

**Mbenzi, czyli bogacz z mercedesem.
Wpływ motoryzacji na przemiany społeczno-kulturowe Afryki**

Mbenzi, or a rich man with a Mercedes.

The impact of motorization on socio-cultural changes in Africa

Błażej Popławski

Polskie Towarzystwo Afrykanistyczne, Polska

e-mail: blazej.poplawski@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5171-8192

Abstract

The article aims to present selected aspects of the transformation of the automotive market in Africa, especially in the sub-Saharan part of the continent. In the introduction, the sui generis fetishization of the concept of technicization is described. Then, the impact of the automotive revolution on the lifestyle of African people during the period of decolonization is discussed, as well as the impact of related phenomena on the sphere of cultural and political practices. Next, the negative – in ecological and civilization- al terms – effects of the development of the automotive industry and the widespread practice of importing used cars from the global North to Africa are presented. Finally, the evolution of the system of production and sale of cars on the continent in the 21st century is outlined – on the one hand, it reproduces the logic of the colonial trade, while on the other hand, it provides an opportunity for GDP growth, unemployment reduction, and socio-economic advancement of millions of Africans.

Keywords

Africa, motorization, modernization, colonialism

Jednym z aspektów procesu rytualnej symbolizacji jest uczynienie widzialnymi, słyszalnymi bądź dotykalnymi wierzeń, idei, wartości, nastrojów i dyspozycji psychicznych, których bezpośrednio nie można postrzegać.

Victor Turner o związkach symboliki, moralności i struktury społecznej u Ndembu¹

Ta blaszana, niewygodna puszka z wolna przeobraża się w jakiś twór bliski twojemu sercu. W jakąś istotę na poły ożywioną, do której zwracasz się w czułych słowach i którą traktujesz jak przyjaciela.

Arkady Paweł Fiedler o Fiacie 126p, którym przemierzył Afrykę²

Złudzenie bycia w innym świecie, czyli o początkach motoryzacji w Afryce

„Samochód to medium nie tyle łączące nas ze światem, ile raczej świat ten stwarzające”³, pisał w artykule o emocjotwórczym charakterze aut socjolog Marek Krajewski. Tezę tę – o wielowymiarowym oddziaływaniu samochodów, wykraczającym poza funkcje stricte komunikacyjne – potwierdzają burzliwe dzieje motoryzacji w Afryce. Pierwsze auta dotarły na ten kontynent pod koniec XIX wieku. W okresie między I a II wojną burską na południe kontynentu sprowadzono Benz Velo – czterokołowy samochód produkowany w latach 1894–1895 przez firmę Benz & Cie. John Percy Hess, lokalny przedsiębiorca i miłośnik nowinek technologicznych, dokonał prezentacji auta w stołecznej Pretorii. Uroczysty pokaz przekładano przez kilka miesięcy, ponieważ importer samochodu zapomniał sprowadzić z Europy benzyny.

4 stycznia 1897 roku do auta, oprócz Hessa, wsiedli A.E. Reno, jego partner w interesach oraz W.J. Leyds, sekretarz stanu w Republice Południowoafrykańskiej. Prezydent Transwalu, Paul Kruger zrezygnował z przejażdżki – wolał podziwiać auto z bezpiecznej odległości na trybunach. Pokaz był biletowany, koszt udziału w imprezie wynosił niemało – 2 szylingi i 6 pensów. Organizatorzy wydarzenia zadbali przy tym o reklamę prasową, wybito okolicznościowy medal – dzisiaj kolekcjonerski unikat.

Tydzień później odbyła się kolejna demonstracja Benz Velo w miejscowości Wanderers pod Johannesburgiem. W pokazie uczestniczyły tłumy białych kolonistów. Samochód wkrótce sprzedano importerowi kawy, Albertowi Henry’emu Jacobsowi. Przedsiębiorca, dostrzegając rosnącą popularność ciekawostki z Europy, organizował

¹ Victor Turner, *Las symboli. Aspekty rytuałów u ludu Ndembu*, przeł. Andrzej Szyjewski, Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos 2006, s. 63.

² Arkady Paweł Fiedler, *Maluchem przez Afrykę*, Warszawa: Muza 2016, s. 95.

³ Marek Krajewski, *Samochód – maszyna do formatowania emocji*, „Kultura Współczesna” 2012, nr 3 (74), s. 108.

liczne prezentacje auta – darmowe, dla każdego, kto kupił pół kilograma sprzedawanej przez niego kawy. Kilka miesięcy później auto spłonęło – przyczyną miało być, jak spekulowali dziennikarze, niedopatrzenie ze strony właściciela lub sabotaż konkurencji na rynku kawowym⁴.

Historia pierwszego Benz Velo w Transwalu ilustruje szereg zjawisk towarzyszących procesowi modernizacji na obrzeżach świata globalnej wioski. Obywatele Republiki Południowoafrykańskiej – państwa, które dopiero co uzyskało niepodległość od Korony Brytyjskiej – mieszkali w odizolowanych ośrodkach, do których wiadomości z Europy docierały ze znacznym opóźnieniem. Odkrycie złóż złota w Witwatersrand spowodowało masową imigrację do Transwalu obcokrajowców, z których większość stanowili Brytyjczycy. Generowało to nowe konflikty, rosła rywalizacja ekonomiczna oraz zagrożenie kolejną wojną. Lokalne elity coraz silniej odczuwały potrzebę zmanifestowania silnej pozycji. Świadomość zapóźnienia pojawiała się stopniowo, a katalizatorem procesu zmiany imaginariusium społecznego była klęska militarna i realna możliwość utraty politycznej zależności⁵.

Import auta – mało użytecznego na wątpliwej jakości drogach afrykańskich, bez paliwa – potwierdza entuzjazm, ale i brak zdrowego rozsądku elit kolonialnych. Wizja powszechnej i rychłej motoryzacji w Afryce na początku XX wieku i przyspieszonego rozwoju gospodarki Transwalu, którą zapowiadał Hess, była nierealna. Zorganizowanie cyklu pokazów z udziałem polityków i przedsiębiorców południowoafrykańskich, spektaklu ekskluzywnego, z którego wyłączeni byli biedni Brytyjczycy i autochtoni, stanowi przykład sui generis fetyszyzacji pojęcia technicyzacji i modernizacji. To także rodzaj kolonialnej mimikry – mianem tym teoretyk studiów postkolonialnych Homi Bhabha nazywał naśladowanie przez kolonizowanego (w tym przypadku – Burów) zachowań kulturowych kolonizatora (Brytyjczyków), zacierające granicę między nimi i zaburzającego władzę kolonizatora. „Mimikra kolonialna to pragnienie zreformowanego, rozpoznawalnego Innego, jako podmiotu różnicy, który jest prawie taki sam, ale nie całkiem. Inaczej mówiąc, dyskurs mimikry tworzy się wokół dwuznaczności: mimikra, aby była skuteczna, musi bezustannie demonstrować swoje ześlizgiwanie się znaczenia, swój nadmiar, swoją różnicę”⁶.

Mimikra owa z czasem objęła elity Afrykanów – zależne politycznie i kulturowo od Europejczyków. Najbogatsi autochtoni, lokalni wodzowie na początku XX wieku podjęli – korzystając z pośrednictwa europejskich przedsiębiorców – próby sprowa-

⁴ O początkach motoryzacji na południu Afryki: Trudi Hartzenberg, Samson Muradzikwa, *Transfer of Technology for Successful Integration into the Global Economy. A case study of the South African automotive industry*, New York–Geneva: United Nations 2002, s. 1. Auta z pierwszej połowy XX w., które poruszały się po południowoafrykańskich drogach, stanowią eksponaty w Franschhoek Motor Museum, Castlebridge Centre, Herman Nel’s Old Car Haven, Centurion Classic Cars Museum.

⁵ Adam Leszczyński, *Skok w nowoczesność. Polityka wzrostu w krajach peryferyjnych 1943–1980*, Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN, Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2013, s. 19.

⁶ Homi K. Bhabha, *Miejsca kultury*, przeł. Tomasz Dobrogoszcz, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2010, s. 80.

dzania aut do Afryki. Ich praktyczna użyteczność była żadna. Całkowicie antyutilitarny charakter nabycia samochodów potwierdza tezy Bhabhy: „efektem starań zawsze była parodia białego człowieka z Zachodu. Skolonizowany był śmieszny i podporządkowany zarazem”⁷.

Samochody u Afrykanów na początku XX stulecia pełniły funkcję zbliżoną do aut używanych przez Burów pod koniec XIX wieku: w większym stopniu odzwierciedlały „cywilizacyjne ambicje”, odurzenie postępowaniem, wynalazkami i konsumpcją. W krajach peryferyjnych, jak odnotował historyk Adam Leszczyński, „«skok w nowoczesność» [oznaczał najczęściej] przyjęcie wzoru i jego naśladowanie”⁸. Badacz stwierdził: „idea rozwoju była u swoich źródeł nowym wcieleniem starej idei kolonialnej. W miarę «doganiania Zachodu» postkolonialne społeczeństwa miały się do niego upodobnić pod względem stylu życia, sposobu uprawiania polityki czy struktury społecznej”⁹.

Samochody zyskały na popularności w Afryce dopiero w okresie międzywojennym. Ich funkcjonalność coraz silniej wiązała się z praktyczną użytecznością, przewozem dóbr, towarów, ludzi. Rozwój motoryzacji sprzyjał pojawieniu się nowych form spędzania czasu zarezerwowanych dla białych (np. samochodowych eskapad turystycznych) i ekskluzywnych stowarzyszeń (związki zawodowe kierowców, automotobilkłuby¹⁰). Najwięcej aut jeździło po stolicach kolonii, ośrodkach, gdzie modernizacja zachodziła najszybciej¹¹.

Auto jako instrument dekolonizacji

„Szaleństwo techniki zagospodaruje wszystko, aż wreszcie pewnego dnia, poprzez wszelką techniczność, istota techniki zistoczy się w wydarzeniu prawdy”¹², pisał Martin Heidegger. Dla Afryki ów moment, jak to określił niemiecki filozof, „szaleństwa techniki” motoryzacyjnej przypadł na okres międzywojenny i powojnie. W pierwszej połowie XX wieku na kontynencie przyspieszyły procesy urbanizacji i industrializacji. Rewolucja komunikacyjna była częścią szerszego zjawiska modernizacji społeczno-gospodarczej – aczkolwiek, według części badaczy, to właśnie popularyzacja

⁷ Marcin Florian Gawrycki, Andrzej Szeptycki, *Podporządkowanie – niedorozwój – wyobcowanie. Postkolonializm a stosunki międzynarodowe*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2011, s. 72.

⁸ Adam Leszczyński, *Skok w nowoczesność*, s. 8.

⁹ Ibidem, s. 39.

¹⁰ Gordon Pirie, *Automobile organisations driving tourism in pre-independence Africa*, „Journal of Tourism History” 2013, vol. 5, nr 1, s. 1–19.

¹¹ Idem, *Non-urban motoring in colonial Africa in the 1920s and 1930s*, „South African Historical Journal” 2011, vol. 63, nr 1, s. 38–60.

¹² Martin Heidegger, *Pytanie o technikę*, przeł. Krzysztof Michalski, w: idem, *Budować, mieszkać, myśleć. Eseje wybrane*, Warszawa: Czytelnik 1977, s. 255.

samochodów stała się jednym z silniejszych katalizatorów dla przemian kulturowych, politycznych, wojskowych, miejskich, medycznych, edukacyjnych, religijnych, ekologicznych, a także determinujących relacje międzyludzkie¹³.

Po II wojnie światowej samochód stawał się nie tylko coraz tańszym i częściej stosowanym środkiem transportu w Afryce. Jak zaobserwował Paul Gilroy w swojej analizie popularyzacji aut wśród Afroamerykanów w XX wieku¹⁴, auto odgrywało rolę atrybutu wolności rasowej, nie tyle indywidualnej, ile zbiorowej, wolności od opresji białych. Posiadanie samochodu i poruszanie się nim (według zasad ruchu drogowego – a zatem regulacji wolnych od kryterium urodzenia) podnosiło samoocenę Afrykanów, kreowało ich poczucie nowoczesności, powiększało zdolność decydowania o własnym losie. Mimo że samochód jako symbol został przejęty od białych, zaadaptowano go jednak na potrzeby Afrykanów u progu dekolonizacji. Walka o dostęp do publicznego transportu, o zgodę na zajmowanie miejsc w autobusach była jednym z wymiarów zmagania z opresją rasową i środkiem do ponadetnicznej integracji – np. w systemie południowoafrykańskiego apartheidu¹⁵.

Zwiększenie dostępności aut upodmiotowiło Afrykanów, ale nie wszystkich. Wytworzyło nowe społeczne dystynkcje, w tym zredefiniowało podziały płciowe. W większości badań użytkowania pojazdów w Afryce pojawia się stwierdzenie, że właścicielami aut byli i są przede wszystkim mężczyźni, a z transportu publicznego częściej korzystają kobiety, zwłaszcza w interiorze (w raportach organizacji pozarządowych regularnie konstatuje się, że potencjalna poprawa transportu publicznego wpłynie bezpośrednio na waloryzację statusu kobiet, zyskają one więcej czasu na edukację, podnoszenie kwalifikacji zawodowych¹⁶). Zjawiska te zostały zapoczątkowane w okresie kolonialnym, ale są zauważalne do dzisiaj.

Nie brak także przypadków potwierdzających bezpośrednio zaangażowanie zarówno indywidualnych kierowców, jak i działaczy organizacji związkowych, które zrzeszały kierowców, w ruch narodowowyzwoleńczy.auta służyły jako narzędzie transportu, wymiany informacji i schronienie dla działaczy niepodległościowych w okresie dekolonizacji – np. podczas antybrytyjskiego powstania w Kenii czy antyfrancuskiej irredenty w Nigerze¹⁷. Produkowana od 1968 roku Toyota Hilux od kilku dekad jest emblematem szybko przemieszczających się po afrykańskich bezdrożach bojowników i partyzantów.

¹³ Jan-Bart Gewald, Sabine Luning, Klaas van Walraven, *Motor Vehicles and People in Africa: An Introduction*, w: *The speed of change: Motor vehicles and people in Africa, 1890–2000*, red. Jan-Bart Gewald, Sabine Luning, Klaas van Walraven, Boston: Brill 2009, s. 1–18.

¹⁴ Paul Gilroy, *Driving While Black*, w: *Car Cultures*, red. Daniel Miller, Oxford–New York: Berg 2001, s. 81–104.

¹⁵ Gordon Pirie, *Race, class and comfort on rural buses, 1925–1955*, „Contree” 1990, vol. 27, s. 5–11.

¹⁶ Gina Porter, *Living in a walking world: Rural mobility and social equity issues in sub-Saharan Africa*, „World Development” 2002, vol. 30, nr 2, s. 285–300.

¹⁷ Klaas van Walraven, *Vehicle of sedition: The role of transport workers in Sawaba's rebellion in Niger, 1954–1966*, w: *The speed of change*, s. 75–103.