

MOTORYZACJA W KONTEKŚCIE SOCJOLOGII ŻYCIA CODZIENNEGO

Streszczenie

W wyniku nieadekwatności do współczesnego społeczeństwa paradygmatów socjologii pierwszej wyjaśniającej porządek społeczny w skali makrospołecznej oraz drugiej odnoszącej się do wymiaru mikrospołecznej, pod koniec XX w. pojawił się paradygmat socjologii trzeciej uwzględniający nowy porządek społeczny o charakterze płynnym, lokalnym, przejściowym, bez trwałych struktur. Jego składnikiem jest socjologia życia codziennego przybliżająca refleksję socjologiczną do typowych, rutynowych, zwyczajnych problemów, będących wymiarami społecznej egzystencji ludzi w ich codziennym bytowaniu we współczesnym świecie. Powszechnym składnikiem życia codziennego jest samochód przedstawiony w artykule w kontekście socjologicznych badań fenomenologii Alfreda Schutza, teorii etnometodologii Harolda Garfinkela i teorii dramaturgicznej Ervinga Goffmana.

Słowa kluczowe: socjologia życia codziennego, fenomenologia, etnometodologia, teoria dramaturgiczna, samochód.

Summary

As a result of inadequacy of the sociology of the first sociology explaining the social order on the macrosocial scale and the second relating to the micro-social dimension, the paradigm of the third sociology appeared at the end of the 20th century, taking into account the new social order of a liquid, local, transitional nature without permanent structures. Its component is the sociology of everyday life, bringing sociological reflection closer to the typical, routine, ordinary problems that are dimensions of the social existence of people in their everyday existence in the modern world. A common component of everyday life is the car presented in the article in the context of the sociological studies of phenomenology by Alfred Schutz, the theory of ethnomethodology by Harold Garfinkel and the dramaturgical theory of Erving Goffman.

Key words: sociology of everyday life, phenomenology, ethnomethodology, dramaturgy theory, car.

Wstęp

Socjologia XXI w. stoi przed nowymi wyzwaniami, ponieważ istniejące teorie i metodologia wraz z zaawansowanymi technologiami przetwarzania danych statystycznych nie są w stanie zbadać sfragmentaryzowanej rzeczywistości społecznej, mechanizmów funkcjonowania i zmian społecznych. Socjologowie twierdzą, że odkrywany porządek społeczny ma charakter płynny, lokalny, przejściowy i brak jest trwałych struktur. Kultura

indywidualizmu na plan pierwszy badań wysuwa indywidualne wybory, decyzje, interesy, motyw, sądy, emocje, odczucia jednostki wymagające subiektywnych interpretacji, które podlegają dezaktualizacji. Do analizy skomplikowanych procesów nie są przydatne trwałe kategorie, terminy socjologiczne, które utrudniają nowatorskie podejście do badań, a przechodząc w uproszczonej wersji, wypaczając pierwotne znaczenie do dyskursu socjologicznego podlegają banalizacji i nie generują hipotez badawczych [Bogunia-Borowska, 2008, s. 53-57].

W tych obiektywnych okolicznościach zewnętrznych pod koniec XX w. pojawił się paradygmat trzeciej socjologii mający swojego prekursora w XIX wiekowej socjologii Georga Simmla, zajmującego się doświadczeniami zwykłego człowieka jak: życie miejskie, pieniądz, jedzenie, gimnastyka, moda, emocje, zmysły. Nurt ten przewyciężył nieadekwatne do współczesności paradygmaty z początków powstania pierwszej socjologii wyjaśniającej porządek społeczny w skali makrospołecznej oraz drugiej odnoszącej się do wymiaru mikrospołecznej.

Socjologia pierwsza stworzona w XIX w. przez Augusta Comte'a, Herberta Spencera i Karola Marksa, zogniskowana na ponadjednostkowych obiektach i procesach społecznych, poszukiwała wewnętrznej budowy, anatomii, fizjologii, kierunków i mechanizmów przemian, wzrostu, rozwoju, postępu i struktury ludzkości, mieszkańców planety ujmowanych jako organizm społeczny, formacja społeczno-ekonomiczna i system społeczny. Celem socjologii pierwszej, zajmującej się abstrakcyjną problematyką wielkich systemów społecznych jest poszukiwanie prawidłowości dziejów, mechanizmów funkcjonowania społeczeństwa w dynamice długiego trwania. Socjologia druga stworzona na przełomie XIX i XX w. przez Maxa Webera, Georga Herberta Meada i Floriana Znanieckiego zogniskowana na pojedynczych działaniach jednostek w abstrakcji od społecznego kontekstu, badała działania ludzkie i społeczne, czynności społeczne i interakcje. Celem socjologii drugiej jest statystyczny opis społeczeństw pod względem wyabstrahowanych pojedynczych zmiennych i warunków zależności między nimi [Sztompka, 2008, s. 18-19, 21-23, 48].

W nurcie trzeciej socjologii umiejscawia się socjologia życia codziennego, badająca wybiórczo i w sposób nieuporządkowany każdy aspekt i fragment rozdrobnionej, sfragmentaryzowanej i chaotycznej codzienności, egzystencję człowieka we wszystkich dziedzinach życia społecznego, wpływ relacji i zdarzeń na decyzje o dokonywanych wyborach w dynamicznie zmieniających się warunkach [Bogunia-Borowska, 2008, s. 89-91].

W niniejszym artykule przedmiotem badań socjologii codzienności uczyniono świat społeczny samochodów, reprodukujących społeczno-techniczny porządek w wybranych kontekstach życia codziennego ponowoczesnego społeczeństwa.

Socjologia życia codziennego

Według Hemmingsa, Silvy i Thompsona życie codzienne jest fundamentem życia społecznego. Stawiając pytania socjologii o porządek społeczny i zmianę społeczną poprzez analizę rutynowych przejawów życia w pozornie oczywistym świecie, w którym toczy się ludzka egzystencja dostrzegane są problemy dotąd niedostrzegalne, poszerza się wyobraźnia socjologiczna. Życie społeczne jako życie z innymi w obecności innych, zlokalizowane w przestrzeni i czasie, to powtarzalne, cykliczne, rutynowe, udratyzowane, spontaniczne zdarzenia według bezrefleksyjnie realizowanego scenariusza, w które angażuje się biologiczną cielesność. Zdarzenia jako elementarne składniki życia codziennego są dokonywane przez określoną liczebność uczestników w obecności świadków w otoczeniu zdarzenia zachodzącego w kontekście społecznym w stosownej lokalizacji, przy wzorcowych okazjach społecznych.

Socjologia życia codziennego przybliża refleksję socjologiczną do problemów, którymi żyją współcześni obywatele, typowych, rutynowych, zwyczajnych przejawów, będących wymiarami społecznej egzystencji ludzi w ich codziennym bytowaniu w świecie. Interpretując zjawiska codzienności bada, poszukuje prawidłowości, powiązań, reguł i mechanizmów codziennych kwestiach, sprawach i problemach, z którymi ludzie spotykają się i borykają każdego dnia, zmiany obserwowalne w codziennym życiu niemieszczące się w tradycyjnych pojęciach i terminologii socjologicznej.

Novum socjologii życia codziennego jest cel poznawczy a nie tematyka. Cele socjologii życia codziennego to orientacja, rozumienie, interpretacja sensu działań życia codziennego oraz tego co ukryte w bezrefleksyjnych, rutynowych i nawykowych czynnościach; odkrywanie sztuki postępowania w codziennej aktywności wyrażanej w roztropności, potocznej wiedzy i mądrości ludowej, co pozwala na przenoszenie na poziom socjologiczny poprzez uogólnianie, ugruntowanie i usystematyzowanie zdroworządkowej, potocznej, podręcznej wiedzy wyrażanej w przysłowiach, maksymach, porzekadłach, aforyzmach; tworzenie typologii – typowych zdarzeń, rytuałów, procedur, praktyk życiowych i projektów jako ich sekwencji oraz stylów życia obejmujących praktyki i procedury.

Socjologia życia codziennego, jako mozaika fragmentarycznych obrazków z życia, docierając do natury ludzkiej i konstytucji społeczeństwa pozwala zrozumieć cztery kwestie, będące wyzwaniem teoretycznymi: rolę więzi międzyludzkich i znaczenia wspólnoty;

zdolność do przekraczania granic w poszukiwaniu innowacji technicznych, organizacyjnych i nowych form życia zbiorowego; granice wolności w zdeterminowanych zewnętrznie działaniach ludzi, w zdarzeniach opartych na spontanicznej, emocjonalnej, nieprzewidywalnej naturze ludzkiej; odnajdywanie sensu w aktywności własnej we własnym życiu i cudzej w życiu zbiorowym.

Socjologia życia codziennego nie należy do mikrosocjologii ani makrosocjologii, ponieważ na realnym poziomie ontologicznym złożonego ze zdarzeń życia społecznego realizują się jednocześnie w nierozzerwalnym splocie czynniki makrospołeczne oraz indywidualny wkład działających jednostek. Nie stanowi subdyscypliny socjologii lecz jest nową perspektywą teoretyczno-metodologiczną, punktem widzenia zjawisk społecznych składających się na rzeczywistość społeczną. Metodologicznie realizowana jest na poziomie empirycznym poprzez obserwację zdarzeń społecznych przekraczając poziom oczywistości by wnikać w potoczne zdarzenia, zanalizować je, sklasyfikować i rozszyfrować prawidłowości będące podstawą do uogólnień teoretycznych drogą indukcji. Zdarzenia społeczne są soczewką trzeciej socjologii, przez którą patrzy się na wielopoziomowy i wielowarstwowy złożony świat ludzi i zbiorowości by zobaczyć więcej niż przez soczewki systemu społecznego pierwszej socjologii i soczewki działań ludzkich drugiej socjologii [Sztompka, 2008, s. 11-13, 24-30, 47-48, 30-33, 48-50].

Podstawy dzisiejszej socjologii życia codziennego tworzyły trzy paradygmaty teoretyczne socjologii XX wieku:

- fenomenologia Alfreda Schutza będąca syntezą socjologicznych koncepcji Maxa Webera konstytuowania społeczeństwa poprzez intencjonalne działania ludzkie (nawykowe, tradycyjne, emocjonalne, spontaniczne formy ekspresji) kierowane projektem czynności zmierzających do realizacji celu oraz filozoficznych koncepcji Edmunda Husserla idei „świata życia” codziennego, jako sceny działań i interakcji nie tylko w obrębie świata, ale wobec niego poprzez modyfikowanie jego przedmiotów i ich wzajemnych relacji,
- etnometodologia Harolda Garfinkela jako nowatorski program badań empirycznych, idący dalej niż fenomenologia, dostarcza teoretycznych inspiracji socjologii wizualnej,
- teoria dramaturgiczna Ervinga Goffmana, której przedmiotem jest „porządek interakcyjny”, czyli to co dzieje się w społeczeństwie podczas wchodzenia w bezpośrednie, wzajemne kontakty „twarzą w twarz” [Sztompka, 2008, s. 33-47; Schutz, s. 271, 314].

Konteksty motoryzacji w życiu codziennym

Wiele skojarzeń budzi semantyka słów samochód, auto, automobilność. Słowo auto można odnieść w sposób refleksyjny do ludzkiego „ja” jak autobiografia. Auto to także

urządzenie „automat” posiadające zdolność do poruszania się. Wydźwięk słowa „auto” jest hybrydowym zestawieniem autonomicznej jednostki, maszyny i kultury mobilności. Automobilność składająca się z sześciu powiązanych ze sobą elementów tworzy zdaniem Johna Urry’ego „szczególny rodzaj dominacji” ogarniający cały świat. Jako kwintesencja wytworu firm motoryzacyjnych symboli najważniejszej gałęzi przemysłu XX-wiecznego kapitalizmu jest głównym przedmiotem indywidualnej konsumpcji (po mieszkaniu) nadającej status użytkownikowi poprzez swą wartość symboliczną (wolność, bezpieczeństwo, sukces zawodowy, rodzina, ognisko domowe, genetyczna reprodukcja, męskość, prędkość, zmysłowe pożądanie) oraz podatność na antropomorfizację przez nadawanie imion. Stanowi kompleks mechaniczny powiązany z wieloma branżami z produkcją części zamiennych i akcesoriów, z salonami sprzedaży, punktami sprzedaży samochodów używanych, szrotami i serwisami samochodowymi, reklamą i marketingiem, z produkcją i dystrybucją paliw, budową i utrzymaniem dróg, mostów i parkingów, przydrożnymi usługami i motelami, z centrami sprzedaży i rozrywki, z budownictwem podmiejskim i miejskim, projektowaniem i planowaniem. Stanowi dominującą formę *quasi*-prywatnej mobilności uzależniającej od siebie inne sposoby publicznego poruszania się pieszego, rowerowego, motorowego i kolejowego, sprawiającą przyjemność i reorganizującą wiele sfer życia związanego z pracą, rodziną, wypoczynkiem, zakupami i przyjemnościami. Jako dominująca kultura oddziałuje na dyskurs o jakości życia oraz dostarcza literackie i artystyczne wzory, symbole kultury. Jest jednostkowym najważniejszym powodem zużywania zasobów środowiska naturalnego w wyniku produkcji i eksploatacji samochodów, powstawania odpadów, zużycia dróg i przestrzeni rezerwowanych dla aut, zakłócaniem hałasu, powstawania dziury ozonowej, pogarszania jakości powietrza [Urry, 2008, s. 413].

W teatrze życia codziennego salami teatralnymi dla aut sportowych mogą być sytuacje społeczne sprzyjające nawiązywaniu interakcji jak tory sportowej jazdy samochodowej. W obrębie sytuacji społecznych odbywają się przedstawienia „okazje społeczne” np. eventy motoryzacyjne i zloty użytkowników samochodów, jako szersze akcje, przedsięwzięcia osadzone w czasie i przestrzeni na „własnych terytoriach” czasowo zajętych „oznakowaniem granicy”, wyposażonych w ułatwiający ich przebieg trwałą oprawę w postaci fasady, na którą składają się dekoracje sceny oraz fasada osobista uczestników, czyli wyposażenie w postrzegalne przez innych znamiona np. marka posiadanego samochodu, ubiór, ozdoby, insygnia zawodu i rangi nazywane „nośnikami znaczeń” i „markerami statusów”, „terytoriami posiadania”. Poza fasadą prezentowaną na scenie kryją się kulisy ze sferą prywatności i anonimowości, ukryte przed widownią dla odpoczynku i ukazania autentycznej jaźni.

Szczególne rodzaje przedstawięń to „ceremonialne okazje społeczne ” np. gale sportowe z celebrytami sportu z dziennikarstwem sportowym, sesjami fotograficznymi. Bardziej kameralny charakter posiadają „wymiany podtrzymujące” (np. okolicznościowe życzenia i upominki od sponsorów eventów) „rytuały interpersonalne” (przelotne oznaki uprzejmości np. wstawianie, udostępnianie, polubianie postów organizatorów i uczestników eventów), „demonstracje intencji” poprzez „znaki związku” (wskazówki na temat stosunków społecznych, czyli związków między organizatorami, uczestnikami, sponsorami eventów, serwisantami, dealerami i posiadaczami renomowanych marek samochodów) [Sztompka, 2008, s.15-47].

Wśród różnych sfer ludzkiej aktywności odkrywa się między innymi samochodowy styl życia jako przejaw konsumeryzmu i związane z tym emocje, odczucia. Decyzja o zakupie marki samochodu może być wbudowana w status społeczny wynikający z uwarstwienia społecznego.

Wybory konsumenckie w zakresie marki samochodu są uzależnione od deklaracji przynależności do grupy społecznej [Douglas, 2008, s. 338]. Nie jest to nowy zwyczaj charakteryzujący konsumpcjonizm współczesny, lecz już pod koniec XIX w., kiedy konstruowano w Europie pierwsze pojazdy uznawane za samochody, bogaci ludzie z wyższych warstw społeczeństwa arystokraci, ziemianie, bankierzy i fabrykanci kupowali za granicą samochody. Różnorodne typy, marki i kolory samochodów dobierane były, jak pisze Witold Rychter, według indywidualnych życzeń, ponieważ kwestią honoru nabywcy było posiadanie samochodu innej marki niż auta znajomych [Rychter, 1979, s. 339].

W automobilności jako cesze konstytutywnej dla nowoczesności w określonym przez Johna Urry’ego „szczególnym rodzaju dominacji” jedną z wartości symbolicznych jest bezpieczeństwo i powiązana z nim potencjalna i używana prędkość samochodów [Urry, 2008, s. 412]. W sytuacjach społecznych „scen społecznych” Garfinkela analizowanych przez etnometodologię są elementy bezpieczeństwa w ruchu drogowym jak: fale, korki ruchu drogowego, włączanie się do ruchu na autostradzie, przechodzenie przez ulicę na skrzyżowaniu.

Wzrost dochodów powoduje zakup szybszych i luksusowo wyposażonych samochodów na pokaz oraz bezpieczniejszych i mniej zawodnych. Sam akt zakupu droższego, szybszego samochodu jako symbolu statusu nie przyniesie przyrostu szczęścia w takim stopniu jak poprawa funkcji przez niego spełnianych np. skrócenie długich dojazdów do stresującej pracy. Decyzja o wielkości wydatków na zakup samochodu z punktu widzenia bezpieczeństwa w ruchu drogowym jest współzależna od decyzji innych konsumentów.

Mniejszy samochód stanowi narażanie się na niebezpieczeństwo gdy w ruchu są samochody ciężkie. Gdyby wszyscy posiadali małe samochody niebezpieczeństwo by zniknęło, a zaoszczędzone pieniądze mogłyby być pożytecznej wydane [Frank, 2008, s. 318-319, 330].

Wyposażenie samochodów w silniki z dużą mocą, poduszki powietrzne, opony z ABS, strefy zgniotu, terenowe orurowanie podwyższające bezpieczeństwo umożliwiają hybrydzie auto-kierowcy pokonywanie warunków wysokiego ryzyka dużej prędkości, dużej liczby samochodów poruszających się po autostradach. Korzystanie przez kierowców z wysokich parametrów nowoczesnych aut, czyni drogi bardziej niebezpiecznymi przez zmniejszającą się przestrzeń dostępną dla każdego pojazdu. Inni użytkownicy przestrzeni publicznej zmuszeni są do oddawania placów, ulic, części chodników na rzecz samochodów.

Jazda samochodem poddana cywilizacyjnej kontroli wymagającej umiejętności technicznych i interakcyjnych, odpowiedzialności, ostrożności i rozważności, przy dozie adrenaliny pozwalającej czerpać radość z szybkości, niebezpieczeństwa i ekscytacji, nie chroni w zupełności od nadmiernej prędkości, agresji i współzawodnictwa. Hiperhybrydyzacja jako zakorzenienie się człowieka w technologii, a technologii w człowieku oznacza wcielenie w życie utraty kontroli społecznej w celu wyćwiczenia większej kontroli technologicznej. Toksyczna hybryda szalonego kierowcy powinna być rozbrojona przez modyfikację hybrydy człowiek-maszyna bez patologicznego kierowcy lub z urządzeniami zabezpieczającymi przed piractwem drogowym [Urry, 2008, s. 419-421].

Według Ulricha Becka ryzyko jest czynnikiem kształtowania dzisiejszego społeczeństwa i biografii ludzi. Wraz ze wzrostem ryzyka poruszania się samochodami jako niebezpiecznymi metalowymi skrzynkami po nawierzchni dróg niedostosowanych do parametrów technicznych nowoczesnych aut wzmaga się obiecywanie zwiększania bezpieczeństwa [Bogunia-Borowska, 2008, s. 66-69]. Oceniając poziom ryzyka poruszania się samochodem należy zwrócić uwagę na dwie przyczyny „błędu percepcji” ryzyka. Jeden z nich wiąże się z niedocenianiem ryzyka w sytuacjach dobrze znanych kierowcom samochodów, w porównaniu do sytuacji mało znanych z podobnym stopniem ryzyka. Drugi dotyczy niedoceniania ryzyka i wręcz wrogości do poglądu, że należy być ostrożnym, przez osoby z dużą wiedzą i dobrą znajomością praktyki, postrzegających siebie jako kontrolujących przebieg ryzykownych sytuacji w najwyższym stopniu [Joffe, 2008, s. 897-898].

Z używaniem samochodów, w tym również do celów podróżowania, z tradycyjnym napędem z silnikami spalinowymi przyczynia się wzrostu zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Ekolodzy w kategoriach ochrony środowiska naturalnego zgłaszali zagrożenie

stwarzane przez ruch samochodowy na drogach publicznych położonych w ostępach leśnych wobec problemu ginącej populacji żab wylegających na trasy przejazdu [Ungar, 2008, s. 916].

Według Zygmunta Baumana człowiek płynnej nowoczesności jest zobowiązany do permanentnej gimnastyki mentalności by sprostać ciągle nowym działaniom, będących celem samym w sobie. Skłonność do częstych zmian posiadanych przedmiotów, np. samochodów jest symptomem epoki. Z punktu widzenia socjologicznego istotne jest zbadanie poziomu dostosowania mentalności uzasadniającego ukierunkowanie motywacji do wymiany mniej trwałych z założenia egzemplarzy samochodów. Czy wymiana jest pożądana ze względu na podążanie za rozwojem techniki, ponieważ są produkowane nowocześniejsze technologicznie modele marek warunkujące korzyści z użytkowania. Czy wymiana jest sytuacją związaną z kompulsywnym, obsesyjnym ulepszaniem siebie, by być nowoczesnym to wypada zmienić samochód, bo będą postrzegani, że nie nadążam za nowościami [Bogunia-Borowska, 2008, s. 61-63].

Skala podróżowania samochodem wzrasta w dynamicznym tempie. Coraz więcej krajów rozwija „kulturę samochodową”, nawet tam gdzie transport samochodem nie był popularny. Rezultatem podróżowania samochodem są nowe formy przemieszczania się, nowatorskie formy życia rodzinnego, nowe formy społeczności, rekreacji, przyjemności podróżowania, pokonywanie większych odległości i podejmowanie dodatkowych podróży niż przy korzystaniu z transportu publicznego. Dzięki mobilności samochodowej zwiększyły się odległości dzielące ludzi żyjących w obrębie sieci.

Spółeczny świat samochodu ulegając ciągłej ewolucji wraz z postępowaniem cywilizacyjnym przechodził przez etapy „życia w drodze”, „życia w samochodzie” do „życia w inteligentnym samochodzie”. Pierwszy etap rozpoczął się w czasach międzywojennych w Anglii, gdzie samochód jako środek lokomocji w zmotoryzowanej turystyce samochodowej umożliwiał wybór trasy, delectowanie się podróżowaniem z postojami, czerpaniem przyjemności z wolnej jazdy. W Stanach Zjednoczonych poruszanie się samochodem najpierw było symbolem przygody i romansu, umożliwiało wybór miejsca pracy bez względu na odległość, dojazd do podmiejskich dzielnic i wolność podróżowania po bezkresnych drogach. W drugim etapie zastosowania samochodu dbanie o przytulność i intymność, pejzaż dźwiękowy jego wnętrza spowodowało, że stał się on „domem z dala od domu”, miejscem przyjmowania gości, robienia interesów, życia rodzinnego, przyjaźni, romansów, fantazji i patologii. Samochód jest środkiem technicznym wykorzystywanym w ramach wypoczynku do realizacji wydarzeń i elementów składowych wypoczynku. Niezwykle szybka dynamika wzrostu liczby użytkowników samochodów w skali globalnej sprawia, że jest on postrzegany

jako konstytutywny produkt globalnej kultury na równi z innymi komponentami kultury jak komputer telewizja [Urry, 2008, s. 261-282].

Mobilność miejsc pracy w pogoni za większymi dochodami przyczynia się do zdobycia w krótkim czasie funduszy na kupno nowego samochodu dobrej marki [Halpern, 2008, s. 678-711]. Pieniądze przywożone z emigracji zarobkowej granicę, czy do wyżej rozwiniętych gospodarczo regionów przeznaczane są często za zakup samochodu. Nadając pieniądзом pochodzącym z różnych źródeł określone przeznaczenie pociąga za sobą różnicowanie interakcji społecznych [Zelizer 2008, s. 94, s. 310-311]. Z tego punktu widzenia interesujące badawczo jest poznanie źródeł pochodzenia pieniędzy przeznaczanych na zakup samochodu, by zmanifestować powiązanie prestiżu ze swoim statusem społecznym.

Zakończenie

Trudno znaleźć argumentację uzasadniającą brak większego zainteresowania socjologów takim powszechnym składnikiem życia codziennego jakim jest samochód, w kontekście socjologicznych badań zjawisk konsumpcji, dochodów, statusu społecznego, zawodu, rodziny, interakcji, konfliktu, organizacji i zarządzania, tożsamości, przestrzennej mobilności, komunikowania, podróżowania, ruchliwości, płynnej nowoczesności, ryzyka, bezpieczeństwa, urbanizacji, ekologii, ergonomii, zdrowia, emocji, czasu wolnego, kultury, prawa, grup dyspozycyjnych, sportu motorowego.

Krótką charakterystykę wybranych w artykule przejawów znaczenia posiadania i użytkowania samochodu w życiu codziennym można przedstawić w kontekście trzech paradygmatów teoretycznych socjologii życia codziennego.

Samochód jako zasób materialny w społeczeństwie konsumpcyjnym jest jednym z czynników wyznaczającym miejsce jego posiadaczy w hierarchii struktury społecznej. Może stać się przedmiotem ostentacyjnej konsumpcji, będącej miernikiem statusu społecznego właściciela lub użytkownika, dającej asumpt do wchodzenia w interakcje społeczne w określonych grupach społecznych. Ten kontekst znaczenia automobilizmu w życiu społecznym można odnieść do teorii fenomenologii Alfreda Schutza.

Zgodnie z tym paradygmatem świat życia to realizacja interesów i spraw w ramach codziennych doświadczeń, orientacji i działań poprzez nawiązywanie relacji z innymi ludźmi i posługiwanie się przedmiotami w celu realizacji podjętych planów. Jednostka konstruując swój świat wyznaczany własną biografią jako sumą własnych doświadczeń, okolicznościami sytuacyjnymi ograniczającymi i stymulującymi działania oraz zasobami wiedzy podręcznikowej nadaje własną prywatną interpretację indywidualnie przetwarzanym

zasobom, czerpanym z kultury swojej zbiorowości [Sztompka, 2008, s. 33-47; Schutz, s. 271, 314].

Użytkownie samochodów w ruchu drogowym w punktu widzenia urbanizacji, infrastruktury, bezpieczeństwa, ryzyka, ekologii, ergonomii, tworzy sytuacje społeczne „scen społecznych”. Są one powiązane ściśle z prawem poprzez kodeks ruchu drogowego regulujący sprawy wypadków drogowych oraz ubezpieczenia samochodowe i odszkodowania. Mobilność przestrzenna automobilizmu wyrażana przez komunikowanie, podróżowanie, ruchliwość przy wykorzystaniu samochodów wpisuje się w paradygmat etnometodologii.

Przedmiotem etnometodologii Harolda Garfinkela jest świat życia społecznego, zwyczajne społeczeństwo rozumiane jako wszelkie poziomy życia społecznego, na których dokonuje się generowanie porządku społecznego i nadawanie znaczenia sytuacjom społecznym. Porządek społeczny nie jest określany przez treściową zawartość lecz przez proceduralną genezę w praktykach uczestniczących członków społeczeństwa. W swoistych dla prostych sytuacji społecznych praktykach lokalnych leży klucz do najbardziej abstrakcyjnych, makrospołecznych form porządku społecznego. Uczestnicy sytuacji społecznych posługują się „wyrażeniami wskaźnikowymi”, kluczami dla właściwego zdefiniowania sytuacji przez uczestników, sygnalizującymi im sens sytuacji i sugerującymi właściwe dla niej sensowne, skoordynowane praktyki [Sztompka, 2008, s. 33-47; Schutz, s. 271, 314].

W teatrze życia codziennego salami teatralnymi dla samochodu mogą być sytuacje społeczne sprzyjające nawiązywaniu interakcji pomiędzy członkami rodziny, użytkownikami samochodów przez grupy dyspozycyjne i zawodnikami sportu motorowego. Stosunek do automobilizmu może wpływać na rodzenie się konfliktu, kształtowanie tożsamości, emocji, kondycji zdrowotnej i sposobu spędzania czasu wolnego. Samochód staje się komponentem kultury poprzez niezwykle szybką dynamikę wzrostu liczby użytkowników samochodów w skali globalnej.

W teorii dramaturgicznej Ervinga Goffmana jednostka w obecności innych nasycą swoją aktywność znakami potwierdzającymi jej wizerunek i pokazuje jaźń odgrywaną, a nie autentyczną. Ludzie w stosunku do swoich partnerów podczas spotkania, czy audytoriów w zgromadzeniu odgrywają spektakl *performance* prezentując samego siebie spontanicznie i bezrefleksyjnie kierując się zinternalizowanymi w socjalizacji odruchami postępowania wobec innych lub strategicznie, manipulatorsko modelując postępowanie dla wywarcia wrażenia na innych [Sztompka, 2008, s. 33-47; Schutz, s. 271, 314].

Wszystkie zaprezentowane konteksty automobilizmu interpretowane w ramach paradygmatów socjologii życia codziennego mogą stanowić przyczynek do stawiania hipotez naukowych weryfikowanych w badaniach empirycznych. Wyniki tych badań mogą dać podbudowę do wyodrębnienia nowych subdyscyplin socjologii.

Bibliografia

- Bogunia-Borowska M., *Codziennosc życia społecznego – wyzwania dla socjologii XXI wieku* [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Douglas M., *W obronie zakupów*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Frank R. H., *Jak nie kupować szczęścia*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Halpern D., *Zdrowie i dobre samopoczucie*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Joffe H., *Ludzkie reakcje na ryzyko: „to nie ja”, „należy obwinić kogoś innego”*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Rychter W., *Dzieje samochodu*, Wydawnictwo Komunikacji i Łączności, Warszawa 1979.
- Sztompka P., *Życie codzienne – temat najnowszej socjologii* [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.
- Schutz A., *On Phenomenology and Social Forms*, red. H. Wagner, The University of Chicago Press, Chicago 1970.

Ungar S., *Panika moralna versus społeczeństwo ryzyka: konsekwencje zmian w sferze niepokojów społecznych*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.

Urry John, *Sieci społeczne, podróże i rozmowy*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.

Urry J., *Życie za kółkiem*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.

Zelizer V. A., *(Prze)znaczenie pieniądza*, [w:] *Socjologia codzienności*, red. Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2008.