

Kalifornizacja motoryzacji – samochód jako cyfrowa maszyna medialna

Californization of the automotive industry –
the car as a digital media machine

Jerzy Stachowicz

Uniwersytet Warszawski, Polska

e-mail: jurek.stachowicz@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9179-128X

Abstract

The car treated as a media machine undergoes a specific process of remediation and can be reflected upon within the framework of media theory. The article analyzes the changes that the automotive industry and the car as its product are undergoing under the influence of ubiquitous digitization, surveillance capitalism, and related visions of the future.

Keywords

car, automotive, digital media, remediation, Californization, surveillance capitalism

W artykule podejmuję próbę spojrzenia na samochód i na przemysł motoryzacyjny od strony teorii mediów. Samochód jest dla mnie maszyną medialną od samego początku swojego istnienia uwikłaną na różne sposoby w porządk medialne i związaną z różnymi wyobrażeniami przyszłości. Na internetowych stronach koncernów samochodowych od razu rzuca się w oczy, że narracja motoryzacyjna jest budowana właśnie wokół tworzenia przyszłości. Również prezentacje nowych modeli i prototypów, targi samochodowe itd. były i są organizowane w stylu „Futuramy”. Pokazują, jak będzie wyglądać zmotoryzowane społeczeństwo przyszłości i estetyka przyszłości. Samochód nowoczesny to samochód wyprzedzający swoją epokę, skierowany w przyszłość. Dzisiaj, w czasach kryzysu klimatycznego takim zwrotem w przyszłość

są elektromobilność i cyfryzacja. Elektryczny samochód powinien być podłączony do komputerowej sieci i obsługiwany niczym smartfon. Przyszłość samochodu jest więc związana z tendencją przejmowania kolejnych sfer życia przez ideologię kalifornijską, którą definiuję, idąc śladem Richarda Barbroka i Andy’ego Camerona¹, jako wiarę w technologie cyfrowe, algorytmy i liberalizm gospodarczy. To technologiczna utopia, bo cyfryzacja wszystkiego jest przedstawiana jako czynnik zmiany na lepsze, skrzętnie skrywający swoje ciemne strony opisane przez Shoshanę Zuboff jako kapitalizm inwigilacji². Proces ekspansji ideologii kalifornijskiej nazywam kalifornizacją, a jej najwyraźniejszymi przejawami w motoryzacji są: technoutopijne narracje, dominacja mediów i cyfrowości; dominacja komputerowych interfejsów i algorytmów, które zastępują kontakty z ludźmi, nowa lektoralność oraz nowe, cyfrowe sposoby czerpania zysków z samochodów. Nie należy zapominać, że kalifornizacja to również narzucanie pewnych struktur myślenia i wyobrażeń wizualnych. Samochód pozbawiony ekranu to samochód przestarzały, bo nienawiązujący do wyglądu i sposobu działania technologii definiującej kalifornijskość.

Samochód przyszłości jako maszyna medialna, remediująca i postmedialna

W tak zarysowanym kontekście można spojrzeć na samochód jako na maszynę medialną w podwójnym, a nawet w potrójnym tego słowa znaczeniu.

Najprostszym, choć może nie najbardziej oczywistym odniesieniem jest koncepcja mediów jako przedłużeń, ekstensji człowieka kojarzona głównie z Marshalllem McLuhanem³, mniej z Edwardem T. Hallem⁴, a łącząca się z koncepcją mediów jako środków komunikacji. Samochód jest więc technicznym przedłużeniem zdolności człowieka, jego funkcji motorycznych umożliwiających mu poruszanie się. Jest też środkiem komunikacji, zmieniającym środowisko życia człowieka, w myśl słynnej frazy „medium is the message” – skraca dystans i czas, łączy ludzi; jest medium.

Jako symbol nowoczesności zdobywający popularność w tym samym czasie, co media elektroniczne i nowoczesny marketing, samochód jest również maszyną medialną w tym sensie, że jest silnie obecny w mediach wizualnych i obrósł niesamowicie rozgałęzioną siecią znaczeń. Jego wygląd na ekranach kinowych definiuje mody, wy-

¹ Richard Barbrook, Andy Cameron, *Californian Ideology*, „Mute” 1995, vol. 1, nr 3, <https://www.metamute.org/editorial/articles/californian-ideology> [dostęp 30.09.2022].

² Shoshana Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji: walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, przeł. Alicja Unterschuetz, Poznań: Zysk i S-ka 2020.

³ Marshall McLuhan, *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, przeł. Natalia Szczucka, Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne 2004, s. 39.

⁴ Edward T. Hall, *Poza kulturę*, przeł. Elżbieta Goździak, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2001, s. 36.

znacza klasowe normy, wyobrażenia luksusu oraz, co ważne z perspektywy tego tekstu, wizje nadchodzącej przyszłości. Kino i telewizja są, a może raczej były przed internetem, w dużej mierze mediami tworzącymi masowe wyobrażenia o tym, jak powinien wyglądać samochód, a konkretnie motoryzacyjne były tymi, które w pewnym sensie wymyśliły praktykę *product placement*. Kultowe samochody są mediami i zamieszkują media, co zresztą szybko zauważyli teoretycy z McLuhanem na czele⁵. Granica między jadącymi ulicami a zapośredniczonymi, obecnymi w mediach samochodami szybko się zatarła.

W dwudziestoleciu międzywojennym pojawił się latający samochód, połączenie prywatnego, osobowego samochodu z samolotem albo helikopterem. Wcześniej, razem z triumfującym fordyzmem, który sprawił, że USA stały się krajem samochodów, a nie komunikacji publicznej, pojawił się prywatny, dostępny dla każdego samochód; w wizjach przyszłości wyewoluował on do prywatnej maszyny latającej jako kolejnego oczekiwanego etapu rozwoju. W amerykańskim filmie *Just Imagine* z 1930 roku możemy zobaczyć odwzorowanie ruchu ulicznego w powietrznej przestrzeni między drapaczami chmur Nowego Jorku przyszłości. Wraz z rozwojem lotnictwa naddźwiękowego i pierwszymi lotami w kosmos wciąż nielatające samochody przeżyły w USA okres dosłownego uskrzydlenia – projekty koncernów z Detroit wyróżniały się opływowymi kształtami i „statecznikami” przywołującymi skojarzenia z podbojem przestworzy i niezwykle wysokimi prędkościami. Pod koniec lat 30. i w latach powojennych do imaginarium przyszłościowego na stałe weszła wizja robotów i komputerowej sztucznej inteligencji. Pojawiły się wizje autonomicznych samochodów i samochodów-robotów, liczne w literaturze i ikonizowane w komiksie oraz filmie. W końcu wraz z rozwojem komunikacyjnych mediów używających ekranów pojawiły się wizje samochodów wyposażonych w ekrany i urządzenia medialne. Kinowe auto zostało podłączone do mediów elektronicznych, czego przykładem są choćby samochody Jamesa Bonda wyposażone w radar, kamery i wideotelefon.

Samochód jako maszyna medialna może być również opisywany przez jego coraz mocniejsze, rzeczywiste powiązanie z mediami komunikacyjnymi. Historię mediów możemy opowiedzieć na przykładzie samochodu, który obrasta w kolejne technologie medialne i przejmuje je. Będzie to oczywiście uproszczenie, ale nie przekłamanie. Samochód zaczynał jako maszyna do podróży, w której najważniejsze były podzespoły służące wydajnej jeździe. Wraz z rozwojem motoryzacji, liczby pojazdów, sieci dróg, języka, znaków drogowych itp. do wnętrza pojazdu trafiły urządzenia medialne, media; najpierw druk w postaci mapy, atlasu samochodowego, zamieszkującego schowek w desce rozdzielczej aż do pierwszej dekady XXI wieku, ale też zegarów-wskaźników, które trzeba odczytać. Potem pojawiło się radio samochodowe. W końcu, raczej po II wojnie światowej, do samochodu, głównie w USA, który to kraj uchodził do lat 80. XX wieku za ojczyznę motoryzacji, trafił ekran z ruchomymi obrazami. Najpierw

⁵ Phil Paton, *The Car as Medium*, <https://mcluhangalaxy.wordpress.com/2011/06/30/the-car-as-medium/> [dostęp 16.10.2022].

w postaci ekranu kinowego w kinie samochodowym: takim ekranem stała się przecież przednia szyba samochodu, a radio samochodowe odbierało kinowy dźwięk. Granica między medium i samochodem się zaciera. Również w tym samym czasie rozwijają się ekrany z mapami – pierwsze rodzaje nawigacji. W końcu trafiają do samochodów elektroniczne wyświetlacze i cyfrowe ekrany. Od 1976 roku, kiedy cyfrowe wyświetlacze pojawiły się po raz pierwszy w Astonie Martinie Lagonda, można mówić o dosłownej „ekranizacji” samochodów⁶. Nowoczesne wyświetlacze LCD, które stały się powszechne w luksusowych samochodach na początku XXI wieku jako niezbędny element nawigacji, to z kolei przejaw nie tylko uekranowania i digitalizacji, ale również usieciowienia. Wraz z pojawieniem się internetu w telefonach samochód zaczął się stać częścią globalnej sieci i jest chyba do tej pory jednym z najlepszych przykładów internetu rzeczy. Stał się też maszyną, do której się mówi.

Samochód jako remediacja

Łączone z kolejnymi, głównie elektronicznymi mediami samochody jako maszyny medialne są więc podatne na procesy remediacji, są maszynami remediacji, ujawniającymi logikę remediacji opisaną przez Davida Boltera jako „proces kulturowego współzawodnictwa pomiędzy technologiami”⁷. Bolter, opisując procesy remediacji pisma i druku, doprecyzowywał: „każdą z tych przemian możemy nazwać «remediacją», co oznacza, że nowsze medium zajmuje miejsce starszego, jednocześnie zapożyczając i reorganizując pewne cechy pisma właściwe medium starszemu oraz zmieniając jego kulturową przestrzeń”⁸. Nadejście mediów cyfrowych nazwał „jedną z najbardziej traumatycznych remediacji w historii zachodniej cywilizacji pisma”⁹. Należy jednak zauważyć, że nie chodzi tylko o pismo:

Remediacja nie ogranicza się wyłącznie do technologii pisma. Razem z Richardem Grusinem przebadaliśmy, w jaki sposób nowe media wizualne, takie jak grafika komputerowa, rzeczywistość wirtualna i sieć WWW, znajdują swoje ramy, pożyczając od, darząc estymą, krytykując i przemodelowując swoich poprzedników, którymi są głównie telewizja, film, fotografia oraz malarstwo¹⁰.

Te spostrzeżenia dotyczą również produktów przemysłu motoryzacyjnego, które wraz z kolejnymi remediacjami stawały się coraz bardziej medialnymi, audiowizual-

⁶ <https://astonmartins.com/car/am-lagonda-series-2-v540-and-v580/> [dostęp 10.11.2022].

⁷ David Jay Bolter, *Przestrzeń pisma. Komputery, hipertekst i remediacja druku*, przeł. Aleksandra Małecka, Michał Tabaczyński, Kraków–Bydgoszcz: Korporacja Ha!art–Miejskie Centrum Kultury 2014, s. 39.

⁸ Ibidem.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem, s. 40.

nymi maszynami wykorzystującymi wizualne interfejsy i wpisującymi się coraz bardziej w porządek opisywany przez teoretyków cyfrowego świata. Kiedyś, by używać samochodu wystarczyło posiadać biegłość w jego prowadzeniu, odpowiednie predyspozycje fizyczne. Samochód nie był do czytania, mówienia i oglądania. Do odczytania wskaźników nie trzeba było znajomości alfabetu, wystarczył krótki trening. Podobnie było z naprawą, serwisowaniem. Potem wszystko się zaczęło komplikować – pojawiły się instrukcje, plany, coraz więcej wskaźników. Jednak dopiero swoista digitalizacja motoryzacji sprawiła, że współczesny samochód wymaga o wiele więcej biegłości medialnej niż ten z początku XX wieku. Bez umiejętności czytania, pisania, posługiwania się komputerem i smartfonem współczesny kierowca być może nawet nie uruchomi pojazdu. Samochód i wyobrażenie tego, jaki ma być w przyszłości, zostały zdominowane przez interfejsy przemysłu komputerowego.

Można się zastanawiać, czy komputer, jak chciał wcześniej Bolter, czy też sam cyfrowy ekran stał się technologią definiującą dzisiejszej kultury¹¹. Lev Manovich w *Języku nowych mediów* twierdził, że współczesną technologią definiującą jest właśnie ekran, pisał wręcz o społeczeństwie ekranu¹². Argumenty na poparcie tej tezy znajdziemy na pewno w aktualnych wyobrażeniach tego, jak powinny wyglądać nowoczesne samochody przyszłości, jak i w kinowych oraz serialowych wizjach technologii. Tu i tam widzimy dominację ekranów, ale ekranów szczególnego rodzaju – wywodzących się bezpośrednio od smartfonów i tabletów ekranów płaskich, dotykowych, interaktywnych. Idąc tropem języka nowych mediów, można w tym wypadku mówić o społeczeństwie tabletów czy kulturze tabletów. Ten typ ekranu bardzo różni się od tradycyjnego komputera wyposażonego w ekran-maszynę widzenia i szereg urządzeń peryferyjnych służących do manipulacji przestrzenią ekranu. W tablecie wszystko jest zintegrowane w ekranie oraz z nim: manipulujemy jego powierzchnią, która może reagować i odpowiadać na dotyk, manipulujemy całym ekranem za pomocą czujników ruchu, czujemy reakcje jako wibracje. To zintegrowanie sprawia, że ekran tabletowy może jeszcze lepiej remediować „stare” technologie i sposoby interakcji z nimi. Pierwsze skomputeryzowane i pełne cyfrowych wyświetlaczy luksusowe samochody były krytykowane właśnie za to, że nie da się obsługiwać skomplikowanego systemu komputerowego za pomocą tradycyjnych manipulatorów samochodowych – dźwigni, joysticków, przycisków w kierownicy. Dotykowym ekranem można w teorii zastąpić większość sposobów interakcji z urządzeniami technicznymi. Nic dziwnego, że płaskie ekrany są dołączane do kolejnych urządzeń, które jeszcze niedawno nie kojarzyły się z cyfrowością, w tym samochodów. Bardzo łatwo jest poznać samochody sprzed dziesięciu i więcej lat. Po prostu nie mają wmontowanych dużych ekranów działających podobnie do tabletów, nie mają interfejsu dotykowego. Ta zmiana to jeden z istotnych

¹¹ Jay David Bolter, *Człowiek Turinga*, przeł. Tomasz Goban-Klas, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1990, s. 35.

¹² Lev Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. Piotr Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006, s. 177.

przejawów kalifornizacji motoryzacji, umacniająca wizję ewolucji samochodu w maszynę medialną.

Postmedialność – jeden tablet, by wszystkimi rządzić, jeden, by wszystko odnaleźć

Widać to również w języku, którym firmy motoryzacyjne komunikują się z klientem. Technologie informatyczne w przekazie tworzącym wizerunek firmy i auta stają się równie ważne, jeśli nie ważniejsze niż właściwości jezdne. Samochód luksusowy to samochód elektroniczny: poruszany przez silnik elektryczny, cyfrowy i wyposażony w dotykowy ekran. Na stronach firmy Mercedes przyszły kierowca auta tej marki może przeczytać: „Poznaj nowy, inteligentny ekran główny, który daje Ci bezpośredni dostęp do wszystkich istotnych funkcji w każdej sytuacji”¹³, czyli dowiedzieć się właśnie o tym, że najnowsze auta zostały poddane remediacji i wszystkie istotne funkcje kryją się w cyfrowym interfejsie. Kierowca ma być dosłownie otoczony przez cyfrowe, ekranowe interfejsy:

Nowy ekran MBUX Hyperscreen. Najbardziej zaawansowany wyświetlacz, jaki kiedykolwiek opracowaliśmy. W nowym EQS progresywny luksus dosłownie Cię otacza. Nowy ekran MBUX Hyperscreen rozciąga się na całą szerokość tablicy rozdzielczej. Za elegancką szybą kryje się wyświetlacz LCD kierowcy, a także centralny wyświetlacz multimedialny i wyświetlacz pasażera z przodu w ultranowoczesnej technologii OLED¹⁴.

Radykalną przemianę medialną proponuje też na swoich stronach internetowych BMW: „Kierowca i pasażer z przodu mogą teraz obrócić się w kierunku pasażerów z tyłu. Ponadto na wyświetlaczach ukazują się ciekawe informacje o najbliższym otoczeniu”¹⁵, a jeździe towarzyszy „naturalna i empatyczna interakcja oparta na ruchu i efektach wizualnych”¹⁶. Hyundai również podkreśla, że obsługa samochodu jest zapośredniczona: „Dostęp do Bluelink możliwy jest przez ekran dotykowy w samochodzie oraz przez aplikację mobilną”¹⁷.

Najdalej idzie marka Tesla, która prezentuje się przede wszystkim jako firma technologii cyfrowych, a nie wytwórca samochodów. „Wnętrze Model 3 nie przypomina żadnego innego samochodu. Zamiast kluczyka można użyć smartfona, a wszystkie ele-

¹³ <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/mercedes-benz-cars/mbux/highlights.module.html> [dostęp 16.10.2022].

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ <https://www.bmw.pl/pl/topics/fascination-bmw/autonomiczna-jazda-bmw.html> [dostęp 16.10.2022].

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ <https://www.hyundai.com/pl/serwis/serwis/bluelink.html> [dostęp 16.10.2022].

menty sterujące są dostępne na 15-calowym ekranie dotykowym”¹⁸. W tym przypadku dominacja ekranów powoduje, że jadąc po raz pierwszy, jako pasażer, tesłą Model 3 miałem wrażenie, że znajduję się w samochodzie dobudowanym do tabletu. W tym aucie rzeczywiście usunięto wszelkie inne wyświetlacze. Deska rozdzielcza – czy jeszcze zasługuje na tę nazwę? – jest pusta. Nie licząc ekranu. Nie ma nawet żadnych wyróżniających się przycisków, jak w tradycyjnych samochodach.

Integracja samochodu z ekranami prowadzi do kolejnej kategorii związanej z kalifornizacją – postmedialności, czy, jak proponuje Piotr Celiński, kondycji postmedialnej. Kalifornizacja objawia się właśnie w tym, że nasze interakcje z techniką stają się postmedialne, co pozwala lepiej wpasować je w praktyki kapitalizmu inwigilacji. Celiński twierdzi, że

[p]ostmedialność narasta jednocześnie: w sferze techniki, gdzie wspiera się na takich procesach, jak konwergencja, wirtualizacja, obecność software, interfejsów i protokołów; w polu społecznym, gdzie ma miejsce socjalizowanie technologii medialnych wyrwanych systemowi kultury masowej i wynikające z tego procesu sieciowanie, emancypacja użytkowników oraz powstawanie społeczeństwa informacyjnego i sieciowego; oraz w polu antropologicznym, gdzie przekształceniom podlega zbiorowa wyobraźnia komunikacyjna wraz z zakorzenionymi w niej kompetencjami medialnymi i objawiają się nowe postawy i logiki komunikacyjne¹⁹.

Do tego długiego opisu dodałbym, że postmedialność opiera się również na intensyfikacji remediacji, której rezultatem jest cyfryzacja wszystkich wcześniejszych porządków medialnych. „W domenie cyfrowej historyczne gramatyki mediów obowiązują jednakowe zasady. Wszystkie cyfrowe dane obowiązują tu równość wobec kodu, fizycznych zasad elektryczności i hardware oraz tłumaczących je kulturze interfejsów”²⁰, zauważa Celiński. Wybór tego, jak są obsługiwane urządzenia techniczne, bardzo mocno zależy od interfejsu i oprogramowania, a te są wymienne, skalowalne i opierają się na wcześniejszych medialno-technicznych konwencjach, przyzwyczajeniach, które są wyświetlane na ekranach lub puszczone w głośnikach w postaci audiowizualnych symulacji zegarów czy sztucznie wygenerowanego dźwięku silnika²¹. „Na obecnym etapie zanikania historycznych gramatyk mediów analogowych cyfrowe interfejsy użytkowe odwołują się do reprezentacji poprzednich gramatyk medialnych i poddają się systematycznemu remiksowi”²². Następuje więc zacieranie granic między mechanicznym a cyfrowym, działaniem a symulowaniem itp. Najbardziej spektakularnym przykładem takiego zacierania granic jest chyba koncepcja firmy Toyota, by wprowadzić w samo-

¹⁸ https://www.tesla.com/pl_pl/model3 [dostęp 16.10.2022].

¹⁹ Piotr Celiński, *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*, Lublin: Wydawnictwo UMCS 2013, s. 15.

²⁰ *Ibidem*, s. 17.

²¹ <https://autoelectromoto.pl/technologie/dzwiek-elektrycznego-porsche-taycan-jak-jest-tworzony-i-jak-brzmi/> [dostęp 16.10.2022].

²² Piotr Celiński, *Postmedia*, s. 18.

chodach elektrycznych możliwość posługiwania się interfejsem symulującym korzystanie z tradycyjnej skrzyni biegów nieobecnej w samochodach na prąd²³.

Lektooralność – rozmowa z inteligentnym samochodem

Płynność przechodzenia między interfejsami prowadzi nas do utopijnej wizji z Doliny Krzemowej, w której z maszynami będziemy porozumiewać się poprzez „zwykłą” rozmowę, a same maszyny będą reprezentować „elitę” sztucznej inteligencji. Ta technologiczna utopia w kulturze popularnej ma oczywiście swoje motoryzacyjne reprezentacje, choćby w postaci kultowego i kuriozalnego amerykańskiego serialu *Knight Rider* z lat 80. XX wieku opowiadającego o przygodach kierowcy i jego bardzo inteligentnego i rozmownego samochodu. Skalifornizowane samochody to samochody, do których obsługi trzeba z jednej strony pisać, czytać i poruszać się swobodnie w „tradycyjnych” cyfrowych interfejsach, a z drugiej oferujące obsługę poprzez interfejs głosowy. Między interfejsami powinno się przechodzić płynnie, powinny się one uzupełniać. Takie są przynajmniej założenia producentów, którzy obok elektromobiności, ekranów i AI widzą w rozmowie z samochodem wymiar futurystyczny motoryzacji.

„MBUX wprowadza użytkownika do nowego świata informacji i rozrywki dzięki możliwości indywidualnego sterowania za pomocą języka, gestów lub dotyku”²⁴, ogłasza Mercedes. W instrukcji obsługi Tesli Model 3 czytamy: „Polecenia głosowe zostały opracowane w taki sposób, aby funkcja rozpoznawała naturalne komendy”²⁵. BMW w krótkim promocyjnym materiale wideo odnosi się bezpośrednio do popkulturowego imaginarij. Mężczyzna zabiera kobietę na przejażdżkę testową samochodem wyposażonym w system w BMW iDrive²⁶. Podróżujący używają głosowych poleceń, m.in. by wyznaczyć trasę, zamówić kawę, włączyć muzykę itp. Samochód odpowiada kobiecym głosem. Całość przebiega w formie luźnej rozmowy zgodnie z obietnicą, że „inteligentny asystent osobisty BMW umożliwi obsługę wielu funkcji za pomocą naturalnego dialogu”²⁷. Pasażerowie „rozmawiają z samochodem”, zwracając się do niego (niej) „Hej BMW!”. W kolejnym filmiku, w którym dwójka pasażerów pokazuje

²³ <https://elektrowoz.pl/auta/toyota-chce-opatentowac-sprzeglo-i-manualna-skrzynie-biegow-w-elektrykach-albo-precyzyjniej-wrazenie-ze-takowe-sa/> [dostęp 16.10.2022].

²⁴ <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/mercedes-benz-cars/mbux/highlights.module.html> [dostęp 16.10.2022].

²⁵ https://www.tesla.com/ownersmanual/model3/pl_pl/GUID-EA1715B0-A3A6-454E-995A-8A-A2C3A32D44.html [dostęp 16.10.2022].

²⁶ Na potrzeby tego tekstu nie będę zajmował się tym, jak firmy motoryzacyjne posługują się stereotypami płciowymi.

²⁷ <https://www.bmw.pl/pl/topics/offers-and-services/bmw-connected-drive/bmw-idrive.html> [dostęp 16.10.2022].

zalety dotykowego ekranu, kobieta zwraca się w końcu do mężczyzny: „Are You talking to the car or to me?”²⁸.

Takie połączenie praktyk komunikacyjnych odnoszących się do różnych mediów nazywam nową lektooralnością. Wychodzę od terminu Jacka Goody’ego. Lektooralnym brytyjski antropolog nazywał „obszar wpływu piśmiennosci na przekazy ustne”, ale jednocześnie zaznaczał, że chodzi mu sferę współwystępowania, o „elementy kultur piśmiennych, które były przekazywane ustnie”²⁹. Nowa lektooralność obejmuje praktyki korzystania z technologii, w których wyraźnie widać hybrydowość i płynne przechodzenie między piśmiennym-drukowanym i oralnym, ale również cyfrowym. Sieć, aplikacje, maszyny, z którymi porozumiewamy się za pomocą interfejsów głosowych, stanowią bowiem szczególną cechę nowej lektooralności. „Odczytywanie, dyktowanie czy wysyłanie smsów? Nie ma problemu”³⁰, czytamy na stronie firmy Mercedes. Samochody, jako urządzenia wymagające do obsługi pisania, czytania i mówienia oraz płynnego przechodzenia między interfejsami, można więc nazwać maszynami lektooralnymi, a sama lektooralność wpisuje się w wizję cyfrowej kalifornijskiej technoutopii. Samochód przyszłości ma być zautomatyzowany i inteligentny – prawdziwy automobil. Te wizje pojawiają się już w latach 50. XX wieku w reklamach promujących amerykańskie koncerny samochodowe³¹. Firmy motoryzacyjne od lat pracują nad różnego rodzaju technologiami mającymi ułatwić prowadzenie auta, takimi jak automatyczna skrzynia biegów, tempomat, ostrzeżenie przed zbliżającymi się pojazdami, kamera czy asystent parkowania. Odkąd jednak Dolina Krzemowa zainteresowała się motoryzacją, udogodnienia i automatyzację wyparła idea samochodu autonomicznego – wyposażonego w na tyle podobną do kierowcy sztuczną inteligencję, że będzie ona w stanie samodzielnie prowadzić samochód. Osoby zajmujące się algorytmami napisały sporo książek o tym, że sztuczna inteligencja, o której mówią, nie jest tożsama z tą znaną z filmów i powieści SF³². Jednak twórcy samochodów zdają się o tym nie pamiętać. Mówiący autonomiczny samochód na dobre zagościł w futurystycznym imaginariu kalifornizacji. Im bliżej producentowi aut do cyfrowej technokorporacji, tym bardziej kładzie nacisk na autonomię i naśladowanie człowieka. Specjaliści od marketingu Tesli prezentują samochody tej marki jako w pełni autonomiczne. Na stronie firmy znajdziemy hasło: „Pełna Zdolność do Samodzielnej Jazdy”³³. Dopiero przeczytanie tekstów umieszczonych poniżej wzbudzi wątpliwości, choć niezbyt wielkie:

²⁸ Ibidem.

²⁹ Jack Goody, *Mit, rytuał i oralność*, przeł. Olga Kaczmarek, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2012, s. 75.

³⁰ <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/mercedes-benz-cars/mbux/highlights.module.html> [dostęp 16.10.2022].

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=Rx6keHpeYak> [dostęp 16.10.2022].

³² Patrz np. Hannah Fry, *Hello World. Jak być człowiekiem w epoce maszyn*, przeł. Sebastian Musielak, Kraków: Wydawnictwo Literackie 2018.

³³ https://www.tesla.com/pl_PL/support/autopilot-and-full-self-driving-capability [dostęp 16.10.2022].

Obecnie dostępne funkcje Autopilot, Rozszerzony Autopilot i Pełne Zdolności do Samodzielnej Jazdy wymagają aktywnego nadzoru kierowcy i nie zapewniają autonomicznego kierowania pojazdem. Dostępność pełnej autonomii będzie zależna od osiągnięcia niezawodności znacznie przewyższającej kierowanie przez człowieka, czego dowodem są miliardy mil doświadczenia, a także zatwierdzenie przez organy regulacyjne, które może potrwać dłużej w niektórych krajach. Wraz z ewolucją opracowywanych przez Teslę funkcji Autopilot, Rozszerzony Autopilot i Pełne Zdolności do Samodzielnej Jazdy Twój samochód będzie stale aktualizowany poprzez bezprzewodowe aktualizacje oprogramowania³⁴.

Firmowa retoryka brak możliwości pełnej autonomicznej jazdy przenosi więc na siły wyższe: ustalenia prawne i przyzwyczajenia kierowców. Zgodnie z prorynkową, neoliberalną i libertariańską propozycją kalifornijskiej technoutopii państwo jest przedstawione jako przeszkoda na drodze do technologicznego spełnienia. Gdyby nie prawne regulacje, to wszystko poszłoby szybciej. W tym kontekście pojawia się również ważna uwaga o tym, że AI autonomicznego samochodu musi być „znacznie” lepszym kierowcą od człowieka. Sugeruje to, że autonomiczne samochody już teraz jeżdżą tak, jak te kierowane przez ludzi, a może nawet lepiej, ale niewystarczająco dla prawodawców.

Tradycyjni producenci, z którymi konkuruje Tesla, nie odwołują się bezpośrednio do technoutopii. „DRIVE PILOT umożliwi wysoce zautomatyzowaną jazdę w określonych warunkach, zwłaszcza w sytuacjach dużego natężenia ruchu lub zatorów na odpowiednich odcinkach autostrad w Niemczech do 60 km/h”³⁵ – czytamy na stronach Mercedesa. Nie ma mowy o autopilocie, autonomii, sztucznej inteligencji – jest tradycyjna, można powiedzieć, automatyzacja. Nadzieje na szybkie spełnienie futurystycznych wizji rozwiewa dalsza część tekstu: „Zautomatyzowana funkcja jazdy przejmuje niektóre zadania powiązane z prowadzeniem pojazdu. Nadal potrzebny jest jednak kierowca. Kierowca musi być gotowy do przejścia kontroli nad pojazdem w każdej chwili, gdy pojazd skłoni go do interwencji”³⁶.

Strony internetowe BMW poświęcają dużo miejsca jeździe autonomicznej i proponują szczegółowe opisy związanych z nią doświadczeń:

Dzięki innowacyjnej technologii BMW Personal CoPilot w BMW Vision iNEXT możesz zdecydować czy chcesz prowadzić samodzielnie, czy skorzystać z jazdy autonomicznej. W trybie „Boost” kierowca prowadzi sam. W trybie „Ease” BMW Vision iNEXT przejmuje jazdę. Polecenie głosowe lub dotknięcie logo BMW na kierownicy przeobraża wnętrze. Kierownica cofa się, zapewniając kierowcy więcej swobody. Pedaly chowają się, tworząc płaską powierzchnię w przestrzeni na nogi³⁷.

Jest to jednak opowieść o prototypach, futurologia – korporacyjna fantastyka naukowa w pełnym tego słowa znaczeniu: „W przyszłości jazda BMW będzie sprawiać

³⁴ Ibidem.

³⁵ <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/technology/magical-garage.html#sound> [dostęp 16.10.2022].

³⁶ Ibidem.

³⁷ <https://www.bmw.pl/pl/topics/fascination-bmw/autonomiczna-jazda-bmw.html> [dostęp 16.10.2022].

jeszcze więcej radości niż dzisiaj. Ponieważ będziesz mieć wybór pomiędzy samodzielnym prowadzeniem a jazdą autonomiczną³⁸. Na razie kierowcy mogą się cieszyć jedynie innowacjami „w zakresie zautomatyzowanej jazdy”, które „dają przedsmak tego, czego można oczekiwać w przyszłości”³⁹. Autonomiczna jazda pozostaje więc najbardziej spektakularną, ale jednocześnie najbardziej „niespełnioną” częścią kalifornizacji motoryzacji. Wpisuje się w tendencję do automatyzacji i zastępowania człowieka algorytmami oraz innymi rodzajami tzw. sztucznej inteligencji wszędzie, gdzie to możliwe.

Sięciowość – samochód i „skomunikowany świat”

Samochód jako maszyna medialna działa i może być analizowany zgodnie z logiką warstwowości charakterystyczną dla świata cyfrowego. Tak jak w każdej maszynie cyfrowej możemy w samochodzie wyróżnić trzy podstawowe warstwy: interfejs, oprogramowanie i hardware – materialność technologii cyfrowej. Hardware to sprzęgnięcie tego, co przez lata było istotą motoryzacji – mechanicznych części, karoserii, układu napędowego itp. – z komputerową elektroniką kabli, procesorów i ekranów. O dominacji wizji rozwoju motoryzacji w kierunku samochodu w pełni cyfrowego świadczyć może fakt, że kryzys na rynku mikroprocesorów spowodował ogromne zastoje w fabrykach samochodów. Auto elektryczne ma sprowadzoną do niezbędnego minimum liczbę części niepoddających się medialnemu, cyfrowemu porządkowi. Wprowadzenie warstwy oprogramowania i interfejsów jest istotne w procesie kalifornizacji motoryzacji, ponieważ pozwala myśleć o samochodzie jako o wytworze przemysłu cyfrowego i łączyć go z innymi cyfrowymi produktami. Każdym aspektem jego działania można zarządzać za pomocą oprogramowania przez odpowiednie interfejsy, bardzo często zdalnie. Kolejną charakterystyczną cechą kalifornizacji jest bowiem usieciowienie. Sieciowość samochodu oznacza jego nowoczesność i zwrot ku przyszłości, podobnie jak w przypadku wyposażenia w ekran.

Samochód, stając się częścią internetu, staje się również kolejną aplikacją powiązaną ze smartfonem. Prawie każda marka samochodów, której się przyglądałem, jeśli nie jest firmą powiązaną z doliną krzemową (Tesla), to współpracuje z gigantami technologii internetu mobilnego (Apple, Google) i nie tylko oferuje aplikacje łączące samochód za smartfonem, ale często używa podobnego oprogramowania w samochodach, co, jak głosi opis aplikacji Audi: „oznacza połączenie kierowcy, samochodu i infrastruktury. Łączy aplikację z pojazdem, by zapewnić informacje w czasie rzeczywistym i wszechstronne usługi. To nie tylko planowanie trasy i omijanie przeszkód, ale również wyznaczanie idealnych miejsc na postój i odkrywanie najciekawszych lokalizacji na trasie”⁴⁰.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ <https://www.audi.pl/pl/web/pl/strefa-klienta/audi-connect.html> [dostęp 16.10.2022].

Ford proponuje „skomunikowany świat. Połączone z siecią pojazdy. Połącz aplikację FordPass z FordPass Connect, aby zyskać dostęp do wielu inteligentnych funkcji. Po sparowaniu Twój pojazd będzie komunikował się z otaczającym Cię światem, aktualizując informacje o Twoim samochodzie i dbając o komfortową jazdę”⁴¹, z kolei Hyundai przekonuje: „Bluelink sprawia, że jesteś cały czas połączony z samochodem”, wpisując się w koncepcję wszechobecnej technologii cyfrowej i „przetwarzania bez granic” (*ubiquitous computing*) wizjonera Doliny Kremowej Marka Weisera⁴².

Kapitalizm inwigilacji – nadzorować i jeździć

Podłączony do sieci, autonomiczny, wyposażony w dotykowe ekrany i interfejs głosowy, zwrócony w stronę przyszłości samochód-komputer, samochód-smartfon zostaje poddany regułom cyfrowego kapitalizmu inwigilacji. Sieciowość pokazuje paradoksalność kalifornizacji, która jednocześnie obiecuje wolność i oferuje zniewolenie, nadzór. Warunkiem autonomii samosterującego się pojazdu jest bowiem jego podłączenie do sieci, które pozwala lokalizować go w czasie i przestrzeni. Sieciowość oznacza też oddanie kontroli nad samochodem, jest zaprzeczeniem wyobrażenia samochodu jako narzędzia wolności z popkulturowej mitologii USA. Podłączony do sieci pojazd przestaje funkcjonować jako autonomiczny obiekt techniczny, który po kupieniu staje się własnością kupującego. Interfejsy i oprogramowanie wprowadzają element niestałości i kontroli, który przybiera inną formę niż obowiązkowego przeglądu i konieczność korzystania z autoryzowanych stacji obsługi. Samochód przyjmuje bowiem formę sieciowej usługi lub zestawu usług, zgodnie z popularnym wśród dostawców oprogramowania hasłem *Software as a Service*.

By motoryzacja mogła osiągnąć taki model działania, musiała jednak przejść fazę cyfryzacji, a co za tym idzie informatowania. Tym terminem Zuboff określa przekształcanie różnorodnych „analogowych” procesów w zbiór danych nadających się do obróbki komputerowej⁴³. Samochody są teraz cyfrowymi maszynami opartymi na przetwarzaniu danych. Każda podłączona do cyfrowego systemu funkcja stała się informacją, która może być wykorzystana na różne sposoby, może ulepszać sposób prowadzenia samochodu, dostosowywać się do potrzeb kierowcy i pasażerów, jak sugerują to informacje producentów. Celem jest tu stworzenie cyfrowej utopii, w której wszystko jest policzalne i przewidywalne, a ludzie czują się bezpiecznie. Jak zauważa badacz mediów wizualnych Nathan Jurgenson, „projektowanie platform cyfrowych i towarzy-

⁴¹ <https://www.ford.pl/serwis/uzytkowanie-pojazdu/fordpass> [dostęp 16.10.2022].

⁴² Mark Weiser, *Ubiquitous Computing*, „Nikkei Electronics”, grudzień 1993, s. 137–143; <https://web.archive.org/web/20141022035044/http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html>; https://en.wikipedia.org/wiki/Mark_Weiser [dostęp 16.10.2022].

⁴³ Shoshana Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji*, s. 101.

szących im urządzeń – podobnie jak nasze dyskusje o sposobach ich wykorzystania – przepaja dogłębne pragnienie wiary w to, że możliwe jest stworzenie pełnej kopii świata w formie bazy danych: zbudowanie modelu, który uczyniłby nasz świat w pełni rozpoznany i sterowalnym⁴⁴. Ta utopijna tendencja jest wyraźnie widoczna również w projektowaniu „samochodów przyszłości”.

Informatowanie, jak zauważyła Zuboff, otwiera jednak drogę do nowych modeli zarabiania i nowych modeli własności. W cyfrowym świecie coraz częściej użytkownik nie jest właścicielem, lecz najemcą opłacającym abonament lub wykupującym dostęp do usług „premium”. Dzięki informatowaniu mogą to robić również producenci samochodów. BMW i Tesla stosują przy tym metody sprzedaży znane z platform internetowych. Coraz częściej zamawiamy samochód w internecie, bezpośrednio na stronie producenta, korzystając z cyfrowego konfiguratora opcji, a funkcja lokalnego salonu samochodowego zostaje sprowadzona do placu parkingowego, z którego wyjeżdża się nowym pojazdem. Kupując ten zestaw usług, jakim stał się samochód, podobnie jak kupując smartfon albo komputer, zgadzamy się na ciągłe zdalne aktualizacje systemu, które mogą zmieniać wygląd naszego interfejsu, a nawet parametry używanego sprzętu. W każdej chwili wygląd ekranów, liczba dostępnych w ramach ceny samochodu funkcji, prędkość maksymalna, czy, w przypadku samochodów elektrycznych, zasięg jazdy na jednym ładowaniu mogą ulec zmianie. „Oprogramowanie w naszych samochodach jest regularnie aktualizowane bezprzewodowo za pośrednictwem sieci Wi-Fi, co pozwala wprowadzać nowe funkcje i usprawniać istniejące⁴⁵, informuje użytkownika Tesla. Instrukcja obsługi Tesli w wielu miejscach przypomina zresztą instrukcję obsługi każdego dowolnego urządzenia cyfrowego podłączonego do sieci i wyposażonego w ekran. Po odebraniu wybranego modelu Tesli musimy, podobnie jak po zakupie telefonu telefonu lub komputera, uruchomić sprzęt i poczekać na zainstalowanie się najnowszych aktualizacji oprogramowania. Podczas instalacji samochód, podobnie jak komputer, nie może być normalnie używany: „ze względów bezpieczeństwa nie możesz prowadzić samochodu w fazie instalacji. Możesz prowadzić pojazd w fazie pobierania. Proces pobierania może jednak zostać wstrzymany, jeśli Twój samochód utraci połączenie z siecią Wi-Fi⁴⁶. Jeśli instalacja się nie powiedzie, samochód trzeba zresetować, używając kombinacji przycisków, na przykład: „przytrzymaj (przez około 20 sekund) oba pokrętki przewijania na kierownicy, aż na ekranie dotykowym pojawi się logo firmy Tesla w kształcie litery T⁴⁷”.

Korzystanie z BMW również coraz bardziej przypomina używanie smartfona. Lukusowe dodatki, kiedyś wymagające zamówienia i fizycznego zamontowania w aucie, są teraz dostępne w internetowym sklepie, który bardzo przypomina sklepy firm Google

⁴⁴ Nathan Jurgenson, *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych*, przeł. Łukasz Zaremba, Kraków–Warszawa: Karakter–Muzeum Sztuki Nowoczesnej 2021, s. 154.

⁴⁵ https://www.tesla.com/pl_PL/support/software-updates [dostęp 16.10.2022].

⁴⁶ *Ibidem*.

⁴⁷ *Ibidem*.

czy Apple. Usługa BMW Connected Drive wymaga zresztą zainstalowanej w pojeździe na stałe karty SIM⁴⁸. W sklepie internetowym można kupić dodatki, które w pełni ujawniają medialny charakter współczesnego samochodu. Najciekawszym jest chyba „IconicSounds Sport”, który „sprawia, że jazda staje się jeszcze bardziej intensywnym przeżyciem. W zależności od stylu jazdy Twoje BMW odtwarza we wnętrzu pojazdu odpowiedni dźwięk silnika”⁴⁹. Można jednak kupić także takie usługi jak „adaptacyjne zawieszenie sportowe M” czy „ogrzewanie fotela kierowcy i pasażera”, które okazują się aplikacjami uruchamiającymi już ukryte w samochodzie funkcje i urządzenia. Nie mechanika, lecz software odróżnia poszczególne egzemplarze i modele. Personalizacja jest oparta na skalowalności i elastyczności oprogramowania. W dodatku ogrzewanie kierownicy jest sprzedawane nie jako dodatek, ale jako typowa usługa abonamentowa w modelu znanym ze sklepów z aplikacjami i serwisów streamingowych; darmowy test przez pierwszy miesiąc, a potem opłaty zależnie od czasu, na jaki wykupi się usługę: od 80 zł za miesiąc do 1835 zł za „na czas niekreślony”⁵⁰.

Jefferson automobile – nie wiemy, kto prowadzi

Zinformatowane, podłączone do sieci samochody stają się również maszynami inwigilacji; zintegrowane z aplikacjami w smartfonach nie przerywają bycia *always-on* swoich kierowców i pasażerów. Pojazdy są śledzone na wiele sposobów (nawigacja satelitarna, radary, internet, sieć komórkowa) i służą do obserwacji zachowania użytkowników, a wiedza o nich pozwala nie tylko doskonalić produkty, ale również staje się przedmiotem obrotu handlowego. Kierowca i jego samochód stają się surowcem kapitalizmu inwigilacji: danymi na sprzedaż, zgodnie z tezą, że „dla kapitalizmu nadzoru źródłem zysku nie jest już wykorzystywanie pracy ludzi, jest nim monetyzacja każdego aspektu doświadczenia każdego człowieka”⁵¹. Kupując cyfrowy samochód, jego nabywca, niczym nabywca smartfona, rezygnuje z części swojej prywatności i godzi się na dzielenie się danymi⁵². W przypadku Tesli tymi danymi mogą być również rozmowy we wnętrzu pojazdu:

⁴⁸ „BMW ConnectedDrive obejmuje wszystkie usługi cyfrowe, które w inteligentny sposób łączą pojazd ze światem zewnętrznym. Oprócz usług telematycznych obejmuje również systemy wspomagające kierowcę, połączenie z urządzeniami mobilnymi, ale także usługi związane z rozrywką i ruchem drogowym”, <https://www.bmw.pl/pl/topics/offers-and-services/bmw-connected-drive/bmw-idrive.html> [dostęp 16.10.2022].

⁴⁹ https://www.bmw.pl/pl/shop/ls/dp/ISS_Offer_pl [dostęp 16.10.2022].

⁵⁰ https://www.bmw.pl/pl/shop/ls/dp/Seat_Heating_SFA_pl [dostęp 16.10.2022].

⁵¹ Shoshana Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji*, s. 21.

⁵² Krzysztof Kaźmierczak, *Autonomicznych aut nie będzie, ale Google i Renault mają nowy pomysł. Nie spodoba się wam*, <https://spidersweb.pl/autoblog/autonomicznych-aut-nie-bedzie-ale-google-i-re-nault-maja-nowy-pomysl-nie-spodoba-sie-wam/> [dostęp 12.11.2022].

Tesla nieustannie ulepsza zdolności pojazdu Model 3 do rozpoznawania poleceń głosowych. W tym celu gromadzi krótkie, anonimowe nagrania głosowe. Mając na uwadze ochronę prywatności użytkownika, firma Tesla nie łączy tych nagrań z danymi osobowymi użytkownika ani z numerem identyfikacyjnym pojazdu. Firma Tesla zapewnia, że nie jest możliwe przeszukanie jakiegokolwiek systemu w celu odnalezienia nagrania konkretnego użytkownika lub pojazdu⁵³.

Hasła Mercedesa „Twój samochód słucha każdego Twojego słowa” i „Cały pojazd zmienia się wtedy w słuch”⁵⁴ brzmią w tym kontekście dość niepokojąco. Tesla okazuje się (post)medialną maszyną rozmywającą granice własności i prywatności, które wydawałyby się tak ważne w liberalnej gospodarce. Być może, jak zauważa Melinda Cooper, a wtóruje jej Alain Bihl⁵⁵, neoliberalna racjonalność polega przede wszystkim na zacieraniu granic „między sferami produkcji i reprodukcji, pracy i życia, rynku i żywej tkanki”⁵⁶ oraz przeobrażaniu znaczeń w neoliberalnej nowomowie. Przyszłość, elastyczność i wolność oznaczałyby w tym przypadku brak zmiany i zniewolenie, wykluczenie. Autopilot i autonomiczna jazda równałyby się zatem utracie kontroli. Samochód cyfrowy i autonomiczny to samochód sterowany przez kogoś innego, nad którym w każdej chwili ktoś może przejąć kontrolę⁵⁷, i zależny od kaprysów udziałowców i zarządu korporacji. Owszem, obowiązuje kodeks drogowy, ale czy obejmuje on to, co medialne? Czy trudno sobie wyobrazić sytuację, w której szefowie koncernu motoryzacyjnego czy dostarczającego mu systemy komputerowe koncernu cybernetycznego postanowią, że przed rozpoczęciem jazdy kierowca musi obejrzeć na ekranie reklamę, a za omińnięcie jej musi zapłacić?

W maszynie medialnej bardzo trudno określić więc, kto prowadzi. Czy ona sama, czy kierowca, a może jednak ukryci za interfejsem ludzie. To kolejne rozmycie bardzo istotne dla kalifornizacji, bo odsyła do bardzo ciekawych przykładów. Richard Barbrook i Andy Cameron w *Californian Ideology*⁵⁸ zauważyli, że wiara w pozytywną moc technologii i potęgę interfejsów powoduje, że firmy technologiczne jako rozwiązanie wszelkich problemów preferują techniczne zapośredniczeni relacji międzyludzkich; elektroniczny interfejs jest postrzegany lepiej niż bezpośredni kontakt. Pozwala przy

⁵³ https://www.tesla.com/ownersmanual/model3/pl_pl/GUID-EA1715B0-A3A6-454E-995A-8A-A2C3A32D44.html [dostęp 16.10.2022].

⁵⁴ <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/mercedes-benz-cars/mbux/highlights.module.html> [dostęp 16.10.2022].

⁵⁵ Alain Bihl *Nowomowa neoliberalna*, przeł. Agata Łukomska, Warszawa: Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, 2008.

⁵⁶ Za: Paweł Frelik, *NeoCYBERliberalPUNKizm – polityka i ideologia cyberpunka*, „Teksty Drukie” 2021, nr 6, s. 49.

⁵⁷ Michał Sajdak, *Pokazał jak zdalnie przejąć całą flotę samochodów Tesli – otwieranie aut, startowanie silnika, lokalizowanie. Do tego root na każdym samochodzie. Nagroda: ~185 000 PLN*, „Sekurak” 09.2020, <https://sekurak.pl/pokazal-jak-zdalnie-przejac-cala-flote-samochodow-tesli-otwieranie-aut-startowanie-silnika-lokalizowanie-do-tego-root-na-kazdym-samochodzie-nagrada-185-000-pln/> [dostęp 16.10.2022].

⁵⁸ Richard Barbrook, Andy Cameron, *Californian Ideology*.

tym zarabiać technologicznym firmom jako pośrednikom, właścicielom aplikacji-interfejsów bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności. Wzorem luksusu i elegancji w wersji kalifornijskiej są: tablet, inteligentny dom, robot i autonomiczny samochód – urządzenia i miejsca dające sobie radę bez ludzi lub przynajmniej zapośredniczające kontakt z nimi. W technologicznej utopii rozmawia się z maszynami, do ludzi można najwyżej wysłać maila. To przyszłość, w której nie ma miejsca na nierówności i podporządkowanie, nie ma miejsca na wstyd i poczucie winy bogatych, że wysługują się biednymi. W luksusowej, zautomatyzowanej przyszłości nie ma służących, ale nie ma też szoferów. Są tylko aplikacje i sztuczna inteligencja. Jak zwodnicza jest ta utopia, pokazuje przykład historyczny, po który sięgają Barbrook i Cameron. Patronem kalifornizacji obwołują oni bowiem Thomasa Jeffersona, ojca założyciela USA, miłośnika wolności, równości i rynku, ale również człowieka, który istniejące nierówności próbował ukryć za pomocą technicznych zapośredniczeń: wind, dzwonek i obrotowych półek; interfejsów, które pozwalały mu nie widzieć swoich służących i niewolników. Taki sam potencjał ukrywania nierówności majątkowych, pracy prekarnej i wykluczenia cyfrowego mają autonomiczne pojazdy. Nigdy nie wiadomo, czy za cyfrowym interfejsem nie kryje się wspomagająca algorytm niskoopłacana osoba z dalekiego kraju, której nie stać nawet na rower. Tak było w przypadku KIWI botów – autonomicznych małych pojazdów dostarczających jedzenie w USA, których sztuczną inteligencję wspomagali pracownicy z krajów Ameryki Południowej⁵⁹.

Elektryczny samochód jest tylko jedną z wizji motoryzacyjnej przyszłości; wizją, która zdominowała aktualne przyszłości wyobrażone, wygrywając konkurencję z motoryzacyjną utopią latających samochodów i z postapokaliptyczną wizją aut jako maszyn nowych barbarzyńców po katastrofie klimatycznej. Spojrzenie na samochód jak na maszynę medialną pozwala zobaczyć motoryzację jako kolejną sferę ludzkiej działalności zmieniającą się pod wpływem internetu, część cyberkultury. Jednocześnie właśnie ta samochodowa, daleka od komputera perspektywa pozwala lepiej dostrzec konsekwencje kalifornizacji jako zmiany kulturowej, kształtującej nie tylko technikę, ale także sposoby myślenia o świecie.

References

- Barbrook Richard, Cameron Andy, *Californian Ideology*, „Mute” 1995, vol. 1, nr 3, <https://www.metamute.org/editorial/articles/californian-ideology> [dostęp 30.09.2022].
- Bihl Alain, *Nowomowa neoliberalna*, przeł. Agata Łukomska, Warszawa: Instytut Wydawniczy Książka i Prasa 2008.

⁵⁹ Gbenga Ogbonyenitan, *Kiwibots are not fully Autonomous and are controlled by operators in Colombia*, „Technidence”, 20.08.2019, <https://techidence.com/kiwibots-are-not-fully-autonomous-and-are-controlled-by-operators-in-colombia/> [dostęp 16.10.2022].

- Bolter Jay David, *Człowiek Turinga*, przeł. Tomasz Goban-Klas, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy 1990.
- Bolter Jay David, *Przestrzeń pisma. Komputery, hipertekst i remediacja druku*, przeł. Aleksandra Małecka, Michał Tabaczyński, Kraków–Bydgoszcz: Korporacja Ha!art–Miejskie Centrum Kultury 2014.
- Celiński Piotr, *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*, Lublin: Wydawnictwo UMCS 2013.
- Frelik Paweł, *NeoCYBERliberalPUNKizm – polityka i ideologia cyberpunka*, „Teksty Drugie” 2021, nr 6, s. 32–51.
- Fry Hannah, *Hello World. Jak być człowiekiem w epoce maszyn*, przeł. Sebastian Musielak, Kraków: Wydawnictwo Literackie 2018.
- Goody Jack, *Mit, rytuał i oralność*, przeł. Olga Kaczmarek, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2012.
- Hall Edward T., *Poza kulturą*, przeł. Elżbieta Goździak, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2001.
- Jurgenson Nathan, *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych*, przeł. Łukasz Zaremba, Kraków–Warszawa: Karakter–Muzeum Sztuki Nowoczesnej 2021.
- Kaźmierczak Krzysztof, *Autonomicznych aut nie będzie, ale Google i Renault mają nowy pomysł. Nie spodoba się wam*, <https://spidersweb.pl/autoblog/autonomicznych-aut-nie-bedzie-ale-google-i-renault-maja-nowy-pomysl-nie-spodoba-sie-wam/> [dostęp 12.11.2022].
- McLuhan Marshall, *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, przeł. Natalia Szczucka, Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne 2004.
- Manovich Lev, *Język nowych mediów*, przeł. Piotr Cypryański, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2006.
- Ogbonyenitan Gbenga, *Kiwibots are not fully Autonomous and are controlled by operators in Colombia*, „Techidence” 20.08.2019, <https://techidence.com/kiwibots-are-not-fully-autonomous-and-are-controlled-by-operators-in-colombia/> [dostęp 16.10.2022].
- Paton Phil, *The Car as Medium*, <https://mcluhangalaxy.wordpress.com/2011/06/30/the-car-as-medium/> [dostęp 16.10.2022].
- Sajdak Michał, *Pokazał jak zdalnie przejąć całą flotę samochodów Tesli – otwieranie aut, startowanie silnika, lokalizowanie. Do tego root na każdym samochodzie. Nagroda: ~185 000 PLN, „Sekurak”*, wrzesień 2020, <https://sekurak.pl/pokazal-jak-zdalnie-przejac-cala-flote-samochodow-tesli-otwieranie-aut-startowanie-silnika-lokalizowanie-do-tego-root-na-kazdym-samochodzie-nagroda-185-000-pln/> [dostęp 16.10.2022].
- Weiser Mark, *Ubiquitous Computing*, „Nikkei Electronics”, grudzień 1993, s. 137–143.
- Zuboff Shoshana, *Wiek kapitalizmu inwigilacji: walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, przeł. Alicja Unterschuetz, Poznań: Zysk i S-ka 2020.