



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Budowanie wspólnoty podróży na przykładzie zjawiska carpoolingu – analiza komunikatów na stronach internetowych i forach dyskusyjnych poświęconych tematyce współdzielenia przejazdów

Author: Beata Duda

Citation style: Duda Beata. (2018). Budowanie wspólnoty podróży na przykładzie zjawiska carpoolingu – analiza komunikatów na stronach internetowych i forach dyskusyjnych poświęconych tematyce współdzielenia przejazdów. W: E. Biłas-Pleszak, J. Przyklenk, A. Rejter, K. Sujkowska-Sobisz (red.), „Wędrówka, podróż, migracja : w języku i kulturze”. (S. 297-309). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

BEATA DUDA

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Budowanie wspólnoty podróży na przykładzie zjawiska carpoolingu – analiza komunikatów na stronach internetowych i forach dyskusyjnych poświęconych tematyce współdzielenia przejazdów

Carpooling lub też *car sharing* stanowi jeden z przykładów praktyk w ramach, istniejącej już od dawna, jednak obecnie silniej akcentowanej i będącej przedmiotem licznych badań i analiz socjologicznych i ekonomicznych, tzw. ekonomii współdzielonej zwanej również konsumpcją kolaboratywną (*sharing, mesh*). To pojęcie rozumieć należy, za Agnieszką Małecką i Maciejem Mitręgą, jako „formę konsumpcji polegającą na wspólnym zużywaniu produktów i usług przez przynajmniej dwoje uczestników, będących własnością niektórych z tych osób, motywowaną złożonym zestawem przekonań i skłonności konsumentów” (MAŁECKA, MITRĘGA 2015: 142). Tego typu praktyki stoją w opozycji do konsumpcjonizmu i pozwalają ograniczyć nadmierne nabywanie dóbr, a także, co szczególnie ważne, sprzyjają pojawianiu się interakcji między podmiotami będącymi uczestnikami tych działań. Jeden z pierwszych artykułów teoretycznych na temat istoty tego zjawiska dotyczył współdzielenia podróży dzięki odpłatnemu udostępnianiu miejsca w samochodzie innym osobom (Felson, Spaeth 1978 za: WARDAK, ZAŁĘGA 2013: 8). I to właśnie *carpooling*, bo taką nazwę nosi działanie, którego celem jest zwiększanie liczby pasażerów samochodów osobowych poprzez znalezienie towarzyszy do wspólnej podróży, stanowi przedmiot moich analiz w niniejszym artykule.

Pamiętając o jednym z głównych celów ekonomii współdzielonej, jakim jest zwiększenie interakcji między jednostkami w procesie wzajemnej wymiany

dóbr i usług, interesować mnie będą reguły i schematy, które rządzą relacjami między podmiotami zaangażowanymi w proces współdzielenia podróży oraz specyfika tychże podmiotów. Celem analizy jest bowiem próba scharakteryzowania i nakreślenia ram nowej wspólnoty podróżniczej i tym samym próba odkrycia tożsamości dyskursu jej (owej wspólnoty) użytkowników. Jak bowiem pisze Bożena Witosz, „poszczególne typy dyskursu [...] »meblują« swoje światy odpowiednimi kategoriami podmiotów i przedmiotów, »projektują« właściwe dla nich wzory praktyk interakcyjnych” (2016a: 27).

Jako że aktualizacją i konkretyzacją danego dyskursu są teksty, materiału do badań dostarczyły komunikaty zamieszczone na największym polskim portalu internetowym poświęconym tematyce współdzielenia podróży – Platformie BlaBlaCar.pl. Przedmiotem oglądu stały się zarówno komunikaty o charakterze instytucjonalnym – teksty zamieszczone przez twórców portalu, jak i wypowiedzi indywidualne – samych użytkowników tej platformy internetowej. Bazę materiałową stanowią wszystkie teksty, które zostały zamieszczone na platformie BlaBlaCar.pl do września 2016 r. w działach informacyjnych i promocyjnych, oraz ponad 350 wybranych komentarzy użytkowników portalu. W badaniach nad materiałem empirycznym zastosowane zostały narzędzia wykorzystywane do analizy dyskursu. W toku analizy podjęte zostały, zgodnie z koncepcją Bożeny Witosz, następujące kroki: „usytuowanie danego dyskursu na mapie współczesnej przestrzeni komunikacyjnej [...], charakterystyka podmiotów danego dyskursu [...], relacje interpersonalne w ramach swojej grupy [...] oraz postrzeganie innych, określenie przedmiotów [...] zasiedlających świat owego dyskursu [...] oraz strategie i techniki aktywizowane przez aktorów danego dyskursu w walce o władzę symboliczną” (Witosz 2016b: 35).

Aby umieścić na mapie współczesnej przestrzeni komunikacyjnej dyskurs na temat współdzielenia podróży (przyjęłam bowiem kryterium tematu w procesie wyróżnienia typu dyskursu), należy wziąć pod uwagę przede wszystkim główne założenia portalu internetowego BlaBlaCar.pl. Dowiadujemy się z nich, że motywacją do tego typu interakcji i samej inicjatywy tzw. carpoolingu jest niewątpliwie czynnik ekonomiczny – chęć oszczędzenia pieniędzy dzięki partycypowaniu w kosztach podróży. Wskazuje na to ponad 76% komunikatów adresowanych do użytkowników portalu¹. Frekwencyjnie mniejszą wagę przywiązuje się do czynników natury ekologicznej – potrzeby rozwiązania problemów cywilizacyjnych (ZAJĄC 2014: 85), takich jak np. zjawisko kongestii. Te aspekty dyskursu na temat carpoolingu wskazują na relacje z innymi dyskursami publicznymi, w ramach których dyskutowane są wspomniane wyżej kwestie społeczne i gospodarcze. Warto także podkreślić usytuowanie tego

¹ Wynik na podstawie analizy tekstów pochodzących z poszczególnych działów części portalu zatytułowanej „O Blablacar”. Źródło: <https://www.blablacar.pl> [dostęp: 12.10.2016].

dyskursu w przestrzeni medialnej. Zwłaszcza, że stanowi on bardzo wyraźny przykład wzajemnego oddziaływania i przenikania się przestrzeni realnej i wirtualnej, a także odzwierciedlenie idei Web 2.0., według której „Internet [...] stanowi spotęgowanie szansy dla rozwoju relacji bezpośrednich i sprzężenie ich z komunikacją masową” (JAKUBOWSKI 2014: 197).

Prześledźmy typowy schemat działań w ramach współdzielenia podróży. Interakcja między jednostkami rozpoczyna się w przestrzeni internetu – jeden z jej uczestników (kierowca) zamieszcza na portalu informację o terminie i trasie swojej podróży. Komunikat o tym trafia do bazy portalu, gdzie za pomocą wyszukiwarki można ją odnaleźć. Osoby zainteresowane przejazdem zgłaszają się do kierowcy i ustalają szczegóły wspólnej podróży. Do tego momentu interakcja przebiega w przestrzeni wirtualnej. Następnie zostaje ona przeniesiona do realnego świata. Kierowca i jego pasażer czy pasażerowie podróżują wspólnie do miejsca docelowego. Po zakończeniu przejazdu obie strony wystawiają sobie już w przestrzeni znów wirtualnej ocenę – komentarz na temat towarzysza podróży. Już na podstawie tego schematu można stwierdzić, że współczesny dyskurs na temat carpoolingu silnie związany jest z przestrzenią nowych mediów, a internet stanowi tutaj ważne miejsce inicjujące kontakt między jednostkami i umożliwiające spotkanie w świecie realnym. I to właśnie aspekt zawierania nowych znajomości oraz rezygnacja z samotnej podróży to trzeci argument za współdzieleniem przejazdów.

Kim są zatem podmioty dyskursu na temat współdzielenia podróży? Już w samej strukturze portalu dostrzec można wyraźny podział na dwie kategorie użytkowników – kierowców oraz pasażerów. Grupa użytkowników jest zróżnicowana pod względem płci i wieku². Obie kategorie podmiotów łączy chęć wspólnego podróżowania wzorowana na modelu automobilizmu, jednakże mechanizm zabierania podróżnych został nieco sformalizowany i zapośredniczony przez media elektroniczne. W grupie podmiotów będących uczestnikami dyskursu na temat carpoolingu wyróżnić można także poszczególne kategorie zarówno w grupie kierowców, jak i pasażerów. Hierarchia budowana jest poprzez poziom doświadczenia – najwyższe miejsce zajmują osoby, które najdłużej i najczęściej przewożą pasażerów. W zależności od poziomu doświadczenia podmiotom przypisane są określone nazwy o silnych konotacjach: Nowicjusz, Adept, Doświadczony, Ekspert i Ambasador. Im wyższy status, tym większa szansa na kolejne wspólne przejazdy.

Dla każdej z grup podmiotów twórcy portalu przygotowali nieco inne teksty zachęcające do uczestnictwa we wspólnej podróży. Pokrótkę chciałabym zwrócić

² W grupie kierowców przeważają mężczyźni, a wiek użytkowników to od 20 do 50 lat, z czego dominującą grupę stanowią osoby przed 40. rokiem życia; ze względu na ograniczenia regulaminowe użytkownikami portalu powinny być osoby pełnoletnie. Dane na podstawie wywiadu: e-biznes.pl/blablacar-pl-bezpieczenstwo-pasazerow-jest-dla-nas-kluczo-we/ [dostęp: 9.10.2016].

uwagę na główne tendencje występujące w tych komunikatach, aby spróbować przyrzeć się instytucjonalnemu wymiarowi analizowanego dyskursu. Tym bardziej, że portal internetowy ze względu na swoją budowę – ekspozycję materiałów, podział treści, odgórnie wprowadzony schemat profilu użytkownika – stanowi przykład ustalenia porządku komunikacyjnego i wyraźne wskazanie na pojęcie władzy. Głównym celem komunikatów adresowanych do kierowców jest zasygnalizowanie korzyści natury ekonomicznej, jakie płyną z uczestnictwa we wspólnych przejazdach. Wśród wykorzystywanych strategii językowych wymienić należy użycie leksyki zarówno oficjalnej, jak i potocznej wskazującej na korzyści ekonomiczne (*oszczędzanie, zaoszczędzić, obniżanie kosztów, zrzutka na paliwo, dzielenie kosztów podróży*). Przykłady tego typu strategii odnaleźć można w następujących komunikatach:

Jeśli jedziesz w dłuższą podróż, udostępni swoje wolne miejsca zaufanym pasażerom za cenę zrzutki na paliwo – nie tylko zaoszczędzisz, ale i miło spędzisz czas!³

<https://www.blablacar.pl/jak-dziala-wspolna-jazda>
[dostęp: 8.10.2016]

W BlaBlaCar łączymy kierowców dysponujących wolnymi miejscami w swoich samochodach z osobami chcącymi dotrzeć do tego samego celu. W ten sposób kierowcy i pasażerowie mogą razem przejechać daną trasę i zaoszczędzić na kosztach podróży.

<https://www.blablacar.pl/faq/pytanie/czym-sa-wspolne-przejazdy-ride-sharing>
[dostęp: 5.10.2016]

Dla kierowców wspólne przejazdy oznaczają możliwość znacznego obniżenia wysokich kosztów eksploatacji samochodu.

<https://www.blablacar.pl/faq/pytanie/co-mi-daja-wspolne-przejazdy>
[dostęp: 7.10.2016]

Obniżenie kosztów podróży, zatem czynnik ekonomiczny, to element podkreślany także w tekstach dedykowanych pasażerom, poza nim istotnym elementem uczestnictwa we wspólnocie jest komfort i bezpieczeństwo podróży. Zasada wzajemnego zaufania jest bowiem jedną z podstawowych reguł serwisu, obecną zarówno w instrukcjach dla użytkowników, jak i w komunikatach promocyjnych. Zapewnienie bezpieczeństwa przejazdu jest szczególnie istotne ze względu na specyfikę współczesnej przestrzeni komunikacyjnej, gdzie duża „ilość interakcji, jest nacechowana anonimowością i epizodycznością. W takich warunkach złożoności, niepewności i ryzyka zaufanie staje się ważnym zasobem” (Luhmann za: SANKOWSKA 2013: 114).

Stąd też na podstronach serwisu BlaBlaCar.pl odnaleźć można liczne teksty o charakterze perswazyjnym wskazujące na chęć zagwarantowania użytkow-

³ W cytowanych fragmentach zachowano oryginalną pisownię.

nikom bezpieczeństwa przejazdów. Spośród nich warto wymienić kilka najbardziej reprezentatywnych przykładów tego typu komunikatów, które odnaleźć można w części informacyjnej:

Znajdź przejazd z zaufanym kierowcą! Wybierz przejazd spośród tysięcy ofert dodawanych przez kierowców ze wszystkich polskich miast: to łatwe, bezpieczne i często nawet o połowę tańsze niż bilet na pociąg!

<https://www.blablacar.pl/jak-dziala-wspolna-jazda> [dostęp: 8.10.2016]

Wszystkie profile, zdjęcia i oceny są sprawdzane. Robimy to po to, aby zagwarantować wiarygodność i zaufanie w naszej społeczności.

<https://www.blablacar.pl/zaufanie-bezpieczenstwo-ubezpieczenie>
[dostęp: 8.10.2016]

Użytkownicy chcą wiedzieć z kim będą podróżować, dlatego też dodanie zdjęcia zwiększa ich zaufanie. Możesz dodać zdjęcie profilowe z Facebooka – to tylko kilka sekund!

<https://www.blablacar.pl/zaufanie-bezpieczenstwo-ubezpieczenie>
[dostęp: 3.10.2016]

Zaufanie to sprawa priorytetowa, ponieważ pozwala nam ono czuć się komfortowo w towarzystwie innych użytkowników podczas wspólnych przejazdów. Sprawia to, że mamy ochotę na coraz więcej wspólnych przejazdów, a więcej wspólnych przejazdów, to więcej korzyści dla wszystkich!

<https://www.blablacar.pl/poziomy-doswiadczenia>
[dostęp: 13.10.2016]

Warto również dodać, że twórcy portalu budują poczucie zaufania u odbiorcy, wykorzystując nie tylko mechanizmy perswazji w samych komunikatach informacyjnych i promocyjnych. Ważną rolę odgrywa również struktura portalu i sam proces dołączenia danej jednostki do wspólnoty. Aby stać się użytkownikiem platformy BlablaCar.pl, należy stworzyć i uzupełnić swój profil, ze szczególnym uwzględnieniem miejsc, w których wymagane jest uwierzytelnienie swoich danych. Im bardziej rozbudowany i potwierdzony danymi osobowymi profil, tym większa szansa na wspólną podróż.

Interesujący pod względem wykorzystanych strategii dyskursowych służących budowaniu poczucia zaufania, ale także wspólnoty jest dział o nazwie Blabla Blog. Został on poświęcony m.in. sylwetkom samych użytkowników portalu. Wykorzystane zostały tutaj strategie narracyjne, które mają ważne znaczenie poznawcze – prezentowane w komunikatach wydarzenia mają wpływ na uczucia, emocje, postawy, poglądy odbiorcy. Poprzez prezentację poszczególnych, unikalnych historii budowana jest wizja wspólnoty ciekawych świata, otwartych jednostek, a egzemplaryczność narracji pozostaje w ścisłym związku z transferem doświadczeń (WYRWAS 2016: 87). Odbiorca może wczuć się w rolę bohatera opisywanej historii, poznać jego pasje oraz motywację do

wspólnych podróży. Zamiast anonimowych osób świat portalu zaludniają konkretne postacie. W ich krótkich biogramach na pierwszym planie widoczne są te same cele, które przyświecają twórcom portalu. Odnajdziemy tutaj zatem przede wszystkim obraz wspólnej bezpiecznej i taniej podróży budowany za pomocą takich środków, jak pozytywna waloryzacja współtowarzyszy czy też liczne określenia wartościujące dotyczące korzyści natury ekonomicznej. Oto niektóre z przykładów ilustrujących ten mechanizm:

Zaczęłam regularnie jeździć BlaBlaCar, było to znacznie bardziej komfortowe zarówno dla mnie jak i mojego portfela. Po powrocie do Polski zaczęłam studia podyplomowe w Krakowie, tym razem odnalazłam się w serwisie również jako kierowca, co pozwoliło mi zredukować koszty związane z dojazdami na studia zaoczne.

<https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spolecznosc/blablaludzie/blablaludzie-paula> [dostęp: 7.10.2016]

Z BlablaCar korzystam od ok. 1,5 roku – studiując w Niemczech i wracając do Polski np. na święta szukałem możliwie najbardziej ekonomicznych sposobów podróży.

<https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spolecznosc/blablaludzie/opowiesci-samochodowe-tomek> [dostęp: 5.10.2016]

Dla osoby, która ciągle podróżuje w poszukiwaniu nowych kadrów i miejsc do sesji jest to (Blablacar.pl) ogromne ułatwienie ekonomiczne i towarzyskie. Dzięki zaoszczędzonym finansom stać mnie na częstsze przemieszczanie się, z pasażerami jest zawsze różniej i weselej, można się dowiedzieć o wielu ciekawych miejscach, do których normalnie bym sama nie trafiła, a i podróż mija szybciej.

<https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spolecznosc/blablaludzie/blablaludzie-dorota> [dostęp: 8.10.2016]

W wizji wspólnej podróży, jaka kreowana jest przez tego typu teksty, ważny czynnik stanowi także relacja, jaka zawiązuje się między uczestnikami wspólnego przejazdu. Już w ostatnim z przytoczonych przykładów dostrzec można pozytywną waloryzację wspólnego podróżowania – nadawca komunikatu sygnalizuje bowiem, że przejazd z pasażerami jest weselejszy i czas mija szybciej. Jednak o znaczeniu interakcji w budowaniu tożsamości uczestników dyskursu na temat carpoolingu najwięcej poświadczeń można znaleźć nie w instytucjonalnej odmianie tego dyskursu, ale w wypowiedziach użytkowników portalu. Chciałabym tym samym przyrzeć się indywidualnej wizji podróży i skonfrontować ją z nakreślonym uprzednio widzeniem instytucjonalnym.

Na mapie portalu BlaBlaCar.pl są dwa miejsca, gdzie członkowie wspólnoty sami mogą dodawać treści. Pierwszym z nich jest samodzielnie uzupełniany przez użytkownika profil, na podstawie którego określa on preferencje doty-

czące współtowarzyszy przejazdu, ale także ma okazję do autoprezentacji. Charakterystyka podmiotu budowana jest przez konkretne kategorie tematyczne, określające jednocześnie przedmioty i elementy przestrzeni, które zajmują czołowe miejsce w świecie badanego dyskursu. Jest to przede wszystkim środek transportu – samochód, dzięki któremu możliwe jest uczestnictwo we wspólnocie. W kryteriach oceny pojazdu ważne okazuje się przede wszystkim bezpieczeństwo i komfort podróży, a kluczowe znaczenie odgrywa wnętrze samochodu, gdzie odbywa się interakcja między podmiotami. Jako że *carpooling*, jak już zostało nadmienione, w swoich założeniach przypomina automobilizm, do rozważań warto dołączyć refleksję na temat tego zjawiska autorstwa Johna Urry’ego. Dla badacza „automobilizm jest kompleksem powiązanych ze sobą maszyn, praktyk społecznych i sposobów zamieszkiwania, nie w nieruchomym domu, lecz mobilnej, półprywatnej kapsule” (URRY 2009: 261). Jest on zatem formą zaproszenia do własnego świata innych, nieznanymi podmiotów. Na tej podstawie widoczny jest już pierwszy rys relacji interpersonalnych w ramach wspólnego dzielenia podróży – otwartość na drugiego człowieka. Podejmując próbę precyzyjnego scharakteryzowania tych relacji, warto przyjrzeć się bliżej strukturze profili kierowców. Poza wyznaczeniem trasy przejazdu i podaniem informacji o sobie i swoim pojeździe, kierowca określa zasady wspólnego podróżowania (stosunek do palenia papierosów we wnętrzu pojazdu, słuchania muzyki czy przewozu zwierząt), tym samym zajmuje pozycję nadrzędną w stosunku do potencjalnych współtowarzyszy podróży. Na ten brak równorzędności wskazują także teksty o charakterze instytucjonalnym, które polecają pasażerom uszanowanie preferencji kierowcy⁴. Jednocześnie jest to także potwierdzenie wspomnianej idei zaproszenia do dzielenia własnej przestrzeni z innymi, z zastrzeżeniem przyjęcia reguł w niej panujących. W specyfice interakcji między podmiotami można mówić o kategorii gościnności, która stanowi jeden z elementów budowania więzi społecznych między jednostkami, a także jest nierozzerwalnie związana z dyskursem podróżniczym. W profilu kierowców znaleźć można także indywidualny rys – zachętę do wspólnej podróży stanowi unikalny, autorski opis. Na podstawie analizy materiału okazuje się, że w tego typu tekstach podkreślane są takie cechy jednostek, istotne dla wspólnego podróżowania, jak sprawne prowadzenie pojazdu, zapewnienie komfortu pasażerom i komunikatywność. Oto przykład jednej z najbardziej reprezentatywnych wypowiedzi ilustrujących wszystkie wymienione elementy:

Ze względu na swoją pasję i pracę dość często przemieszczam się między Trójmiastem a Górnym Śląskiem. Sporo przejazdów za mną i muszę przy-

⁴ Wytyczne te znajdują się w specjalnym dziale portalu, tzw. FAQ: <https://www.blabla.car.pl/faq/pytanie/jak-powinienem-sie-zachowywac-podczas-wspolnego-przejazdu> [dostęp: 8.10.2016].

znać, że bardzo lubię podróżować w ten sposób. Poznałem wiele ciekawych osób, odbyłem wiele ciekawych rozmów i dowiedziałem się wielu przeciekawych rzeczy. Trasy pokonuję rozsądnie, szybko i sprawnie, na co pozwala mi też mój samochód. Podróżuję przestrzennym i wygodnym Fordem Mondeo kombi (2010). To samochód standardu limuzyna, więc nie brakuje w nim przestrzeni wzdłuż ani w szerz.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/T5hz5yMQAY5KErhqG8H1cQ>
[dostęp: 1.10.2016]

Uwzględniając powyżej przedstawione reguły wspólnoty dzielenia wspólnej podróży, pora przejść do analizy komunikatów, które są świadectwem interakcji między jej (owej wspólnoty) podmiotami – kierowcami i ich pasażerami. Materiałem będą teksty umieszczone w komentarzach do profili kierowców. Co istotne, te komunikaty każdorazowo stanowią świadectwo zaistnienia interakcji między podmiotami – komentarze wystawiane są przez obie strony po wspólnej podróży. Są zatem podsumowania ujmowane z dwóch, odmiennych punktów widzenia. Interesować mnie będzie to, jakie strategie wykorzystują bezpośredni uczestnicy dyskursu na temat carpoolingu, a także to, która ze wskazanych wcześniej wartości dotyczących idei dzielenia podróży jest najcenniejsza w realnych kontaktach między jednostkami i tym samym stanowi podstawę tożsamości tego dyskursu. Pierwszą grupę komunikatów tworzą te, w których pasażerowie oceniają kierowcę przez pryzmat jego umiejętności prowadzenia pojazdu. Naczelną wartością jest tutaj zdolność zapewnienia poczucia bezpieczeństwa i komfortu pasażerom. Tego typu oceny zawierają określenia bezpośrednio odwołujące się do tych kategorii, co jest widoczne na poniższych przykładach:

Polecam bardzo! Same plusy: dobry i szybki kierowca, fajna atmosfera oraz komfortowe auto! Darek imponuje znajomością objazdów na trasie Warszawa – Katowice. Jeśli będzie okazja, pojadę jeszcze raz!

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/GvBB8cFlz4h9qi6Z6OKmEw?>
page=2 [dostęp: 1.10.2016]

Bardzo dobry kierowca. Bezpieczne i pewne prowadzenie pojazdu, doskonała kontrola sytuacji na drodze. Ponieważ w Warszawie opóźnił nas korek, Artur podwiózł mnie we wskazane miejsce i zdążyłem na spotkanie.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/BtohxUWE9ifbOU7OkijRAw?>
page=4 [dostęp: 6.10.2016]

Polecam podróż z Piotrem – dobry kierowca, komfortowy samochód. Podróż minęła w przyjemnej atmosferze. W dodatku odebrał mnie z dogodnego dla mnie miejsca, za co bardzo dziękuję.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/kjPFiwXVYwD77tMqbDGs7Q?>
page=8 [dostęp: 15.10.2016]

Bezpieczna podróż, która upłynęła w bardzo miłej atmosferze.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg?page=20> [dostęp: 3.10.2016]

Kolejną kategorią istotną dla uczestników wspólnoty jest czas – ze względu na specyfikę współczesnej przestrzeni społecznej, zdominowanej przez potrzebę mobilności i „swoistego głodu czasu” (KACZMARCZYK, SZLENDAK 2010: 239), aspekt szybkiego przemieszczania się stanowi ważny element wspólnych przejazdów. Stąd też w analizowanym materiale z dużą częstotliwością pojawiły się komunikaty doceniające krótki czas przejazdu, ale także szybki upływ czasu np.

Świetnie, sprawnie, punktualnie, rzeczowo. Szybko i bezpiecznie. W bardzo miłej atmosferze podróż minęła w mgnieniu oka.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/kjPFiwXVYwD77tMqbDGs7Q> [dostęp: 6.10.2016]

Mąż był bardzo zadowolony z przejazdu. W dodatku przejazd szybszy niż Pendolino! Jeżeli komuś zależy na czasie i miłym towarzystwie, to jak najbardziej polecam tego kierowcę.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/GvBB8cFlz4h9qi6Z6OKmEw?> page=8 [dostęp: 7.10.2016]

Zdecydowanie polecam. Jazda samochodem minęła szybko na miłej rozmowie. Mariusz to dobry kierowca. Wszystko przebiegło sprawnie oraz punktualnie.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg?page=20> [dostęp: 10.10.2016]

Tytułem uzupełnienia warto tutaj wspomnieć także o negatywnych komentarzach, jakie pojawiają się pod profilami kierowców, a także pasażerów. Na podstawie analizy tego typu komunikatów wyróżnić można cechy niepożądane, które wykluczają ze wspólnoty carpoolingu. Są to brak zapewnienia bezpieczeństwa np. z powodu zbyt szybkiej, nierozsądnej jazdy, niesprawnego pojazdu oraz nieokazywanie szacunku współtowarzyszom podróży – rezygnacja z przejazdu w ostatniej chwili czy też duże spóźnienie.

Ostatnią z wartości, szczególnie silnie eksponowaną w przeważającej liczbie komunikatów, jest rozmowa. Okazuje się, że jest ona podstawą budowania wspólnoty i tym samym tożsamości analizowanego dyskursu. W potrzebie prowadzenia konwersacji ujawnia się nie tylko otwartość na drugiego człowieka, wskazywana już wcześniej, ale także częściowa rezygnacja z prywatności. To zjawisko dotyczy dwóch wymiarów interakcji – fizycznego, ponieważ niewielka przestrzeń pojazdu wymusza dużą bliskość jednostek względem siebie, oraz wymiaru psychicznego – podczas długiej, wielogodzinnej podróży uczestnicy interakcji ujawniają status społeczny, opowiadają o swoich zainteresowaniach

czy przeżytych historiach. Nierzadko rozmowa ma charakter osobisty, dotyczy rodziny, zdrowia, życia codziennego. Sprzyja temu niewątpliwie wspomniany niewielki dystans między jednostkami, który zgodnie z założeniami proksemiki w innych sytuacjach komunikacyjnych wyznacza intymną relację – uczestnicy przejazdu znajdują się przecież w odległości do 50 cm od siebie (JACKO 2006: 74). Interakcja, jaka zachodzi w czasie wspólnej podróży, ma zatem w pewnym stopniu charakter transgresywny – samochód staje się przestrzenią półprywatną. Ujawnienie siebie (nawet jeśli jedynie częściowe) odbywa się wobec grupy nieznanymi nam osób – przejazd, zgodnie z założeniami ekonomii współdzielonej, odbywa się przeważnie w wypełnionym samochodzie. Wskazaną otwartość na pasażera i potrzebę rozmowy, będącej podstawową wartością dla uczestników carpoolingu potwierdzić mogą przykłady tekstów:

Mimo wczesnej pory przegadaliśmy całą trasę. Pozdrawiam i do zobaczenia.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg>
[dostęp: 14.10.2016]

Polecam. Mariusz ma anielską cierpliwość, świetnie prowadzi zarówno auto, jak i rozmowę. Podróż na piątkę z plusem.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg?page=22> [dostęp: 14.10.2016]

Super facet. Zupełnie niechący przegadaliśmy całą drogę. Punktualny, słowny. Życzę wszystkim takich pasażerów.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/uJqmCojDc-tGRyhDouQvBQ?page=8>
[dostęp: 15.10.2016]

Zdecydowanie polecam przejazdu z Krystianem, w czasie których można porozmawiać na wiele tematów zarówno wesołych, jak i tych trudniejszych. Fajnie było Cię poznać.

<https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/uJqmCojDc-tGRyhDouQvBQ?page=6> [dostęp: 12.10.2016]

Podsumowując, wspólnota skoncentrowana wokół portalu BlaBlaCar.pl to intencjonalna, a także interaktywna sieć osób, które są zdolne do płynnego przenoszenia relacji z przestrzeni wirtualnej do realnej. Tym samym zjawisko carpoolingu dowodzi, że „[s]ieć technologiczna (Internet) wpływa istotnie na kształt przestrzeni dyskursywnej – wyraża się i konstruuje, lecz nie wyczerpuje całej sieci społeczno-kulturowej” (GAJDA 2016: 21). Na podstawie analizy zebranego materiału można stwierdzić, że główną wartością dla uczestników dyskursu na temat współdzielenia podróży, poza bezpieczeństwem, komfortem, czasem i czynnikami natury ekonomicznej, jest przede wszystkim rozmowa, możliwość bezpośredniego kontaktu z Innym. W badanym dyskursie stosunek do Innego nosi znamiona pełnej otwartości i jest kluczem do budowania wspólnoty. Jest

także ujawnieniem potrzeby zawiązania jednorazowego, półprywatnego kontaktu. Komunikatywność jest najbardziej pożądaną cechą podmiotów dyskursu będącego przedmiotem analizy. W owej cesze ujawnia się także potrzeba bliższego, realnego poznania Innego. Wydawać by się mogło zatem, że wybory aksjologiczne uczestników badanej wspólnoty nie korespondują z tymi, które występują w dominujących na mapie komunikacyjnej dyskursach – publicznym i medialnym. Współczesną przestrzeń publiczną cechuje bowiem podejście konsumpcjonistyczne i egocentryczne, a także rosnąca świadomość ryzyka, która może potęgować izolację jednostek. Na tym tle budowanie wspólnot opartych na gotowości do zaufania innemu człowiekowi jest – jak się wydaje – niecodziennym zjawiskiem. Warto jednak pamiętać o często występującej jednorazowości spotkań między podmiotami analizowanego dyskursu, co stanowi nawiązanie do głównych tendencji w relacjach społecznych, takich jak ulotność i nietrwałość relacji interpersonalnych.

Źródła

- <https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spoleczosc/blablaludzie/blablaludzie-paula> [dostęp: 7.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spoleczosc/blablaludzie/opowiesci-samocho-dowe-tomek> [dostęp: 5.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/blablalife/nasza-spoleczosc/blablaludzie/blablaludzie-dorota> [dostęp: 8.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/faq/pytanie/co-mi-daja-wspolne-przejazdy> [dostęp: 7.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/faq/pytanie/czym-sa-wspolne-przejazdy-ride-sharing> [dostęp: 5.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/jak-dziala-wspolna-jazda> [dostęp: 8.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/poziomy-doswiadczenia> [dostęp: 13.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/BtohxUWE9ifbOU7OkijRAw?page=4> [dostęp: 6.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/GvBB8cFlz4h9qi6Z6OKmEw?page=2> [dostęp: 1.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/GvBB8cFlz4h9qi6Z6OKmEw?page=8> [dostęp: 7.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/kjPFiwXVYwD77tMqbDGs7Q?page=8> [dostęp: 15.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/kjPFiwXVYwD77tMqbDGs7Q> [dostęp: 6.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg?page=20> [dostęp: 10.10.2016].

- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg> [dostęp: 14.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/-L7w2x6FCd54suPrDx6TTg?page=22> [dostęp: 14.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/T5hz5yMQAY5KErhqG8H1cQ> [dostęp: 1.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/uJqmCojDc-tGRyhDouQvBQ?page=8> [dostęp: 15.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/uzytkownik/pokazac/uJqmCojDc-tGRyhDouQvBQ?page=6> [dostęp: 12.10.2016].
- <https://www.blablacar.pl/zaufanie-bezpieczenstwo-ubezpieczenie> [dostęp: 3.10.2016].

Literatura

- BOTSMAN R., ROGERS R., 2010: *What's mine is yours. The rise of collaborative consumption*, Harper Business. New York.
- GAJDA S., 2016: *Współczesna przestrzeń dyskursywna*. W: WITOSZ B., SUJKOWSKA-SOBISZ K., FICEK E., red.: *Dyskurs i jego odmiany*. Katowice.
- JACKO F., 2006: *Zarządzanie dystansem w edukacji i w biznesie. Antropologiczne założenia prosemiki i ich wpływ na strategię komunikacji*. W: MALISZEWSKI W.J., red.: *Komunikowanie społeczne w edukacji. Dyskurs na temat komunikowania*. Toruń.
- JAKUBOWSKI J., 2014: *Przedmiotowy i podmiotowy charakter społeczności internetowych*. W: GOLINOWSKI J., KASZKUR A., red.: *Dyskurs publiczny w praktykach społecznej kontestacji*. Bydgoszcz.
- KACZMARCZYK M., SZLENDAK T., 2010: *Głód czasu w kulturze przyspieszenia*. „Studia Socjologiczne”, nr 4 (199).
- MAŁECKA A., MITRĘGA M., 2015: *Konsumpcja kolaboratywna – wyzwania pomiarowe i menedżerskie w kontekście tzw. Ridesharing*. „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 39, T. 2.
- SANKOWSKA A., 2013: *Zaufanie w społeczeństwie informacyjnym*. „Roczniki Ekonomii i Zarządzania”, T. 5 (41).
- WARDAK P., ZAŁĘGA T., 2013: *Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki*. „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy Studia i Materiały”, nr 46 (2/2016).
- WITOSZ B., 2016a: *Czy potrzebne nam typologie dyskursu?* W: WITOSZ B., SUJKOWSKA-SOBISZ K., FICEK E., red.: *Dyskurs i jego odmiany*. Katowice.
- WITOSZ B., 2016b: *Kategoria dyskursu w edukacji akademickiej*. W: CZACHUR W., KULCZYŃSKA A., KUMIĘGA Ł., red.: *Jak analizować dyskurs? Perspektywy dydaktyczne*. Kraków.
- WYRWAS K., 2016: *Opowiadanie w dyskursie homiletycznym. Uwagi wstępne*. W: WITOSZ B., SUJKOWSKA-SOBISZ K., FICEK E., red.: *Dyskurs i jego odmiany*. Katowice.
- URRY J., 2009: *Socjologia mobilności*. Tłum. J. STAWIŃSKI. Warszawa.
- ZAJĄC A.P., 2014: *Samochód jako wyzwanie dla miasta XXI wieku*. „Inżynieria Środowiska. Zeszyty Naukowe”, nr 155/35.

Beata Duda

Building a Travel Community on the Example of Carpooling An Analysis of Messages on Carpooling Websites and Message Boards

Summary

The article is devoted to the analysis of messages produced by the users of websites and message boards concerned with carpooling, i.e. sharing free places in one's car for monetary compensation, in order to characterize and delineate the boundaries of a new travel community, which, in turn, allows to discover the characteristics of its discourse. The author presents discursively crucial characteristics of this phenomenon arising in the process of building a community that exists at the intersection between two worlds: virtual and digital. Moreover, the author points to the economic, communication and community-forming aspects of carpooling in the context of the dominant discourses on the communication map: public and media-oriented.

Beata Duda

La formation de la communauté voyageuse à l'exemple du covoiturage – analyse des communiqués présentés sur les sites Internet et sur les forums de discussion consacrés à la thématique de partager les véhicules

Résumé

L'article a été consacré à l'analyse des notes provenant d'un portail web consacré au phénomène du soi-disant *covoiturage*, c'est-à-dire la mise à la disposition payée d'une place dans la voiture à d'autres personnes, dans l'objectif de caractériser et de tracer les cadres de la nouvelle communauté voyageuse et, par là même, de dévoiler l'identité du discours de ses utilisateurs. L'auteure présente les traits – importants du point de vue discursif – de ce phénomène et ceux portant sur la formation de la communauté restant à la charnière de deux mondes : virtuel et numérique. Elle porte également attention sur les aspects économiques, communicatifs et ceux liés à la formation des communautés du *covoiturage* dans le contexte des discours qui prédominent sur la carte de communication : public et celui de médias.