

Analiza treści wpisów w zamkniętej grupie „Motocykliści z Białegostoku” na Facebooku. Przestrzeń dużego miasta w perspektywie motocyklistów

Wprowadzenie

Współczesne procesy rozwoju społecznego w coraz większym stopniu są zdeterminowane przez nowoczesne technologie informacyjne oraz procesy globalizacji. Społeczeństwo polskie zwłaszcza w ostatnich latach, doświadczyło silnego wzrostu znaczenia siły oddziaływania technik związanych z wytwarzaniem i przetwarzaniem informacji oraz ukształtowaniem się tzw. nowych mediów. Zdaniem Dariusza Jemielniaka „rozwój internetu doprowadził do radykalnej zmiany wielu zachowań społecznych, metody interakcji, spędzania wolnego czasu, nawiązywania przyjaźni. (...) Powstały nowe fenomeny społeczne, jak choćby społeczności internetowe złożone z osób nieznających się z widzenia, a które mają silne poczucie przynależności grupowej” (Jemielniak 2019: 16). Ukształtowanie się wirtualnej przestrzeni dokonało znaczącej zmiany w sposobie komunikowania się ludzi oraz w tworzeniu się grup społecznych. Wysoki poziom usieciowienia relacji pomiędzy użytkownikami internetu jest ściśle powiązany z ich potrzebą indywidualistycznego kreowania własnej osoby przed szeroko rozumianą widownią. Mariusz Kania podkreśla, że „w internecie człowiek wyraża swoją podmiotowość między innymi dzięki portalom społecznościowym, a profile tam utworzone są elementem budowania prestiżu społecznego” (Kania 2011: 1). Użytkownicy portali społecznościowych są ukierunkowani z jednej strony na silnie kreowanie swojego własnego wizerunku, z drugiej zaś tworzą specyficzną społeczność. Poruszają się w sztucznej przestrzeni, uporządkowanej według ściśle określonej ścieżki technologicznej, jednocześnie podporządkowując ją

sobie zgodnie ze swoimi wizjami czy odczuwanymi potrzebami. W tej sferze jej użytkownicy zaspokajają szereg swoich społecznych potrzeb, również tych związanych z zrzeszaniem się w zamkniętych grupach. Portale społecznościowe w dużej mierze są technologiczną odpowiedzią na wzrastający poziom indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych (Boksański 2008: 58). Grażyna Penkowska podkreśla, że portale społecznościowe „dają możliwość samorealizacji w ulubionej dziedzinie poprzez różne środki wyrazu (...), a udostępnianie wytworzonych materiałów nie generuje dodatkowych kosztów” (Penkowska 2014: 9-10). Nie oznacza to jednak, że ich użytkownicy nie odczuwają potrzeby zrzeszania się w małych grupach społecznych, charakteryzujących się silnymi tożsamościami ich członków. W celu zrozumienia tego, jak funkcjonują grupy zamknięte na portalu Facebook oraz w jaki sposób one korespondują paradoksalnie ze wzrostem indywidualizmu użytkowników tej platformy, kluczowe jest odniesienie się do koncepcji Michela Maffesoliego. Uważa on, że rozwój nowoczesnych technologii informatycznych, wykorzystujących efekt rozbudowanych sieci społecznych i internetu jako platformy komunikacyjnej, przyczyni się do gwałtownego rozwoju wszelkich form wspólnotowych. Mimo faktu, że owe „wirtualne wspólnoty” powstają poprzez spontaniczne i zindywidualizowane wybory użytkowników portali społecznościowych, to charakteryzują się one silnym kolektywnym oddziaływaniem na ich członków. Zdaniem Michela Maffesoliego „paradygmat sieciowy można więc rozumieć jako odnowienie pradawnego mitu wspólnoty” (Maffesoli 2008: 220). Logika sieci umożliwia współcześnie użytkownikom portali społecznościowych funkcjonowanie w wielości, często efemerycznych „plemion”, które uzewnętrzniają ich wewnętrzną wielość tożsamości społecznych.

W celu zrozumienia tego, jak motocykliści z Białegostoku, skupieni w ramach zamkniętej grupy na Facebooku, postrzegają, opisują oraz definiują realną przestrzeń miasta istotne jest odniesienie się do dwóch powyższych koncepcji teoretycznych. Pierwszej, podkreślającej znaczenie wzrostu indywidualizmu użytkowników portali społecznościowych oraz potrzeby kreacji ich tożsamości oraz drugiej, kładącej nacisk na kształtowanie się wirtualnych wspólnot oraz specyficznych tożsamości grupowych. W tym rozumieniu użytkownicy internetu poprzez swój indywidualny wybór stworzyli w sposób całkowicie spontaniczny zamkniętą grupę na portalu Facebook, która łączyła ich z punktu widzenia dwóch kryteriów. Pierwszego, związanego z doświadczaniem wspólnej pasji, jaką jest posiadanie i użytkowanie motocykla oraz drugiego, związanego z byciem mieszkańcem Białegostoku. Te dwa kryteria mają zasadniczy wpływ na to,

w jaki sposób użytkownicy badanej grupy będą wykorzystywać w swoich opisach elementy realnej przestrzeni miejskiej Białegostoku.

Główną tezę w niniejszym artykule będzie stwierdzenie, że użytkownicy badanej grupy zamkniętej na portalu Facebook będą opisywać przestrzeń miasta z punktu widzenia wykorzystania jej elementów do indywidualnej kreacji swojej tożsamości związanej z ich pasją, jaką jest jazda na motocyklu. Dodatkowo można założyć, że badani motocykliści, poprzez swoje wpisy, będą często wskazywać te fragmenty przestrzeni miejskiej, które będą wiążące i zrozumiałe w swym znaczeniu dla wszystkich członków grupy (np. wydarzeń, punktów spotkań, imprez charytatywnych czy zlotów). W tym rozumieniu istotne jest dokonanie analizy jednostkowych sposobów postrzegania przestrzeni społecznej Białegostoku w postaci określonych form i treści przekazów umieszczanych w badanej grupie. Należy podkreślić, że postrzeganie przestrzeni społecznej przez użytkowników badanej grupy motocyklistów, które wyraża się w ich wpisach, nie będzie procesem prostym. Będzie ono podlegało dynamicznym przekształceniom w wyniku toczonych na grupie dyskusji, pod wpływem czynników związanych ze zdarzeniami z biografii danych jednostek, czy w wyniku pojawienia się wydarzeń losowych. Ważnym czynnikiem, kształtującym sposób postrzegania przestrzeni miejskich przez badanych, będzie również stopień internalizacji przez nich zwyczajów i rytuałów związanych z funkcjonowaniem w środowisku motocyklistów oraz ich percepcja tego, jak są oceniani przez szeroko rozumiane społeczeństwo. Kluczowe jest zatem stwierdzenie, że jednostka nabywa wiedzę o przestrzeni społecznej miasta nie tylko z bezpośrednich doświadczeń, ale również w wyniku określonej interpretacji pośrednich przekazów (Wallis 1990: 22), formułowanych w grupach, instytucjach czy sferze mediów.

Przeźrenie społeczna miasta Białystok w postrzeganiu motocyklistów

Określenie precyzyjnej i jednoznacznej definicji miasta jest trudne (Wallis 1967: 58). Współcześnie kiedy naukowo mówimy o definicji miasta, mamy na myśli określoną przestrzeń geograficzną i ekonomiczną, w ramach której działalność ludzi charakteryzuje się wysoką intensywnością. W obrębie tej przestrzeni następuję koncentracja infrastruktury, budynków, instytucji i ludzi (Słodczyk 2001: 13). Przestrzeń społeczną miasta tworzą zróżnicowani ludzie, grupy, instytucje czy organizacje funkcjonujące w określonym podsystemie urbanistycznym, tworzące dynamiczny

i wzajemnie powiązany złożony system (Wallis 1977: 79). Mieszkańcy określonego miasta uważani są zarówno za obserwatorów wydarzeń mających miejsce w przestrzeni danego miasta, jak i są jej aktywnymi użytkownikami. Jednostki czy grupy funkcjonujące w przestrzeni miejskiej dokonują jej poznania, wartościowania, oraz wytwarzają wobec niej silną więź emocjonalną, będącą podstawą kształtowania ich tożsamości. Będąc mieszkańcem danego miasta jednostki systematycznie dostosowują swoje reakcje i budują strategie adaptacyjne poprzez intensywną obserwację otaczającej przestrzeni. Jednocześnie mieszkańcy są podmiotowymi twórcami przestrzeni miejskiej. Podejmują oni systematycznie działania ukierunkowane na zwiększenie atrakcyjności czy funkcjonalności przestrzeni w której mieszkają. Bohdan Jałowiecki i Marek Szczepański podkreślają, że „przestrzeń w której żyjemy, nie jest już tworem natury, ale ludzi. (...) Przestrzeń ma charakter także społeczny także dlatego, że ludzie w toku jej wytwarzania wchodzą ze sobą w określone stosunki władzy, własności i wymiany” (Jałowiecki, Szczepański 2009: 317). W przestrzeni społecznej odbija się dynamika relacji między ludźmi, grupami czy instytucjami, ale również hierarchia społeczna czy przetargi o charakterze politycznym.

Ważnym czynnikiem, oddziaływającym na sposób kształtowania przestrzeni społecznej miast przez jej użytkowników, ma jednostkowa czy grupowa identyfikacja jego sfery symbolicznej. W kwestii znaczenia symboliki miast wypowiedział się między innymi Manuel Castells, podkreślając wagę symbolicznego ładunku przestrzeni miejskiej (Castells 1982: 232). W odniesieniu do tematyki niniejszego artykułu kluczowe jest tutaj uwzględnienie poruszanego przez Manuela Castellsa zjawiska związanego z naznaczaniem przestrzeni społecznej miast przez ich użytkowników (Castells 1982: 241). Naznaczanie przestrzeni społecznej dokonuje się poprzez specyficzny „punktowy zapis” tego, co w danym mieście jest istotne z punktu widzenia określonych jednostek czy grup społecznych. Owa istotność wybranych fragmentów przestrzeni miejskiej, może być określona poprzez pryzmat wartości ważnych w określonej grupie społecznej. Może ona również być określana poprzez jej negatywne wartościowanie poprzez grupę mieszkańców. Wybieranie określonych miejsc w przestrzeni społecznej, jako specyficznego punktowego zapisu, ulega wytworzeniu w wyniku intensywnej komunikacji społecznej prowadzonej przez członków zróżnicowanych grup, ale również jest efektem instytucjonalnych konfliktów. Podkreślić należy, że każdy użytkownik przestrzeni tworzy w swojej świadomości specyficzną mapę danego miasta, istotną z punktu widzenia jego pragmatycznych potrzeb, jak i uznawanych wartości. W przestrzeni wielkiego miasta mieszkańcy nie dokonują tylko jego

percepcji w sposób indywidualny, ale również konstruuja jej szersze społeczne sensory w ramach grup, instytucji czy organizacji. Andrzej Sadowski podkreśla, że we współczesnych miastach następuje zagubienie jednostek w różnorodnych i anonimowych przestrzeniach, czego efektem jest wzrost znaczenia zróżnicowanych wspólnot (Sadowski 2016: 44). Wspomniane zjawisko samotności ludzi w miejskim tłumie jest współcześnie silnie wzmacniane poprzez wzrost znaczenia postaw indywidualistycznych oraz wszechobecność mobilnego internetu. Potrzeba zrzeszania się we wspólnoty zostaje silnie wzmocniona w świadomości jednostek zarówno poprzez zjawisko zanikania w zmodernizowanych miastach silnych więzi społecznych oraz wzrost alienacji, jak i oddziaływanie nowoczesnych technologii informacyjnych.

W sferze portali społecznościowych mieszkańcy określonych miast mają możliwość jednoczesnego powiązania swojego dążenia do indywidualizacji i autonomizacji, z potrzebą zakorzenienia w określonych wspólnotach (Kinal 2018: 71). W przypadku motocyklistów oraz tego, w jaki sposób postrzegają oni przestrzeń miasta Białostok w aspekcie umieszczanych przez nich wpisów na grupie zamkniętej na portalu Facebook, kluczowe jest wyjaśnienie specyfiki ich tożsamości. Motocykliści nie są wyłącznie użytkownikami swoich pojazdów, czy osobami posiadającymi prawo jazdy kategorii A. Bycie motocyklistą jest tożsamy z jednej strony z posiadaniem pasji, a z drugiej – kultywowaniu określonego stylu życia oraz wartości. Ważnym elementem, spajających motocyklistów, jako osób o podobnych tożsamościach, jest negatywne stereotypizowanie ich przez znaczną część społeczeństwa. W rezultacie może to być powodem kształtowania ich tożsamości grupowych o charakterze bardziej zamkniętym, gdzie istotnym elementem jest lojalność i wzajemne wsparcie członków grupy (Dąbrowska 2011: 271). Powyższe stwierdzenie ma uzasadnienie w badaniach empirycznych. Zgodnie z wynikami badań CBOS-u w 2018 r. zaledwie 20% przebadanych uczestników ruchu drogowego w Polsce pozytywnie ocenia motocyklistów (CBOS 2018). Dodatkowo integrują się oni poprzez poczucie ekskluzywności od negatywnie oceniającego społeczeństwa, tworząc specyficzne więzi braterstwa i kultywowania wartości wolności (Fuglsang 2002: 13), solidarności oraz wsparcia. Tworzenie silnej tożsamości grupowej motocyklistów jest wzmacniane poprzez wykreowanie zrozumiałego tylko dla nich kodeksu oraz form językowych. Przykładem jest popularny skrót „LWG” (lewa w górę), oznaczający sposób, w jaki witają się wzajemnie motocykliści poprzez podniesienie lewej ręki podczas jazdy. Dlaczego akurat jest to powitanie zrozumiałe tylko dla motocyklistów? Wyjaśnienie tkwi w sposobie prowadzenia

motocykla, który wymaga, aby prawa ręka przez cały czas spoczywała na manetce gazu. W przypadku lewej ręki taka konieczność, poza sytuacją wymagającą hamowania lub zmiany biegów, nie występuje i możliwe jest jej podniesienie w geście powitania. Społeczne kreowanie środowiska motocyklistów nie jest wystarczająco dobrze opisane w polskiej socjologii, co wymusza zastosowanie w tym przypadku opisów wynikających z obserwacji uczestniczącej autorki niniejszego artykułu, będącej od siedmiu lat aktywną motocyklistką.

Środowisko motocyklistów jest świadome swojego ekskluzywności, wynikające z posiadania wspólnych doświadczeń z zakresu realizacji swojej pasji do jednośladów, jak i w zakresie poczucia braku zrozumienia ze strony szeroko rozumianej reszty społeczeństwa. Ważnym elementem integrującym motocyklistów są również systematyczne spotkania w postaci np. grupowych wyjazdów, zjazdów czy zlotów, gdzie podkreśla się wzajemną otwartość. Pojęcie otwartości motocyklistów jest tutaj kluczowe, ponieważ jest to środowisko w dużej mierze podkreślające wagę posiadania indywidualnej pasji do tego typu sportu, niezależnie od reprezentowanej płci, wieku, pochodzenia czy statusu materialnego. Otwartość środowiska motocyklowego uwidacznia się zwłaszcza w przypadku wzrostu aktywności kobiet w tej dziedzinie sportu. Istotne jest jednak znaczące rozróżnienie w tym przypadku kobiet jeżdżących na motocyklu z tyłu, jako pasażerki (tzw. „plecaczki”), a aktywnymi motocyklistkami. Mimo faktu, że środowisko motocyklistów silnie opiera się na tzw. „więziach męskiego braterstwa”, ujawniającym się głównie w sposobie komunikacji, motocyklistki są w wysokim stopniu pełnoprawnie włączane w jego ramy.

Motocykliści formułują swoją tożsamość jednostkową i grupową poprzez silną więź emocjonalną ze swoim pojazdem oraz samą nim jazdą, często definiowaną jako niebezpieczną, czy zaliczaną do sportów ekstremalnych (Konstantelos, Christakis 2018). Atrybutami symbolicznymi, będącymi jednocześnie wymaganymi elementami związanymi z jazdą na motocyklu, jest posiadanie np. kasku, kombinezonu i odpowiednich butów, które poza aspektem bezpieczeństwa są też elementami odgradzającymi od „szarej rzeczywistości zwykłych ludzi”. Posiadanie i użytkowanie motocykla jest związane z określonymi jednostkowymi oraz grupowymi rytuałami zrozumiałymi tylko dla osób należących do tego środowiska społecznego. Przykładem takiego rytuału jest zasada nieumieszczania kasku motocyklowego bezpośrednio na podłożu (podłodze, trawie, chodniku), co jest traktowane jako potencjalne ograniczenie „wywołania” zderzenia wypadku. Wspomniany rytuał ma swoje zakorzenienie w realnych działaniach w sytuacji drogowej kolizji motocyklisty,

którego kask w trakcie udzielania mu pomocy medycznej jest zdejmowany i odkładany przez ratowników bezpośrednio na podłoże. Podsumowując, można stwierdzić, że to, w jaki sposób motocykliści tworzą swoją własną tożsamość jednostkową i grupową oraz sposób postrzegania ich w szerszym społeczeństwie będzie miało silny wpływ na ich percepcję określonej przestrzeni miejskiej.

Metodologia przyjęta w badaniu

Niniejsze badanie opiera się na metodzie analizy treści wpisów przekazu medialnego, zamieszczonych na wybranej grupie zamkniętej na portalu społecznościowym Facebook. Analiza treści wpisów na grupie jest techniką stosowaną w socjologii do badania treści oraz formy określonych komunikatów tekstowych i wizualnych, zachodzących w określonym kontekście społecznym. Posługując się analizą treści, badacz szuka odpowiedzi na pytanie: „kto mówi, co, do kogo, dlaczego, jak i z jakim skutkiem?” (Babbie 2003: 342). W niniejszym artykule przeprowadzone badanie opiera się na analizie wybranego przekazu medialnego, zachodzącego w specyficznym kontekście internetu i grup zamkniętych na portalu społecznościowym.

W badaniu zastosowano całościowy i systematyczny dobór próby odnoszący się do analizowanego przedziału czasowego. W rezultacie przeanalizowano wszystkie wstawiane wpisy na wybranej grupie zamkniętej w określonym przedziale czasowym, wynoszącym trzy miesiące, licznym od dnia rozpoczęcia badań. Badania były przeprowadzane w oparciu o wpisy z lipca, września i listopada 2018 r. zamieszczone w grupie zamkniętej „Motocykliści z Białegostoku” na portalu Facebook. Ważnym aspektem było uwzględnienie zróżnicowania wpisów w badanej grupie z punktu widzenia trwania i zakończenia tzw. sezonu motocyklowego.

Sezon motocyklowy w Polsce jest podporządkowany warunkom klimatycznym i z reguły trwa od kwietnia do końca września. W okresie jesiennym i zimowym możliwości jazdy motocyklem przy standardowym wyposażeniu jest niemożliwe, co wpływa na to, jakie treści będą przedstawiane w badanej grupie. Można założyć, że w sezonie motocyklowym dominować będą wpisy dotyczące wspólnych wyjazdów oraz zlotów. Natomiast, poza nim, będą przeważać informacje o spotkaniach towarzyskich, charytatywnych wydarzeniach oraz wpisy związane z naprawą lub sprzedażą motocykli. W rezultacie przebadano wpisy na grupie w sposób systematyczny zaczynając od listopada, następnie wybierając okres września i lipca.

W badaniu zastosowane dwa typy kodowania treści przekazu medialnego. Takie działanie ma na celu uzyskanie z jednej strony wysokiego poziomu rzetelności, a z drugiej odpowiedni poziom głębi wyjaśniania analizowanych zjawisk społecznych. Zastosowane kodowanie treści jawnych badanego przekazu opierało się na zliczaniu pojęć analitycznych zamieszczonych w hipotezach badawczych. Kodowanie treści ukrytych przekazu oparte było na analizie całości badanego materiału badawczego, co w efekcie posłużyło do szerszego zinterpretowania wyników uzyskanych z zastosowanego kodowania jawnego.

Ważnym aspektem uwzględnionym podczas projektowania badań oraz późniejszego wykorzystania ich wyników w niniejszym artykule były kwestie etyczne związane z prowadzeniem badań w internecie. Ten istotny problem podkreśla Piotr Siuda. W tych badaniach „konieczność uzyskania zgody staje się sprawą niezwykle skomplikowaną oraz następcząco wiele problemów. Cechy komunikacji internetowej, które przyczyniają się do ich powstania, to: zanikająca różnica między tym, co prywatne a tym, co publiczne, powierzchowność kontaktu, jego anonimowy charakter. Wszystkie wymienione czynniki prowadzą do trudności w uzyskaniu pozwolenia na wzięcie udziału w badaniu” (Siuda 2010: 189). Znacząca liczba użytkowników badanej grupy zamkniętej uniemożliwiła uzyskanie zgody od wszystkich jej członków, dodatkowo z dużym prawdopodobieństwem można było założyć, że poproszenie o taką zgodę mogłoby zakłócić naturalny przebieg komunikacji. Obawa przed usuwaniem wpisów, czy moderowaniem komunikacji w grupie w przypadku ujawnienia intencji badaczki było znaczne, w wyniku specyfiki badanego środowiska motocyklistów. W rezultacie badania, analizy treści zostały przeprowadzone bez informowania użytkowników badanej grupy. W niniejszym artykule w celu zachowania anonimowości wpisów użytkowników badanej grupy nie zostanie zamieszczony materiał wizualny, a jedynie ich syntetyczny opis oraz naukowa interpretacja.

W pracy sformułowano następujący problem badawczy: analiza treści i formy przekazu medialnego na grupie zamkniętej „Motocykliście z Białegostoku” na portalu Facebook w wybranym do badania przedziale czasowym. Postawiono następujące hipotezy badawcze:

Hipotezy badawcze:

Forma wpisów:

- H1. W badanej grupie często będą udostępniane wpisy z wykorzystaniem zdjęć;
- H2. W badanej grupie dość często będą udostępniane wpisy z wykorzystaniem filmów;

- H3. W badanej grupie dość często będą udostępniane wpisy zawierające słowa zrozumiałe dla motocyklistów (np. LWG, latanie, plecaczek, winkle).

Treści wpisów:

- H1. W badanej grupie dość często będą udostępniane wpisy dotyczące imprez motocyklowych;
- H2. W badanej grupie dość często będą udostępniane wpisy związane z umawianiem się na wspólne wyjazdy motocyklowe;
- H3. W badanej grupie czasem będą udostępniane wpisy związane z transakcjami kupna-sprzedaży;
- H4. W badanej grupie czasem będą udostępniane wpisy dotyczące indywidualnych wyjazdów motocyklowych;
- H5. W badanej grupie czasem będą udostępniane wpisy dotyczące poszukiwania konkretnych miejsc (np. sklepu, garażu);
- H6. W badanej grupie czasem będą udostępniane wpisy dotyczące wypadków.

Celem przeprowadzonych badań było opisanie i zinterpretowanie określonych form przekazu medialnego stosowanego przez użytkowników badanej grupy, odnoszących się zarówno do specyfiki ich środowiska społecznego, jak i kryteriów definiujących komunikację internetową. Istotnym celem badania była również szczegółowa analiza treści badanych wpisów odnoszących się do kwestii powiązanych zarówno z czynnikami integrujących badaną grupę motocyklistów, jak i sposobów ich postrzegania przestrzeni miasta Białystok.

Wyniki badania analizy treści w grupie zamkniętej „Motocykliści z Białegostoku” na portalu Facebook

Badana grupa zamknięta „Motocykliści z Białegostoku” na portalu Facebook jest przedstawiana przez jej twórców jako wirtualna wspólnota mieszkańców Białegostoku, których pasją jest jazda na motocyklu. Opis grupy jest zwięzły i, mimo zamkniętego profilu grupy, zostaje podkreślona otwartość środowiska motocyklowego. W opisie zastosowano formę uzyskaną poprzez użycia przycisku „Capslock”, co ma w komunikacji internetowej znaczenie podkreślające treść wypowiedzi. Zaznaczona treść w opisie badanej grupy na Facebooku dotyczy faktu, że jej członkowie są motocyklistami z Białegostoku, którzy lubią spędzać ze sobą czas nie tylko wspólnie jeżdżąc motocyklami, ale również podczas spotkań towarzyskich, co dodatkowo zostało podkreślone emotikonką. Stosowana forma komunikacji wskazuje jej potencjalnym członkom, że jest to grupa

mało formalna, oparta na łączeniu zróżnicowanych osób, posiadających pasję do jazdy motocyklem w jedną wspólnotę.

Zdjęcie 1. Opis publiczny grupy zamkniętej „Motocykliści z Białegostoku” na portalu Facebook

Opis

MOTOCYKLIŚCI Z BIAŁEGOSTOKU

Ustawki, wspólna pasja, wspólne spędzanie czasu, NIE TYLKO NA 2 KOŁACH 😊

Źródło: <https://www.facebook.com/groups/motocykl/about/> (stan: 23 listopada 2018).

Zgodnie z podanymi informacjami grupa została założona 26 listopada 2011 r. W dniu 23 listopada 2018 r. badana grupa zamknięta miała znaczącą liczbę 727 członków. Członkowie grupy charakteryzują się wysokim poziomem zróżnicowania ze względu na wiek, płeć czy wykształcenie. Widoczna jest jednak przewaga mężczyzn w wieku ok. 20-35 lat. W grupie skupieni są zarówno motocykliści, jak i motocyklistki, ale jest zauważalna również grupa kobiet będących wyłącznie pasażerkami. Grupa w dniu przeprowadzenia badań posiadała dwóch administratorów oraz dwóch moderatorów. Wszystkie osoby zarządzające badaną grupą charakteryzują się wysokimi kompetencjami technicznymi oraz wysokim poziomem doświadczenia w zakresie jazdy motocyklem. Administratorami grupy są wyłącznie mężczyźni – aktywni motocykliści, natomiast w przypadku moderatorów jest to mężczyzna i kobieta, którzy również posiadają wysokie kompetencje w zakresie tego sportu. Warto podkreślić, że motocyklistka będąca moderatorem badanej grupy, mimo młodego wieku, jest wysoko cenionym autorytetem w lokalnym środowisku motocyklistów. Wspomniana motocyklista uzyskała go ze względu na bardzo wysokie umiejętności techniczne oraz doświadczenie w tzw. „jeździe torowej” motocyklem, uważanej za jedną z bardziej niebezpiecznych odmian tego sportu.

Przeprowadzona analiza treści dotyczyła w sumie 84 wpisów zamieszczonych w badanej grupie zamkniętej na Facebooku w wybranych do

badania miesiącach. W listopadzie przeanalizowano 16, we wrześniu 46, a w lipcu 22 wpisy umieszczone przez użytkowników badanej grupy. Ilość odnotowanych wpisów została uwzględniona ze stanu z dnia 23 listopada 2018 r. Wszystkie postawione hipotezy badawcze zostały zweryfikowane pozytywnie.

Tabela 1. Wyniki analizy treści wpisów w grupie zamkniętej „Motocykliści z Białegostoku” na portalu Facebook

Poziom analizy	Wyniki
Wpisy ze zdjęciami	38
Wpisy z filmami	14
Wpisy z specyficznymi słowami	20
Wpisy z imprezami	16
Wpisy z umawianiem się na wyjazdy	12
Wpisy z transakcjami kupna-sprzedaży	7
Wpisy z indywidualnych wyjazdów	5
Wpisy z poszukiwaniem konkretnych miejsc	10
Wpisy z wypadkami	5

Źródło: Badanie własne.

Użytkownicy badanej grupy zamkniętej na Facebooku, w stosowanej formie udostępnianych treści, dość dobrze wpisują się w wymogi związane ze skutecznym projektowaniem przekazu na portalach społecznościowych. Specyfika portali społecznościowych w internecie opiera się głównie na krótkich i atrakcyjnych wizualnie komunikatach. Takie działania mają na celu skupić uwagę użytkownika na atrakcyjnej formie wstawianych wpisów, minimalizując jednocześnie otaczający ich szum informacyjny. Znaczącą rolę w tym przypadku odgrywa odpowiednia umiejętność wizualizacji określonych komunikatów za pomocą m.in. emotikonów, grafik, zdjęć czy filmów. W badanej grupie zamkniętej prezentowane we wpisach treści spełniają wyżej opisane wymogi atrakcyjnego wizualnie dla odbiorcy przekazu. W badanej grupie dominują wpisy ze zdjęciami oraz są w nich stosowane dość liczne emotikony. Należy podkreślić, że używane we wpisach emotikony służą głównie podkreśleniu pozytywnych emocji związanych z jazdą na motocyklu. Stosowane są również w celu opisu spotkań towarzyskich, jak i w przypadku humorystycznego opisu memów, często o zabarwieniu erotycznym. Dominują emotikony opisujące niemal wyłącznie pozytywne emocje, oraz te związane z gestami

solidarności wobec innych motocyklistów. Negatywne emotikony, wyrażające z reguły smutek, są stosowane w przypadku zdarzeń losowych, np. z powodu odwołanego wyjazdu, czy pogorszenia się warunków atmosferycznych.

Zamieszczane przez użytkowników badanej grupy zdjęcia i krótkie filmiki odnoszą się przede wszystkim do fotorelacji z pojedynczych lub wspólnych wyjazdów motocyklistów. Występują również krótkie filmiki edukacyjne dotyczące bezpiecznej jazdy, czy poprawnego zachowywania się na drodze. Część filmików stanowią relacje z zróżnicowanych wydarzeń sportowych. Dominują zwłaszcza relacje z wyścigów MotoGP, będące najbardziej prestiżowymi na świecie zawodowymi wyścigami motocyklowymi. Znaczna część zamieszczanych w badanej grupie wpisów w postaci krótkich filmików, można zakładać, że ma na celu tworzenie „przyjacielskiej atmosfery” wśród jej członków. Jest to osiągnięte poprzez wstawianie dość licznych filmików i zdjęć o charakterze humorystycznym dotyczących np. tworzenia stroju motocyklowego dla psa, czy braku umiejętności obsługi motocykla. Warto podkreślić, że pojawienie się zdjęć lub filmów o charakterze erotycznym i często również uprzedmiotowujących kobiety, nie jest zbyt częste w badanej grupie, ponieważ wywołują one reakcję u motocyklistek. Reakcje motocyklistek skupionych w badanej grupie na ten typ zdjęć czy filmów z reguły mają formę humorystyczną lub ironiczną, opartą na stosowaniu w prowadzonej dyskusji podobnych wpisów uprzedmiotowujących mężczyzn.

Zdjęcia wstawiane przez użytkowników badanej grupy dotyczą głównie wyjazdów motocyklowych. Znaczna ich część jest poświęcona specyficznemu rodzajowi portretów, gdzie motocyklista lub motocyklistka, w pełnym kombinezonie i często również w kasku, dokonuje swojej autoprezentacji. Zdjęcia oparte na autoprezentacji najczęściej są wykonywane w przestrzeni prywatnej lub w konkretnym miejscu umieszczonym w przestrzeni miasta lub jego okolic. Innym rodzajem zdjęć są portrety samych motocykli, prezentowanych zarówno w przestrzeni prywatnej np. garażu, na własnej posesji, jak i w przestrzeni publicznej, np. podczas imprez charytatywnych, zlotów czy w miejscach spotkań. Zdarzają się również zdjęcia części motocykli, np. zegarów, diod, opon. Ten typ działań użytkowników ukierunkowany jest głównie na uzyskanie przez autorów tych wpisów informacji o wysoko ocenianych określonych punktach naprawy motocykli czy sklepów z częściami. W badanej grupie są również wstawiane zdjęcia prezentujące motocykle oraz ich części przeznaczone na sprzedaż, które skupione są w przestrzeni prywatnej użytkowników. W sytuacji zakończenia sezonu motocyklowego zwiększa się liczba zdjęć

ze spotkań towarzyskich oraz reklamujących sprzedaż konkretnych pojazdów.

W badanej grupie zamkniętej można również dość często zauważyć używanie przez jej członków specyficznego języka, zrozumiałego tylko dla osób uprawiających ten rodzaj sportu. Najczęściej pojawiały się sformułowania typu: „wspólne latanie” czy „śmiganie”, dotyczące opisu sytuacji umawiania się na grupowy wyjazd turystyczny lub jazdę o charakterze bardziej wyczynowym. Standardowo pojawia się również skrót „LWG”, odnoszący się do specyficznego sposobu witania się motocyklistów. Interesujące są również dość liczne sformułowania językowe, które opisują silną więź emocjonalną motocyklistów z ich pojazdami. Wspomniana sytuacja odnosi się do zdrabniania nazw motocykli (np. nazywanie „Bandytą” suzuki GSF z serii Bandit, „Kawą” – motocykle Kawasaki, „Hanią” – motocykle Hondy) oraz ich personalizowanie jako osoby z imieniem czy nadawania im płci. Specyficzny stosowany język odnosi się również do opisu spodziewanej prędkości motocyklistów podczas wyjazdu (np. „tempo spacerowe”) oraz w celu nazewnictwa różnych typów motocykli (np. „plastiki/ścigacze” – motocykle sportowe, „armatura” – choppery, posiadające dużo błyszczących, chromowanych elementów). Inny, zauważony we wpisach użytkowników badanej grupy rodzaj nazewnictwa odnosi się do kwestii związanych z wypadkami, najczęściej opisywanymi terminem „mieć glebę”, który odnosi się do doświadczenia kolizji bez ofiar.

Treść wpisów w badanej grupie zamkniętej na Facebooku najczęściej dotyczy sytuacji umawiania się na wspólne wyjazdy lub będące relacjami z tych wypraw. W tym przypadku kluczowym elementem jest opisanie w przestrzeni miasta Białegostoku określonego punktu spotkań. Najczęściej jego wybór ma charakter czysto pragmatyczny, jest ono blisko wyjazdu z miasta w stronę planowanej trasy turystycznej. W tym przypadku najczęściej jest to wybrana stacja paliw, która poza wybranym punktem spotkań, pełni również funkcje związane z uzupełnieniem paliwa i innych produktów związanych z planowanym wyjazdem. W przypadku wyjazdów indywidualnych, przestrzeń miasta i jego okolic jest z reguły szeroko udokumentowana, przede wszystkim jako tło do prezentacji motocykla. Inne funkcje pełnią konkretne punkty spotkań, związane z tzw. „krążeniem po mieście”. Najczęściej są to punkty zbiórki mniejszej grupy motocyklistów, opisanych w badanych wpisach poprzez zrozumiałe tylko dla nich formy językowe, np. „miejsce przy śmietniku”, „na rynku”. Znacznie bardziej konkretne miejsca w przestrzeni miasta są opisywane w przypadku tzw. „obstawy” ślubu motocyklisty lub motocyklistki,

który stanowi specyficzny rytuał odprowadzania młodej pary z kościoła/cerkwi do domu weselnego. W badanych wpisach pojawiają się również sporadyczne i o wysokim poziomie zakamuflowania językowego wpisy dotyczące działań często występujących na pograniczu dopuszczalnego prawa, np. „dotyczące blokowania ulic w mieście”. Nie są to jednak kwestie szeroko upubliczniane. Ważnym elementem prezentowanych we wpisach treści jest przedstawianie imprez o charakterze publicznym. Najczęściej dotyczy to imprez o charakterze charytatywnym (np. „MotoMikołaje”, „Motoserce”), ale również odnosi się to do organizacji dni otwartych klubów motocyklowych oraz publicznych parad związanych z rozpoczęciem lub zakończeniem sezonu motocyklowego. W przypadku tego typu wpisów podawane jest konkretne miejsce w przestrzeni publicznej, ściśle określone wytyczne przejazdu oraz kryteria wymaganej kultury jazdy. W tym rodzaju wpisów uwidacznia się również nacisk na otwartość środowiska motocyklistów wobec mieszkańców Białegostoku i okolic.

Specyficznym rodzajem wpisów są te, które odnoszą się do wypadków motocyklistów. Ich treści odnoszą się do podania linku do często śmiertelnego wypadku w konkretnym miejscu w przestrzeni miasta, czy wstawieniu wpisu o jego zaobserwowaniu. W tych typach wpisów kładzie się silny nacisk na solidarność środowiska motocyklistów oraz ich wzajemne wsparcie. Wpisy utrzymane w poważnym tonie, ale o znacznym ładunku emocjonalnym, opisują określony wypadek lub informują o pogrzebie osoby ze środowiska motocyklowego.

Przestrzeń społeczna miasta Białegostoku z perspektywy użytkowników badanej grupy zamkniętej na Facebooku tworzy dość skomplikowaną mapę. Jest ona konstruowana zarówno poprzez indywidualne potrzeby poszczególnych użytkowników, ale także odnosi się do wydarzeń integrujących ich jako wspólnotę.

Przestrzeń: konkretny punkt, w jakim znajduje się jednostka lub go poszukuje:

- Sfera prywatna (podwórko, garaż, fragment mieszkania);
- Sfera publiczna (droga, tor motocyklowy, sklep motocyklowy, pralnia, sklep z częściami);
- Sfera publiczna, jako punkty umawiania się na wyjazdy (śmietnik, stacja paliw).

Przestrzeń pół-publiczna jako miejsce zamkniętych grupowych spotkań:

- Sfera spotkań grupowych niezwiązanych z wyjazdami (siedziba klubu motocyklowego, MotoPub przy akcji MotoMikołaje);
- Przestrzeń grupowego obstawiania ślubu (kościół, droga, sala weselna).

Przestrzeń publiczna – otwarta:

- Imprezy charytatywne;
- Imprezy typu zakończenie sezonu, pardy motocyklowe.

Typologię postrzegania przestrzeni społecznej miasta Białystok przez motocyklistów, która przejawia się poprzez analizę wpisów zamieszczonych na grupie zamkniętej na portalu Facebook, tworzą dwie osie podziału. Pierwsza dotyczy rozdzielenia sfery prywatnej od publicznej, a druga poziomu otwartości badanego środowiska motocyklistów na mieszkańców miasta Białystok. Ważnym kryterium wykorzystanym do skonstruowania powyższej typologii było rozdzielenie tych elementów przestrzeni społecznej miasta, które są postrzegane jako konkretny i statyczny punkt, od obszaru, którego granice są znacznie szersze i powiązane często z przemieszczaniem się motocyklistów.

W badanych wpisach przestrzeń społeczna miasta często jest postrzegana jako konkretny punkt. Umieszczany jest on często zarówno w przestrzeni prywatnej garażów, mieszkań czy podwórek, jak i w przestrzeni publicznej w postaci konkretnych punktów usługowych, np. stacji paliw, sklepów z częściami. Jest to przestrzeń zamknięta, dostępna w swoim zakładanym znaczeniu wyłącznie dla wybranej grupy osób należących do środowiska motocyklistów. Traktowanie własnego garażu jako miejsca spotkań z kolegami i koleżankami z podobną pasją pełni funkcje integrująca dane środowisko, jak i umożliwiające dokonanie swojej autoprezentacji związanej z posiadaną pasją. Konkretnie punkty w przestrzeni publicznej, będące dostępne dla wszystkich mieszkańców Białegostoku, pełnią dodatkowe funkcje w rozumieniu motocyklistów. Wspomniane miejsca mogą być opisywane przez motocyklistów jako miejsca zbiórki przed wspólnym wyjazdem, jak i miejsca spotkań towarzyskich czy związane z poszukiwaniem polecanych w środowisku specjalistów. W tym rozumieniu są to punkty funkcjonujące w przestrzeni publicznej i dostępne dla każdego mieszkańca, aczkolwiek posiadające w środowisku motocyklistów specyficzne znaczenia symboliczne, zrozumiałe wyłącznie dla nich.

W analizowanych wpisach można również zaobserwować tymczasowe zawłaszczanie przestrzeni publicznej przez środowisko motocyklistów z Białegostoku. Dość często w badanych wpisach można było zauważyć specyficzne grupowe zawłaszczanie przestrzeni publicznej (np. części rynku w centrum miasta, określonych pubów czy zajazdów) pod kątem planowanych działań. Najczęściej owe tymczasowe zawłaszczanie konkretnych miejsc w przestrzeni miasta przez motocyklistów odnosi się do kwestii uzgadniania przez nich wyjazdów turystycznych oraz tych związanych z planowanymi szkoleniami na torach. Po zakończeniu

sezonu motocyklowego owe grupowe spotkania w określonych miejscach są związane z organizacją publicznych imprez charytatywnych. Specyficzną sytuacją jest funkcjonowanie w przestrzeni miejskiej Białegostoku klubów motocyklowych, których członkowie w badanym środowisku są otaczani wysokim poziomem szacunku. Ich funkcjonowanie oparte jest na posiadaniu określonych miejsc-siedzib w przestrzeni miejskiej, zamkniętych dla szerszego otoczenia. Wyjątkiem od wspomnianej reguły są tzw. dni otwarte klubów motocyklowych oraz organizowane przez nie imprezy charytatywne, np. akcja „MotoSerce” czy zjazdy. Tymczasowe zawłaszczanie przestrzeni miejskiej przez motocyklistów dotyczy również infrastruktury drogowej. Często jest ono stosowane w sytuacji istotnego w środowisku motocyklistów zwyczaju dotyczącego tzw. „obstawy ślubu” lub podczas trwania publicznej parady. Wspomniane wyżej publiczne blokowanie infrastruktury drogowej w przestrzeni miejskiej ma dwojakie znaczenie. Po pierwsze podyktowane jest względami bezpieczeństwa wobec przejeżdżającej kolumny motocykli, po drugie dodatkowo silnie integruje same środowisko.

Przestrzeń miejska w percepcji motocyklistów, która ujawnia się w badanych wpisach na grupie, jest również silnie powiązana z ich potrzebą otwartości na mieszkańców Białegostoku. Małgorzata Rogowska podkreśla, że „przestrzeń publiczna jest dostępna dla całej społeczności i przybyszy z zewnątrz, gdzie toczy się intensywne życie miasta” (Rogowska 2016: 160). W ramach zbiorowych działań środowiska motocyklistów, a zwłaszcza klubów motocyklowych, organizowane są publiczne akcje o charakterze charytatywnym, przeznaczone dla wszystkich mieszkańców Białegostoku i okolic. Podczas tych publicznych wydarzeń związanych z akcją honorowego oddawania krwi („MotoSerce”) czy pomocy dzieciom z domu dziecka w Supraślu („MotoMikołaje”) prezentowane są zróżnicowane wydarzenia atrakcyjne z punktu widzenia mieszkańców, np. pokaz historycznych motocykli, parada motocyklowa czy symulator dachowania samochodu.

Podsumowanie

Głównym przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza treści i formy wpisów prezentowanych w grupie zamkniętej „Motocykliści z Białegostoku” na Facebooku. Ze względu na fakt, że przekaz medialny w postaci wpisów na portalach społecznościowych współcześnie charakteryzuje się wysokim poziomem wpływu na sposób myślenia i działania jednostek w społeczeństwie, analiza nawet jego niewielkiego fragmentu może

umożliwić wyciągnięcie kluczowych wniosków. W wyniku przeanalizowania wpisów zamieszczonych w badanej grupie zamkniętej można zauważyć, w jaki sposób została skonstruowana zróżnicowana przez ich autorów mapa przestrzeni społecznej miasta Białystok. Jest to mapa, która opiera się zarówno na potrzebie indywidualistycznej prezentacji swojej pasji motocyklowej w określonych punktach w przestrzeni miasta, jak i forma integracji motocyklistów na poziomie grupowym. W wyniku badań można było zaobserwować również interesujące zjawisko tymczasowego zawłaszczania określonych fragmentów przestrzeni miejskiej w wyniku grupowych działań motocyklistów oraz nadawanie dodatkowej symboliki miejscom użyteczności publicznej. Elementem uzupełniającym wspomnianą mapę percepcji przestrzeni społecznej miasta Białystok jest aspekt wyrażanej przez badane środowisko motocyklistów potrzeby otwarcia się na mieszkańców, poprzez organizowanie cyklicznych imprez publicznych o charakterze charytatywnym.

Bibliografia:

1. Babbie Earl. 2003. *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
2. Bokszański Zbigniew. 2008. *Indywidualizm w późnej nowoczesności*. „Civitas Hominibus: Rocznik Filozoficzno-Społeczny” 3: 53-68.
3. Castells Manuel. 1982. *Kwestia miejska*. Warszawa: PWN.
4. Dąbrowska Ewa. 2011. *Modele tożsamości lokalnych mieszkańców Białegostoku i Bielska Podlaskiego. Kwestia kształtowania się zróżnicowanych tożsamości zbiorowych*. W: G. Nowacki (red.). *Integracja społeczna – między teorią a praktyką. Interregnum wspólnotowe. Wspólnotowość i jej lokalne emanacje. Analiza porównawcza Białegostoku i Bielska Podlaskiego*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku: 265-288.
5. Fuglsang Ross. 2002. *The Meek Don't Win" Easyriders and the Construction of Biker Community*. Milwaukee, Wisconsin: Midwest Popular Culture Association annual conference.
6. Jałowiecki Bohdan, Szczepański Marek. 2009. *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
7. Jemialniak Dariusz. 2019. *Socjologia internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
8. Kania Mariusz. 2011. *Kreowanie tożsamości internetowej. Przykład facebooka jako twórcy sztucznej inteligencji*. Poznań: Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
9. Kinal Jarosław. 2018. *Web 2.0. Próba chronologizacji i konceptualizacji zjawiska*. „Przestrzeń Społeczna (Social Space)” 2: 67-81.
10. Konstantelos Kimonas, Christakis Nicolas. 2018. *Emotional management on two wheels*, „International Journal of Motorcycle Studies

- (IJMS)"14: <https://motorcystudies.org/volume-14-2018/emotional-management-on-two-wheels-kimonas-konstantelos-nicolas-christakis/>.
11. Maffesoli Michel. 2008. *Czas plemion*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
 12. Penkowska Grażyna. 2014. *Facebook jako nowe medium. Dzieci na Facebooku*. W: G. Penkowska (red.). *Fenomen Facebooka. Społeczne konteksty edukacji*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra: 7-21.
 13. Rogowska Małgorzata. 2016. *Przestrzeń publiczna w mieście – zagadnienia wybrane*. „Studia KPZK” 170: 158-164.
 14. Sadowski, Andrzej. 2016. *Urbanizacja a procesy narodotwórcze na pograniczach ze szczególnym uwzględnieniem Europy Środkowo-Wschodniej*. „Pograniczne. Studia Społeczne” XXVII: 27-46.
 15. Siuda Piotr. 2010. *Prowadzenie badań w internecie – podstawowe problemy etyczne*. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny” 4: 187-202.
 16. Słodczyk Janusz. 2001. *Przestrzeń miasta i jej przeobrażenia*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytet Opolski.
 17. Wallis Aleksander. 1967. *Socjologia wielkiego miasta*. Warszawa: PWN.
 18. Wallis Aleksander. 1977. *Miasto i przestrzeń*. Warszawa: PWN.
 19. Wallis Aleksander. 1990. *Socjologia przestrzeni*. Warszawa: Niezależna Oficyna Wydawnicza.
 20. CBOS. 2018. *Zachowania kierowców oraz postawy wobec uczestników ruchu drogowego*. Komunikat z badań nr 113. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2018/K_113_18.PDF.