

PRZYDROŻNA ARCHITEKTURA W UJĘCIU POPKULTUROWYM - NOWA DROGA ROZWOJU W OPARCIU O TURYSTYKĘ ROWEROWĄ? (CZĘŚĆ 1)

Marta Mroczek¹

Politechnika Łódzka, Wydział Budownictwa, Architektury i Inżynierii Środowiska, al. Politechniki 6, 90-924 Łódź
E-mail: m.mroczek@o2.pl

ROADSIDE ARCHITECTURE IN POPCULTURE – POSSIBILITY OF BICYCLE TOURING EXPANSION? (part 1)

Abstract

Roadside architecture had been developing by the expansion of automotive industry and grew by literature, music and cinema, however the emergence of express routes and the development of air transport bring down many of them and their infrastructure have begun to decline. In the first part of twentieth century the bike had been popular kind of transport, but had fallen into disfavor for cars for decades – and then was afreshing by the societies tired of endless traffic jams and environment pollution provoked by vehicle exhaust. Starting from that point, the main aim of this paper is exploring evolution of american roadside architecture based on automotive industry and its accompanying with social conditions and cultural background. Then, similar action was conducted to check bicycles place at this background, whereby it was necessary to apply certain amendments to take into account the different features of discussed subject. Although bicycles can not be perfect way of transport for long distance - for majority - they have great potential for use in local transport and recreation - including tourism and the exploration of inner, physical expression - which could be a starting point to a completely new perception of the surroundings. Perhaps, the cycling oriented thinking could lead to a new form of service architecture - dedicated for bike travelers - as same as took place in case of car roadside architecture. Maybe it could start a new kind of discussed subject which draw inspiration from pop culture and local conditions thereby creating a new quality in architectural scene.

Streszczenie

Przydrożna architektura rozwijała się dzięki ekspansji motoryzacji, a jej znaczenie umacniały literatura, muzyka i kinematografia, jednak wraz z powstawaniem tras ekspresowych oraz rozwojem transportu lotniczego wiele starych dróg z ich infrastrukturą zaczęło podupadać. Rower, który w pierwszej połowie XX wieku był popularnym środkiem lokomocji, na kilkadziesiąt lat popadł w niełaskę na rzecz samochodów, aby odrodzić się na nowo w społeczeństwach zmęczonych wiecznymi korkami i zanieczyszczeniem środowiska powodowanym przez pojazdy spalinowe. Wychodząc od tego punktu, głównym celem badań było przeanalizowanie, na przykładzie Stanów Zjednoczonych, rozwoju przydrożnej architektury opartego na ekspansji pojazdów zmotoryzowanych wraz z towarzyszącymi jej uwarunkowaniami społecznymi i kulturowymi. Następnie w celu sprawdzenia, gdzie na tym tle plasują się rowery, zastosowano wobec nich analogiczną metodę, przy czym konieczne okazało się wprowadzenie pewnych poprawek uwzględniających odmienną specyfikę omawianej tematyki. Mimo iż rower nie nadaje się jako środek transportu na duże odległości – przynajmniej masowo - posiada spory potencjał do wykorzystania w transporcie lokalnym oraz rekreacji – w tym turystyce, a eksploracja wrażeń jakie idą za przemieszczaniem się na duże odległości przy pomocy siły własnych mięśni, mogłaby być punktem wyjścia do zupełnie nowej percepcji otoczenia. Być może, tak jak miało to miejsce w przypadku *architektury samochodowej*, z myślenia nastawionego na transport rowerowy mogłaby zrodzić się nowa forma architektury usługowej – obecna nie tylko w miastach, co już ma w pewnym stopniu miejsce, ale też poza nimi. Być może jej forma mogłaby czerpać inspirację z popkultury oraz uwarunkowań lokalnych, tworząc dzięki temu nową jakość.

Keywords: 20th century american architecture; roadside architecture; google architecture; gas stations; motels; bicycle touring; bicycle architecture

Słowa kluczowe: dwudziestowieczna amerykańska architektura; przydrożna architektura; architektura google; stacje benzynowe; motele; turystyka rowerowa; rowerowa architektura

WPROWADZENIE

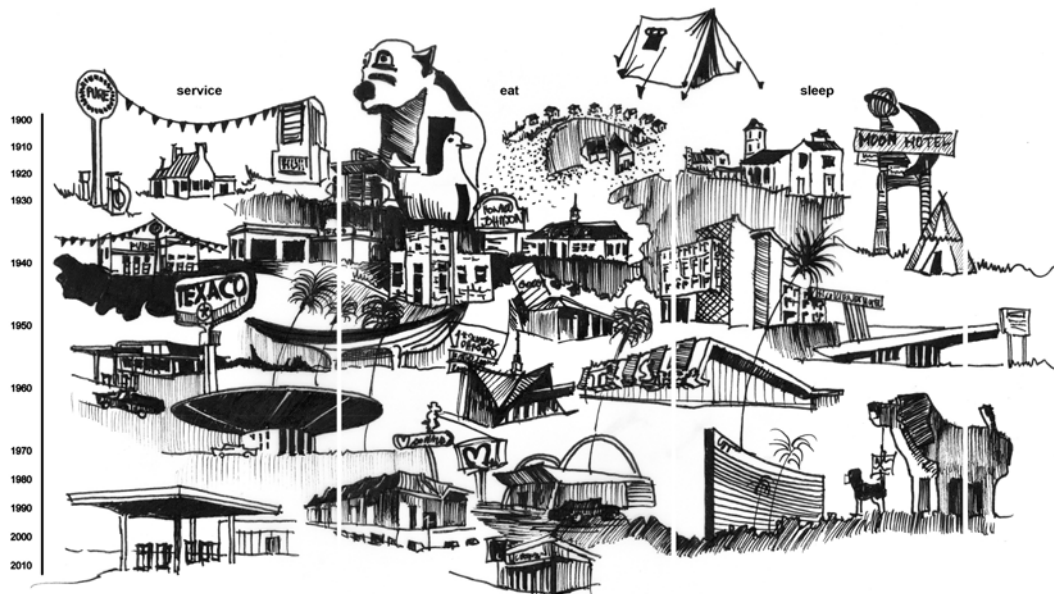
Niniejszy artykuł ma na celu przeanalizowanie rozwoju przydrożnej architektury w XX wieku na przykładzie Stanów Zjednoczonych, będących kolebką tej formy zabudowy, oraz rozważenie możliwości związanych z obecnym rozwojem tego typu obiektów w kontekście turystyki rowerowej. Ze względu na objętość materiału autorka postanowiła podzielić tekst na dwie części - pierwszą, w której omówione zostaną zagadnienia związane z motoryzacją, oraz drugą, gdzie przedstawione będą kwestie dotyczące przemieszczania się na rowerze.

Tym samym część pierwsza artykułu pt. *Kształtowanie się przydrożnej architektury w XX wieku na przykładzie Stanów Zjednoczonych* przedstawia ewolucję budynków usługowych powstających przy amerykańskich traktach – od prowizorycznych, rodzinnych biznesów po wielkie inwestycje - w oparciu o ekspansję motoryzacji oraz idące za nią przemiany społeczne i kulturowe. Duży nacisk położono na zaistnienie obiektów tego typu w masowej, *popularnej* świadomości społeczeństwa amerykańskiego, a w krótkim czasie, dzięki literaturze, muzyce i filmowi, także w świadomości całego tzw. *świata zachodniego*. W podrozdziale *Auto-urbanistyka* przedstawiono tło związane z rozwojem przemysłu motoryzacyjnego i jego wpływem na przekształcenia urbanistyczne, ze szczególnym uwzględnieniem powstałego na ich bazie miasta Las Vegas. Podrozdział *Narodziny kultu. Miejsce w popkulturze*, na przykładzie słynnej drogi nr 66 traktuje o tym, w jaki sposób przemiany te zostały przyjęte i wpłynęły na ówczesnych ludzi, kształtując tak rozpowszechnio-

ny motyw *amerykańskiego snu* i niczym nie ograniczonej *wolności*. Natomiast podrozdział *Auto-architektura* to już historyczna wiwisekcja omawianych budynków pod kątem funkcji i stylistyki architektonicznej, będąca jednocześnie pretekstem do omówienia, typowego dla przydrożnej architektury, nurtu *googie*.

W trakcie pracy nad tekstem korzystano z trzech kategorii literatury źródłowej, odpowiadającej przedstawionym powyżej rozdziałom. Pierwszą z nich stanowią zatem wydawnictwa dotyczące historii rozpowszechnienia się pojazdów samochodowych oraz rozwoju sieci drogowej i powstawania nowego rodzaju urbanistyki wraz z towarzyszącymi jej zmianami w postrzeganiu mijanej przestrzeni. Za kluczową pozycję uznano tutaj książkę *Uczyć się od Las Vegas* autorstwa Denise Scott Brown, Stevena Izenour i Roberta Venturi. Druga kategoria to analiza utworów literackich, muzycznych i filmowych oraz dotyczących ich opracowań. Trzecia kategoria dotyczy natomiast bezpośrednio tematyki przydrożnej architektury i zawiera takie pozycje, jak *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture* autorstwa Chestera Liebasa, *The Motel in America* autorstwa John'a A. Jakle, Keitha A. Sculle'a oraz Jeffersona S. Rogersa, a także opracowania dotyczące nurtu *googie*, takie jak *Googie Redux: Ultramodern Roadside Architecture* autorstwa Alana Hessa.

Powstały w opisany wyżej sposób, tekst ten stanowi podbudowę do rozważań zawartych w drugiej części artykułu pt. *Rewolucja rowerowa*. Mam nadzieję, że zaprezentowany artykuł przyczyni się do pogłębienia wiedzy z omawianej problematyki oraz skłoni czytelników do refleksji nad współczesnymi kierunkami rozwoju przydrożnej architektury.



Ryc. 1. Ewolucja przydrożnej architektury w XX wieku w zależności od głównych potrzeb związanych z serwisem, jedzeniem i noclegiem; źródło: opr. własne

Fig. 1. Evolution of roadside architecture in twentieth century according main needs bound up with service, eat and sleep; source: by the author

1. KSZTAŁTOWANIE SIĘ PRZYDROŻNEJ ARCHITEKTURY W XX WIEKU NA PRZYKŁADZIE STANÓW ZJEDNOCZONYCH

Początek lat siedemdziesiątych XX wieku. Twórca *subiektywnego dziennikarstwa*², Hunter S. Thompson, dostaje zlecenie napisania relacji z zawodów motocyklowych *Mint 400* i wraz ze swoim adwokatem wyrusza wynajętym ognistoczerwonym kabrioletem – o wdzięcznym imieniu *Krwawy Rekin* - w szaleńczą, narkotyczną podróż w poszukiwaniu *amerykańskiego snu*. „[...] Chciałem wjechać do Las Vegas w pełnej chwale, olśnić wszystkich swoim wózkiem” - pisał później Thompson w książce *Lęk i odraza w Las Vegas* opartej na wzmiankowanych wydarzeniach. „Może by tak wkręcić się w uliczne wyścigi na Stripie, stanąć na tych dużych świetłach przy Flamingo i wrzasnąć - Hej, wy, tchórzliwe mięczaki! [...] Stare słonie wspinają się na wzgórze, żeby tam zdechnąć; starzy Amerykanie wyjeżdżają na autostrady i zdychają w krążownikach szos [...]”³.

W książce *Uczyć się od Las Vegas* autorzy stwierdzają, że jest ono „apoteozą pustynnego miasta”, a wizyta w nim w latach sześćdziesiątych XX wieku to „niemal jak wizyta w Rzymie pod koniec lat czterdziestych”. I tak jak Rzym ma swój wyróżnik pod postacią *placze*, czyli placu, tak Las Vegas określany jest poprzez *strip*⁴. W czasie kiedy Raul Duke – alter ego Huntera S. Thompsona – spełniał swój *amerykański sen*, rozbijając się wynajętym wózkiem po ulicach *miasta grzechu*, Denise Scott Brown, Steven Izenour i Robert Venturi postanowili przyrzeć się komercyjnej architekturze głównego szlaku komunikacyjnego – ciągnącego się przez około 6,8 km, a kończącego poza administracyjnym obrębem miasta odcinka Las Vegas Boulevard. Ich projekt badawczy, będący formą współpracy trzech prowadzących, dziewięciu studentów architektury oraz dwóch studentów ostatniego roku urbanistyki i dwóch ostatniego roku grafiki na Yale, miał za zadanie dokumentację i staranną analizę tzw. *commercial strip*, czyli powstającej przy ruchliwych drogach formy zabudowy handlowo-usługowej. Chcieli tym samym zdefiniować pojawiający się w Ameryce i Europie zupełnie nowy typ

formy urbanistycznej, a same studia nad zagadnieniem porównywali pod względem istotności do tych prowadzonych przez poprzednie pokolenia na tkance starożytnej Grecji i średniowiecznej Europy⁵.

1.1. Auto-urbanistyka

Boom na samochody za oceanem został zapoczątkowany na przełomie XIX i XX wieku przez amerykańską koterię traktującą automobil jako *luksusową zabawkę* do pokazywania się na paradach, wycieczkach czy też wyścigach. Przy zaporowej dla przeciętnego obywatela cenie, powyżej 7 500 dolarów za sprowadzane z Europy maszyny, na ich zakup pozwolić mogli sobie tylko najzamożniejsi. I chociaż już wcześniej pojawiały się próby stworzenia własnej linii aut, to dopiero Henry Ford zapoczątkował produkcję niskobudżetowych, wytrzymałych i łatwych w naprawie samochodów dla masowego odbiorcy. Pierwszy model T zbudowany w 1908 roku kosztował zaledwie 850 dolarów, zaś wraz z usprawnieniem linii montażowej w 1914 roku cenę tę udało się obniżyć o 40%⁶. Automobil wyjechał z *salonów* wprost na *ulicę*, a to pociągnęło za sobą całkowitą zmianę jej krajobrazu⁷.

Zmiana sposobu przemieszczania się stworzyła zapotrzebowanie na zupełnie nowy typ zabudowy. Główne ulice amerykańskich miast, od zawsze będące miejscem największego rozkwitu handlu i postępu w danej osadzie, okazały się za wąskie dla stale rosnącego ruchu zmotoryzowanego. Gdy w latach dwudziestych XX wieku samochody stały się nie tylko szybsze, ale też większe, ich *pokojuwa* koegzystencja z pozostałymi uczestnikami ruchu, tj. powozami konnymi, jeźdźcami, rowerzystami czy pieszymi okazała się wysoce problematyczna, co w konsekwencji musiało doprowadzić do radykalnych przekształceń przestrzennych w obrębie miasta. Rozpoczęto wprowadzanie krawężników, sygnalizacji świetlnej oraz oznaczeń kierunkowych, a gdy tego było mało, próbowano poszerzać istniejące ulice. Właściciele lokali przy głównych ulicach chcieli ponadto zapewnić miejsca do parkowania czy ustawiać prowizoryczne stacje benzynowe, z których mogli czerpać dodatkowe dochody. Tymcza-

¹ Opiekun naukowy: dr hab. inż. arch. Joanna Olenderek, prof. nadzw.

² Inaczej *styl gonzo* – Thompson, inspirowany twierdzeniem Williama Faulknera mówiącym, że „fikcja literacka jest o wiele prawdziwsza niż jakikolwiek rodzaj dziennikarstwa”, nie przejmował się wiernym odtwarzaniem faktów, starając się raczej poprzez skrajny subiektywizm uciec od wszelkiego rodzaju przekłamania. Jak pisze w posłowiu do *Lęku i odrazy w Las Vegas* Jakub Żulczyk, ze względu na ilość opisanych w książce przestępstw i wykroczeń teoria *gonzo* może być też próbą *zasłony dymnej* na wypadek poważnego potraktowania jej treści przez organy ścigania USA. Mieszanie prawdy i fikcji stało się jednak w przypadku Huntera S. Thompsona „konsekwentnym i znakomicie sprawdzającym się programem literackim”.

³ H.S. Thompson, *Lęk i odraza w Las Vegas*, Niebieska Studnia, 2013, s. 27-28.

⁴ Venturi R. i in., *Uczyć się od Las Vegas*, Karakter, Kraków 2012, s. 32.

⁵ Ibidem, s. 5.

⁶ K. Raitz, *American Roads, Roadside America*, „Geographical Review”, vol. 88, Iss. 3, s. 372.

⁷ Ibidem, s. 368.

sem już w drugiej połowie XIX wieku wiele miast rozpoczęło proces ekspansji w kierunku okolicznych wiosek, z czasem je *pochłaniając*. Tym samym miasta multiplikowały swoją powierzchnię. Przy przedłużanych na tereny wiejskie głównych ulicach zaczęły powstawać tzw. *taxpayers*, czyli jedno- lub dwukondygnacyjne budynki usługowe stawiane w celu pokrycia podatku gruntowego i utrzymania parceli w oczekiwaniu na wyższe ceny nieruchomości. Inwestorzy liczyli też na to, że w przyszłości przekształcą się one w obiekty zdolne generować większy zysk. *Taxpayers* wykonane były z lichych materiałów i zwykle nie spełniały odpowiednich warunków bezpieczeństwa przeciwpożarowego, zaś miejsca parkingowe wyznaczone były wzdłuż krawężnika. Trend ten szczególnie uwidaczniał się na zachodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych. Chester Liebs w swoim opracowaniu dotyczącym przydrożnej architektury przytacza takie oto słowa krytyka Douglasa Haskella z *Architectural Record*, wydanego w 1937 roku: „*Tak jak Boston został zbudowany na statkach, tak Los Angeles jest miastem stworzonym na bazie samochodu, co objawia się przypadkowym upakowaniem budynków między rozległymi parkingami.*” I chociaż – jak zostało wcześniej powiedziane – *taxpayers* miały służyć pomnażaniu kapitału, to za sprawą samochodu umożliwiającego ciągle *rozpełzanie się* osad – wzdłuż i wszerz, w przeciwieństwie do istniejących wcześniej linii tramwajowych - wiele z nich przez lata zachowało swoją prowizoryczną formę. Rozpoczęło się zjawisko znane dziś jako *urban sprawl*⁸.

Nieco ponad trzydzieści lat później Robert Venturi – nie bez przyczyny – stwierdził „*Obraz commercial strip to chaos.*” Od *kręgosłupa* pod postacią szosy będącej *wspólnym porządkiem* odchodzą niczym *żebra* poszczególne wjazdy na posesję stanowiące *porządek indywidualny*⁹. Tutaj każdy stara się prześcignąć sąsiada pomysłowością w przyciąganiu potencjalnego klienta, stąd też na granicy obu stref pojawiają się niezliczone szyldy – jeden okazalszy od drugiego. To one – tak jak dawniej nienaturalnie powiększone fasady budynków przy głównej ulicy amerykańskich miast – są źródłem informacji o oferowanych usługach, sam budynek jest *pokornie* wycofany w głąb działki i zwykle nie przekracza wysokości jednej – parterowej – kondygnacji¹⁰. Szyldy te stanowią jeden z trzech wyszczególnionych przez Venturiego systemów komunikacji występujących na Las Vegas Strip, czyli system *herald-*

yczny. Pozostałe to system *fizjonomiczny*, odnoszący się do fasady budynków, oraz system *lokalizacyjny*, reprezentowany poprzez umiejscowienie budynku, parkingu itp. w przestrzeni.

Pustynne *Miasto Grzechu* najlepiej oglądać - wzorem Huntera S. Thompsona – z wnętrza pędzącego *wózka*. Dopiero wtedy dane nam będzie ogarnąć wzrokiem całą scenografię wykreowaną poprzez porozrzucane w dużej odległości, wycofane budynki – stacje benzynowe, motele, kasyna i kaplice ślubów przerobione z domków kempingowych - wraz z umieszczonymi przed nimi rozległymi parkingami oraz plejadą znaków i przydrożnej infrastruktury, tj. imponującymi, zakrzywionymi latarniami. *Strip* nie jest stworzony do oglądania w pojedynczym kadrze, a wyłącznie w *ruchomym technicolorze*¹¹. Autorzy *Obrazu miasta* porównują doznania występujące podczas przemieszczania się samochodem do „*sekwencji wyświetlonej przed oczami oczarowanej, nieco zaniepokojonej, acz częściowo rozkojarzonej publiczności, której wzrok został przepuszczony przez filtr i skierowany do przodu.*” Na podstawie tego cytatu studenci prowadzący badania razem z Venturim – Daniel Scully i Peter Schmitt – wyjaśniają, iż „*na drodze percepcja ruchu zachodzi w obrębie strukturalnego ładu stałych elementów: samej drogi, nieba, odstępów między słupami oświetleniowymi, żółtych linii na asfalcie – to są punkty orientacyjne w przestrzeni, reszta po prostu się dzieje!*” Im szybciej jedziemy, tym bardziej zawęża się nasz kąt ostrego widzenia, co prowadzi do tego, że widzimy przede wszystkim to, co przed nami, oraz to, co samo jest w ruchu. Elementy nieruchome są ignorowane, dopóki „*obserwator nie przekracza jakiegś wizualnej bariery i chcąc zorientować się w przestrzeni, lustruje wzrokiem nowy krajobraz*”¹².

A *ten* zmieniał się wraz z oddalaniem od miasta poprzez stopniowe rozrzedzanie się aż po całkowity zanik zabudowy. Wśród ciągnącego się kilometrami pustkowie przydrożne nieużytki okazały się idealnym miejscem do rozkwitu *oaz* umożliwiających posilenie się spragnionym podróżnym, zadbanie o sprzęt czy zrobienie zakupów. Dzięki intensyfikacji ruchu niewielkie, zapuszczone wioski, gdzie *diabeł mówi dobranoc*, zyskały nagle zupełnie nowe perspektywy rozwoju. Z czasem te prywatne inicjatywy podupadły – do czego przyczyniło się między innymi powstawanie międzystanowych autostrad oraz popularyzacja cywilnego

⁸ Ch. Liebs, *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*, Johns Hopkins University Press, Baltimore 1995, s. 7-15.

⁹ R. Venturi i in., *op. cit.* s. 54.

¹⁰ Ibidem, s. 32.

¹¹ Ibidem, s. 64.

¹² Ibidem, s. 101-102.

lotnictwa – bądź zostały skomercjalizowane przez wielkie koncerny¹³.

1.2. Narodziny kultu. Miejsce w popkulturze

Motoryzacja stała się siłą napędową nowoczesności i symbolem nowej ery. Nigdy wcześniej ludzie nie mogli podróżować na duże odległości tak szybko, tanio i wygodnie¹⁴. Gdy w Europie futuryści głosili: „[...] Oświadczamy, że wspaniałość świata wzbogaciła się o nowe piękno: piękno szybkości! Samochód wyścigowy ze swoim pudłem zdobnym w wielkie rury podobne do węzłów o ognistym oddechu [...] ryczący samochód, który zdaje się pędzić po taśmie karabinu maszynowego, jest piękniejszy od Nike z Samotraki.¹⁵”, w Stanach Zjednoczonych auto z symbolu sukcesu i powodzenia w interesach przeistaczało się, na kształt „kurtki z węzłowej skóry”¹⁶, w symbol niezależności i wolności, niezrędko zyskując przy tym imię niczym domowy pupil – *vide: Krwawy Rekin*. Wkrótce na pylistych drogach Ameryki Północnej, „tam gdzie ziemia się wyplaszacza, tam twarda nawierzchnia się kończy; tutaj nie ma żadnych znaków, kompletnie niczego, a my tonimy w piachu” – relacjonował jeden z ówczesnych podróżnych – pojawiać zaczęli się amatorzy dalekobieżnych włóczęg szukający w nich czegoś więcej niż tylko transportu z punktu do punktu¹⁷.

W 1914 roku Stany Zjednoczone pochwalić mogły się 250 000 mil utwardzonych traktów, a liczba ich, dzięki lokalnemu lub narodowemu finansowaniu z emisji obligacji¹⁸, stale rosła. Prawdziwym przełomem okazało się jednak powołanie w 1926 roku do życia Drogi Stanowej nr 66, popularnie zwanej Drogą (Route) 66. Ta przebiegająca przez osiem stanów trasa, o łącznej długości 2448 mil, umożliwiła połączenie wschodu z zachodem (Chicago - Los Angeles), choć wbrew obiegowym opiniom nie kończyła się nad samym Pacyfikiem, a u zbiegu autostrady nr 101. Dopiero dziesięć lat później została przedłużona do Santa Monica, a w 1938 zyskała całkowicie utwardzoną nawierzchnię – bowiem na samym początku stanowiła ona zaledwie 800 mil¹⁹. Wraz z kryzysem ekonomicz-

nym lat trzydziestych XX wieku oraz katastrofą ekologiczną spowodowaną przez długotrwałą suszę i nieracjonalne gospodarowanie zasobami, co doprowadziło do silnej erozji gleby, a w konsekwencji powstawania *burz pyłowych*, mieszkańcy Wielkich Równin zmuszeni zostali do migracji w poszukiwaniu lepszych warunków życia²⁰. Droga 66 stała się ich *autostradą do nieba* – w tym wypadku – Kalifornii. Ten niemalże *biblijny* exodus został opisany przez Johna Steinbecka w powieści *Grona gniewu*. Autor najpierw zamieszkał, a następnie wędrował z sezonowymi robotnikami rolnymi, dzięki czemu jego utwór oparty został nie tyle na wyobrażeniach, co na bezpośrednim, wręcz naukowym poznaniu tematu²¹. To właśnie Steinbeck wraz z fotografem Dorotheą Lange przyczynił się do transformacji *Matki Drogi* z autostrady do symbolu – *amerykańskiego snu, amerykańskiego mitu, amerykańskiej metanarracji*, do połączenia mistycyzmu z konsumpcjonizmem, *wolnej drogi*²². Ten *amerykański sen* – tak przecież blisko związany z *wolnością* lub *ucieczką* – to wiara w czekające na wyciągnięcie ręki lepsze życie, lepsze możliwości. Krytyk Louis Owens określił ją jako *fałszywą*, a wręcz *niebezpieczną*, bowiem skłaniającą do porzucenia wszystkiego i gonienia za niemożliwymi do spełnienia wyobrażeniami, co potwierdzać miała historia opowiedziana w *Gronach gniewu*²³.

Po II wojnie światowej, kiedy to słynna sześćdziesiątka szóstka służyła transportowi uzbrojenia, jej popularność ponownie zaczęła rosnąć wśród podróżnych. W 1946 roku Nat King Cole nagrał piosenkę do tekstu Bobbiego Troupa – (*Get Your Kicks On*) *Route 66* – wykonywaną później między innymi przez zespoły Rolling Stones czy Depeche Mode, a w 1960 roku w telewizji pojawił się serial o tym samym tytule, opowiadający o podróży – i konsekwencjach z nią związanych – dwóch młodych mężczyzn w poprzek Stanów Zjednoczonych²⁴. Nieco ponad trzydzieści lat później – już po tym, gdy droga straciła znaczenie transportowe na rzecz innych tras w 1985 roku – do kin wszedł prowokacyjny film Olivera Stone’a (na podstawie scenariusza Quentina Tarantino) o podróżującej

¹³ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 24-36.

¹⁴ *Ibidem*, s. 3.

¹⁵ E. Grabska i H. Morawska, *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1969.

¹⁶ „To kurtka ze skóry węża. Jest symbolem mojej indywidualności i wiary w wolność jednostki” - kultowa kwestia Sailora (Nicolas Cage) z filmu *Dzikość serca*, reż. David Lynch (1994).

¹⁷ J.N. Nodelman, *Reading Route 66*, „The Journal of American Culture”, Volume 30, Issue 2, 2007, s. 169.

¹⁸ K. Raitz, *op. cit.*, s. 373.

¹⁹ J.N. Nodelman, *op. cit.*, s. 169.

²⁰ D.A. Wilhite *Dust Bowl*, *Oklahoma Historical Society*, 2009, <http://www.okhistory.org/publications/enc/entry.php?entry=DU011> [dostęp: 31.01.2016].

²¹ B. Wiśniowski, *William Faulkner, Ernest Hemingway, John Steinbeck*, Czytelnik, Warszawa 1963.

²² J.N. Nodelman, *op. cit.*, s. 169-170.

²³ *Ibidem*, s. 167.

²⁴ *Ibidem*, s. 171.

sześćdziesiątką szóstką parze kochanków-morderców. Ta deliryczna opowieść jest z jednej strony zadadłą krytyką pogoni mediów za sensacją i fascynacją przemocą, z drugiej przedstawia to zjawisko w niezwykle atrakcyjny sposób pod postacią *epickiej podróży* zbuntowanych, zakochanych i wolnych indywidualistów. Esencja *amerykańskości* - ta sama, która wyziera z powieści, takiej jak wydana w 1957 roku *W drodze* Jacka Keuracka²⁵, opisującego swoje intensywne, szalone włóczęgi po Ameryce Północnej, czy też obecnej w sztafardowym filmie kina drogi *Easy Rider* z 1969 roku – będącym gorzką opowieścią o dwójce hippisów przemierzających Stany Zjednoczone w poszukiwaniu wolności i dawno zatraconych ideałów.

Ukazany tu, głównie na przykładzie najstynniejszej stanowej drogi, motyw przemierzania bezkresnej przestrzeni wdarł się przebojem do popkultury. Tematyka ta, głęboko zakorzeniona w umysłach amerykańskiego społeczeństwa, była szeroko eksplorowana zarówno w literaturze, jak i w niszowych oraz popularnych utworach muzycznych czy filmach. Jej odbiorcy zaś rekrutowali się zarówno z kręgów niepokornych buntowników – gotowych poświęcić wszystko w imię wolnego i niczym nie skrzepowanego życia – jak i spośród zachowawczych przedstawicieli klasy średniej, chcących jedynie przyjemnie spędzić czas. „Ameryka to nie kultura [...]” – jak słusznie stwierdza Marcin Szoska – „[...] Zanim powstały amerykańskie metropolie, musiały już istnieć autostrady, wokół których zbudowano miasta. Najbardziej pierwotnym z tubylczych instynktów jest tu instynkt kierowcy. Praktycznie Amerykanie nad wszystko przekładają płynną jazdę autem i ciągle pozostawanie w ruchu, a wsiąść do amerykańskiego samochodu to jak przekroczyć próg czyjegoś domostwa [...]”²⁶. I tak jak na początku XX wieku popularnym i rozpalającym wyobraźnię masowego odbiorcy *produktem eksportowym* ze Stanów Zjednoczonych były historie o Czerwonoskórych, tak w jego drugiej połowie stały się tym historie o *autotripach*²⁷.

„Interesowanie się popularną kulturą współczesnej Ameryki oznacza interesowanie się naszą popularną architekturą, architekturą tych budynków, w których żyjemy, pracujemy i cieszymy się sobą. Są one nie tylko ważną częścią naszego życia, ale też poprzez swoją

ewolucję i stylistykę ukazują prawdę o naszych wartościach i sposobie, w jaki odkrywamy otaczający nas świat” – pisze ceniony pisarz i wykładowca historii krajobrazu na harwardzkim uniwersytecie, John B. Jackson²⁸. Architekt Morris Lapidus stwierdził natomiast, że ludzie poszukują *iluzji*, a nie *realiów*. A o tę najłatwiej jest w kinie, tak więc „do diabła z całą resztą”²⁹. Tym samym napędzana przez rozwój nowych technologii popkultura stała się nosicielem idei i obrazów – również tych architektonicznych, które padając na odpowiedni grunt, *mutowały* i *zasiedlały* nowe terytoria. Zrozumienie opisanych powyżej zależności jest kluczem do pojęcia fenomenu *przydrożnej architektury*.

1.3. Auto-architektura

Sedno to wiwisekcja trzech głównych typów zabudowy związanych z mobilnością: stacje benzynowe, przydrożna gastronomia, motele³⁰. I tak jak salony samochodowe, dworce autobusowe, supermarkety oraz obiekty usługowe typu *drive-in* (kina, kaplice) – będące naturalną konsekwencją koegzystencji XX-wiecznego człowieka z motoryzacją – przynależą do miasta i jego przedmieść, tak wymienione powyżej należą do świata otwartych przestrzeni, w mieście goszcząc niejako *wstydliwie* i *przy okazji* najczęściej wielkich arterii. Dopiero na pustkowiu czy w sąsiedztwie niewielkich osad zamieniają się w punkt kulminacyjny okolicy, prawdziwy *gwóźdź programu* – *drogi*. Ich skrojona na wspólną miarę stylistyka podlegała modyfikacjom na przestrzeni dekad, po to aby ostatecznie wymieszać wszystkie te style w jednym czasie, tworząc prawdziwą kakofonię barwy, kształtów i *narracji*.

Pierwsze komercyjne przydrożne budynki nawiązywały swoim wyglądem do idei domu – miejsca znanego, spokojnego i *przytulnego*. Jednak jak zauważa Chester Liebs, zazwyczaj główną zasadą tej architektury była *przesada*. Konstrukcje te charakteryzowały się przeskalowanymi dachami, niefunkcjonalnymi okiennicami i lukarnami oraz monstrualnymi kominami. Całość, nierzadko zminiaturyzowana względem oryginału, miała sprawiać wrażenie uroczego domku – *jak z obrazka!* Tendencja ta wydaje się o tyle naturalna, o ile weźmiemy pod uwagę, że właściciele tychże przybytków wywodzili się z tych samych środowisk co

²⁵ Jest to sztafardowe dzieło tzw. *beat generation*, czyli nieformalnego, awangardowego ruchu literacko-kulturowego, którego członkowie propagowali idee nonkonformizmu oraz swobody twórczej.

²⁶ M. Szoska, *Mistyka amerykańskich autostrad*, „Ruch - Autoportret. Pismo o dobrej przestrzeni”, nr 2(45), 2014, s. 31.

²⁷ Inaczej mówiąc, *podróż samochodowa*. Warto zwrócić tutaj uwagę na samo angielskie słowo *trip*, oznaczające zarówno podróż, jak i psychodeliczne doświadczenie – przy czym oba te znaczenia mogą występować jednocześnie, czego nie oddaje polskie tłumaczenie tego zwrotu.

²⁸ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 39.

²⁹ R. Venturi i in., *op. cit.*, s. 108.

³⁰ J.A. Jakle i in., *The Motel in America*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, s. 325.

odwiedzający ich podróży. Popularny na początku XX wieku trend wykonywania wszystkiego własnoręcznie, z łatwo dostępnych materiałów, zapoczątkował wysyp obiektów w estetyce *zrób to sam*. Zaś gdy *klient to nasz pan*, tak już wkrótce powstająca zabudowa zaczęła przybierać coraz bardziej fantazyjne kształty rodem z nowojorskiego Coney Island. Gdybyśmy podróżowali wówczas przez zachodnie stany, naszym oczom niczym w halucynacjach raz po raz ukazywałyby się budynki w kształcie gigantycznych butelek, beczek, psów czy kaczek – już z oddali krzyżące o oferowanych przezeń usługach. Bezbłędne rozeznanie przedsiębiorców w gustach swoich konsumentów doprowadziło też do powrotu do łask dawno odrzuconych lub nie traktowanych natenczas poważnie przez elity stylów historycznych – *kolonialnych, hiszpańskich, średniowiecznych* oraz wszelkich wariacji na temat³¹. Tutaj liczy się oryginalność, nie wykonanie; fantazja zamiast stonowania; sentyment, a nie wierność pierwowzorowi. Wszak to właśnie ta *iluzja*, a nie *rzeczywistość* jest w stanie stać się pełnowartościowym produktem, który wystarczy odpowiednio *opakować*, aby osiągnąć zysk. *Amerykański sen!*

Tymczasem ze wschodu (*tam musi być jakaś cywilizacja!*) nadciągać zaczęły nowe, związane z awangardowym ruchem, trendy. Początkowo nieśmiałe próby pod postacią art déco, ciągle jeszcze związanej z Beaux Arts geometrycznej wariacji dotyczącej ornamentu, jednak doskonale przyjmującej się wśród zabudowy głównych ulic. Następnie, w międzywojniu, tchnienie nowoczesności w formie owalnych kształtów zapowiadających *nowy świat*. W czasach Wielkiego Kryzysu, aby sprzedać produkt, aby w ogóle *wzbudzić chęć* jego nabycia, trzeba było czegoś więcej niż samej *rzeczy*. Wraz z usprawnieniem seryjnej produkcji rozpoczęło to wzornictwo przemysłowe, a jego pierwszym *dzieckiem* został styl zwany *streamline*. Wkrótce jego optywowe kształty zobaczyć można było, począwszy od tosterów, przez pociągi na budynkach kończąc. Zaokrąglone narożniki, dynamiczne linie, nowoczesne materiały – wielkie przeszklenia, luksfery, emaliowane panele, nierdzewna stal. Mimo swojej abstrakcyjności nowa estetyka była tak samo przyciągająca uwagę jak *kaczki*. Przydrożna architektura, jako *twór* podlegający wyłącznie własnym prawom, wymykała się ogólnie przyjętym zasadom, *mieszając* opisane wyżej stylistyki. W nieco mniejszym stopniu świat ten zaadaptował

też styl międzynarodowy, przeniesiony na amerykański grunt przez europejskich imigrantów³².

We wczesnych latach powojennych początkowo wciąż dominowała przebrzmiała stylistyka *dni minionych*, a przydrożna architektura była nadal marginalizowana przez środowisko architektoniczne. Jednakże w późnych latach czterdziestych *na scenę* rozpoczęli wkraczać *profesjonalni* architekci, zatrudnieni przez poszukujących coraz bardziej efektywnych metod sprzedaży przedsiębiorców. Kluczowe pytanie, które zadali, brzmiało: „*W jaki sposób budynek może być jednocześnie nowoczesny, wyrażający swoją funkcję i zachęcający do kupna oferowanego produktu lub usługi – niezależnie od zastanego wokół krajobrazu?*”³³.

Nowoczesna usługowa architektura miała zostać oparta przede wszystkim na *komunikacji*. W sukces przysły rozwiązania, takie jak duże przeszklenia frontu budynku umożliwiające *swobodny* przepływ między wnętrzem, zachęcającym do wstąpienia do środka, szczególnie nocną porą, gdy działa ono na zasadzie *latarni*, a zewnątrz – pozwalającym na obserwację otoczenia. I chociaż rozwiązanie to spotykane było już w latach trzydziestych, jednak nigdy wcześniej nie było stosowane w przypadku obiektów tak mało reprezentacyjnych, jak bary czy stacje benzynowe. Kolejnym posunięciem wywodzącym się z modernistycznego dyskursu było uwidocznienie konstrukcji, jednak w tym wypadku była ona często przesadzona względem realnych potrzeb. Znakiem szczególnym stały się zadarte, przeskalowane i *unoszące nad ziemią* dachy, występujące też w kształcie na przykład hiperbolicznej paraboli. Ekspozycja nowoczesnych materiałów, tj. łączonych tafli szkła, luksferów, plastiku, sklejk, stali i betonu, a nawet azbestu, miało również na celu przede wszystkim wizualne – a nie praktyczne – zastosowanie³⁴. Tutaj zasadą jest *łączenie*, a nie *odejmowanie* elementów, bogaty symbolizm. Całości dopełniają barwne neony i ogromne, zdobne znaki o kształcie bumerangu, ameby, modelu atomu czy gwieżdzistego wybuchu i, jak już wcześniej zostało dowiedzione – doskonale widoczne z pędzącego samochodu. Nową architekturę zaczęto wkrótce określać mianem *googie* (a również: *Populuxe, Doo-Woop, Coffee Shop Modern, Jet Age, Space Age lub Chinese Modern*) od nazwy kawiarni Googies zaprojektowanej przez Johna Lautnera, poszukującego wówczas rozwiązań odpowiadających skali i funkcji obiektu umieszczonego w przestrzeni publicznej. Sam

³¹ Ch. Liebs, *op. cit.* s. 44-53.

³² *Ibidem*, s. 53-59.

³³ *Ibidem*, s. 61.

³⁴ *Ibidem*, s. 61.

termin ukuł w 1952 roku Douglas Haskell i opublikował w artykule w „House and Home Magazine”, opisującym nowy architektoniczny styl³⁵.

Architektura *googie* była *sztuką opowiadania historii*. Historia ta miała różne wariacje, jednak główna fabuła oscylowała wokół motywu: „Człowiek opuszcza jaskinię czy też szalas i dzięki ciężkiej pracy oraz pomysłowości buduje wspaniały, nowoczesny świat. Jutro pokona wszelakie problemy i podbije całą galaktykę, jednakże przy wszystkich jego niesamowitych osiągnięciach nie zapomina, skąd pochodzi i nie chce utracić kontaktu z naturą”³⁶. Tym samym w stylistyce *googie* naturalne było zobaczyć budynek w kształcie abstrakcyjnego *statku kosmicznego*, z trzema szklanymi ścianami, jedną kamienną i kilkoma palmami wyrastającymi przez otwór w nadwieszonym dachu.

Tymczasem kryzys naftowy oraz postępujące zanieczyszczenie środowiska i towarzyszące mu katastrofy naturalne spowodowały gwałtowny zwrot w kierunku architektury *przyjaznej środowisku*³⁷. Początkowy powojenny optymizm i utopijne wizje świata zostały zastąpione przez szarość dnia codziennego, a *googie* odeszło do lamusa. Po dużej popularności tego stylu w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych społeczność architektów – szczególnie modernistycznych – niechętnie akceptowała go jako zbyt jaskrawy i przerysowany, nierzadko *kiczowaty*, związany bezpośrednio z miejscem, gdzie powstał³⁸. Odkąd budynki *googie* zostały pochłonięte przez nawarstwiający się element przedmieść i zginęły w ich tłumie, mało kto z właścicieli chciał zachować je jako pamiątkę z minionych czasów. Mimo że stanowiły one ważną część historii amerykańskich przedmieść, przez długi czas architektura ta była bezlitośnie wyburzana³⁹. Do głosu doszły tendencje re-trohistoryczne i postmodernistyczne.

Przyjrzyjmy się teraz bliżej wymienionym na początku trzem najbardziej charakterystycznym typom przydrożnej zabudowy.

Numer jeden - stacje benzynowe. Na początku XX wieku paliwo sprzedawano niemalże wszędzie – od aptek, przez sklepy spożywcze, kuźnie, stajnie, warsztaty na garażach skończywszy. Po pierwszej wojnie światowej wzdłuż głównych ulic miast spotkać można było ustawione wzdłuż krawężników dystrybutory pali-

wa. Rozwiązanie to, chociaż wygodne dla kierowców, niosło za sobą nie tylko niebezpieczeństwo zahaczenia przez przejeżdżające obok pojazdy – i idącą za tym możliwość spowodowania wybuchu – ale też tarasowało przejazd innym uczestnikom ruchu. W początkowych latach dwudziestych władze miejskie rozpoczęły kampanie na rzecz wykluczenia tej formy sprzedaży paliwa z miast⁴⁰. Popularność zyskały specjalne wydzielone duże działki, gdzie oprócz płataniny dystrybutorów i znaków znajdował się budynek obsługi oraz wystarczająca ilość miejsca do swobodnego manewrowania samochodem. Z czasem ich funkcja została wzbogacona o sklep z podręcznymi częściami, serwis naprawczy i myjnię. Pod koniec dekady zabudowa stacji benzynowych składała się z obiektów umieszczonych na planie zbliżonym do litery L lub U, zaś w centrum wytworzonego w ten sposób podwórca królowały dystrybutory z paliwem. Wraz z kryzysem ekonomicznym lat trzydziestych obiekty te zredukowane zostały do centralnie umieszczonego, rozplanowanego na planie prostokąta biura, do którego doczepiano pomieszczenia warsztatowe, zaś dystrybutory umieszczano na wysepce odsuniętej na bezpieczną odległość⁴¹.

Sprzedażą paliwa zajmowały się przede wszystkim koncerny, stąd też próby ujednoczenia obiektów należących do jednej spółki. Projekty C.A. Petersona dla Pure Oil to utrzymane w stylistyce *angielskiej chatki* strzeliście zadane budynki o wysokich kominach w ścianach szczytowych, utrzymane w bieli z dodatkami niebieskich motywów, kolorystyce nawiązującej do barw marki i wykonane z cegły lub w konstrukcji drewnianej. Występowały one w dwóch wersjach – *małej*, zawierającej biuro, sprężarkownię i toaletę, oraz *dużej*, w skład której wchodziło dodatkowe pomieszczenie techniczne⁴². Stacje gigantów, takich jak Shell, Socony czy Texaco, w latach trzydziestych utrzymane były w stylistyce *streamline* lub w stylu międzynarodowym – w postaci białego *pudełka* z dużymi oknami, płaskimi dachami i funkcjonalnymi pomieszczeniami, tj. biurem, serwisem, przechowalnią toaletę. Dla przykładu – ostatnia z wymienionych firm przy pomocy projektanta przemysłowego W. D. Teague stworzyła spójny wizerunek zamykający się w jednym z kilku modeli, różniących się od siebie wyłącznie ilością, rodzajem i roz-

³⁵ Ch. Jepsen, *An Introduction to Googie. A Genealogy of Los Angeles Futures*, 2000, <http://dh101.humanities.ucla.edu/DH101Fall12Lab2/exhibits/show/futuristic-architecture-in-los/movements> [dostęp: 03.02.2016].

³⁶ Ibidem.

³⁷ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 67.

³⁸ A. Hess, *Googie Redux: Ultramodern Roadside Architecture*, Chronicle Books, San Francisco 2004, s. 66-69.

³⁹ Ibidem, s. 175-186.

⁴⁰ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 96.

⁴¹ Ibidem, s. 102-103.

⁴² Ibidem, s. 101.

planowaniem pomieszczeń oraz lokalizacją zdefiniowaną przez działkę (narożną lub nie). Charakterystyczne białe pudełka z zielonymi elementami stały się na wiele lat symbolem rozpoznawczym marki⁴³.

Kiedy duże koncerny starały się uczynić swój wizerunek zapamiętywanym, indywidualni sprzedawcy postawili na oryginalność – przykładowo w Marville, w Ohio, powstała stacja benzynowa w kształcie gigantycznej pompy paliwowej, a niedaleko Lawrence, w Kansas, inwestor postanowił nadać swojemu budynkowi kształt wielkiego indiańskiego namiotu. Po drugiej wojnie światowej tendencje te zwróciły się w kierunku architektury *googie*. Spowodowało to jednocześnie powrót – do nierzadko zarzuconej wcześniej – koncepcji zadaszenia nad stacją, aczkolwiek przyjmowało ono często formę bardziej wizualnego niżli funkcjonalnego dopełnienia projektu⁴⁴. Tymczasem główne marki paliwowe, nie licząc drobnych poprawek, nadal trzymały się wzoru prostego *pudełka*. Dopiero w drugiej połowie lat pięćdziesiątych, w celu odświeżenia wizerunku, rozpoczęły eksperymenty z pochylonym lub V-kształtnym zadaszaniem⁴⁵. Jednocześnie, mimo wciąż powściągliwej formy, już w latach sześćdziesiątych rozpoczęła się nagonka na stacje benzynowe, w których upatrywano czynnika przyczyniającego się do dewastacji krajobrazu⁴⁶. Rozpoczęto powrót do znanego z lat wcześniejszych motywu *domu*, co zostało z kolei skrytykowane w latach siedemdziesiątkach jako rodzaj *maskarady* nieprzystającej do funkcji pełnionej przez obiekt. Obecnie spotkać można obiekty reprezentujące wszystkie z wymienionych stylów, z głównym naciskiem na *klasyczne pudełko*. Część starych budynków została poddana renowacji, część zyskała nową funkcję – sklepu, restauracji, część wyburzono. Ewolucja stacji benzynowej zatoczyła koło⁴⁷.

Numer dwa – przydrożne bary. Przed 1920 rokiem podróżujący na długie dystanse mieli niewielki wybór lokali gastronomicznych. Dostępne w centrach miast, nierzadko będące częścią poważnych hoteli, restauracje były zwykle zbyt drogie i *oficjalne*. Wkrótce w sukurs przyszły im obiekty - tzw. *tearoomy* – herbaciarnie. Zlokalizowane zazwyczaj w budynkach o historycznym obliczu, starych domach lub zajazdach, obsługiwane były przez kobiety – nie tyle typowe gospodynie domowe, co *niezależne biznesmenki*, a w swojej ofercie posiadały głównie napoje, skromny lunch, a *od świę-*

ta dwudaniowy obiad. Jednak kobiece doświadczenie w zakresie prowadzenia gospodarstwa okazywało się często niewystarczające do udźwignięcia profesjonalnego przedsięwzięcia. W opinii Helen Woods, niezależnej konsultantki gastronomicznej, już chociażby same nazwy tychże przybytków, jak na przykład *Herbaciarnia Pod Rajskim Ptakiem*, były wystarczającym powodem, aby zmęczeni drogą i głodni mężczyźni czym prędzej naciskali gaz do dechy i uciekali w siną dal. Zamiast tego sugerowała przemianowanie herbaciarni na *zajazdy samochodowe* i skupienie się na serwowaniu przede wszystkim domowych posiłków. Wkrótce miejsca te przeobraziły się w swoiste przydrożne restauracje, których prowadzenie stało się rodzinnym biznesem⁴⁸. Jedną z najbardziej znanych była, powstała w 1925 roku, sieć restauracji Howarda Johnsona – potentata w dziedzinie lodów, napoi gazowanych, hot dogów i herbaciarni, umieszczonych pod wspólnym pomarańczowym(!), dachem. W 1940 roku jego imperium liczyło ponad 125 jednostek rozlokowanych wzdłuż całego wschodniego wybrzeża – od Maine po Florydę. Architektura budynków wchodzących w ich skład była *swojska*, nawiązująca do stylu kolonialnego, przez co bezbłędnie trafiała w gust klasy średniej. Biel ścian, czterospadowy, zwieńczony kopułą dach w intensywnym kolorze wraz z dopełniającymi całości turkusowymi akcentami, widoczne szyldy, neony – stały się wkrótce elementami charakterystycznymi tej części międzywojennych Stanów. Z czasem budynki te zyskały nieco modernistycznego *szlif*, chociażby pod postacią dużych przeszkleń, zaś w latach pięćdziesiątych bryła została poddana geometrycznej modyfikacji w duchu *googie*, przy czym podstawa wizualna marki została zachowana. Dopiero w okolicy lat siedemdziesiątych nastąpił odwrót w kierunku *naturalnych* odcieni brązów i uproszczonego kształtu obiektu⁴⁹.

Gdy Howard Johnson rozwijał swoje imperium, inni przedsiębiorcy również nie zasypiali gruszek w popiele. Już po pierwszej wojnie światowej wzdłuż głównych ulic zaczęły pojawiać się niewielkie budki, których właściciele oferowali niewyszukane menu. Jednak jakość ich usług była krytykowana ze względów higieniczno-sanitarnych, a architektura stanowiła wariację na temat halucynacji wywołanych zbyt długim przebywaniem na słońcu. Wystarczy wspomnieć gigantyczne lody – jako lodziarnie, ogromne kurczaki –

⁴³ Ibidem, s. 104-106.

⁴⁴ Ibidem, s. 108-112.

⁴⁵ Ibidem, s. 111.

⁴⁶ Ibidem, s. 111.

⁴⁷ Ibidem, s. 113-115.

⁴⁸ Ibidem, s. 197-199.

⁴⁹ Ibidem, s. 199-204.

oferujące dania z drobiu, czy też monstrualne psy – *hot dogi*. Wkrótce miało to ulec zmianie. Edgar W. Ingram wraz z Walterem L. Andersonem postanowili stworzyć sieć z jednej strony tanich, z drugiej spójnych wizualnie i czystych małych barów. Ich ofertę stanowiły proste i szybkie w przyrządzaniu posiłki – hamburgery! Jeśli chodzi o architekturę, to zgodnie z nazwą przedsięwzięcia – *White Castel* – przyjęła ona formę niewielkiego, wykonanego na planie prostokąta ze śnieżnobiałych, betonowych bloczków, zwieńczonego narożną wieżyczką zamku. Firma przetrwała po dzień dzisiejszy, zachowując przy tym swój główny motyw.

Tymczasem równolegle powstawać zaczęły bary oferujące jedzenie *na wynos* – restauracje typu *drive-in*. Początkowo nie wyróżniały się one niczym szczególnym – zwykły lokal, choćby apteka serwująca wodę sodową, która po prostu podawała napój wprost do samochodu. Z czasem zaczęły powstawać samodzielne obiekty na kształt budek z parków rozrywki, o dużych przeszkleniach i sztyldach umieszczonych na dachu. Dzięki obsłudze młodych i atrakcyjnych kelnerek – co miało swoje znaczenie marketingowe – kierowcy mogli odczytać i zamówić drobną przekąskę lub napój, nie wychodząc z auta. W czasach powojennych, flirtując ze stylem *googie*, budynki te wzbogacone zostały o zadaszenie oraz pulsujące oświetlenie. Nie uchroniło ich to przed powszechną krytyką, m.in. za zakłócanie spokoju publicznego poprzez silniki i radia czy sprzyjanie *niemoralnym* zachowaniom młodzieży. Ponadto w wielu rejonach Stanów, za sprawą niesprzyjających warunków klimatycznych, mogły one odgrywać jedynie sezonową rolę. Pod koniec lat siedemdziesiątych na rynku utrzymywało się już zaledwie kilka sieci. Jednakże to właśnie rozwój *drive-inów* stał się kamieniem węgielnym pod powstanie sieci przydrożnych restauracji samoobsługowych, nazwanych w latach siedemdziesiątych *fast food* (ze względu na ubogie menu i przyrządzane *masowo* jedzenie), takich jak KFC, Burger King czy wreszcie – chyba najpopularniejszy z nich – założony w 1939 roku McDonald's, który stał się prototypem tego typu zabudowy na najbliższe cztery dekady⁵⁰.

Numer trzy – motele. Ich ewolucja – jako typu budynków – następowała w sześciu krokach. Wraz z rozwojem dróg i jednoczesnym wzrostem liczby podróży rozpoczęto udostępnianie za niewielką opłatą miejsc noclegowych na terenie zarówno miejskim, jak

i w większym stopniu prywatnym. Dzięki temu wędrowcy, którzy *nie mogli* lub *nie chcieli* zatrzymać się w hotelu⁵¹, mieli możliwość skorzystania z opcji *bezpiecznego* rozbicia namiotu, bieżącej wody, toalety oraz miejsca biwakowego, a czasem też sklepu czy stacji benzynowej. Tego rodzaju obozowiska pojawiły się już w okolicy lat dwudziestych, tym samym nieznacznie wyprzedzając powstawanie pierwszych bardziej zaawansowanych form noclegowych. Popularne stało się także wyposażanie samochodów w namiastkę łóżka i kuchni, co zapoczątkowało tworzenie tego, co znamy dzisiaj jako przyczepy kempingowe. Wcześniej podróżni skazani byli na nocowanie *na dziko* – pod namiotem, z wykorzystaniem własnego sprzętu biwakowego – co często łączyło się z naruszaniem prywatnej własności i konfliktem z prawem. W czasie Wielkiego Kryzysu właściciele ziemscy rozpoczęli budowę niewielkich *budek sypialnych* – prostych w konstrukcji, zwykle parterowych, wykonanych z dostępnych pod ręką materiałów. Obiekty te były głównie sezonowe. Inni zaś wynajmowali pokoje u siebie w domu⁵². Okazało się to całkiem dochodowym przedsięwzięciem, gdyż podróżujący w interesach starali się *zaoszczędzić* i zwykle wybierali tańszą ofertę⁵³. Nieco wyższy standard oferowały kempingi, czyli skupiska małych, często całosezonowych, domków do wynajęcia. Ich układ był najczęściej aranżowany w kształt podkowy, z wewnętrznym dziedzińcem, ale też jednej lub dwóch linii – równoległych albo prostopadłych – czy w *gronach*. W zamian za większą cenę skorzystać można było z wewnętrznej łazienki, elektryczności, z a czasem nawet z prywatnego garażu. Obok zwykle też znajdowała się stacja benzynowa oraz stołówka lub kawiarnia. Kempingi oferowały większą prywatność i kameralność, ciszę, niższą cenę, możliwość parkowania *tuż przy drzwiach*, bezpośredni kontakt z zarządcą⁵⁴. Z czasem architektonicznie zaczęły przypominać schludne osiedla małych domków jednorodzinnych, choć i w ich wypadku nie obyło się bez *szaleństw* pod postacią choćby indiańskich wigwamów, jak w Holbrook w Arizonie⁵⁵. Ten zbudowany w 1950 roku kemping, położony w pobliżu słynnej Drogi 66, stał się powszechnie rozpoznawalną ikoną amerykańskiej popkultury i po dziś dzień oferuje wynajem miejsc noclegowych. Piętnaście rozplanowanych na U-kształtnym planie białych, żelbetonowych wigwamów składa się z głównego pokoju, za którym umieszczona jest niewielka łazienka wyposażona w umywalkę,

⁵⁰ Ibidem, s. 212-215.

⁵¹ J.A. Jakle i in., *op. cit.*, s. 25.

⁵² Ibidem, s. 32-40.

⁵³ N. i W. Young, *The Great Depression in America: a cultural encyclopedia*, Greenwood, Connecticut 2007, s. 315–318.

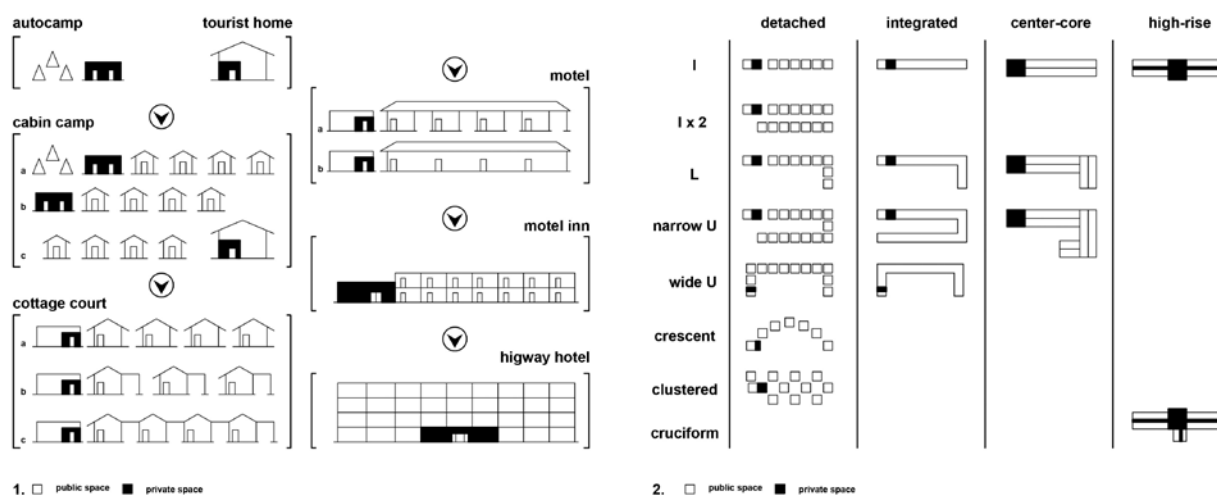
⁵⁴ J.A. Jakle i in., *op. cit.*, s. 38.

⁵⁵ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 176.

toaletę i prysznic. Wyposażenie wnętrza to orzechowe meble, dwa podwójne łóżka, telewizor i... na tym poprzestano, hołdując oryginałowi, stąd też na próżno szukać w nich dostępu do Internetu czy maszyny do lodów.

Tymczasem w 1925 roku, w San Louis w Kalifornii, powstał pierwszy prawdziwy – jeśli idzie o określenie – motel, nazwany tak poprzez skrót zwrotu *motor hotel*. Nazwę tę wymyślił właściciel wówczas, gdy nie mógł zmieścić jej pełnej wersji – *Milestone Motor Hotel* – na dachu budynku⁵⁶. Pomysł stworzenia specjalnych hoteli dla zmotoryzowanych podróżnych trafił na podatny grunt i wkrótce pod szyldem motelu zaczęły powstawać coraz to nowe obiekty. Popularne okazało się łączenie bud mieszkalnych za pośrednictwem wspólnego zadaszania – czasem wydzielającego osobne miejsca parkingowe⁵⁷. Typowy układ motelu był na planie U-, L- lub I-kształtnym⁵⁸. W jego skład wchodziły pokoje gościnne dostępne bezpośrednio z parkingu lub zadaszzonego tarasu, recepcja oraz często jadalnia i basen. Niektóre z obiektów posiadały też osobne kuchnie czy bardziej luksusowe pokoje w typie miniapartamentu, które niekiedy zamieszkiwane były na zasadzie *mieszkania pod wynajem*. Dodatkowe atrakcje w postaci jacuzzi przyciągały też nowożeńców. Wraz z powojennym boorem budowlanym

właściciele moteli zaczęli prześcigać się w coraz to nowszych udogodnieniach. Basen, kolorowy telewizor czy łóżko do masażu (*magic fingers*) szybko weszły do standardowego użycia⁵⁹. Zmieniła się też architektura. W nawiązaniu do ery podbojów kosmicznych i optyimizmu z tym związanego zaczęto próbować wyrazić całą tę energię i radość poprzez dynamiczne bryły o ostrych, jasnych kolorach⁶⁰. Budynek coraz częściej zyskiwały dodatkowe – poza parterem – piętra. I tak jak w przypadku stacji benzynowych i przydrożnej gastronomii, początkowy domowy biznes – tzw. *mom-and-pop* – przerodził się w latach pięćdziesiątych w prężnie działające sieci lokali, takie jak powstała za sprawą fundatora Kemmonsa Wilsona oraz zajmującego się prefabrykowanym budownictwem Wallace E. Johnsona – zwanego w środowisku budowlanym *Henrym Fordem* – sieć Holiday Inn. Popularyzacja prefabrykacji pozwoliła obniżyć koszty budowy – między innymi dzięki grupowaniu pomieszczeń, np. pokoi wokół wspólnej łazienki – i stworzyć łatwo powtarzalną serię budynków⁶¹. W ten oto sposób *przydrożne sypialnie* przeszły ewolucję od darmowych obozowisk, poprzez ich płatne wersje, wynajmowane od gospodarzy pokoje lub budki sypialne, a następnie kempingi, przez *rodzinne motele* po sieci tychże, na dużych przydrożnych hotelach kończąc⁶².



Ryc. 2. 1. Ewolucja typów przydrożnych miejsc noclegowych. 2. Najczęściej spotykane układy przestrzenne przydrożnych miejsc noclegowych; źródło: opr. własne na podstawie schematu z książki J.A. Jakle i in. *The Motel in America*, The Johns Hopkins University Press, 2002, s. 38.

Fig. 2. 1. Evolution the types of roadside sleep place. 2. The most common spatial layouts of roadside sleep place; source: study by the author, based on scheme from J.A. Jakle and others, *The Motel in America book*, The Johns Hopkins University Press 2002, p. 38.

⁵⁶ J.A. Jakle i in., *op. cit.*, s. 18.

⁵⁷ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 182.

⁵⁸ J.A. Jakle i in., *op. cit.*, s. 38.

⁵⁹ Ch. Liebs, *op. cit.*, s. 187-188.

⁶⁰ Ibidem, s. 182-183.

W latach siedemdziesiątych wraz z powstawaniem autostrad oraz rozwojem lotnictwa cywilnego wiele z istniejących przydrożnych budynków zaczęło podupadać. We znaki zaczęło się też dawać ich niezręczność w przypadku rodzinnych biznesów kiepskie wykonanie i brak regularnych remontów. Opuszczone motele wkrótce stały się dogodnym siedliskiem dla bezdomnych, handlarzy narkotyków i prostytutek. Również działające obiekty sprzyjały przestępczości za sprawą łatwego i szybkiego wynajęcia miejsca, braku skomplikowanej i szczegółowej rejestracji – co dopiero z czasem zaczęło zmieniać. Warto zauważyć, że taka *zła sława* moteli towarzyszyła im od samego powstania – gdy przez wielu z konserwatywnych Amerykanów postrzegane były jako miejsca sprzyjające wyzwoleniu seksualnemu i zmianie społecznych obyczajów⁶³, a nawet siedlisko *zła*, niczym słynny *Bates Motel* z filmu *Psychoza* Alfreda Hitchcocka⁶⁴. Początkowy powojenny optymizm i utopijne wizje świata zostały zastąpione przez szarość realnego świata. Społeczeństwo straciło dziecięcą naiwność.

LITERATURA

1. **Fleming S. (2014)**, *Urbanistyczny potencjał ruchu rowerowego*, „Ruch - Autoportret. Pismo o dobrej przestrzeni”, nr 2(45).
2. **Grabska El. i Morawska H. (1969)**, *Artyści o sztuce. Od van Gogha do Picassa*, Katedra Historii Sztuki Nowoczesnej i Krytyki Artystycznej Uniwersytetu Warszawskiego, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
3. **Hess A. (2004)**, *Googie Redux: Ultramodern Roadside Architecture*, Chronicle Books, San Francisco.
4. **Jakle J. A. i in. (2002)**, *The Motel in America*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
5. **Jepsen Ch. (2000)**, *An Introduction to Googie. A Genealogy of Los Angeles Futures*, <http://dh101.humanities.ucla.edu/DH101Fall12Lab2/exhibits/show/futuristic-architecture-in-los/movements> [dostęp: 03.02.2016].
6. **Krysiński D. (2014)**, *Samochód – początek i koniec mobilności?*, „Ruch - Autoportret. Pismo o dobrej przestrzeni”, Kwartalnik Małopolskiego Instytutu Kultury, nr 2(45).
7. **Liebs Ch. (1995)**, *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
8. **Nodelman J. N. (2007)**, *Reading Route 66*, „The Journal of American Culture”, vol. 30, iss. 2.
9. **Raitz K. (1998)**, *American Roads, Roadside America*, *Geographical Review*, vol. 88, iss. 3.
10. **Szoska M. (2014)**, *Mistyka amerykańskich autostrad*, „Ruch - Autoportret. Pismo o dobrej przestrzeni”, Kwartalnik Małopolskiego Instytutu Kultury, nr 2(45).
11. **Thompson Hunter S. (1971)**, *Fear and Loathing in Las Vegas*, tł. Marcin Wróbel, Maciej Potulny (2013), *Lęk i odraza w Las Vegas*, Niebieska Studnia.
12. **Venturi R. i in. (2012)**, *Uczyć się od Las Vegas*, Karakter, Kraków.
13. **Wiśniowski B. (1963)**, *William Faulkner, Ernest Hemingway, John Steinbeck*, Czytelnik, Warszawa.
14. **Young N. i W. (2007)**, *The Great Depression in America: a cultural encyclopedia*, Greenwood, Connecticut.
15. **Wilhite D. A. (2009)**, *Dust Bowl*, *Oklahoma Historical Society*, <http://www.okhistory.org/publications/enc/entry.php?entry=DU011> [dostęp: 31.01.2016].

⁶¹ Ibidem, s. 184-187.

⁶² J.A. Jakle i in., op. cit., s. 38.

⁶³ Ibidem, s. 58.

⁶⁴ Ibidem, s. 17.