

Magdalena Słupińska

absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego, promotor prof. S. Łodziński (IS UW)

## **EKONOMIA DZIELENIA SIĘ? MIĘDZY RACJONALNYM WYBOREM A TOWARZYSKOŚCIĄ. PRÓBY SOCJOLOGICZNYCH INTERPRETACJI ZJAWISKA „WSPÓLNYCH PRZEJAZDÓW”**

„Carpooling”, czyli najogólniej zjawisko udostępniania miejsca w prywatnym samochodzie za opłatą, to zjawisko wciąż nowe i mało znane w Polsce. Głównym kanałem komunikacji między zamieszczającymi ogłoszenie o przejeździe a szukającymi transportu są specjalnie do tego stworzone portale internetowe, które umożliwiły podróżowanie w ten sposób na większą skalę. Celem badania było poznanie motywacji i uwarunkowań społecznych wpływających na wybór „wspólnych przejazdów” oraz wyjaśnienie interakcji między użytkownikami tej formy transportu. Zostały w nim wykorzystane metody jakościowe (obserwacja uczestnicząca, osiem pogłębionych wywiadów swobodnych) oraz ilościowe (277 internetowych ankiet CAWI). Do określenia rodzajów motywacji użytkowników posłużyły: „teoria racjonalnego wyboru”, „teoria wymiany” oraz koncepcja „towarzyskości”. Natomiast rozważanie „wspólnych przejazdów” jako jeden z przejawów „ekonomii dzielenia się” skłania do zastanowienia nad popularnością nowoczesnych, alternatywnych sposobów konsumpcji.

Główne pojęcia: autostop, „carpooling”, ekonomia dzielenia się, socjologia mobilności, socjologia transportu, teoria racjonalnego wyboru, towarzyskość

### **Wstęp**

W socjologicznych opisach dzisiejszej rzeczywistości często używa się terminu „konsumpcjonizm”. Dotyczy on społeczeństwa skoncentrowanego na kupowaniu i posiadaniu. Zdaniem Zygmunta Baumana: „Konsumpcjonizm oznacza przekształcanie istot ludzkich w konsumentów i sprowadzanie wszystkich pozostałych wymiarów społeczeństwa do roli czynników drugoplanowych, wtórnych, podrzędnych. Konsumpcjonizm oznacza także

czynienie z konieczności biologicznej kapitału handlowego, a niekiedy również politycznego” (Bauman 2011: 109).

Faktem jest, że wybór towarów i usług nigdy nie był tak obszerny jak dzisiaj. Może to wpływać na bardziej refleksyjne podejmowanie decyzji przez konsumentów. Nieprzypadkowo ekonomiści posługują się teorią racjonalnego wyboru w analizach rynkowych. Społeczeństwo coraz świadomiej kupuje i konsumuje. Dobra są nabywane i użytkowane na coraz to nowe sposoby. Bywa, że sam akt korzystania ma większe znaczenie niż fakt posiadania. Tak jest w przypadku „ekonomii dzielenia się”. Według Juliet B. Schor: „(...) ekonomia dzielenia się to przekształcenie pracy, daje ludziom nowe możliwości, aby zarobić pieniądze i mieć dostęp do towarów i usług” (Schor 2013: 1). Dzielenie się, nieodpłatne współkorzystanie – to alternatywa dla zasad panującej gospodarki. Taką formą udostępniania swojej własności jest m.in. „carpooling”. Według „Słownika wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych” Władysława Kopalińskiego definicja tego zjawiska jest następująca: „Car pool [wym. kaapu:l] ang., «pula samochodowa», układ prywatnych właścicieli samochodów, na mocy którego każdy kierowca kolejno zabiera własnym wozem pozostałych jako pasażerów (do miejsca pracy i do domu)” (Kopaliński 2007: 91).

Udostępnianie miejsca w prywatnym samochodzie za określoną opłatą zyskuje coraz więcej zwolenników. Aktywnie uczestnicząc w tego typu przejazdach, zaobserwowałam wiele zależności i sytuacji mających miejsce podczas wspólnej podróży. Zebrane przeze mnie doświadczenia wpłynęły na podjęcie decyzji o badaniu tego zjawiska oraz utwierdziły mnie o jego społecznej istotności.

W celu zgłębienia tematu zdecydowałam się na połączenie metod ilościowych i jakościowych. Obserwacje czynione na przestrzeni lat umożliwiły zarejestrowanie zmian oraz poznanie różnorodnych kontekstów wspólnej jazdy. Dzięki nim oraz przeczytanej literaturze możliwe było stworzenie scenariusza wywiadu swobodnego. Został on przeprowadzony z ośmioma użytkownikami „carpoolingu” w wieku od 21 do 28 lat – czterema kobietami i czterema mężczyznami, w okresie od listopada 2013 roku do marca 2014 roku. Były to osoby dobrane za pomocą metody „kuli śnieżnej”, będące zarówno pasażerami jak i kierowcami, jeżdżące na trasach takich jak: Warszawa-Olsztyn, Warszawa-Krosno, Wrocław-Częstochowa, Warszawa-Zamość, Wrocław-Świętoszów, Warszawa-Słupsk. Rozmowy z nimi trwały średnio około trzydziestu minut. Każdy użyty cytat z wywiadów został odpowiednio oznaczony ze względu na płeć (litera K – kobieta, litera M - mężczyzna) oraz wiek (np. 24) „wypowiadającego”. Materiał zebrany z wywiadów posłużył do stworzenia

kwestionariusza ankiety. Po uprzednim pilotażu oraz ze względu na ścisłe powiązanie „wspólnych przejazdów” z Internetem, zdecydowałam się na technikę CAWI, czyli przeprowadzenie ankiet internetowych, samodzielnie wypełnianych przez respondenta.

Analizę wyników przeprowadzonych badań przedstawiłam w podziale na trzy perspektywy: „teorię racjonalnego wyboru” (traktuje ona decyzje użytkowników jako dążenie do maksymalizacji użyteczności bądź minimalizacji kosztów), „ekonomię dzielenia się” (opartej na zasadzie współkonsumpcji, łączącej się z aspektem nierówności społecznych i wymiany społecznej) oraz koncepcję „towarzyskości” (skupiającej się wyłącznie na partnerach interakcji i ich dążeniach do kontaktu, co stanowi wytłumaczenie dla zachowań mających miejsce już podczas samej podróży).

## **1. Podróż i podróżowanie w dyskursie socjologicznym**

Można stwierdzić, że samochód jest obok komputera jednym z tych wynalazków, który ma największy wpływ na ludzkie zachowania. Jak zauważył Franciszek Krzykała: „Nie ulega bowiem wątpliwości, że transport stał się nie tylko największym fenomenem kulturowym współczesnego społeczeństwa, lecz również największym kompleksem cywilizacyjnym w życiu społeczno-gospodarczo-politycznym każdego rozwiniętego państwa. (...) Mówi się także o przenikającym, utylitarystycznym i wszechogarniającym charakterze transportu, wywierającym wpływ na kształtowanie się zachowań jednostek, zbiorów, zbiorowości i grup społecznych oraz na formy współżycia społecznego i na rozwój społeczny” (Krzykała 2004: 11).

We „wspólnych podróżach” proces poszukiwania przejazdu, następnie umawiania szczegółów jak i samo pokonanie trasy powiązane są z takimi terminami jak: socjologia internetu, „teoria racjonalnego wyboru” czy interakcje społeczne. Analizowanie „carpoolingu” jedynie w ramach socjologii transportu zubożyłoby wyjaśnienie zjawiska, przede wszystkim z powodu deficytów teoretycznych w tym obszarze naukowym. Według już wyżej cytowanego autora elementy, które powinny być analizowane w perspektywie socjologii transportu, to: „Problematyka definicji transportu wraz z klasyfikacją jego różnych form i rodzajów w zależności od środowiska społecznego w celu sprecyzowania ogólnej ramy przedmiotu i zadań danej nauki, perspektywy poznawczej oraz ustalenia właściwej i

jednoznacznej terminologii dla ujmowania badanych faktów, właściwości czy zależności” (Krzykała 2004: 31).

Z opublikowanej dotychczas literatury dotyczącej socjologii podróży i mobilności, na największą uwagę zasługuje prawdopodobnie książka Johna Urrego „Socjologia mobilności”. Chcąc rozważyć „wspólne przejazdy” w ramach procesów społecznych, warto wyjść od definicji automobilizmu, którą autor dokładnie sprecyzował: „Automobilizm jest kompleksem powiązanych ze sobą maszyn, praktyk społecznych i sposobów zamieszkiwania, nie w nieruchomym domu, lecz mobilnej, półprywatnej kapsule. Hybrydowy kierowca samochodu jest w domu, gdy pozostaje w ruchu, pokonując znaczne odległości po to, aby zrealizować szereg celów w niezwykle rozdrobnionych momentach czasu. (...) Ludzie zamieszkują i współdziałają za pośrednictwem swoich samochodów poruszających się tu i tam. Samochód nie jest więc po prostu dobudówką jednostki, a automobilizm nie jest po prostu aktem konsumpcji, ponieważ w pewien sposób rekonfiguruje same formy uspołecznienia. Życie społeczne zawsze wiązało się z mobilnościami, lecz samochód przekształca je w charakterystycznym połączeniu elastyczności i przymusu” (Urry 2009: 261).

Jedną z reguł współczesnej mobilności jest to, że samochody są czymś więcej niż atrybutami, które odzwierciedlają ludzką osobowość czy status społeczny. Bliżej im do mieszkań i domów, a różnicą pozostaje fakt, iż są one mniej intymne, prywatne niż „cztery ściany”. Trafne jest porównanie samochodu do mieszkania, a zaproponowanie komuś przejazdu – analogiczne do udzielenia gościny. Jak zauważył John Urry w obu bowiem wypadkach „kierowca-gospodarz” może regulować „przebieg wizyty”. Poczucie bycia „u siebie” daje właścicielowi przewagę, możliwość ustalenia zasad. „Kierowca kontroluje «mieszankę» związków społecznych, siedząc w swoim samochodzie, podobnie jak gospodarze kontrolują wizyty w swoim domu. Samochód stał się przedłużeniem domu, miejscem prowadzenia interesów, romansów, życia rodzinnego, miejscem przyjaźni, przestępstwa itd. W odróżnieniu od transportu publicznego samochód umożliwia domowy sposób zamieszkiwania. Kierowcę otaczają układy kontrolne, które pozwalają mu na imitowanie domowego otoczenia, podczas gdy owo «przedłużenie domu» przemieszcza się swobodnie i ryzykownie przez obce środowiska” (Urry 2009: 261).

Zjawisko „wspólnych przejazdów” można rozważać także w kontekście nierówności i wykluczenia społecznego. Udostępniający przestrzeń w samochodzie, mogą niwelować nierówności w dostępie do podróżowania. Jak podkreślił to przywoływany już tutaj Urry

„jeśli ktoś nie prowadzi i nie ma samochodu, znaczy to, że nie uczestniczy w pełni w zachodnich społeczeństwach” (Urry 2009: 260). Posiadacze samochodów mają więc uprzywilejowaną pozycję w społeczności podróżujących. Proponując wspólny przejazd mogą ustalać „reguły gry”. Z drugiej strony „bycie gospodarzem” przenosi na nich obowiązek zadbania o swoich gości i ich bezpieczeństwo oraz dostarczenia im rozrywki i poczucia, że podróż odbyła się w miłej atmosferze.

Wzajemne podróżowanie może wpływać na wzmocnienie więzi społecznych oraz wzrost poziomu zaufania, co jest ściśle związane z funkcjonowaniem społeczeństwa obywatelskiego. Spostrzeżenie to pokrywa się z założeniem J. Urrego, który widział w automobilizmie czynnik ustanawiający nowy rodzaj społeczeństwa. Tłumaczył on, że: „Automobilizm ustanawia więc społeczeństwo obywatelskie wędrujących stad hybrydalnych «kierowców samochodów», którzy wkraczają w sferę publiczną swoją mobilnością, zamieszkując w samochodach i wykluczając tych, którzy nie mają samochodu lub «prawa» do jego prowadzenia” (Urry 2009: 265).

Tworzywem społeczeństwa obywatelskiego są właśnie kapitał społeczny, zaufanie i współpraca, wzajemna pomoc. Według Antoniego Sułka: „Społeczeństwo obywatelskie, tkanka dobrowolnych organizacji, zrzeszeń i kontaktów, które wypełniają przestrzeń między jednostką a społeczeństwem, obywatelem a państwem, jest jednym z filarów ustroju demokratycznego. Stowarzyszenia obywatelskie są miejscem wyrażania, uzgadniania i realizacji interesów różnych grup społecznych; w nich ludzie uczą się wzajemnego zaufania i umiejętności obywatelskich: uczestnictwa w demokracji i wspólnego działania; one też osłaniają jednostkę przed nadmierną władzą państwa” (Sułek 2003: 198). Zdają się to potwierdzać także słowa Roberta Putnama: „Społeczeństwo polegające na uogólnionej wzajemności jest bardziej efektywne od wspólnot nacechowanych nieufnością - z tych samych przyczyn, dla których pieniądz jest bardziej efektywny od handlu wymiennego. Uczciwość i zaufanie łagodzą tarcia, których nie sposób uniknąć w życiu społecznym” (Putnam 2008: 228). Obowiązkiem obywatelskim jest niwelowanie różnic, tak aby każdy żył w dobrobycie. Można postrzegać więc „carpooling” jako akt współpracy, dzielenia się oraz realizowania wspólnych celów, który zapewnia osobom nieposiadającym samochodu, możliwość odbycia podróży. Udostępnianie pojazdu wiąże się ze wzrostem wzajemnego zaufania i kapitału społecznego.

Jak wynika z badań amerykańskich, użytkownicy „carpoolingu” decydują się przeważnie na podróż z osobami zaufanymi, unikając „ryzyka podwiezienia nieznanego”.

Keith Hwang i Genevieve Giuliano zajmujący się tym tematem zauważyli, że: „(...) tylko niewielki odsetek dojeżdżających jest skłonny do przejazdów z innymi ludźmi, poza ich własną rodziną” (Hwang 1990: 6). Przejazdy ze znajomymi osobami mają duże znaczenie na początku podróżowania „carpoolingiem”. Pomagają one w oswojeniu się z nową sytuacją oraz poznaniu samej formy podróży.

Właśnie w braku zaufania doszukiwano się kryzysu, który w pewnym momencie dotknął „wspólne przejazdy” w Stanach Zjednoczonych. Być może ciągle niewielki stopień popularności „carpoolingu” w Polsce wynika właśnie z braku zaufania do tej formy podróży. Jak podkreślali amerykańscy badacze: „(...) problemem wynikającym z takiego rozwiązania jest sposób uzyskania tego samego poziomu ufności między współpasażerami, podczas gdy w niektórych przypadkach nawet nie spotkali się oni wcześniej. Opór przed nawiązaniem kontaktu z obcymi ludźmi jest zwykle największą przeszkodą dotyczącą «carpoolingu» (...)” (Correia 2011: 81).

Współpraca, pomoc oraz zaufanie to hasła, które są związane zarówno ze wspólnym podróżowaniem jak i ideą społeczeństwa obywatelskiego. W związku z tym „carpooling” bez wątplenia można uznać za wskaźnik poziomu społecznej solidarności. Mimo „materialnego”, opartego na opłatach charakteru podróży, „wspólne przejazdy” łączą się także z chęcią tworzenia nowych więzi społecznych oraz pomocy dla osób mających ograniczony dostęp do użytkowania samochodów.

## **2. Opis zjawiska i jego historia**

Zjawisko „carpoolingu” narodziło się jeszcze przed II wojną światową w Stanach Zjednoczonych, a rozwinęło już w czasie jej trwania, kiedy to we wspólnym podróżowaniu rząd upatrywał się możliwości zaoszczędzenia paliwa niezbędnego podczas walk na froncie. Hasła z plakatów towarzyszącym akcjom propagandowym nawoływały do udostępniania miejsca w samochodzie, co miało stanowić formę oporu przeciw Hitlerowi. Jednak prawdziwa popularność „wspólnych przejazdów” nastąpiła wraz z aktem rządowego wsparcia dotyczącego przystosowania infrastruktury do tego sposobu podróżowania. Rozpoczęto budowę tzw. *high-occupancy vehicle lane* (w skrócie HOV), czyli specjalnych pasów ruchu przeznaczonych wyłącznie dla pojazdów przewożących kierowcę oraz jednego lub więcej pasażerów. Mają one sprzyjać rozładowaniu ruchu a także zachęcać do „wspólnych

przejazdów”. Prawdopodobnie wraz z powstaniem dostosowanej infrastruktury, „carpooling” i autostop „rozdzieliły się”, aczkolwiek możliwe było „bezkolizyjne” funkcjonowanie obu form podróży, gdyż z każdej z nich korzystały inne grupy społeczne. Autostop swoich zwolenników znalazł wśród hipisów, przedstawicieli artystycznych zawodów i młodzieży, a podróż bez konkretnego miejsca przeznaczenia urosła do rangi mistycznego przeżycia. „Carpooling” natomiast, ze względu na bardziej oficjalną formę, która wiąże się z instytucjonalnym wsparciem rządu, stał się alternatywą dla publicznej komunikacji wśród osób dojeżdżających do swoich miejsc pracy.

Początkowo to wsparcie sprzyjało prężnemu rozwojowi „wspólnych przejazdów”, jednak z czasem sam trend zaczął przeżywać kryzys (co przypisywano wyjątkowo niskim cenom paliwa), a rządzący podjęli decyzję o likwidacji niektórych pasów HOV, które rzekomo powodowały korki.

Promowanie tej formy przejazdu przez władze, przygotowanie specjalnej infrastruktury wpłynęło na specyfikę amerykańskich „wspólnych przejazdów”. W żadnym państwie ta forma podróżowania nie ma tak długiej tradycji oraz „protokolarnego” charakteru. Wraz z trwaniem jakiejś praktyki, normy jej dotyczące „samoistnie” się klarują. Reguły przejazdów w USA są dość mocno sformalizowane. Jak wyjaśniał Jonathon E. Mote: „(...) można mówić już o «wspólnych przejazdach» w Waszyngtonie jako zinstytucjonalizowanej praktyce, w poczuciu, że stały się wbudowane w system społeczny, który obejmuje reguły jak i rytualne praktyki społeczne oparte na społecznych obowiązkach i zobowiązaniach dotyczących zachowania się” (Mote 2011: 262).

Amerykańskim użytkownikom dobrze znane są działania, które podczas wspólnych przejazdów są pożądane oraz zakazane. Zdaniem Jonathona E. Mote’a: „Inne normy dla pasażerów dotyczą nieproszenia o zmianę muzyki w radiu lub włączenia klimatyzacji. Ponadto, nie należy wykonywać połączeń telefonów komórkowych, chyba że są krótkie, oraz czytać gazety – zachowania te są odbierane jako potraktowanie kierowców jak szoferów, co jest niegrzeczne i niekulturalne. Małym ukłonem w stronę bardziej rycerskich czasów, jest powszechna zasada, że jeśli pasażerem jest kobieta, to nie powinna być pozostawiona sama wieczorem. Jeśli pasażerka jest ostatnią osobą do wysadzenia, oczekuje się, że kierowca podrzuci ją pod same drzwi lub pozostali pasażerowie poczekają, aż ktoś przyjedzie ją odebrać z miejsca wysiadki” (Mote 2011: 262).

Ostatnimi czasy „wspólne przejazdy” w Stanach Zjednoczonych przeżywają swój renesans. Kierowcy chętniej dzielą się miejscami w swoich samochodach, wiele osób widzi w tej formie podróży także dodatkowe korzyści. Natomiast wypracowany wraz z praktyką społeczną system reguł i zasad tego typu podróży jest powszechnie znany, a za jego nieprzestrzeganie grożą społeczne sankcje.

Stosunkowo długi staż korzystania z tej formy podróżowania mają także Niemcy. Według informacji z pracy dyplomowej Susanne Barbary Stegmüller, „wspólne przejazdy” dotarły do tego kraju około lat sześćdziesiątych XX wieku. Autorka powołuje się na prace innych badaczy, podkreśla przy tym znaczenie i podobieństwa do autostopu. „Zeller wyznacza rozpoczęcie «wspólnych przejazdów» w roku 1951 r., kiedy Robert Fischer (przydomek «jeździec Fischer») we Frankfurcie nad Menem, najpierw powołał do życia autostop, a następnie rozpowszechnił ten temat w prasie” (Stegmüller 2004: 17). Po jakimś czasie wspólne podróżowanie w formie autostopu zaczęło tracić na popularności na rzecz rozwijającego się „carpoolingu”. W Niemczech sam proces udostępniania samochodu doczekał się niemieckojęzycznego terminu „Mitfahrelegenheit”. Pod tą samą nazwą funkcjonuje też serwis internetowy, gdzie można poszukać oraz zamieścić ofertę przejazdu.

Obecnie „wspólne przejazdy” w niemieckich realiach przede wszystkim opierają się właśnie na ogłoszeniach zamieszczanych na portalach internetowych, a najchętniej korzystają z nich ludzie młodzi. „Dane z portalu internetowego Mitfahrzentrale.de wskazują, że 75% pasażerów stanowią studenci, a 35% ludzie pracujący (...). W związku z powyższym, grupa 20-30 lat stanowi 60%, natomiast 30-40 lat to kolejna najliczniej reprezentowana grupa – 27%” (Stegmüller 2004: 17).

### **3. „Wspólne przejazdy” w Polsce – początek i rozwój zjawiska**

Kiedy u naszych zachodnich sąsiadów zaczął rozwijać się „wspólne przejazdy”, polska młodzież podróżowała autostopem. Odróżniając „carpooling” od autostopu należy podkreślić brak spontaniczności w umówieniu „wspólnego przejazdu”. Podróżujący „carpoolingiem” ustalają przebieg trasy odpowiednio wcześniej, określają miejsce startu oraz



cenę. Pasażer otrzymuje informacje jakiego rodzaju będzie udostępnione auto (marka, liczba siedzeń, kolor) oraz ile czasu będzie trwała podróż. W wypadku autostopu charakterystyczny był element nieprzewidywalności – podróżujący nie wiedział, o której godzinie rozpocznie podróż, ile będzie ona trwała, jaki kierowca udostępni mu miejsce w swoim pojeździe. Niejednokrotnie nieznane było także miejsce docelowe podróży.

Opierając się na analizie wspomnień z książki pt. „Autostop polski. PRL i współczesność” można odtworzyć socjologiczny obraz tego sposobu podróży. Porównując wspomnienia różnych osób, pojawia się ambiwalencja w ówczesnym wizerunku ludzi podróżujących w ten sposób. Z jednej strony, jak nadmienia jeden z autorów: „Autostop na początku miał fatalną opinię. Uczestnicy akcji byli odbierani jako wataha bandziorów z książeczkami, która przetacza się po kraju organizując swe orgie” (Bartosz 2005: 39). W powszechnej świadomości przeciętny autostopowicz uchodził za osobę młodą, wiodącą tryb życia trampa.

Opinię tą zdają się potwierdzać zebrane dane demograficzne dotyczące profilu podróżujących autostopem. Byli to ludzie młodzi – studenci i uczniowie. Autostopowy tryb życia bardziej przyciągał mężczyzn. Niewielki odsetek kobiet, które decydowały się na samochodową wólcęę prawdopodobnie wynikał z obaw przed ewentualnymi zagrożeniami.

Autostop cechowała przede wszystkim spontaniczność i nieprzewidywalność. Oprócz tego zauważalną różnicą jest także pewna podrzędność w relacjach pasażer - kierowca. O ile „carpooling” zakłada, że to pasażer podejmuje wybór jaki przejazd wybierze, jest decydującym i kieruje się racjonalnym wyborem, to podczas podróży autostopem, to kierowca wybierał sobie pasażerów. Czekaający na transport autostopowicze zazwyczaj nie wybrzydali i wsiadali do pojazdu, który się zatrzymał. Nawet jeśli podróż była w niesprzyjających warunkach: np. mało przestrzeni, nieprzyjemne zapachy (autostopowiczom zatrzymywali się również kierowcy samochodów dostawczych wiozących zwierzęta), zły stan samochodu, to poniekąd zobowiązani byli do rozmowy z kierowcą i przyjęcia „podrzędnej roli” w trakcie podróży.

Istotną była rozmowa, która miała stanowić rodzaj wynagrodzenia dla podwożącego. Jak wspomina Lech Lugotniewski: „Kierowcy ciężarówek w tamtych czasach dobrze zarabiali. Szczególnie ci z dużymi samochodami. W swoich audycjach radiowych napominałem autostopowiczów, żeby rozmawiali z kierowcami, że kierowca bierze po to, żeby porozmawiać. Zwracałem uwagę nawet na to jakim tonem mówić do szoferów, żeby nie

wykrzykiwać niczego nagle, żeby nie przestraszyć. Nocą należało unikać mówienia spokojnym i monotonnym głosem, który mógłby uspić prowadzącego pojazd” (Lugotniewski 2005: 61).

Nakładający się wraz z przemianami ustroju politycznego kryzys autostopu trwa w zasadzie do dzisiaj. Prawdopodobnie wpływ na ten stan rzeczy ma wzrost liczby aut i ich posiadaczy. Choć inicjatywa przywrócenia autostopowi dawnej świetności objawia się m.in. przez organizowane co roku „Autostopowe Mistrzostwa Polski”, to wydaje się, że większym zainteresowaniem cieszą się „wspólne przejazdy”, które umożliwiają podróż w komfortowych warunkach, o określonym czasie, zazwyczaj bezpośrednio do miejsca docelowego. Głównie wygoda i oszczędność czasu przemawiają na korzyść „carpoolingu”.

Ogłaszanie i poszukiwanie „wspólnych przejazdów” za pośrednictwem Internetu można datować na 2007 r. Nie istniały wtedy specjalne portale służące zamieszczaniu informacji o planowanych podróżach, aczkolwiek pojawiały się one na „portalach ogłoszeniowych” np. Gumtree. Wraz z rozwojem portali społecznościowych (np. Facebook) informacje o „wspólnych przejazdach” rozprzestrzeniły się dużo szybciej, gdyż zaczęto tworzyć tzw. „grupy”, które zrzeszały osoby często przemierzające się na konkretnych trasach np. pochodzące z danej miejscowości, a studiujące w innym mieście. Poszukiwanie przejazdów opiera się na zamieszczaniu ogłoszeń zarówno przez osoby oferujące jak i poszukujące transportu w konkretnym dniu i godzinach. Kierowcy w swoich ofertach podają także miejsce i godzinę wyjazdu oraz planowanego przyjazdu a także liczbę wolnych siedzeń.

Około 2010 r. powstała pierwsza polska wersja portalu „carpooling.pl”, który umożliwiał umówienie wspólnego przejazdu. Oprócz odsłony polskiej dostępnych jest także „6 innych wersji językowych dla 8 krajów: Niemcy, Francja, Włochy, Hiszpania, Wielka Brytania, Austria, Szwajcaria i Grecja. Do tej pory w serwisie zarejestrowało się już ponad 4 miliony osób, a w bazie codziennie dostępnych jest ponad 750 000 przejazdów” (strona carpooling.pl). Portal reklamuje się także za pomocą ciekawej infografiki, która ma na celu zachęcenie i przekonanie wspólnego podróżowania. Z danych pochodzących z 2011 r. można dowiedzieć się, że na świecie ówczesnie było 1 000 000 000 samochodów, z czego najwięcej w Europie. Co zaś się tyczy samych kierowców, to w 78% przypadków podróżują oni samotnie. Rozwiązaniem były więc „wspólne przejazdy”, możliwe m.in. dzięki internetowemu serwisowi. Ówczesnie zrzeszał on ponad 4 miliony użytkowników z wszystkich krajów, w których funkcjonuje portal (infografika na stronie carpooling.pl).

Wydaje się jednak, że pomimo początkowo szybkiego rozwoju, portal dotknęła jednak stagnacja.

Choć „carpooling.pl” był pierwszym tego typu rozwiązaniem na polskim rynku, to obecnie większą popularnością cieszy się serwis „BlaBlaCar.pl”. Podobnie jak „carpooling.pl” stworzony na zagranicznej licencji, z już wcześniej opracowanymi i „przetestowanymi” zasadami, zaczął gromadzić użytkowników. W 2012 r. francuska spółka obsługująca serwisy BlaBlaCar w innych krajach zaproponowała dołączenie do nich polskiemu zespołowi. Jeszcze tego samego roku ruszyła polska adaptacja serwisu. Według danych uzyskanych dzięki uprzejmości portalu BlaBlaCar, struktura społeczno-demograficzna korzystających ze „wspólnych przejazdów” nie różni się znacząco od struktury, która jest charakterystyczna dla innych krajów. Poprzez zestawienie informacji z zagranicznych publikacji z uzyskanymi przeze mnie danymi, najważniejszą zmienną wydaje się być płeć, która zdecydowanie różnicuje uczestnictwo we „wspólnych przejazdach”. To większy odsetek mężczyzn decyduje się na korzystanie z „carpoolingu”. Proporcja mężczyzn do kobiet wynosi 3 do 2.

#### **4. Zjawisko „wspólnych przejazdów” w perspektywach badawczych**

##### **Teoria racjonalnego wyboru**

W teorii racjonalnego wyboru istotne znaczenie ma hierarchizacja potrzeb i wymogów w podejmowaniu decyzji. „Wyróżnikiem” spośród innych społecznych koncepcji jest fakt, że jednostka dąży do optymalizacji i maksymalizacji korzyści. Duży wpływ na decyzje mają normy społeczne. „Celem teorii racjonalnego wyboru nie jest wyjaśnianie zachowań jednostek, lecz wyjaśnianie zjawisk społecznych tj. zachowania i zmian systemów społecznych” (Lissowski 2002: 196). Pokrewna tej teorii jest „teoria gier”, która z kolei ściśle wiąże się z pojęciem „wymiany”. Jej znaczenie w codziennym życiu tak podkreślał Peter Blau: „(...) tego rodzaju bardziej ograniczające założenia, których nie czynimy w obecnej analizie, cechują racjonalistyczne modele ludzkiego postępowania, takie jak np. teoria gier. Szczególną doniosłość ma fakt, że ludzie starają się osiągnąć różne cele. Twierdzenie, że ludzie wybierają najbardziej pożądane spośród dostępnych możliwości nie oznacza, że zawsze wybierają tę możliwość, która przynosi im największy materialny pożytek” (Blau 1992: 235).

Z większości przeprowadzonych przeze mnie wywiadów wynika, że czynnik finansowy ma relatywnie duże znaczenie, zarówno dla kierowców jak i pasażerów. Potwierdziły to również wyniki z badania ilościowego – w hierarchii korzyści płynących ze „wspólnych przejazdów” pierwsze miejsce zajmuje aspekt finansowy. Możliwość zaoszczędzenia pieniędzy jest szczególnie ważna dla osób z młodszych kategorii wiekowych - 15-19 i 26-30 lat oraz osób oferujących przejazdy. Dla badanych ważny jest także komfort i szybkość przejazdu. Czasem zapłacenie kilku dodatkowych złotych za podróż „carpoolingiem” to dla podróżujących lepsze rozwiązanie niż zakup tańszego biletu na przejazd komunikacją publiczną. Z pewnością najmniejsze znaczenie miała kwestia ekologiczna związana z oszczędnością środowiska poprzez redukcję spalin (patrz Tabela 1).

Do zachowań skutkujących przerwaniem jazdy zalicza się przede wszystkim sytuacje składania propozycji seksualnych. Większość respondentów nie zdecydowałaby się na przejazd także w przypadku złego stanu technicznego samochodu. Również sytuacja zagrażająca życiu, jaką jest niebezpieczna jazda spotkała się z dezaprobatą użytkowników (patrz Tabela 2).

### **Ekonomia dzielenia się**

Stosunkowo od niedawna w naukach społecznych funkcjonuje pojęcie „ekonomia dzielenia się”, zamiennie stosowane z określeniem współkonsumpcja. Dotychczas próby wyjaśnienia tego terminu podejmowali głównie ekonomiści. Według Agnieszki Wilczak „próba zdefiniowania współkonsumpcji prowadzi do konstatacji, że jest to model prowadzący do podniesienia poziomu życia społeczeństwa, opisujący zachowania strony popytowej rynku bazujące na dzieleniu się, wymianie, wypożyczaniu, oraz innych aktywnościach umożliwiających czerpanie korzyści z użytkowania produktu lub udostępniania produktu innym bez konieczności wchodzenia w jego posiadanie lub konieczności jego zdobycia. Jednostka uczestnicząca w procesie współkonsumowania może pozostać jedynie po stronie popytowej, ale może również łatwo stać się aktywnym uczestnikiem strony podaźowej rynku, oferującym posiadane przez siebie zasoby innym, zainteresowanym ich użytkowaniem, przy czym oferta ta może mieć charakter komercyjny lub być nieodpłatna” (Wilczak 2013: 463). Transakcje są oparte na wymianie posiadanych dóbr lub ich udostępnianiu innym ludziom. Pozostają one poza regulacjami prawnymi, nie są także objęte podatkami.

Rozwój tych inicjatyw często nie byłby możliwy, gdyby nie dostęp do Internetu. W koncepcji „ekonomii dzielenia się”, to właśnie „pozbycie się” pośredników i możliwość osobistej wymiany jest bazą tego rodzaju transakcji. Dzięki Internetowi ludzie z całego świata mogą zrzeszać i porozumiewać się w konkretnych celach. Platformy internetowe zajmujące się pośrednictwem biją rekordy popularności, a ich użytkowników stale przybywa.

W pomaganiu wartością dodaną jest uznanie, szacunek. Zazwyczaj nieświadomie zakłada się, że ofiarowana przysługa kiedyś „wróci”. Na tym przekonaniu opiera się reguła wzajemności, która jest podstawą wszelkich innych rodzajów wymiany. Jak uważał Peter Blau: „Pierwzór wymiany stanowi wzajemnościowa wymiana korzyści zewnętrznych. Ludzie często wyświadczają przysługi osobom, z którymi coś ich łączy, a czyniąc tak, zobowiązują je do odwzajemniania przysług. Tym, co i początkowo przyciąga jednostki, jest przewidywanie, że dany związek z innymi będzie doświadczeniem nagradzającym, a wymiana różnych nagromadzających usług umocni więzi społeczne pomiędzy obcującymi osobami” (Blau 1992: 441).

Choć zasady „wspólnych przejazdów” przewidują opłaty a sama procedura jest bardziej sformalizowana, to czynnikami motywującymi ludzi do dzielenia się swoimi pojazdami są nie tylko pieniądze. Równie ważne, jak i nie ważniejsze, są inne niematerialne nagrody i korzyści. Juliet D. Schor widzi w ekonomii dzielenia się pewną szansę jak i nabierający na znaczeniu trend, który może mieć wiele pozytywnych skutków. Dla badaczki jest to rodzaj: „(...) wschodzących trendów w produkcji własnej społeczności, zaopatrzenia i gospodarki wymiany. Dzielenie się to przyszłość w krajach bogatych, gdzie podejmuje się więcej «samoorganizujących» inicjatyw. Nie może być to mniej formalne, ale bardziej przedsiębiorcze podejście do zarabiania pieniędzy” (Schor 2013: 1).

Z ekonomią dzielenia się związany jest również termin „wspólnej konsumpcji”, gdzie udostępnia się rzeczy, które może wykorzystać naraz większa liczba osób. W turystyce „wspólna konsumpcja” ujmuje także zjawisko „carpoolingu”. Według wyjaśnienia z publikacji Marty Sukiennik wynika, że: „Collaborative consumption w turystyce (...) to także dzielenie kosztów transportu (np. tzw. „carpooling”, czyli użyczenie wolnego miejsca w aucie na dalszej trasie, (np. <http://www.carpooling.com/>, [www.blablacar.pl](http://www.blablacar.pl) i inne); kontakt nawiązywany jest również za pomocą Internetu i mediów społecznościowych. Celem tych działań jest nie tylko zaoszczędzenie środków finansowych (dzięki czemu podróże stają się

domeną nie tylko najbogatszych), ale też odnalezienia chociaż namiastki autentyzmu przeżyć, emocji, przestrzeni” (Sukiennik 2014: 28).

Głównym z założeń „ekonomii dzielenia się” jest niwelowanie nierówności poprzez udostępnianie dóbr, z których pewne osoby nie mają możliwości korzystać. Z przeprowadzonych wywiadów swobodnych wynika, że do grona „wykluczonych” z korzystania z samochodu należą głównie ludzie młodzi oraz kobiety. Jednym ze wskaźników dostępności przejazdów samochodem jest „rola” przyjęta podczas podróży. Potwierdzają się hipotezy wysnute po analizie danych jakościowych – kobiety znacznie częściej przyjmują rolę pasażera (71%), natomiast mężczyźni siadają za kierownicą (50%). Czynnikiem wpływającym na wykluczenie kobiet z równego dostępu do samochodu jest bardzo wiele (patrz Tabela 3). W dużej mierze jest to zależne od społecznej świadomości, w której kobiety uchodzą za słabych kierowców.

Ograniczeniem dla kobiet w korzystaniu z „carpoolingu” mogą być także poglądy ich najbliższych. W społecznej świadomości podróż z kimś obcym wydaje się być niebezpieczna. Jest to odbicie panującego przekonania, że kobieta jest bardziej narażona na napaść, zwłaszcza na tle seksualnym. Uważa się, że przejazd samochodem z obcym mężczyzną stwarza dla niego okazję do wykorzystania kobiety – wystarczy, że zjedzie w ustronne miejsce. Opinia najbliższych wpływa także na poglądy i zachowania kobiet, które unikają „niebezpiecznych” sytuacji i świadomie rezygnują ze „wspólnych przejazdów” (patrz Tabela 4). Odzwierciedleniem obaw jest wybór sytuacji, które uznaje się za niebezpieczne. Motyw napaści na tle seksualnym jest istotnie uznawany za większe zagrożenie wśród kobiet. W ograniczeniu dostępu do samochodu znaczenie ma także wiek. Możliwość wyrobienia prawa jazdy wiąże się z ukończeniem 18 roku życia. Jest to wyjaśnieniem dla faktu, że istotnie częściej osoby w przedziale wiekowym 15-19 lat przyjmują rolę pasażerów podczas „wspólnych przejazdów”. Natomiast kierowcami najczęściej są osoby w wieku 26-30 lat.

### **Towarzyskość („bycie z innymi”)**

Towarzyskość można rozumieć jako chęć umilenia czasu sobie i innym, poprzez czynności, które wzbudzają zainteresowanie i pozytywne emocje. Bycie towarzyskim ułatwia uczestniczenie w interakcjach społecznych oraz nawiązywanie nowych znajomości, a co za

tym idzie budowanie kapitału społecznego. Główny przejawem towarzyskości jest rozmowa. Jak pisał Georg Simmel: „(...) podobnie sedno działania popędu «towarzyskości» polega na tym, by z rzeczywistości życia społecznego wydobyć moment uspołecznienia, nawiązywania społecznych kontaktów w czystej postaci, jako wartość i szczęście samo w sobie, stanowiąc tym samym to, co nazywamy towarzyskością w sensie ogólnym” (Simmel 1975: 56).

Bywa, że nie zawsze rozmowa jest w dobrym tonie. Jak wyjaśniał to Jonathon E. Mote „choć może wydawać niegrzecznym fakt nieinicjowania rozmowy, to istnieje kilka dobrych powodów, dla których warto milczeć. Kierowca (i czasami pasażer) może nie być zainteresowany poznaniem drugiej osoby. Wtedy, wszystkim co pożądanym jest cichy przejazd a ostatnią rzeczą, do której pasażerowie i kierowcy chcą się czuć zobowiązani, to do odbycie półgodzinnej rozmowy” (Mote 2011: 262). Niemniej w interakcjach międzyludzkich rozmowa jest ważna. Rodzaj i forma rozmowy zależą od kontekstu i sytuacji społecznej. Problem, jakich reguł powinno się przestrzegać rozmawiając, rodzi się gdy uczestniczy się w czymś nowym, nieznanym, rozwijającym się. Jest to szczególnie ważne, gdyż rozmowa ma już duże znaczenie na samym początku, kiedy należy umówić szczegóły podróży. Ustalenie miejsca i czasu przejazdu ma niebagatelną rolę.

Pierwszy kontakt jest bardzo ważny, lecz niemniej istotna jest rozmowa podczas samej podróży. Czasem pokonanie trasy przejazdu może zająć kilka godzin, więc umileniem jej trwania bywa pogawędka. Dla wielu stanowi ona wręcz bazę wspólnego podróżowania, a poruszenie ciekawych tematów jest głównym czynnikiem motywującym do podróżowania w ten sposób. Na wspólnych rozmowach bazuje też koncepcja portalu BlaBlaCar, którego nazwa powstała właśnie od onomatopiecznego skojarzenia z pogaduszkami. Choć „bla, bla” w języku polskim jest kojarzone w negatywnym kontekście, związane z czczą rozmową, to na portalu ilość powtórzeń tej onomatopei świadczy o stopniu rozmowności podróżujących. Ten wskaźnik, ustawiany podczas tworzenia profilu na portalu, pozwala przewidzieć jaka jest szansa na rozmowy podczas pokonywania trasy (patrz Tabela 5).

Według Simmla rozmowa towarzyska nie powinna dotyczyć specjalistycznych tematów oraz przekraczać pewnej granicy intymności – oddzielenie tych dwóch obszarów jest gwarancją udanej konwersacji. Sam „carpooling” jest poniekąd tego zaprzeczeniem – udostępnia się obcym osobom (dla których z założenia powinno być się co najwyżej towarzyskim), swoją przestrzeń osobistą – prywatne auto. Interesującym aspektem jest także obszar tematów rozmów, które porusza się podczas podróży. Zarówno w czasach ówczesnych

Simmlowi, jak i dziś, poruszanie intymnych tematów nie leży w dobrym tonie. Według klasyka socjologii rozmowa powinna być daleka od intymności i elementów osobistych, które wykraczają poza towarzyskość (Simmel 1975: 66).

Z przeprowadzonych przeze mnie wywiadów wynika, że wciąż preferowane jest zachowanie granicy towarzyskości. Dla jednej z respondentek wspomnienia o pewnej współpasażerze nie były przyjemne. Jak tłumaczyła: *Poza tym dziewczyna cały czas mówiła o pieniądzach – co się oplaca, co się nie oplaca, gdzie jest tanio, gdzie jest drogo, czego by nie kupiła, co by tam zarobiła, jak to jakieś interesy zrobiła... Ech... Co mnie kompletnie nie interesowało i aż mi głowa puchła od tego* [K23].

Uniknięcie pytań o życie osobiste jest niemożliwe. Już sam początek podróży, kiedy następuje przedstawienie się (a nie można być anonimowym, gdyż portal ze względów bezpieczeństwa wymusza podanie imienia oraz numeru telefonu) nadawana jest pewna tożsamość. Trafnie opisał to cytowany parokrotnie Simmel: „Pierwszym warunkiem koniecznym do tego, aby w ogóle mieć z kimś do czynienia, jest wiedzieć, z kim ma się do czynienia. Zazwyczaj wzajemnego przedstawiania się przy dłuższej trwającej rozmowie albo przy spotkaniu na gruncie towarzyskim, aczkolwiek może wydać się li tylko cczą formułą, trafnie wyraża ową wzajemną znajomość stanowiącą aprioryczne założenie każdego stosunku” (Simmel 1975: 384). Oczekuje się opowiedzenia kilku słów o sobie. Zazwyczaj istotne wydaje się pytanie o to czym się zajmujemy na co dzień, skąd pochodzimy, dlaczego wybraliśmy ten przejazd, w jakim celu jedziemy do danego miasta. Krótka rozmowa ma zniwelować dysonans spowodowany anonimowością pozostałych współpasażerów. Zdobycie informacji może być również punktem wyjścia do rozwinięcia danych tematów w czasie trwania podróży. Jak tłumaczył jeden z respondentów, wstępna rozmowa pozwala przewidzieć z kim ma się do czynienia: *Z resztą słyhać też po rozmowie, kim ktoś jest. Czy potrafi się wysławić, czy się dogadamy, bo to jednak spędza się 3 godziny w podróży razem, z kimś* [M25].

Natomiast jedna z respondentek zauważyła, że rozmowy podczas podróży zamierają. Powołując się na wcześniejsze doświadczenia, uznała, że często w czasie przejazdu pasażerowie milczą. Jej zdaniem: *Dawniej wydaje mi się, że ludzie bardziej ze sobą gadali i byli tacy otwarci. Teraz mam wrażenie, że robi się to takie bardzo... Bardzo dużo ludzi z tego korzysta, dlatego ludzie nie zawierają takich znajomości, tylko traktują to jako przejazd. A poza tym najczęściej zaczyna się gadać z ludźmi, jeśli jedzie się w dwie osoby – kierowca i*



*pasażer. Wtedy się zaczyna gadać, bo jak jedzie się w więcej osób, to raczej się rozmowa nie klei (...). Rozmowy się traktuje raczej instrumentalnie. No chyba, że ludzie jadą ze swoimi znajomymi to rozmawia się na wspólne tematy. Jeśli nie znam tych osób, nie mam z nimi wspólnych znajomych, to nie wtrącam się w rozmowę, bo przecież tak nie wypada [K23].* Podróże upływające w milczeniu nie są rzadkością. Według deklaracji jednego z badanych: *Okolo 40% to takie ciche podróże, że mało się rozmawia albo jest cisza [M28].* Jego zdaniem: *Czasem siedzą takie mruki, których zapytasz o coś, a oni odpowiedzą jednym zdaniem i znowu zapada cisza. To są ludzie, z którymi nie da się nawiązać dłuższej rozmowy [M28].* Komercjalizacja przysługi, pojmowanie wymiany raczej w kontekście ekonomicznym, „zwalnia” z mówienia, opowiadania. Czyniąc własne obserwacje, również odnoszę wrażenie, że często rozmowy podczas „wspólnych przejazdów” ograniczają się do wstępnego przywitania i przedstawienia. Reszta drogi upływa w milczeniu, a cisza zazwyczaj bywa zagłuszana muzyką z radia. Rozmowy częściej toczą się w przypadku korzystania z „carpoolingu” przez kogoś po raz pierwszy oraz jeśli z przejazdu korzysta grupa znajomych.

W simmlowskiej koncepcji towarzyskości istotny jest aspekt jej „autoteliczności”. Liczy się moment, trwająca chwila. Nie chodzi o nawiązywanie trwałych kontaktów, choć często niezobowiązująca rozmowa może być początkiem bliższych relacji. W większości przypadków znajomości zawarte podczas podróży urywają się wraz z końcem podróży. Niemal równie często użytkownicy po raz kolejny wybierają już sprawdzonych współpasażerów na kolejne podróże. Prawdopodobnie ta opinia dotyczy osób, które zazwyczaj jeżdżą jedną trasą np. między miejscem pracy a rodzinnym domem. Prawie co piąta osoba jest zdania, że relacja nawiązana podczas przejazdu przeniosła się także na inny grunt i jest kontynuowana jako bliższa znajomość (patrz Wykres 1).

Znajomości zawarte podczas podróży mają raczej instrumentalny, trwają tylko na czas przejazdu, rzadko przenoszone są na prywatny grunt. Przejawem towarzyskości jest także dbanie o dobrą atmosferę poprzez podtrzymywanie rozmowy, co dzieje się podczas większości przejazdów. Rozmowy prowadzone przez użytkowników nie przekraczają granic intymności, wybiera się raczej dyskusje na możliwie neutralne tematy.

Sugerując się odpowiedziami większości respondentów można przyjąć, że kryzys rozmowności raczej nie ma miejsca – ponad połowa badanych większość podróży spędziła na konwersacji. Natomiast 41% użytkowników uznało, że około połowa pokonywanych tras była

urozmaiconą rozmową. Jedynie co dwudziesta osoba podczas większości podróży siedziała w milczeniu (patrz Wykres 2).

Zachowanie granicy intymności i prywatności związane jest z charakterem relacji, miejscem oraz czasem prowadzenia rozmów. Najczęściej poruszonym tematem przez użytkowników jest hobby i zainteresowania – neutralność tej „dziedziny” wpisuje się w zasady towarzyskości. Stosunkowo często dzieli się także doświadczeniami z podróżowania. Bardziej prywatne tematy, które porusza się podczas rozmowy to doświadczenia zawodowe oraz życie towarzyskie – np. ustalanie wspólnych znajomych. Do najrzadszych należy sytuacja, w której się milczy. Unika się także rozmów o rozrywce, telewizji oraz o bieżącej sytuacji polityczno-gospodarczej. Jak widać, zasady towarzyskości kontynuowane są również podczas wspólnego podróżowania (patrz Tabela 6).

## 5. Zakończenie

„Wspólne przejazdy” są w Polsce wciąż mało popularnym zjawiskiem. Idea udostępniania samochodu ma już długoletnią tradycję i wsparcie ze strony rządu w Stanach Zjednoczonych. Natomiast w Niemczech ta forma podróżowania rozpoczęła się w pierwszych latach powojennych od zamieszczania ogłoszeń o „wspólnych przejazdach” w prasie. W naszym kraju też nie jest to zjawisko zupełnie nowe – w czasach PRL-u popularnością cieszył się autostop oraz inicjatywa „Podwieź sąsiada”. Kryzys autostopu rozpoczął się wraz ze zmianami polityczno-gospodarczymi. Wiązało się to przede wszystkim z faktem posiadania samochodu przez coraz większą liczbę ludzi.

„Carpooling” nierzadko jest utożsamiany z autostopem, lecz są to jednak różne zjawiska. Zasadniczą różnicą jest odpłatna forma „wspólnych przejazdów” oraz brak spontaniczności w zabieraniu współpasażerów podróży. Szczegóły przejazdu są ustalone odpowiednio wcześniej. Cena przejazdu wynika zazwyczaj z liczby kilometrów danej trasy, czasem jest także zależna od liczby pasażerów. Im więcej osób, tym wzrasta możliwość zarobienia dodatkowych pieniędzy. Dla osób, które korzystają z tego typu ofert, istotne jest to, iż przejazd prywatnym samochodem wiąże się z możliwością podjechania pod sam dom, tańszej opłaty za podróż oraz poznania nowych ludzi.

Podobnie jak w wypadku autostopu, na „wspólne przejazdy” decydują się głównie młodzi ludzie, w wieku 20-25 lat. Są to zazwyczaj osoby studiujące i pracujące. „Wspólne

przejazdy” wybierają także w głównej mierze mężczyźni, choć w wypadku mojego badania większość respondentek stanowiły kobiety. Wśród osób biorących udział w badaniu ponad połowa badanych korzysta ze „wspólnych przejazdów” w intensywny sposób - odbywając podróże z częstotliwością kilku przejazdów w miesiącu.

Współczesna forma „carpoolingu” zasadza się w głównej mierze na wykorzystaniu internetu jako kanału kontaktu między stronami „transakcji”. Znaczenie tego medium podkreślane jest w koncepcji tzw. „ekonomii dzielenia się”. Pozbycie się pośredników umożliwiło łatwą i szybką wymianę dóbr. Jedną z form wpisującą się w trend „dzielenia się” jest właśnie ten sposób podróżowania. W kontekście ekonomicznym tego typu transakcje „uczają” przedsiębiorczości i napędzają kapitał - nie tylko finansowy, ale także społeczny. W ramach tej teorii zwraca się również uwagę na możliwość niwelowania nierówności w dostępie do różnych dóbr, w wypadku „carpoolingu” – do samochodu. Nierówności wiążą się z wykluczeniem. Wyniki przeprowadzonych przeze mnie badań wskazują, że ograniczenia w korzystaniu z auta dotyczą głównie osób młodszych oraz kobiet. O ile w przypadku zmiennej, jaką jest wiek, nierówności mają charakter „przejściowy”, o tyle pod względem płci bariery są trwałe, gdyż wiążą się z stereotypami tkwiącymi w społecznej świadomości. Ograniczenia wynikają z etykietowania kobiet jako złych kierowców, dlatego jeśli już decydują się na „wspólne przejazdy”, to zazwyczaj wybierają miejsce pasażera.

Główną zachętą do podróżowania w ten sposób są opinie znajomych. Wiele osób dowiedziało się o idei „wspólnych przejazdów” właśnie od bliskich. Motywujące są także korzyści, które niesie taka forma przejazdu. Postanowienie o podróżowaniu w ten sposób związane jest z teorią racjonalnego wyboru, której głównym założeniem jest stworzenie hierarchizacji różnych aspektów w celu podjęcia najbardziej satysfakcjonującej decyzji. Dla użytkowników najważniejsza jest przede wszystkim kwestia finansowa (szczególnie dla oferentów przejazdu i młodszych użytkowników). Liczącymi się aspektami są także szybkość przejazdu oraz komfort podróży.

Natomiast rozpatrując rozmowy odbywające się między współpasażerami w ramach koncepcji towarzyskości Georga Simmla, można przyjąć, że dialogi prowadzone podczas podróży zazwyczaj nie przekraczają granic intymności. Rozmawia się na tematy neutralne - głównie o hobby, zainteresowaniach oraz doświadczeniach podróżowania. Powołując się na inne simmlowskie teorie, można stwierdzić, że „wspólne przejazdy” mają charakter „związku celowego”. Według wymienionego powyżej autora: „Wśród grup, które opierają się na

bezpośrednim wzajemnym oddziaływaniu, na czoło wysuwa się związek celowy, taki mianowicie, w którym mamy do czynienia z obiektywnymi, z góry określonymi przez sam fakt przynależności zobowiązaniami członków, zwłaszcza w formie świadczeń pieniężnych. Wzajemne oddziaływanie, spójności, wspólne dążenie do celu opiera się tu bynajmniej nie na psychologicznej znajomości drugiej jednostki. Jednostka jako członek grupy jest tu wyłącznie wykonawcą pewnego określonego obowiązku, zaś kwestia jakie osobiste motywy skłaniają ją do tego bądź, jaki typ osobowości jest podstawą działania, nie ma tu żadnego znaczenia” (Simmel 1975: 395). Potwierdzeniem tego jest opinia większości badanych, że znajomości zawarte podczas podróży kończą się wraz z przejazdem.

Jestem zdania, że „carpooling” umożliwia korzystanie z transportu w równym stopniu. Stanowi alternatywę głównie dla młodych ludzi, którzy nie mogą pozwolić sobie na samodzielne utrzymanie pojazdu. To także „nośnik” zaufania i współpracy.

**Tabele:**

**Tabela 1. Najważniejsze czynniki brane pod uwagę przy „wspólnych przejazdach”**

6.Co jest dla Ciebie najważniejsze w wspólnych przejazdach?	1 - najważniejszy		2		3		4		5		6 - najmniej ważny	
	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu
	Możliwość zaoszczędzenia pieniędzy	126	45,5%	60	21,7%	32	11,6%	29	10,5%	23	8,3%	7
Możliwość poznania nowych ludzi	16	5,8%	30	10,8%	38	13,7%	52	18,8%	104	37,5%	37	13,4%
Redukcja zanieczyszczeń produkowanych przez samochody	2	,7%	9	3,2%	7	2,5%	18	6,5%	45	16,2%	196	70,8%
Elastyczność w wyborze godzin i miejsca rozpoczęcia podróży	28	10,1%	49	17,7%	55	19,9%	63	22,7%	56	20,2%	26	9,4%
Komfort i wygoda podczas podróży	29	10,5%	52	18,8%	83	30,0%	76	27,4%	30	10,8%	7	2,5%
Szybkość przejazdu	76	27,4%	77	27,8%	62	22,4%	39	14,1%	19	6,9%	4	1,4%

Źródło: Opracowanie własne

**Tabela 2. Ocena stopnia niebezpieczeństwa możliwych sytuacji podczas podróży**

W jakich sytuacjach nie zdecydował(a)byś się lub przerwał wspólną podróż z kierowcą?	Odpowiedzi		Procent obserwacji
	N	Procent	
Niebezpieczna jazda (szybkość, manewry)	164	22,9%	59,2%
Składanie propozycji seksualnych	204	28,5%	73,6%
Nieschludny wygląd, nieprzyjemny zapach współpasażerów	88	12,3%	31,8%
Zły stan techniczny samochodu	183	25,6%	66,1%
Niekulturalne zachowanie towarzyszy podróży	62	8,7%	22,4%
Inne (jakie?)	4	,6%	1,4%
Nie ma takich sytuacji	10	1,4%	3,6%
Ogółem	715	100,0%	258,1%

Źródło: Opracowanie własne

**Tabela 3. „Rola” w przejeździe ze względu na płeć użytkowników**

		Płeć:		Ogółem	
		Mężczyzna	Kobieta		
21. Jak określił(a)byś swoją rolę podczas przejazdu?	Zazwyczaj jestem pasażerem	Liczebność	40	<b>124</b>	164
		% z Płeć:	38,8%	<b>71,3%</b>	59,2%
	Zazwyczaj jestem kierowcą	Liczebność	<b>52</b>	21	73
		% z Płeć:	<b>50,5%</b>	12,1%	26,4%
	Zdarza mi się być zarówno kierowcą jak i pasażerem	Liczebność	11	29	40
		% z Płeć:	10,7%	16,7%	14,4%
Ogółem	Liczebność	103	174	277	
	% z Płeć:	100,0%	100,0%	100,0%	

Źródło: Opracowanie własne

**Tabela 4. Ocena rodziny i przyjaciół na temat „carpoolingu” ze względu na płeć respondentów**

		Płeć:			
		Mężczyzna		Kobieta	
		Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie
13. Jak wspólnie przejazdy olenia Twoja rodzina i	Znają ideę „carpoolingu” i odnoszą się do niej pozytywnie	56	54,4%	81	46,6%

przyjaciele?	Znąją ideę „carpoolingu”, lecz mają do niej zastrzeżenia, obawy	21	20,4%	<b>69</b>	<b>39,7%</b>
	Nie słyszeli o „carpoolingu”, więc nie mają o nim zdania	14	13,6%	13	7,5%
	Inne (jakie?)	2	1,9%	2	1,1%
	Trudno powiedzieć	10	9,7%	9	5,2%
	Ogółem	103	100,0%	174	100,0%

Źródło: Opracowanie własne

**Tabela 5. Wskaźniki rozmowności stosowane na portalu internetowym BlaBlaCar**

<b>Bla</b> – Wolę ciszę
<b>Bla Bla</b> – Mam ochotę na rozmowę zależnie od nastroju
<b>Bla Bla Bla</b> – Lubię rozmawiać

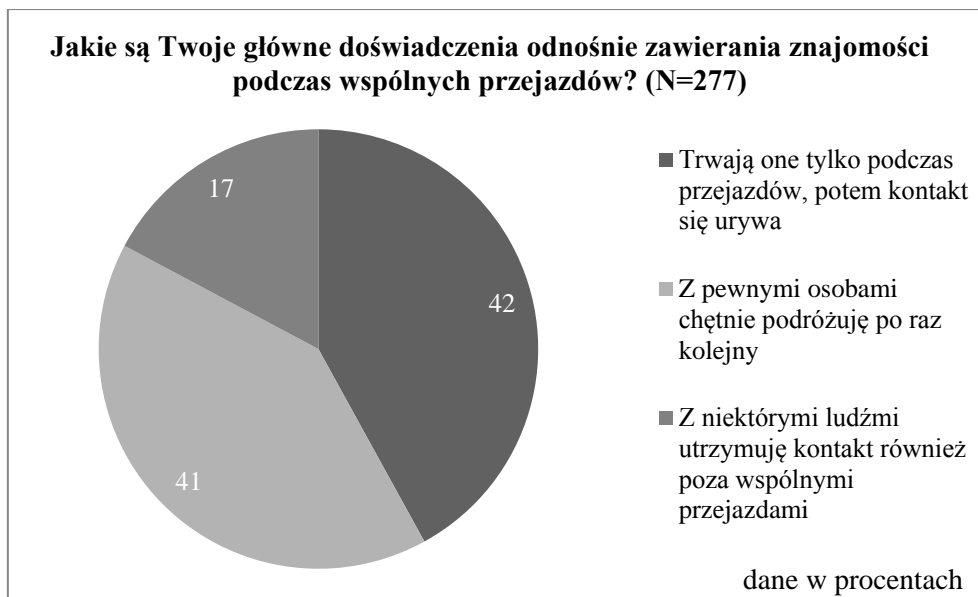
Źródło: Opracowanie własne

**Tabela 6. Tematy rozmów podczas podróży**

8. Jakich tematów zazwyczaj rozmawiają?	0 - nigdy		1		2		3		4		5 - bardzo często	
	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu	N	% z N w wierszu
życie osobiste	42	15,2%	59	21,3%	73	26,4%	55	19,9%	30	10,8%	18	6,5%
doświadczenia zawodowe	19	6,9%	16	5,8%	31	11,2%	79	28,5%	77	27,8%	55	19,9%
życie towarzyskie (wspólni znajomi)	25	9,0%	41	14,8%	60	21,7%	63	22,7%	53	19,1%	35	12,6%
zainteresowania, hobby, pasje	8	2,9%	16	5,8%	26	9,4%	58	20,9%	85	30,7%	84	30,3%
bieżąca sytuacja gospodarczo-polityczna	62	22,4%	79	28,5%	49	17,7%	54	19,5%	22	7,9%	11	4,0%
rozrywka, telewizja, „celebryci”	75	27,1%	75	27,1%	55	19,9%	42	15,2%	20	7,2%	10	3,6%
doświadczenia podróżowania	8	2,9%	21	7,6%	32	11,6%	66	23,8%	72	26,0%	78	28,2%
nie rozmawiam, zajmuję się sobą	155	56,0%	59	21,3%	35	12,6%	14	5,1%	7	2,5%	7	2,5%

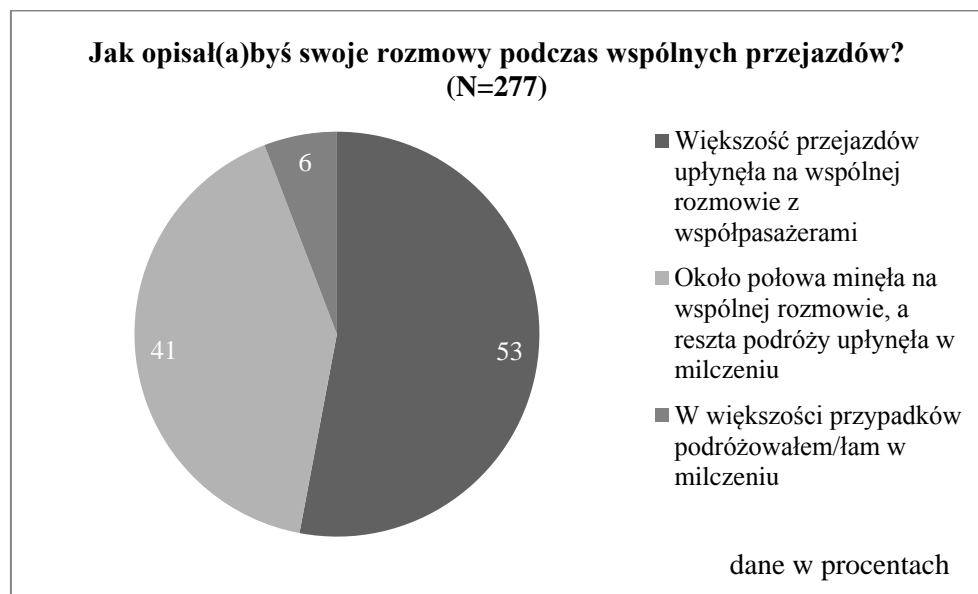
Źródło: Opracowanie własne

Wykres 1. Opinia o znajomościach zawartych podczas podróży



Źródło: Opracowanie własne

Wykres 2. Ocena rozmów prowadzonych podczas podróży



Źródło: Opracowanie własne

## Literatura

- Bauman, Zygmunt. 2011. *44 listy ze świata płynnej nowoczesności*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bartosz, Adam. 2005. *Autostop to był szpan*. W: J. Czupryński (red.). *Autostop Polski. PRL i współczesność*. Kraków: Korporacja Ha!art.
- Blau, Peter. 1992. *Wymiana jako podstawowa siła życia społecznego*, W: M. Kempny, J.Szmatka (red.). *Współczesne teorie wymiany społecznej*. Warszawa: PWN.
- Blau, Peter. 1992. *Wymiana nagród społecznych*. W: M. Kempny i J.Szmatka (red.). *Współczesne teorie wymiany społecznej*. Warszawa: PWN.
- Correia, Gonçalo i José Manuel Viegas. 2011. *Carpooling and carpool clubs: Clarifying concepts and assessing value enhancement possibilities through a Stated Preference web survey in Lisbon, Portugal*. „Transportation Research Part A: Policy and Practice” 45.
- Hwang, Keith i Genevieve Giuliano. 1990. *The determinants of ridesharing: literature review*. Kalifornia: University of California.
- Kopaliński, Władysław. 2007. *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza RYTM, Dom Wydawniczy Bellona.
- Krzykała, Franciszek. 2004. *Socjologia transportu w zarysie*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Lissowski, Grzegorz, 2002. *Teoria racjonalnego wyboru*. W: Z. Bokszański, A. Kojder (red.). *Encyklopedia socjologii*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Lugotniewski, Lech. 2005. *Polski dziwoląg*. W: J. Czupryński (red.). *Autostop Polski. PRL i współczesność*. Kraków: Korporacja Ha!art.
- Mote, Jonathon E. i Yuko Whitestone. 2011. *The social context of informal commuting: Slugs, strangers and structuration*. „Transportation Research Part A: Policy and Practice” 45.
- Schor, Juliet B. *After the Jobs Disappear*, W: New York Times z dn. 18.10.2013r.; [http://www.nytimes.com/2013/10/15/opinion/after-the-jobs-disappear.html?\\_r=1&](http://www.nytimes.com/2013/10/15/opinion/after-the-jobs-disappear.html?_r=1&) (dostęp: 02.08.2014).



Simmel, Georg. 1975. *Socjologia*. Warszawa: PWN.

Soltys, Kalina. 2009. *Toward an understanding of carpool formation and use*. Toronto: University of Toronto.

Stegmüller, Susanne B. 2004. *Motivlagen und Sozialstrukturanalyse der NutzerInnen von Mitfahrgelegenheiten aus dem Internet und ein Exkurs zur Entstehung von Solidarität*. Lipsk: Universität Leipzig.

Sukiennik, Marta. 2014. *Turystyka w czasach przesytu. Slow Travel jako alternatywa*. „Turystyka Kulturowa” 3.

Sulek, Antoni. 2003. *Stan społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*. W: J. Czapiński i T. Panek (red.). *Diagnoza społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania.

Wilczak, Agnieszka. 2013. *Determinanty rozwoju wymiany opartej na idei współkonsumowania*. „Zarządzanie i finanse” 1, cz.2.