z motorjem, potem pa je izbruhnil pravi 'prometni boom'; do leta 1963 se je število osebnih avtomobilov podvojilo. Kot zanimivost dodajmo, da je bilo potrebno leta 1963 za "fička" odšteti 25 povprečnih mesečnih plač. V začetku sedemdesetih pa je bilo registriranih že 150.000 osebnih vozil, ki so bila po večini v zasebni lasti. Sredi sedemdesetih let 20. stoletja je imela osebni avto že polovica slovenskih gospodinjstev, spremenilo pa se je tudi razmerje socialne strukture lastnikov avtomobila: med njimi je bilo 18 odstotkov kmečkih, 47 odstotkov mešanih in 54 odstotkov mestnih gospodinjstev (Čepič 2005: 1090, 1135). Skratka šlo je za množično dviganje življenjskega standarda, pri čemer je imel avtomobil posebno vlogo, lahko rečemo, da ima znotraj potrošnih predmetov privilegirani status, tj. – ima funkcijo družbenega statusa.

Konec leta 2008 je bilo v Sloveniji registriranih 1.343.252 cestnih vozil, od tega dober milijon osebnih avtomobilov, kar pomeni 514 avtomobilov na 1000 prebivalcev oziroma 989.322 osebnih avtomobilov, ki so bili v uporabi fizičnih oseb (Zlobec 2009). Današnja stopnja neobvladljivosti prometa pa se je razvila v devetdesetih letih 20. stoletja.

<sup>7</sup> Zaradi pospešene industrializacije po drugi svetovni vojni se je povečalo število prebivalstva v mestih. Leta 1961 je v mestih živela tretjina slovenskega prebivalstva, kar dve tretjini delavcev pa sta se dnevno vozili na delo v mesta (Čepič 2005: 1009), takrat še z javnimi prevoznimi sredstvi.

<sup>8</sup> Nas tukaj ne zanima, kdaj smo dobili prvi avtomobil v Slovenijo, temveč nas zanima okviren čas, kdaj se je avtomobil vpel v različne in raznorodne ekonomske, socialne in kulturne sfere. Tak vpis avtomobila v družbo je konkreten in krajevno zamejen, zato je nesmiselno, da bi ga posploševali za celo Slovenijo. Irelevanten je tudi točen datum, kot tudi krajevno področje. Smiselno se nam zdi določiti neki širši časovni razpon in prostorsko razporejenost.



Prvi avtomobil ljubljanske družine – rdeči “fičo”,  
kupljen v začetku šestdesetih let 20. stoletja  
(Dokumentacija SEM).

Da lahko govorimo o avtomobilnosti pri nas šele od šestdesetih let 20. stoletja naprej, trdimo zato, ker je bil to čas, ko se je avtomobil počasi začel spreminjati iz statusnega simbola v nujo. Skozi prakse to pomeni, da se ga ni več uporabljalo samo za prostočasne dejavnosti (vožnja na izlete, obiski ipd.), temveč se je začel uporabljati tudi za vožnjo v službo, za nakupovanje (čez mejo). Skupaj z njim se je razvijala avtomobilska infrastruktura (ceste, avtoceste, bencinski servisi, avtomobilski servisi), Slovenija se je odpirala navzven, povečevale so se prostočasne dejavnosti (razširitev turizma) itn. Avtomobil je postajal in danes tudi je nekaj, čemur bi lahko rekli spontana ideologija Slovencev – v smislu, da je avtomobil danes samoumevna, nujna in neodtujljiva sestavina vsakdanjih življenj. Na ravni države pa se po osamosvojitvi, in še tudi danes, kot največji praktični oziroma infrastrukturni projekt omenja izgradnja slovenskega avtocestnega omrežja, kar posledično pomeni še dodatno povečanje prometa (glej Kos 1994).

To dandanašnje silno povečanje prometa lahko razumemo z dveh plati. Po eni strani gre za strukturiranje Slovenije po meri avtomobila (infrastrukturna vlaganja v cestni križ namesto v železniškega; urbanistično in arhitekturno načrtovanje po meri avtomobila – ne samo v mestih, temveč tudi na podeželju; gradnja trgovinskih centrov na obrobju mest (o rabi avtomobila v potrošnji glej Uršič 2003: 74–75), kjer je dovolj prostora za parkirna mesta; premik potrošnje (vseh potrošnih artiklov, tako “materialnih” kot kulturnih na obrobje mest; slikovita je tista anekdota, ki pravi, da mora danes Ljubljančan, ki živi v središču mesta, po žarnico v nakupovalni center BTC, ker jih v mestu ne prodajajo več) itn.). Po drugi strani pa je prisotna čedalje večja (ideološka) fascinacija z različnimi vrstami blaga, pri čemer imajo poleg produktov osebne potrošnje (oblačila, kozmetika – tj. skrb za videz) pomembno mesto tudi avtomobili, ki so ravno tako naš podaljšek, naš “oblačilni videz”. Možno je postaviti (postmodernistično) tezo, da ima danes avtomobil bolj kot vlogo statusa vlogo elementa “izgrajevanja smisla” oziroma elementa izkazovalca življenjskega stila. To nam dokazuje tudi pogled na preoblikovanje avtomobilskih znamk oziroma modelov (več o kulturni logiki avtomobila v Gartman 2004). Zgodi se premik od statusno ločenih modelov avtomobilov (razlika med volkswagnom golfom in mercedesom katerega koli modela) do situacije, ko je znotraj Mercedesove linije mogoče kupiti t. i. ženski avto, družinski avto, obrtniški avto, športni avto, poslovni avto ali pa luksuzni avto. Torej avtomobila ne kupimo več samo zato, da bi se z njim pokazali pred sosedi, temveč, ker izraža element tega, kar smo



Terenski avto s šaljivim napisom "of rovt" na odpadu v Grosupljem, 2009. Terenski avtomobili so izjemen primer tistega, čemur rečemo presežek pomena – nihče jih ne potrebuje za vožnjo po mestu, so pa zelo popularni: izražajo moč, agresivnost, domet (lahko, če hočem), vzvišenost (foto: Gregor Ilaš).

mi sami (družinski avto za družinske očete, športni avto za ljudi s športnim načinom življenja in tako naprej).

Na ravni konkretnih praks pa je mogoče opaziti naslednje vzorce: na poti v službo se večinoma peljemo sami. Medtem poslušamo radio in bentimo nad prometom in predrznimi vozniki, pogovarjamo se po mobilnem telefonu ipd. Videti je, da se je spremenil način poslušanja radia; če se je nekoč radio poslušalo zbrano ali pa tudi mimogrede, se je to dogajalo na ravni doma, danes pa se radio največ posluša ravno v avtomobilu – avtomobil je dandanes najpomembnejši zvočni prostor v vsakdanjem življenju. Avtomobil je prostor različnih načinov poslušanja glasbe – glede na različne kontekste. Velika razlika v poslušanju glasbe je, če si v avtu sam ali imaš še koga zraven. Če jo poslušáš sam, jo lahko poslušáš zelo na glas – ta način poslušanja je postal eden od dominantnejših rab poslušanja glasbe v avtu. To nakazuje premik v načinu poslušanja: iz doma se je ta način prenesel v avto (s takim poslušanjem ne motiš sosedov). Avtomobil onemogoča poslušanje tihe in subtilne glasbe, glasbe, ki ima veliko premorov (recimo sodobne klasične glasbe). Glasba mora namreč preglasiti zvok motorja. Po drugi strani pa se je ne posluša samo za zaprtimi okni, priče smo tudi glasnemu poslušanju glasbe, ki deluje kot namerno izražanje identitete ali življenjskega stila (slovenska narodnozabavna glasba, turbo folk, rave).



Avtomobili z registrskimi tablicami izražajo lokalno in nad/nacionalno pripadnost lastnika, z različnimi "dodatki" v avtomobilu (igračice, obeski ...) in nalepkami ter napisi na karoseriji pa tudi lastnikova mnenja, stil, verovanje ... Tako naj bi podkev ščitila avto, voznika in potnike pred nesrečo, Bukovniško jezero, 2008 (foto: Nena Židov).

Zelo zanimiv je tudi arhitekturni vidik – avtomobilom ne namenjajo velike pozornosti samo veletrgovci ali pa javne ustanove, temveč imajo pomembno mesto tudi v naših domovih. Čeprav ni, se nam zdi samoumevno, da vidimo avtomobil kot družinskega člana – garaže gradimo v sklopu svojega doma in so marsikdaj večje kot naše lastne sobe. Avtomobil postane personificiran, "človek" s svojo sobo.

Pri avtomobilu ravno tako ne moremo spregledati "nacionalnega" elementa: z nalepkami, tablicami izražamo tudi nacionalno identiteto (glej Križnar 1992); ravno tako pa imamo nekatere avtomobilske tovarne kar za "naše" (nekateri izmed Renaultovih modelov delajo v Novem mestu). Tudi posamične znamke imajo nacionalno konotacijo – govorimo o francoskih ali nemških avtomobilih. Prvi naj bi izražali estetsko in tehnično dovršenost, drugi pa izredno varčnost, ekonomičnost in kakovost. Še vedno imajo na slovenskem podeželju privilegirani status nemški avtomobili. Ravno tako nekateri govorijo o "nacionalnih" načinih voženj (nemška strpnost ali grška agresivnost). To stereotipiziranje ima mnogokrat tudi formo samouresničujoče se prerokbe.

Posebno zanimivo pa je pogledati rabe avtomobilov na podeželju, saj avtomobili niso samo tehnologija mest – kot to ponavadi domnevamo –, temveč tudi podeželja,

kajti avtomobil je ravno tam velikokrat neobhodna tehnologija<sup>9</sup>. Bole pravi, da je “stereotipno pričakovati, da je kmečko prebivalstvo povsem nemobilno in vezano na svoj kraj bivanja, saj so številni zaposleni v raznih drugih dejavnostih” (Bole 2004: 41). V Sloveniji se je po osamosvojitvi zgodila tudi močna redukcija avtobusnih prevozov, ki vsaj na podeželju niso bili več rentabilni. Tako so postali avtomobili tam bolj potrebni kot v mestu.

Zanimivo bi bilo tudi opisati (avtomobilske) telesne tehnike po Marcelu Maussu (Mauss 1996). Tako bi lahko opravili etnografsko študijo o držah za volanom<sup>10</sup>, načine držanja volana, gestikulacijo voznikov v komuniciranju s sovozniki, načine učenja vožnje



Ponosen čevljar Maksimiljan Cvikel iz Metava pri Mariboru v nedeljski obleki ob novem sinovem fičku (Dokumentacija SEM).

<sup>9</sup> Statistike (to velja še posebej za ZDA) to tudi potrjujejo – “leta 1964 so imele v ZDA tri od štirih družin avto. Med “kmečkimi” družinami, kjer je avtomobil velikokrat edino prevozno sredstvo, pa je odstotek še večji: 82 % podeželskih nekmečkih družin in 91 % podeželskih kmečkih družin je imelo avto” (Woytinsky v Medeiros 2000: 48). O paradoksalni naravi razmerja med urbanostjo in podeželjem lahko vidimo že pri Fordu, ki je ravno v proizvodnji avtomobilov videl nekakšno poslanstvo; v tem je bila celo neka paradoksalna drža – osebno je bil konzervativen in je v mestih videl propad – avtomobil pa je bil tisti, ki je omogočil mobilnost – nazaj na podeželje: “Problem mesta bomo rešili tako, da se bomo vozili iz njega” (v Volti 1996:684).

<sup>10</sup> Nihče ne more spregledati mladcev, ki tako rekoč ležijo na sedežu; glava je nagnjena daleč nazaj, leva roka ležerno objema volan, desna pa sega po ...



mladih voznikov itn. Te stvari se nam še vedno zdijo samoumevne, čeprav niso; to ve vsak, ki je večkrat opravljal šoferski izpit ali pa je imel inštruktorja, ki je neumorno drdral napotke: obe roki na volan, poglej levo ogledalo, vzvratno ogledalo, levi smernik, zavij levo ... Da ima pridobitev vozniškega dovoljenja lahko status *obreda prehoda*, nakazujejo številne zgodbe o tem, kako je kdo delal vozniški izpit. Ravno tako je presenetljivo, kaj vse lahko ljudje počnejo med tem, ko vozijo (že omenjeno poslušanje glasne glasbe, iskanje pripomočkov iz torbic, šminkanje itn.) Kljub temu, da je avtomobil izrazito "javna" tehnologija, pa omogoča tudi pomembne "privatne" rabe: lahko je prostor intimne družbe, še posebej za mladostnike z izpitom je redke intimen prostor, zatočišče, v katerega se lahko umaknejo pred nadzorom staršev ali vsiljive okolice.

Tudi vse dodatke, ki jih vgrajujejo avtomobilske tovarne, vse tiste ergonomične sedeže, dostopne gumbе, na otip prijetno blago ipd., oglašujejo s slogani, kot na primer: "Da bi se počutili kot doma!" Ne sedemo zgolj v "avto", temveč v vnaprej konstruiran individualiziran prostor, v katerem imamo namen preživeti čas. V njem lahko sam, brez intervencij okolja, počnem, kar hočem, poslušam, kar hočem itd. Avtomobil v tem smislu postane tudi metafora – sodobnega individuuma. Toda razklanega: ta individuum ima zmeraj možnost, da se v svet vklopi (gre na pot, ustavi štoparju itd.), lahko pa se v avto zabubi. Razklan je tudi v tem, da pretresa (Maxwell 2001), ali je sploh smiselno iti z avtom (ideologija ekološke katastrofe) ali pa se naj prepusti trenutku in se gre "zgolj" vozit. "Del užitka pri vožnji je tudi, ne glede na tveganje v prometu in potencialne nesreče, v občutku, da imamo vse pod kontrolo, da smo v komunikacijskem svetu in hkrati v udobnem pribežališču, ki je lahko odprto, zaprto ali pa vmesno – samo s pritiskom na gumb" (Featherstone 2004: 9).

133

Poleg že običajne dominantne literature (od avtomobilskih prilog časnikov do brezplačnikov) in najrazličnejših izborov naj avtomobilov je mogoče v zadnjem času v Sloveniji opaziti porast najrazličnejših avtomobilskih tekmovanj ter razrast predelav avtomobilov, ki so bile do sedaj redkost, ustanavljajo se klubi ljubiteljev starih avtomobilov ali pa določenih legendarnih tipov avtomobilov ("fičkov", "spačkov" itn.). Vse to pa kot posledica nekakšne čustvene navezanosti na avtomobile in ne zgolj iz komercialnih navdihov. Gre za čiste ljubitelje, ki se povezujejo v najrazličnejše družine, povezujejo se tudi na spletu, organizirajo izlete ipd.

## Za konec

Naj končamo tako, kot smo začeli – s Codellijem. Ko je zapeljal z avtomobilom na slovenske ceste, so mnogi dejali, da vozi hudičev voz. Ali se po stoletnem občudovanju, kot opozarja Brovinsky (2005: 166), nismo vrnili na točko, ko mu ob vsej ekološki, prostorski in drugačnih konotacijah zopet lahko rečemo hudičev voz?

Toda s tako zastavitvijo smo do kolen potopljeni v tehnološkem determinizmu: s tem vprašanjem takoj predpostavljamo, da je avtomobil katastrofična tehnologija – kar lahko je ali pa ni – na to se pač ne da odgovoriti. Še huje pa je, da tako spraševanje spodbuja nadaljnji in dodatni strah pred uvajanjem in uveljavitvijo drugih oziroma

novih tehnologij; in zopet – kot da so to stvari, ki prihajajo iz onostranstva, mi (vsakdanji ljudje) pa nimamo nič z njimi<sup>11</sup>.

Williams nam da odličen epistemološki napotek: “[tehnologija] ni le stvar intelektualne negotovosti; je stvar družbene prakse. Če je tehnologija vzrok, lahko njene učinke v najboljšem primeru modificiramo ali se jih trudimo obvladati. In če je uporabljena tehnologija učinek: na katere druge oblike vrste vzrokov in druge vrste dejanj naj bi se sklicevali in nanje navezovali naše izkušnje o njenih uporabah?” (Williams 1998: 270). To pa implicira, da lahko pri invenciji ali izboru rab sodelujemo, še več, jih soustvarjamo.

## 134 LITERATURA

BOGATAJ, Janez

1976 Promet, komunikacijska sredstva in komuniciranje. V: *Etnološka topografija slovenskega etničnega ozemlja: vprašalnice*. Ljubljana: Raziskovalna skupnost slovenskih etnologov. Str. 1–33.

1980 Promet, transport in komunikacijska sredstva. V: Angelos Baš (ur.): *Slovensko ljudsko izročilo*. Ljubljana: Cankarjeva založba. Str. 85–92.

BOLE, David

2004 Dnevna delovna mobilnost v Sloveniji. *Acta geographica Slovenica* 44, št. 1, str. 25–45.

BROVINSKY, Boris

2005 *Kako so konjske moči izpodrivale konje*. Ljubljana: Tehniški muzej Slovenije.

ČEPIČ, Zdenko

2005 Urbanizacija in življenjska raven; Zvišanje življenjske ravni; Demografske in socialne spremembe. V: *Slovenska novejša zgodovina 2: od programa Zedinjena Slovenija do mednarodnega priznanja Republike Slovenije: 1848–1992*. Ljubljana: Mladinska knjiga; Inštitut za novejšo zgodovino. Str. 1009–1015; 1087–1093; 1127–1137.

FEATHERSTONE, Mike

2004 Automobilities. *Theory, culture & society* 21, št. 4/5, str. 1–24.

GARTMAN, David

2004 Three ages of automobile. *Theory, culture & society* 21, št. 4/5, str. 169–195.

KOS, Drago

1994 Postsocialistična obnova: narava avtocestnega projekta. *Časopis za kritiko znanosti* 22, št. 170–171, str. 217–228.

KRIŽNAR, Naško

1992 Vizualni simboli narodne identitete na primeru avtomobilskih zadkov. *Traditiones* 21, št. 2, str. 227–232.

KRIŽNIK, Blaž,

2005 Minutaža križa, kroga, kilometra: avtomobilnost. *Delo (Sobotna priloga)* 47, št. 122 (28. 5.), str. 28–30.

MAUSS, Marcel

1996 *Esej o daru in drugi spisi*. Ljubljana: ŠKUC : Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.

MAXWELL, Simon

2001 Negotiating car use in everyday use. V: Miller, D. (ur.): *Car cultures*. Oxford: Berg. Str. 203–222.

MEDEIROS C. A.

2000 High wage economy, sloanism and fordism: the american experience during the golden age. *Contributions to Political Economy* 19, str. 33–52.

MILLER, Daniel

2001 Driven societies. V: Miller, D. (ur.): *Car cultures*. Oxford: Berg. Str. 1–33.

MLEKUŽ, Jernej

<sup>11</sup> Tu je na mestu paradoksalna metoda: vsaka tehnologija mora biti podvržena ostri kritiki in širokemu krogu debate, da problematične vidike rešujemo na politični oziroma institucionalni ravni. Recimo vprašanje nadzora pri mobilni in internetnih tehnologijah, ki morajo biti strogo določene.

- 2007 Biografije in zgodovine predmetov. *Etnolog* 17, str. 261–273.
- O'BRYAN, Scott  
2009 Car culture. V: Iriye, A., Saunier, P. Y. (ur.): *Palgrave dictionary of transnational history*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan. Str. 119–120
- SIGAUT, François  
2005 Technology. V: Ingold, T. (ur.): *Companion encyclopedia of anthropology*. London, New York: Routledge. Str. 420–459.
- SCHIPPERS, Thomas K.  
2002 Od predmetov do simbolov: spreminjajoče se perspektive pri proučevanju materialne kulture v Evropi. *Etnolog* 12, str. 125–137.
- SITAR, Sandi  
1998 *100 let avtomobilizma na Slovenskem: 1898–1998*. Ljubljana: DZS.
- STANONIK, Marija  
1987 *Promet na Žirovskem: etnološki vidik: od popotne palice do avtomobila*. Žiri: DPD Svoboda, Literarna sekcija: Krajevna konferenca SZDL.
- STOLTZ, Gertrude  
2001 The colonizing vehicle. V: Miller, D. (ur.): *Car cultures*. Oxford: Berg. Str. 223–244.
- URRY, John  
2000 *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London, New York: Routledge.  
2004 The 'system' of automobility. *Theory, Culture & Society* 21, št. 4/5, str. 25–39.  
2006 Inhabiting the car. V: S. Böhm et al. (ur.): *Against automobility*. Malden, Oxford, Victoria: Blackwell. Str. 17–31.
- URŠIČ, Matjaž  
2003 *Urbani prostori potrošnje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- VERIPPS, Jojada; MEYER, Birgit  
2001 Kwaku's car: the struggles and stories of a Ghanaian long-distance taxi-driver V: D. Miller (ur.): *Car cultures*. Oxford: Berg. Str. 153–184.
- VOLTI, Rudi  
1996 A century of automobility. *Technology and Culture* 37, št. 4, str. 663–685.
- WILLIAMS, Raymond  
1998 *Navadna kultura: izbrani spisi*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij; SH Zavod za založniško dejavnost.
- YOUNG, Diana  
2001 The life and death of cars: private vehicles on the Pitjanjatjara Lands, South Australia. V: Miller, D. (ur.): *Car cultures*. Oxford: Berg. Str. 35–58.
- ZAJC, Melita  
2000 *Tehnologije in družbe*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij.
- ZLOBEC, Mojca  
2009 Registrirana cestna motorna vozila in prikolice, Slovenija, 2008. <[http://www.stat.si/novica\\_prikazi.aspx?ID=2367](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=2367)>, [2.6.2009]

## BESEDA O AVTORJU

Gregor Ilaš, dipl. bibliotekar in prof. sociologije, podiplomski študent sociologije kulture na Oddelku za sociologijo na Filozofski fakulteti v Ljubljani. Diplomiral leta 2001 z nalogo *Nova forma scribendi: obrat od rokopisa k tisku* (mentor dr. Miha Kovač) ter *Družbene in kognitivne implikacije pisnosti* (mentor dr. Jože Vogrinc). Tema njegovega magistrskega dela so *kulture mobilnosti*. Njegovi študijski interesi obsegajo predvsem antropologijo vsakdanjega življenja. Zaposlen je kot bibliotekar v Slovenskem etnografskem muzeju.

## ABOUT THE AUTHOR

Gregor Ilaš has a BSc in library science and sociology, and is at present a postgraduate student of the sociology of culture at the Department of Sociology, Faculty of Arts, Ljubljana. He took his degree with dissertations entitled *Nova forma scribendi: obrat od rokopisa k tisku* (mentored by Dr. Miha Kovač) and *Družbene in kognitivne implikacije pisnosti* (mentored by Dr. Jože Vogrinc). The theme of his master's dissertation is "mobility cultures". His study interests focus on the anthropology of everyday life. Ilaš is employed as librarian at the SEM.

## SUMMARY

## CAR CULTURE. SOME ANTHROPOLOGICAL DIMENSIONS

The article draws attention to the fact that the car as a dominant technology, pervading social relations, human geography, national economies, and the concrete experiences of individuals, has been a largely ignored theme in humanist sciences and sociology. This is even more obvious in ethnographic discourses on cars, although it is quite clear that they occupy an important position in modern societies, and that in many different ways we spent quite a lot of time in cars. We must also add that, in general, cars are indeed excessively discussed, but this discourse of "automobility" is largely driven by the natural and technical sciences, as well as publicists, leading to (reductionist) views that the issue is primarily one of technology. Drawing on F. Sigaut's writings and rare (D. Miller) ethnographic and sociological (J. Urry) studies, we aim to show that quite the opposite thesis is relevant: the essential issue about cars is, in Daniel Miller's words, its "humanity". This "humanity" lies not in what people achieve with cars, nor is the role of cars as instruments of destruction of key significance; what matters is the degree cars are becoming an integral part of the cultural environment in which we see ourselves as humans. Based on ethnographic studies of the use of cars on different continents, the article draws attention to the different spheres of the social life of cars (economic, social, religious, cultural, and political spheres). In short, cars have a strong impact on modern lives, creating a certain form of living, a way of living that is called "car culture".