

**UNIWERSYTET ŚLĄSKI
WYDZIAŁ FILOLOGICZNY
INSTYTUT JEZYKA POLSKIEGO**

WIOLETTA WILCZEK

**JEZYK HOBBYSTYCZNYCH PORTALI INTERNETOWYCH
W PERSPEKTYWIE LINGWISTYKI PŁCI
I SOCJOLINGWISTYKI
(NA PRZYKŁADZIE PORTALI MOTORYZACYJNYCH)**

**Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem
dr. hab. prof. UŚ Artura Rejtera**

KATOWICE 2014

Spis treści:

WSTĘP.....	6
I. LINGWISTYKA PŁCI I SOCJOLINGWISTYKA – KONTEKSTY TEORETYCZNE I METODOLOGICZNE PRACY	11
1. Problematyka języka płci – wybrane zagadnienia	11
1.1. Lingwistyka płci – stan badań i przegląd zagadnień.....	11
1.2. Zagadnienia tożsamości	18
1.2.1. Tożsamość płciowa	18
1.2.2. Tożsamość genderowa	19
1.2.3. Specyfika tożsamości w Internecie	21
1.2.4. Płeć w sieci.....	23
1.2.5. Komunikacja między płciami w Internecie.....	25
1.3. Feminizacja cyberprzestrzeni	26
1.4. Płeć mózgu. Neurologiczne uwarunkowania różnic płciowych	27
1.5. Cechy języka płci	29
1.5.1. Wyznaczniki odmienności języka kobiet i języka mężczyzn	30
1.5.2. Androcentryzm językowy – niesymetryczny obraz obu płci	32
1.5.3. Sposoby wyrażania płci w systemie gramatycznym języka (wybrane przykłady)	34
1.5.4. Cechy języka kobiet i języka mężczyzn.....	36
1.6. Stereotypy dotyczące płci.....	40
1.7. Anonimowość i weryfikacja płci. Zjawisko „wirtualnej zmiany płci”	47
1.8. Podsumowanie	49
2. Aspekty socjolingwistyczne – wybrane zagadnienia	51
2.1. Socjolingwistyka – stan badań	51
2.2. Niejednorodność terminologiczna.....	54
2.3. Typologia socjolektów	56
2.4. Leksyka motoryzacyjna – próba klasyfikacji.....	57
2.5. Podsumowanie	60
II. SPECYFIKA KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ I POLE GATUNKOWE PORTALI MOTORYZACYJNYCH.....	61
1. Właściwości komunikacji internetowej	61
1.1. Hipertekst jako sposób istnienia treści w Internecie	61
1.2. Raport <i>big picture</i>	63
1.3. Cechy języka Internetu.....	64
1.4. Specyfika komunikacji wirtualnej.....	67
1.4.1. Komunikacja niewerbalna – emotikony.....	68
1.4.2. <i>Netykieta</i> , czyli internetowa etykieta językowa	69
1.5. Dialogowość i dyskusyjność na portalu internetowym.....	70
1.6. Sytuacja rozmowy w aspekcie nowych mediów	73
1.7. Potoczność języka Internetu.....	75
1.8. Komunikacja internetowa - podsumowanie	76
2. Portal, wortal, serwis, forum – rozważania genologiczne.....	76
3. Specyfika portali hobbystycznych	79
3.1. Portale motoryzacyjne – informacje ogólne.....	80
3.2. Profil hobbystyczny i użytkowy.....	83
4. Pole gatunkowe portalu motoryzacyjnego	83
4.1. Kontekst prasy motoryzacyjnej – podobieństwa i różnice.....	86

4.2. Transgresyjność gatunkowa portalu motoryzacyjnego	88
4.3. Wnioski	91
5. Portale motoryzacyjne – prezentacja analizowanych stron.....	91
5.1. Struktura semantyczna nazw i podtytułów portali	92
5.2. Portale ogólne.....	95
5.3. Portale dla kobiet.....	97
5.4. Podsumowanie	102
III. ANALIZA ZAWARTOŚCI PORTALI MOTORYZACYJNYCH W UJĘCIU LINGWISTYKI PŁCI.....	103
1. Zakres i formalny charakter analizy.....	103
2. Język kobiet i język mężczyzn – egzemplifikacja oraz potwierdzenie lub zaprzeczenie cech językowych obu płci	106
2.1. Podstawowe zakresy przełamania właściwości językowych płci	108
2.1.1. Ekspresywność, emocjonalność i deminutywność języka mężczyzn	109
2.1.2. Profesjonalizm, rzeczowość i fachowość wypowiedzi kobiet	112
2.2. Język kolorów jako wyraz kobiecości.....	114
2.3. <i>Z nieba spadła pewna puma</i> , czyli frazeologizmy	119
2.4. [...] – wulgaryzmy	120
2.5. Pytanie dodane jako wyraz kobiecej niepewności	121
2.6. Język płci – podsumowanie.....	123
3. Świadomość i obecność stereotypów na temat kobiet i mężczyzn za kierownicą.....	124
3.1. Artykuły dotyczące kreowania seksizmu za kierownicą.....	124
3.2. Stereotypy płciowe związane z motoryzacją	128
3.2.1. <i>Jeździsz jak baba i kto dał jej prawko?</i> – negatywna waloryzacja kierowców płci żeńskiej.....	130
3.2.2. <i>W lewo! Ale które?</i> – kobiece mylenie kierunków.....	133
3.2.3. Lusterko = makijaż i fryzura	135
3.2.4. Z telefonem przy uchu – rozmowy podczas prowadzenia pojazdu	136
3.2.5. Damskie parkowanie	138
3.2.6. Powoli czy brawurowo? Jazda zbyt wolna lub z nadmierną prędkością	141
3.2.7. „Podwójny gaz” – problem jazdy po spożyciu alkoholu	143
3.2.8. Kultura na drodze	146
3.2.9. <i>Nie zapomnij wrzucić biegu</i> , czyli komentarze pasażerów	148
3.2.10. Jazda po męsku.....	151
3.2.11. Stereotyp kierowcy BMW.....	153
3.2.12. Stereotypy w sferze motocyklowej	154
3.2.13. Bunt czy akceptacja?.....	157
3.3. Sposoby przełamania stereotypów płciowych – podsumowanie	158
3.4. <i>Babskie autko</i> i <i>męska fura</i> – stereotypowa kategoryzacja pojazdów	160
3.4.1. Marketing motoryzacyjny dla kobiet. Reinterpretacja stereotypu dotyczącego zakupu samochodu przez kobiety	161
3.5. <i>Baba za kierą</i> i <i>król szosy</i> – dychotomiczna waloryzacja kierowców odmiennej płci	163
3.6. <i>Mistrz kierownicy</i> , <i>niedzielny kierowca</i> i <i>pirat drogowy</i> – sposoby wartościowania kierowców	164
3.7. Kwestia nazwy kobiety kierowcy	168
4. Tematyka stereotypowo kojarzona z płcią żeńską. Specyfika portali dla kobiet.....	170
4.1. Sfera wizualna jako wyznacznik portali kobiecych	171
4.2. Dbłość o urodę jako domena kobiet	172
4.3. Moda jako istotny element pasji motoryzacyjnej.....	174

4.4. Obecność elementów motoryzacyjnych w codziennym życiu.....	175
4.5. Panna młoda w wersji moto	176
4.6. <i>Motomama</i> i jej pociechy – połączenie pasji motoryzacyjnej z macierzyństwem.....	178
4.7. KobiECE plotkowanie.....	179
4.8. Portale dla kobiet – podsumowanie	180
5. Zjawisko anonimowości i weryfikacja płci – wybrane przykłady.....	181
6. Czy płeć jest przeszkodą w komunikacji? Przykłady dostrzegania kategorii płci na portalach motoryzacyjnych	184
7. Typowe językowe wykładniki wypowiedzi	188
8. Wnioski	191

IV. CHARAKTERYSTYKA LEKSYKI DOTYCZĄCEJ SOCJOLEKTU

MOTORYZACYJNEGO NA PODSTAWIE PORTALI INTERNETOWYCH.....	193
1. Przedmiot i charakter badań.....	194
2. Podstawowe i wszechobecne określenie – <i>moto</i>	197
3. Nazwy kierujących i miłośników motoryzacji.....	198
4. Określenia samochodów i motocykli	200
4.1. <i>Fura, bryka, igła czy muł, padaka, złom?</i> Różnorodność ekwiwalentów leksemów <i>samochód</i> oraz <i>motocykl</i>	201
4.1.1. Określenia wartościujące pozytywnie	202
4.1.2. Określenia waloryzujące negatywnie.....	210
4.1.3. Nazwy neutralne, nacechowane kontekstowo.....	216
4.1.4. Przeznaczenie i funkcja pojazdu	218
4.1.5. Odpowiedniki <i>samochodu</i> i <i>motocykla</i> – podsumowanie	222
4.2. <i>Fordziak, merc, japończyk...</i> Nazwy marek i modeli pojazdów.....	225
4.2.1. Określenia z formantami sufiksalnymi	226
4.2.2. Nazwy odnoszące się do wyglądu pojazdu	237
4.2.3. Skrócone nazwy marek i modeli	239
4.2.4. Leksemy o formie dostosowanej do polskiej fonetyki.....	240
4.2.5. Nazwy powstałe wskutek procesu adideacji i metaforycznych skojarzeń.....	242
4.2.6. BMW, czyli <i>Będziesz Miał Wydatki</i> . Skrótownice, akronimy	245
4.2.7. Imiona pojazdów	248
4.2.8. Leksemy nawiązujące do kraju produkcji.....	250
4.2.9. Nazwy marek i modeli – podsumowanie	251
4.3. Logo samochodu jako podstawa nazewnictwa.....	255
5. Tematyka samochodowa i motocyklowa	258
5.1. Sposoby eksploatacji auta – rodzaj paliwa.....	259
5.2. Rodzaje pojazdów ze względu na wybrane dane techniczne	264
5.3. Elementy samochodu/motocykla	268
5.3.1. Części znajdujące się pod maską	271
5.4. Sposoby wyrażania ingerencji w samochód.....	277
5.5. Zawody związane z naprawą auta	282
5.6. Blacha i blachara	288
5.7. Korozja i jej efekty	291
6. Animizacje i antropomorfizacje pojazdów	293
7. Leksyka dotycząca rzeczywistości drogowej.....	302
7.1. Użytkowanie pojazdu.....	303
7.2. (Zbyt) szybka jazda	306
8. <i>Kombiak, gleba</i> i <i>szlif</i> – jedna nazwa, różne znaczenia w kategoriach <i>auto</i> i <i>moto</i>	310
9. Popularność konstrukcji <i>w + miejscownik</i>	312

10. Innowacyjność lub powtarzalność nazw	314
11. Podstawowe cechy leksyki motoryzacyjnej – podsumowanie i wnioski.....	316
ZAKOŃCZENIE.....	318
Materiał ilustracyjny z portali motoryzacyjnych	322
Wykaz ilustracji:	332
Spis tabel:	335
Bibliografia cytowana:	336
Wykaz zastosowanych skrótów:	349
Źródła internetowe:	350

WSTĘP

Hobbystyczne portale internetowe są nowym i bardzo produktywnym obszarem badań nad językiem i komunikacją międzyludzką. Specyfika medium w dużej mierze decyduje o jakości i sposobie wymiany informacji. Przedmiotem mojej refleksji są portale motoryzacyjne, funkcjonujące w przestrzeni wirtualnej jako serwisy skupiające użytkowników w zdecydowanej przewadze zainteresowanych motoryzacją oraz traktujących ją jako pasję i hobby. Dodatkowym pryzmatem badań jest kwestia założonego odbiorcy portali dotyczących tematyki samochodowej i motocyklowej, w wielu przypadkach zróżnicowana ze względu na płeć użytkownika.

Rozległy obszar tematyczny prezentowany na portalach stał się powodem dokonania przeze mnie pewnej selekcji i wyboru najistotniejszej, moim zdaniem, problematyki motoryzacyjnej. Czynnikiem decydującym była tutaj frekwencja oraz wieloaspektowe podejmowanie pewnych wątków przez twórców portali i użytkowników. Wspomnienie o różnorodności zagadnień tematyki motoryzacyjnej ma na celu ukazanie wielości kwestii językowych, identyfikujących użytkowników tychże serwisów. Warto w tym miejscu podkreślić dwoistość funkcjonowania nadawcy – analizowany materiał to z jednej strony treści zamieszczane przez twórców portali, a z drugiej wypowiedzi i wzajemna komunikacja internautów odwiedzających witryny. Wielu autorów serwisów internetowych zakłada aktywny udział odbiorcy w tworzeniu strony, umożliwiając im dodawanie komentarzy, zamieszczanie ocen samochodów, a nawet współpracę w zakresie pisania artykułów i porad. Materiał językowy nie jest w swym kształcie jednolity – pochodzi z rozmaitych ogniw serwisów internetowych, przez co jest reprezentowany przez różne gatunki wypowiedzi i posiada odmienną jakość. Źródłem opisu są przede wszystkim artykuły, testy samochodów i opinie o nich, porady, wywiady, felietony, komentarze. Obszernym zbiorem materiału jest forum internetowe (występujące jako dział większości portali lub jako osobna strona), będące ogromnym i wielowątkowym zbiorem odzwierciedlającym wzajemną komunikację użytkowników. Bezpośrednie kontakty między internautami ujawniają dużą ilość słownictwa socjolektalnego, związanego z motoryzacją, przez co fora internetowe są bazą przykładów w kontekście ujęcia socjolingwistycznego.

Analizowany materiał został zaczerpnięty z:

1. Ogólnych portali motoryzacyjnych, najczęściej bez wyszczególnionego założonego adresata, ale z racji powszechnych przekonań i sklasyfikowania tematyki

samochodowej i motocyklowej jako typowo męskiej dziedziny zainteresowań i aktywności, przeznaczonych stereotypowo dla mężczyzn;

2. Portali dla kobiet, tworzonych przez kobiety i przeznaczonych w zdecydowanej przewadze dla odbiorców płci żeńskiej. Autorki podkreślają kobiecą perspektywę i podejmowanie zagadnień motoryzacyjnych właśnie przez jej pryzmat. Celem takich serwisów internetowych jest rozwijanie pasji motoryzacyjnej u kobiet, poszerzanie wiedzy z tej dziedziny, walka ze stereotypowymi przekonaniami na temat kobiet za kierownicą i dążenie do równego statusu kierowców obu płci.

Wybór dwóch dominujących perspektyw badawczych – **lingwistyki płci i socjolingwistyki** – został podyktowany specyfiką, tematyką i przeznaczeniem portali motoryzacyjnych. Sam materiał źródłowy w sposób jednoznaczny kształtuje metody opisu. Zagadnienia lingwistyki płci są skupione w tym kontekście przede wszystkim na asymetrii płciowej i androcentryzmie. W świetle dziedziny motoryzacji ta nierówność zyskuje swój własny, specyficzny wymiar. Dominującym elementem analizy jest negatywny wizerunek kobiety kierowcy, co pociąga za sobą szereg stereotypowych przekonań. Istnienie portali motoryzacyjnych dla kobiet ma na celu niwelację negatywnego wizerunku kobiety za kierownicą i zakłada równość płciową w szeroko pojętym obszarze motoryzacji. Wykładnikiem tych działań jest stworzenie przestrzeni dla kobiet pasjonujących się tematyką samochodową i motocyklową oraz podejście do tego obszaru zagadnień z kobiecej perspektywy.

O zasadności analizy poziomu socjolingwistycznego decyduje wzajemna komunikacja użytkowników, szczególnie widoczna w domenie forów internetowych. Dyskusje internautów zawierają dużą ilość słownictwa charakterystycznego dla języka osób związanych z motoryzacją, a w wielu przypadkach pasjonujących się nią. Moim celem jest wyekscerpowanie najważniejszych grup tematycznych, wyznaczających integralne subpola leksyki motoryzacyjnej. Fora internetowe są najistotniejszym, ale nie jedynym materiałem źródłowym w tym zakresie, przedmiotem badań zostały objęte także inne działy portali motoryzacyjnych (np. artykuły, wywiady, testy samochodów). Ich obecność świadczy o upowszechnianiu się wybranych elementów leksyki motoryzacyjnej i szerszym funkcjonowaniu badanego słownictwa. Posługiwanie się specyficznym językiem sprawia, że grupę użytkowników portali motoryzacyjnych (w tym w wielu przypadkach miłośników motoryzacji) traktuję jako grupę społeczną, połączoną pewnym rodzajem więzi i skupioną na przedmiocie własnych zainteresowań. Używane słownictwo jest także sygnałem unifikacji grupy i pełni funkcję asymilującą. Socjolekt motoryzacyjny występuje w różnych

przestrzeniach komunikacyjnych, ale kontekst Internetu wyzyskuje jego dodatkową specyfikę.

Istotnym kontekstem analizy będzie **język Internetu**, zawierający różnorodne cechy wynikające z komunikacji zapośredniczonej i doboru medium. Właściwości komunikacji językowej w Internecie decydują o specyfice kontaktów między użytkownikami. Nie sposób pominąć także rozważań genologicznych, odnoszących się do grupy nazw związanych ze słowem *portal*, wyrażających specyfikację lub synonimię formalną zawartości strony internetowej. W tym ujęciu również samo pole gatunkowe portalu motoryzacyjnego pełni ważną funkcję, decydującą o jakości zamieszczanych treści.

Całość pracy została podzielona na cztery główne części. W rozdziale pierwszym zaprezentowane są wspomniane wątki teoretyczne i metodologiczne, zogniskowane wokół lingwistyki płci i socjolingwistyki. Pierwszy z wymienionych kontekstów badawczych jest skupiony na właściwościach językowych, przypisywanych kobietom i mężczyznom. W pracach z zakresu lingwistyki płci badacze traktują język kobiet jako nacechowany, uwidoczniiony jest także **androcentryzm** językowy oraz seksizm, które podkreślają nierównorzędne traktowanie przedstawicieli obu płci – waloryzację płci męskiej, objawiającą się najczęściej w deprecjacji kobiet. Ważnym elementem w kontekście przestrzeni internetowej jest **zagadnienie tożsamości**, ujmowanej wielopoziomowo (w tym tożsamości płciowej). O wielu cechach językowych decydują anonimowość i możliwość wirtualnej zmiany płci, które zapewniają nieograniczoną swobodę wypowiedzi i dowolną autokreację użytkownika. Istotnym pryzmatem analizy jest również **kategoria stereotypu**, w kontekście tematyki pracy oscylująca wokół stereotypu kierowcy (szczególnie skupiona na pejoratywnym wizerunku kobiety kierowcy). Należy również wspomnieć o neurologicznych uwarunkowaniach komunikacji, określanych powszechnie mianem tzw. płci mózgu. Pojęcie płci traktuję jako dychotomiczny zbiór cech decydujący o żeńskości lub męskości, uwzględniając przy tym rozróżnienie na płć biologiczną i społeczno-kulturową.

Drugą perspektywą badawczą jest socjolingwistyka, dotycząca głównie analizy leksyki konkretnej odmiany języka. Ze względu na wspólnotę zainteresowań i częste budowanie więzi przez użytkowników portali motoryzacyjnych, zasadne jest traktowanie ich jako **grupę społeczną**. Należy także zwrócić uwagę na fakt niejednorodności terminologicznej w zakresie socjolingwistyki i współistnienie wielu określeń charakteryzujących język danej grupy (np. socjolekt, gwara, slang, żargon). Istotnym rozróżnieniem są także podstawowe **cechy socjolektu**, dotyczące między innymi zasięgu oddziaływania konkretnej odmiany języka, kryterium jawności i tajności czy zawodowości.

Rozdział drugi jest poświęcony językowi Internetu i specyfice komunikacji wirtualnej. Przybliżenie podstawowych cech i właściwości kontaktów między użytkownikami w Internecie uwidocznia wpływ medium na jakość interakcji. Sam sposób funkcjonowania tekstu w przestrzeni internetowej (w postaci **hipertekstu**) skłania do przekonania o aktywności użytkownika i możliwości kształtowania własnej ścieżki odbiorczej. Ten rozdział pracy dotyczy także **rozważań genologicznych**, skupionych na znaczeniu terminu *portal* i niejednorodności formalnej terminów pokrewnych. Niewyrazistość gatunkowa jest również realizowana w aspekcie zamieszczanych treści i przenikania różnorodnych form wypowiedzi, co jest dowodem transgresyjności gatunkowej w obrębie portali motoryzacyjnych. Dodatkowym kontekstem jest zestawienie treści z serwisów internetowych z badaniami prasy motoryzacyjnej.

Rozdziały trzeci i czwarty to empiryczna analiza treści zawartych na portalach internetowych. W rozdziale trzecim przedstawione zagadnienia dotyczą lingwistyki płci. Można w obrębie tej części wskazać dwa dominujące kierunki analizy. Pierwszym są właściwości językowe kobiet i mężczyzn oraz możliwości ich przekraczania, czyli najczęściej ich występowanie u płci przeciwnej. Dominującym elementem jest tutaj emocjonalność i ekspresywność języka mężczyzn (typowa dla kobiet) oraz fachowość i profesjonalizm języka kobiet (cechy przypisywane mężczyznom). Funkcjonowanie przedstawicielek płci żeńskiej w typowo męskiej dziedzinie zainteresowania i aktywności świadczy o przełamaniu stereotypów i zrównywaniu płci w aspekcie zainteresowań i pasji. Drugim zbiorem zagadnień są stereotypy, pozostające w bezpośredniej relacji z kwestiami motoryzacyjnymi. Potoczne przekonania w największym stopniu są odzwierciedleniem negatywnego wizerunku „baby za kierownicą”, zawierającego szereg elementów wyrażających słabe umiejętności kobiet w zakresie prowadzenia pojazdu (m.in. trudności z parkowaniem, zbyt wolna jazda, wykonywanie makijażu i rozmowy telefoniczne podczas kierowania samochodem).

W moim przekonaniu, zestawienie cech komunikacji językowej kobiet i mężczyzn z dwoma rodzajami portali motoryzacyjnych (odmiennych pod względem twórców i założonych odbiorców) jest możliwością wysunięcia wniosków potwierdzających właściwości językowe przypisywane przedstawicielom danej płci lub zaprzeczających im. Równocześnie, pozwala na weryfikację stereotypów płciowych, nabierających istotnego znaczenia w aspekcie tematyki skupionej wokół motoryzacji. Ze względu na ogromny zbiór materiału źródłowego, moim celem nie jest analiza statystyczna, lecz przedstawienie ogólnego i spójnego obrazu płci, zawartego na portalach motoryzacyjnych.

Rozdział czwarty zawiera analizę poziomu socjolingwistycznego i obejmuje najważniejsze elementy języka charakterystycznego dla tematyki motoryzacyjnej. Moim zamierzeniem jest przedstawienie najważniejszych kręgów tematycznych, pojawiających się na portalach motoryzacyjnych, m.in.: określeń pojazdów, nazw odnoszących się do marek i modeli, elementów samochodu lub motocykla, słownictwa związanego z użytkowaniem pojazdu lub sposobów jego animizacji i antropomorfizacji. Wybór kategorii został podyktowany ich istotnością w kontekście tematyki motoryzacyjnej oraz powtarzalnością i znaczną frekwencją na analizowanych portalach.

Moim celem jest zaprezentowanie portali motoryzacyjnych jako sposobu istnienia treści i wzajemnej komunikacji użytkowników. Skupienie na kwestii różnic płciowych oraz na funkcjonowaniu socjolektu motoryzacyjnego, specyficznego dla miłośników samochodów i motocykli oraz użytkowników związanych z branżą motoryzacyjną w różny sposób w codziennym życiu stanowi spójny obraz tematyczny analizowanych portali hobbystycznych.

Ze względu na różnorodność wątków tematyki motoryzacyjnej, uobecnianych na portalach internetowych oraz złożoność problematyki perspektyw badawczych niniejszej pracy w kontekście zagadnień samochodowych i motocyklowych, materiał źródłowy został poddany selekcji, a niektóre fragmenty pracy pełnią rolę jedynie sygnalizującą występowanie jakiegoś problemu. Sprawia to, że praca nie wyczerpuje całkowicie tematyki motoryzacyjnej, oscylującej wokół problematyki płci i składników socjolektu. Rozległość wątków i perspektyw opisu stwarza możliwość dalszych badań tego zagadnienia.

I. LINGWISTYKA PŁCI I SOCJOLINGWISTYKA – KONTEKSTY TEORETYCZNE I METODOLOGICZNE PRACY

1. Problematyka języka płci – wybrane zagadnienia

1.1. Lingwistyka płci – stan badań i przegląd zagadnień

Zagadnienia lingwistyki płci w kontekście badań nad językiem są w Polsce stosunkowo nową dziedziną badań, aczkolwiek zyskującą coraz większe zainteresowanie i rozwijającą się niezwykle dynamicznie. Różnica między językiem kobiet i językiem mężczyzn staje się coraz bardziej wyraźna, szczególnie w aspekcie rozwoju **gender studies**, **krytyki feministycznej** i innych ujęć teoretycznych, uwzględniających płć jako nadrzędną kategorię różnicowania.

Zbiór wszystkich zagadnień poświęconych relacjom języka i płci wchodzi w zakres **lingwistyki feministycznej**, zapoczątkowanej przez Mary Ritche Key podczas seminarium na temat *Język a płć* w 1970 r. [Anusiewicz, Handke, red., 1994: 9-10]. Marta Nowosad-Bakalarczyk definiuje ten nurt w następujący sposób: „to nowa dziedzina językoznawstwa rozwinięta w latach 70. w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej, zajmująca się szeroko rozumianą problematyką języka i płci. Prace badawcze tego kierunku tworzą dwa nurty: 1) bada się specyfikę użycia języka przez kobiety i mężczyzn, 2) bada się strukturę języka, normę i uzus w relacji do świata kobiet i mężczyzn, przy czym wszelkie asymetrie są interpretowane jako przejaw dyskryminacji kobiet” [cyt. za: Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 229]. Zainicjowana problematyka na przestrzeni lat zyskała ogromną popularność, o czym świadczy wieloaspektowość badań nad płcią i ujmowanie jej z perspektywy językoznawczej, socjologicznej, kulturoznawczej i innych.

Janusz Arabski stwierdza: „Problem **język a płć** rozpatruje się w badaniach lingwistycznych z trzech głównych punktów widzenia:

- jak wyrażana jest płć w języku;
- jakie są różnice między językiem kobiet i mężczyzn oraz jakim językiem zwracamy się do kobiet a jakim do mężczyzn;
- jakie są różnice w uzdolnieniach językowych między kobietami i mężczyznami; kto szybciej i lepiej przyswaja język ojczysty i obcy” [Arabski, 2010: 11].

Trzy podstawowe pola badawcze znajdują swoje odwzorowanie w poszczególnych pracach naukowych, poświadczając przy tym nacisk na kulturowo-społeczne tło

funkcjonowania języka i rozmaite aspekty komunikacji międzyludzkiej. Stanowią one komplementarny i wyczerpujący zasób zagadnień związanych z podłożem lingwistyki płci.

Przedmiotem moich badań będą dwie kategorie analityczne. Pierwszą z nich stanowi **język kobiet i mężczyzn** oraz jego specyficzne właściwości i cechy (język badany na podstawie wypowiedzi przedstawicieli obu płci). Druga kategoria (ze względu na specyfikę analizowanego przeze mnie materiału – węższa) to **obecność płci w języku**, przejawiająca się w formach rzeczowników, rodzajach gramatycznych, zwrotach adresatywnych itd. (np. nieustannie dyskutowany problem nazwy kobiety kierowcy). Te dwie perspektywy są charakterystyczne dla całego nurtu lingwistyki płci i stanowią wzajemne uzupełnienie stanu badań nad tą tematyką. Dodatkowym i ważkim kontekstem będzie kategoria stereotypu, utrwalonego społecznie, ale kreowanego w odmienny sposób na podstawie różnic płciowych. „Założenie, że kobieta i mężczyzna to dwa różne podmioty, różnie wyposażone biologicznie i kulturowo, posiadające inną tożsamość, czyli inny system wyznawanych wartości, inne oczekiwania społeczne, inną postawę wobec świata, reprezentujące różne typy zachowań, różne strategie porozumiewania się, pozwala formułować pytania dotyczące wagi czynnika płci w językowej konceptualizacji świata” [Nowosad-Bakalarczyk, 2004: 278]. Odmienna perspektywa oraz różne sposoby postrzegania i kategoryzacji świata budują różnorodny jego wizerunek, kładąc nacisk na inne poziomy doświadczania rzeczywistości społecznej.

Problematyka oscylująca wokół zagadnień lingwistyki płci jest obszerna i wielopłaszczyznowa, uzasadnione jest zatem rozpoczęcie od rozróżnień terminologicznych, związanych z przedstawionym obszarem badawczym. Podstawową i ważną kategoryzacją jest samo określenie zbioru właściwości językowych i zachowań komunikacyjnych charakterystycznych dla danej płci. Najczęściej bywają one określane terminem **język** lub **styl**, z uwzględnieniem odpowiedniej płci – kobiecej lub męskiej. Z pewnością zbiór tych cech stanowi funkcjonalną odmianę języka. Ze względu na to, iż nazwy te są stosowane wymiennie, a ich granice w różnych tekstach z zakresu lingwistyki płci bywają nieostre, będą używać ich synonimicznie i traktować jako odnoszące się do charakterystycznych elementów języka i wypowiedzi kobiet lub mężczyzn. Warto wspomnieć, że Aleksander Wilkoń stosuje termin **biolekty**, czyli „warianty języka, które są uzależnione od takich czynników, jak płeć czy wiek, a które ściśle łączą się z innymi czynnikami pozajęzykowymi, zwłaszcza natury psychicznej i społecznej” [Handke, 1994: 16]. Ważnym terminem jest również pojęcie **genderlectu**, czyli „dialektu płciowego”, trybu językowego charakterystycznego dla danego rodzaju [Kamińska, 2005: 246]. Genderlecty odzwierciedlają społeczną konstrukcję

tożsamości płciowej (termin głównie używany przez badaczki feministyczne) [Humm, 1993: 78].

Istotny (oraz wieloaspektowy i zróżnicowany) jest sam sposób badania relacji języka i płci. Artur Rejter wskazuje możliwe perspektywy badawcze, uzależnione od charakteru badań: **perspektywę wykluczenia**, **perspektywę kontrastyczną**, **perspektywę otwarcia** [Rejter, 2008: 16] oraz **perspektywę władzy** [Rejter, 2013c]. W przypadku pierwszej z nich, „jednym z możliwych postępowań badawczych jest analiza wewnętrznego zróżnicowania funkcjonalnych odmian języka, jaką przed laty zaproponował m.in. Aleksander Wilkoń. Taka procedura pozwala wyodrębnić odmiany biologiczne kodu naturalnego, a wśród nich biolekty warunkowane płcią, przy czym biolektem nacechowanym jest odmiana kobieca, rozpatrywana w relacji do dominującego »wzorca« męskiego” [Rejter, 2008: 16-17]. Ten sposób charakteryzowania języka płci wybiera wielu badaczy, co jest umotywowane faktem możliwości uchwycenia wyrazistych różnic oraz cech stałych przypisywanych konkretnej płci. Opisana analiza odnosi się przede wszystkim do warstwy językowych wypowiedzi formułowanych przez kobiety i mężczyzn, pomijając w niektórych aspektach wielowymiarowość ich kulturowego funkcjonowania w społeczeństwie. Perspektywa kontrastyczna wiąże się z wizerunkiem kobiet i mężczyzn obecnym w różnych tekstach kultury, uwypuklającym tym samym relacje z innymi dziedzinami wiedzy [Rejter, 2008: 19]. Natomiast perspektywa otwarcia poszerza zakres odbioru tekstu, bazując na kategorii wrażliwości, podmiotowości i silnego uzewnętrznienia jednostki, otwiera zatem perspektywy badań na obszary niestereotypowe, mniejszościowe [Rejter, 2008: 23].

Ważnym podejściem badawczym jest także perspektywa władzy płci, uobecniająca się w zakresie dwóch zjawisk: 1. „przewadze i/lub dominacji form właściwych dla jednej z tradycyjnie wyodrębnianych płci (w rozumieniu biologicznym i kulturowym)” [Rejter, 2013c: 25] oraz 2. „narzucaniu określonych zachowań i postaw w procesie szeroko pojętej komunikacji” [Rejter, 2013c: 25]. Wskazane zjawiska związane są z dominacją, a wręcz hegemonią męskości, czyli przewagą form męskich nad żeńskimi [Rejter, 2013c: 26], a także z pozytywną waloryzacją męskości (przy równoczesnej negatywnej aksjologizacji żeńskości) w kontekście językowego obrazu świata [Rejter, 2013c: 27]. Zjawisko asymetrii językowej dostrzegalne jest na wielu poziomach języka i stanowi językową manifestację siły jednej płci nad drugą. Wszystkie powyższe możliwości badań relacji język – płeć stanowią zarazem potencjalne poziomy analizy języka, co daje wyczerpującą możliwość opisu językowych eksponentów płci i jej społeczno-kulturowego funkcjonowania.

Stan badań problematyki języka kobiet i mężczyzn można przedstawić za pomocą wskazania najważniejszych dzieł, podejmowanych w nich zagadnień i ścieżek rozwoju. Swoistym przełomem w definiowaniu związku języka z płcią była praca Robin Lakoff pt. *Język a sytuacja kobiety*¹. „Wcześniej męski styl mówienia traktowano jako **neutralny, nienacechowany** – Lakoff zmieniła ten stan, wprowadzając pojęcie *języka kobiet* i proponując katalog jego charakterystycznych cech” [Kluba, 2004: 263]. Ponadto badaczka zauważa wpływ oddziaływania „języka kobiecego” – „zaciera tożsamość osobowości kobiety, gdyż z jednej strony odbiera jej środki pełnego wyrażania samej siebie, z drugiej podsuwa zwroty dające wrażenie banalności i niepewności wypowiedzi” [Lakoff, 1980: 244]. Niezaprzeczalny natomiast jest fakt, że zdolności posługiwania się „językiem kobiecym” nabywane są w procesie socjalizacji. Język płci to pojęcie heterogeniczne i wielopłaszczyznowe, komasujące w sobie różnorodne poziomy językowe. „W lingwistyce pojęcie tzw. języka kobiet pojawiło się w latach 40. dwudziestego wieku po publikacji artykułu socjologa amerykańskiego Paula Furfeya (1944)², który opisał odmienne zachowania językowe kobiet i mężczyzn w niektórych społeczeństwach prymitywnych” [Kacprzak, 2005: 346]. Znaczącym dorobkiem w obszarze lingwistyki płci są również prace Deborah Tannen, zajmującej się praktycznym funkcjonowaniem komunikacji między płciami oraz stylami konwersacyjnymi kobiet i mężczyzn³.

W polskich badaniach lingwistycznych ważną pracą poświęconą zagadnieniom języka i płci jest tom z serii *Język a kultura* pt. *Płeć w języku i kulturze* [Anusiewicz, Handke, red., 1994]. Dwa obszerne pola badawcze wskazane w tytule – **język** i **kultura** – wskazują zarazem dominujące nurty badań uwzględniające odmienną płciową. Jest to jedna z pierwszych pozycji dotycząca omawianego zagadnienia na gruncie polskiej lingwistyki. Artykuły wchodzące w skład tomu skupiają się na wizerunku i stereotypach związanych z płcią, uwzględniając konteksty kulturowe, literackie i historyczne.

Na gruncie polskich badań językoznawczych najbardziej wyczerpującą i aktualną monografią tego zagadnienia jest książka Małgorzaty Karwatowskiej i Jolanty Szpyra-Kozłowskiej pt. *Lingwistyka płci – ona i on w języku polskim* [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska: 2005]. Dominującym przesłaniem pracy jest uwypuklenie faktu

¹ W Polsce wydana w 1980 roku (5 lat po ukazaniu się oryginału).

² Paul Furfey, 1944: *Men's and Women's Language*. „The American Catholic Sociological Review”, nr 5, s. 218-233.

³ Do najważniejszych prac autorki, wchodzących w zakres lingwistyki płci, należą: Tannen D., 1997: *Co to ma znaczyć. Jak style konwersacyjne kobiet i mężczyzn wpływają na to, kto jest wysłuchany, kto zbiera laury i co jest zrobione w pracy*. Przeł. A. Sylwanowicz. Poznań; Tannen D., 1999: *Ty nic nie rozumiesz: kobieta i mężczyzna w rozmowie*. Przeł. A. Sylwanowicz. Poznań; Tannen D., 2000: *Asymetrie: on swoje – ona swoje*. W: Stewart J., red.: *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*. Warszawa.

androcentryzmu językowego⁴, badanego przez autorki w różnorodnych obszarach. Teza ta w aspekcie przeprowadzonych badań i analiz wydaje się niepodważalna. Co więcej, niesymetryczny obraz kobiet i mężczyzn oraz widoczna faworyzacja płci męskiej są charakterystyczne jako problem dla całej refleksji nurtu lingwistyki płci. W związku z tym bardzo mocnym akcentem badawczym w moich rozważaniach będzie kategoria stereotypu, nierozzerwalnie związana z tłem językowym i kulturowym płci. Jak stwierdzają autorki: „Seksizm dotyczy między innymi potocznych, stereotypowych sądów na temat obu płci, na przykład przekonania o głupocie blondynek (lecz nie blondynów), złośliwości teściowych (ale nie teściów) czy słabych umiejętnościach kobiet-kierowców (w przeciwieństwie do mężczyzn za kierownicą)” [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 14]. Wstępna analiza portali motoryzacyjnych pozwala zaprzeczyć powyższemu stereotypowi, co jest poświadczane fachowością wypowiedzi kobiet, znajomością branży motoryzacyjnej i profesjonalizmem kobiet jako kierowców.

Autorki prezentują różnorodne przejawy asymetrii rodzajowo-płciowych, wykorzystując w swoich badaniach język ojczysty, a także inne języki, co pozwala rozszerzyć obszar badawczy i spojrzeć na analizowane zjawisko z uwzględnieniem perspektywy komparatystycznej. Dowodzą w ten sposób globalności prezentowanych sądów. Analiza wybranych aspektów **seksizmu**⁵ **językowego** stanowi ważne rozszerzenie powyższych twierdzeń⁶. Prezentacja wybranych pól semantycznych odwzorowuje stereotypy zakorzenione w języku i świadomości społecznej. Przeciwwagą dla nich jest krótki rozdział o dyskryminacji mężczyzn w języku polskim. Badania wykazują, iż w nielicznych obszarach kultury i egzystencji społecznej to mężczyźni są dewaloryzowani i przedstawiani negatywnie. „Przejawia się to w większym bogactwie leksykalnym dotyczącym pewnych zjawisk oraz w wysokim stopniu ich ekspresji, co skutecznie pozwala wyrazić emocjonalny stosunek mówiącego wobec ludzi i zachowań” [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 126]. Przykładowe kategorie semantyczne w tym zakresie to: nadużywanie alkoholu, awanturnictwo, konflikt z prawem czy odmienność seksualna [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 126-136]. Obszerną część pracy stanowią badania nad językiem młodzieży licealnej i zróżnicowania płciowego ankietowanych na poziomie językowym.

⁴ Androcentryzm językowy jest tematem jednego z kolejnych podrozdziałów [zob. I – 1.5.2.].

⁵ Termin *seksizm* stosuję za Nelsonem jako „negatywne postawy wobec jakiejś osoby, żywienie do niej uprzedzeń i jej dyskryminacja z powodu płci” [Łaziński, 2006: 195].

⁶ W artykule pt. *Językowy obraz kobiet w polskiej refleksji językoznawczej* badaczki zestawiają stanowiska wobec seksizmu, wyróżniając następujące podejścia do omawianego zjawiska: niedostrzeganie problemu, podejście informujące-relacjonujące, podejście relacjonująco-krytyczne, akceptacja seksizmu oraz językoznawstwo feministyczne (stanowisko najbardziej radykalne) [Szpyra-Kozłowska, Karwatowska, 2004a].

Wymieniona pozycja ujmuje zagadnienie lingwistyki płci wieloaspektowo, obejmując zagadnienia teoretyczne, wzbogacone dzięki wątkom praktycznym. Daje także możliwości budowania podobnych analiz, zakreślających różnorodne pola semantyczne i przestrzenie kulturowe, proponując pewną perspektywę badawczą i światopoglądową. Realizacja założeń lingwistyki kulturowej⁷ (towarzysząca autorkom) skłania mnie do traktowania portali motoryzacyjnych jako swoistych przestrzeni kulturowych, charakteryzujących pewną grupę społeczną (skupioną na temacie zainteresowania i pasji), wyrażoną przez prezentowany językowy obraz świata, kulturotwórczy charakter wspólnoty, etykietę językową oraz pewną odmianę języka [Anusiewicz, 1994: 16].

Zagadnienia tytułów grzecznościowych i rodzaju męskoosobowego obejmuje praca Marka Łazińskiego pt. *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*. Autor w swoich rozważaniach podkreśla sposób kategoryzacji płciowej, uwypuklając dwa terminy: **psychologia rodzaju** i **lingwistyka płci** [Łaziński, 2006: 186-187]. Wskazuje również na fakt wymiennego stosowania sformułowań „**płeć** i **rodzaj**”, których różnice i punkty stykowe tworzą skomplikowaną, polietiologiczną, psychospołeczną sieć uwarunkowań przekazu i odbioru komunikatów dotyczących konstruowania kobiecości i męskości” [Doroba-Sawa, 2008: 223]. Owa wymiennosc pojęć charakteryzuje cały nurt lingwistyki płci.

Istotnym przedstawieniem poziomu systemowego języka w aspekcie kategorii płci jest monografia Aliny Kępińskiej pt. *Kształtowanie się polskiej kategorii męsko- i niemęskoosobowości. Język wobec płci* [Kępińska, 2006]. Wnikliwa analiza polskiej kategorii rodzaju, prezentuje obszerne historyczne przemiany i uwarunkowania języka. Gramatyczny charakter dzieła wzbogacony został licznymi przykładami źródłowymi, egzemplifikującymi ekspansywność i zanikanie wielu form rodzajowych. Autorka podkreśla wpływ języka na rzeczywistość pozajęzykową, stwierdzając: „W języku jest uwzględniane to, co dla danej społeczności jest kulturowo ważne” [Kępińska, 2006: 306]. Polska klasyfikacja rodzajowa jawi się zatem jako obraz społecznego postrzegania świata.

Tematykę płci podejmuje także Marta Nowosad-Bakalarczyk w książce pt. *Płeć a rodzaj gramatyczny we współczesnej polszczyźnie* [Nowosad-Bakalarczyk, 2009]. Autorka zestawia różnorodne sposoby kodowania informacji o płci w języku polskim. Związki między płcią a rodzajem gramatycznym zostały zbadane na różnych poziomach języka, m.in. fleksyjnym, składniowym, słowotwórczym i leksykalnym. Różnorodny jest także materiał analityczny,

⁷ Zajmującej się badaniem relacji: **język – kultura – człowiek (społeczeństwo) – rzeczywistość** [Anusiewicz, 1994: 10].

zestawiony gatunkowo (m.in. informacje prasowe, oferty pracy, ogłoszenia osób poszukujących pracy). Językowe eksponenty płci są, zdaniem badaczki, nie tylko sposobem wyrażenia kategorii rodzaju, ale również funkcji semantycznych, czyli „ważnego kulturowo pojęcia płci” [Nowosad-Bakalarczyk, 2009: 169].

Nową i różnorodną pod względem tematyki pracą jest książka pt. *Płeć języka – język płci* [Arabski, Ziębka, red., 2010]. Dwa podstawowe sposoby ujmowania płci: płeć biologiczna i płeć społeczno-kulturowa, prezentowane w książce, będą również podstawowym tłem moich rozważań. Zgodnie z twierdzeniem autorów: „W powszechnym rozumieniu **płeć biologiczna** (*ang. sex*) dotyczy biologicznych różnic między kobietami i mężczyznami, które zależą od czynników genetycznych, anatomicznych czy fizjologicznych. Z kolei **płeć społeczno-kulturowa** (*ang. gender*) ma związek ze zróżnicowaniem na poziomie ról, cech i zachowań nie wynikających z uwarunkowań biologicznych, ale wyznaczonych w sposób arbitralny przez normy, tradycję, historię czy kulturę” [Arabski, Ziębka, red., 2010: 5]. Zacieranie się i wymiennosc tych dwóch kategorii świadczy o dynamicznym rozwoju kulturowym i kształtowaniu się różnorodnych relacji (w ujęciu socjologicznym), odbiegających od biologicznej definicji męskości i żeńskości. Marta Nowosad-Bakalarczyk również podkreśla, iż „biologiczna różnica płci jest reprodukowana kulturowo – w procesie socjalizacji i edukacji dziecko mające ciało o określonej anatomii i fizjologii przyswaja właściwe w danym społeczeństwie, danej kulturze wzorce zachowań, korespondujące z jego płcią biologiczną, tzw. płeć kulturową (*gender*)” [Nowosad-Bakalarczyk, 2004: 278]. W związku z tym, analiza zachowań językowych kobiet i mężczyzn w aspekcie dwóch powyższych kategorii, wydaje się bezwzględnie koniecznością, ujawniającą cechy normatywne oraz ich przekraczanie.

Pozycją wielowymiarowo zestawiającą zagadnienia lingwistyki płci jest książka Artura Rejtera pt. *Płeć – język – kultura* [Rejter, 2013a]. Praca zawiera rozważania teoretyczne, prezentujące i niejako porządkujące literaturę nurtu genderowego i sposoby badania wyżej wymienionych zagadnień. Aspekty metodologiczne potwierdzają wielopłaszczyznowość omawianej problematyki, pretendując do miana uniwersalnych. Wzbogaceniem wątków teoretycznych są obszerne analizy różnorodnych tekstów kultury w ujęciu historycznym, literackim i językowym. Wizerunek kobiet i mężczyzn w kulturze zdaje się być w tym ujęciu tematem nieustannie produktywnym i dostarczającym wciąż nowej wiedzy o funkcjonowaniu kategorii płci we wszystkich aspektach życia społecznego.

Wymienione najważniejsze prace monograficzne poświęcone relacjom języka i płci na gruncie polskiego językoznawstwa obrazują przybliżony stan badań tego zagadnienia oraz wskazują potencjalne możliwości rozwoju. Aktualność przedstawianej problematyki

przejawia się w nieustannie rozrastającej się liczbie prac i artykułów naukowych, będących rozszerzeniem i pogłębieniem podstawowej tematyki lingwistyki płci. Wiele z nich ma charakter postulatywny, kształtujący lub proponujący dalszą drogę badawczą, wyrażający niepewność i zacieranie się granic płci, ich języka itd.

Zagadnienie języka płci jest zjawiskiem dynamicznym w polskiej myśli językoznawczej, kulturoznawczej, socjologicznej i innych. Kontekst lingwistyki płci zakreśla coraz szersze spektrum, poddając badaniom rozmaite elementy kulturowe, językowe, literackie. Perspektywa dalszego rozwoju i obejmowania kolejnych obszarów badawczych jest bardzo wyraźna, a powiększające się zaplecze teoretyczne tego zagadnienia zwiększa zasób „narzędzi” w kontekście analizy materiału.

Tematyka portali motoryzacyjnych jako pole badawcze języka kobiet i języka mężczyzn stanowi potencjalny obszar potwierdzenia odmienności płciowej w obszarze języka, a także przekraczania stereotypowych poglądów na temat kobiet i mężczyzn w zakresie kultury, życia społecznego i zainteresowań.

1.2. Zagadnienia tożsamości

Niezwykle ważnym aspektem definiowania własnej osoby, oscylującym wokół zagadnień z obszaru biologii i socjologii, jest pojęcie **tożsamości**. Umiejętność własnej autodefinicji staje się wyznacznikiem funkcjonowania w społeczeństwie, dając podstawy nie tylko do własnych odczuć jednostki, ale również do jej sposobu postrzegania przez innych. Skomplikowanie wewnętrzne oraz wielowymiarowość tego zagadnienia są niepodważalne i jednakowo istotne, jednakże z perspektywy niniejszej pracy uzasadnione wydaje się skupienie na kilku podstawowych wymiarach tożsamości, skorelowanych tematycznie z omawianym zagadnieniem.

1.2.1. Tożsamość płciowa

Prymarnym zagadnieniem w wymiarze społecznym (oraz socjalizacyjnym) jest pojęcie **tożsamości płciowej** (*sex*), uwypuklającym biologiczne aspekty egzystencji człowieka. „W pojmowaniu fenomenu płci przez psychologię współczesną coraz częściej wskazuje się na związek płci z tożsamością podmiotu. Podkreśla się tu, że tożsamość płciowa jest ważnym subsystemem tożsamości” [Mandal, 2005: 38]. Istotnym rozróżnieniem jest w tym zakresie **dymorfizm męsko-żeński** [Pycia, 2011: 17], ujmujący zróżnicowanie biologiczne jako podstawę do uwarunkowań społecznych i kulturowych.

Definiowanie jednostki pod względem płci jest wyrazem jej społecznej egzystencji, wymagającej wyraźnie określonych ram funkcjonowania. Według Eugenii Mandal: „Zgodnie z teorią tożsamości społecznej płeć to jedna z wielu zbiorowych kategorii lub grup, które różnią się między sobą m.in. władzą i statusem, a których jednostki używają do definiowania siebie. W tym kontekście identyfikowanie siebie jako kobiety lub mężczyzny z jednej strony podkreśla podobieństwo między sobą a innymi osobnikami tego samego rodzaju, a z drugiej strony wyolbrzymia różnice między sobą a osobnikami płci przeciwnej. Tożsamość płciowa, jako jedna z tożsamości społecznych dostępnych jednostce, niesie więc ze sobą postrzeganie siebie jako członka grupy w opozycji do postrzegania siebie jako jednostki” [Mandal, 2005: 41]. Swoiste budowanie grupy i opozycji opiera się na dychotomicznym podziale „swój-obcy”, stanowiącym podstawę rozróżnień rasowych, narodowościowych i innych.

1.2.2. Tożsamość genderowa

Szerszym tłem rozważań z zakresu lingwistyki płci, obrazujących językowe właściwości kobiet i mężczyzn, jest zagadnienie **tożsamości genderowej (kulturowej)**, czyli problematyki skupionej wokół kulturowych wyznaczników tożsamości. Konieczność redefinicji tożsamości płciowej jest wynikiem wielopłaszczyznowych przemian [Doroba-Sawa, 2008: 223], silnie uwarunkowanych względami kulturowymi. Istotę udziału kontekstu społecznego wskazuje Artur Rejter, stwierdzając, że: „Tożsamość genderowa opiera się na bazowym dla refleksji społecznej z tego zakresu założeniu o nierówności płci wobec prawa, obowiązujących norm społeczno-kulturowych, ról społecznych itp.” [Rejter, 2014: 139]. Przekonanie i wzmacnianie poczucia różnic społecznych stało się przyczyną powstawania i ekspansji dyskursów dotyczących płci, uwzględniających funkcję emancypacyjną tej problematyki, m.in. dyskursu feministycznego, *gender*, *queer* i *men's studies* [Rejter, 2014: 138-139]. Fundamentalną pozycję ruchu feministycznego (a zarazem polemikę z innymi pracami dotyczącymi płci) stanowi praca Judith Butler pt. *Uwikłani w płęć. Feminizm i polityka tożsamości* [Butler, 2008], będąca sposobem obrazowania i różnorodnej interpretacji płci kulturowej w kontekście feministycznym i politycznym.

Wielość przemian społecznych, warunkujących zmienność autoidentyfikacji jednostki i splotu jej poczucia tożsamości z otaczającą rzeczywistością, stała się przyczyną wyzwolenia jednostki z ram płci biologicznej. „Istotną rolę w definiowaniu męskości i kobiecości odegrał postmodernizm, dla którego podejście biologiczne zamyka kobiety i mężczyzn w więzieniu

płci. Dla zwolenników takiego stanowiska fakty biologiczne określają płeć w chwili narodzin, jej decydujący społeczny kształt (*gender*) dokonuje się dopiero w trakcie socjalizacji” [Barska, 2005: 20]. Uzyskiwanie tożsamości genderowej potwierdza rangę relacji i uwarunkowań społecznych w budowaniu wizerunku człowieka. Tym samym uwypuklona zostaje dynamika kształtowania tożsamości, będącego procesem pozbawionym schematyczności, zmiennym i nieliniowym. Sygnałem tego zjawiska jest ciągła redefinicja tożsamości (najczęściej w zakresie płciowym), gdyż „obowiązujące każdorazowo zakresy kobiecości i męskości są rezultatem społecznie akceptowanej wiedzy. Wiedza ta jest zawsze wytwarzana w trakcie dyskursywnej walki” [Barska, 2005: 20]. To nieustanne społeczne negocjowanie kategorii kobiecości i męskości, wyzwalające polemikę i ciągłą reorganizację podziałów płciowych, prowadzi do postrzegania tożsamości płciowej i genderowej jako nietrwałych wyznaczników społecznej egzystencji człowieka. Fakty te wpływają także w dużym stopniu na jakość komunikacji między ludźmi (w rzeczywistości realnej, jak również wirtualnej). „Akcentuje się dyskursywny wymiar procesu konstruowania kobiecości/męskości. Traktuje się *gender* jako ramę (*framing*) aktów komunikacyjnych, kształtującą strukturę przekazu i sposób jego de/kodowania” [Klimczak-Ziółek, 2005: 401]. Zagadnienia płci kulturowej decydują w tym wymiarze o interakcji między jednostkami, hierarchizując metody tworzenia i odbioru komunikatu w skategoryzowanym genderowym systemie. Warto podkreślić sprzężenie zwrotne i wzajemność wpływu kultury i *gender* oraz komunikacji i *gender* [Majka-Rostek, 2004: 258].

Duża ilość wzorców kulturowych i różnorodność sposobów autokreacji własnego „ja” decydują o niejednorodnym charakterze tożsamości współczesnego człowieka. „Okazało się bowiem, że dotychczasowe źródła czerpania modeli tożsamościowych zaczęły kreować wizerunki o cechach wykluczających się, co stworzyło realne zagrożenie powstaniem tożsamości *hybrydycznej*, na zasadzie kulturowego kolażu łączącej elementy modelu minionego z fragmentami wielu proponowanych obecnie, często sprzecznych ze sobą wzorców” [Doroba-Sawa, 2008: 223]. Istotą samookreślenia jest połączenie pewnych właściwości i cech, wchodzących w skład społecznie aprobowanych wzorców męskości i kobiecości. Zgodność lub niezgodność tożsamości kulturowej z tożsamością biologiczną jednostki wyznacza zakres badań nad sposobami postrzegania kobiety i mężczyzny w perspektywie społecznej i antropologicznej.

1.2.3. Specyfika tożsamości w Internecie

Zagadnienia tożsamości, sposobów jej kreacji i definiowania są niezwykle istotne także w odniesieniu do specyfiki komunikacji internetowej. W tym zakresie płęć stanowi tylko jeden z wielu elementów budowania wizerunku użytkownika. Znamienne jest w takim przypadku dwoistość perspektywy tworzonej tożsamości – akt autokreacji i własny obraz użytkownika oraz sposób postrzegania użytkownika przez innych, z perspektywy odbiorcy. Wizerunki te mogą się pokrywać, jednakże często pojawiają się różnice między własną percepcją a percepcją innych.

W odniesieniu do kreowania tożsamości przestrzeń wirtualna (oraz związane z nią właściwości, np. anonimowość) pozwala użytkownikom na całkowitą wolność. Jak stwierdza Anna Kubczak: „Entuzjaści Internetu uważają, że procesy komunikowania w cyberprzestrzeni uwalniają jednostkę z ograniczeń jej własnej grupy i narzucanych przez nią norm i reguł zachowania, pozwalając na ujawnienie tych aspektów osobowości, które do tej pory nie miały możliwości zaistnieć lub które były przez jednostkę ukrywane z obawy przed sankcjami otoczenia” [Kubczak, 2005: 360]. Tym sposobem budowanie własnej tożsamości zyskuje status bezgranicznego dokonywania wyborów. Formą kształtowania internetowej tożsamości może być **teleobecność** (pojęcie analizowane m.in. przez Derricka de Kerckhove), cechująca się współdzieloną przestrzenią, współdzielonym czasem i współdzielonymi pauzami [Szpunar, 2005: 385]. Istnienie w sieci jest zarazem tworzeniem i nieustannym rekonstruowaniem wspólnoty, cechującej się byciem tu i teraz, wielokrotnie reorganizowanej i budowanej od nowa.

Warte podkreślenia jest tworzenie zafałszowanej tożsamości, niezgodnej z rzeczywistością, będące często zabiegiem celowym i świadomym. Kreowanie własnego wizerunku odbiegającego od rzeczywistości realnej, zwanego czasem **turystyką tożsamościową** [Mazurek, 2006b: 124] może mieć różnorodne powody. Magdalena Szpunar wymienia najczęstsze przyczyny zmiany tożsamości w przestrzeni wirtualnej, są to: obawa przed rozpoznaniem przez innych uczestników, poczucie większego zakresu swobody i anonimowości, poczucie braku akceptacji, próba dokonania oceny innych z odmiennej perspektywy oraz próba idealizacji własnego obrazu [Szpunar, 2005: 386]. Różnorodność motywacji i chęci zmiany tożsamości w dużym stopniu ma podłoże psychologiczne, świadczy o zdolnościach prezentacyjnych i manipulacyjnych użytkownika. Z uwagi na fakt, iż „Internetowe życie zaspokaja wiele indywidualnych potrzeb, pełniąc funkcje terapeutyczne, autoprezentacyjne, autopromocyjne, twórcze czy ekshibicjonistyczne” [Szpunar, 2005: 378],

możemy rozważać budowanie tożsamości w kontekście wszystkich wymienionych funkcji, kładąc nacisk na zindywidualizowanie wpływu Internetu na jednostkę.

Istotny w tym ujęciu jest związek pomiędzy zachowaniami w rzeczywistości i zachowaniami w sieci, gdyż „Zachowania *offline* są (...) wzorcem dla zachowań *online*. Zatem jednostki, nawiązując kontakty w Sieci, występują z pewną ideą, czy też wyobrażeniem przebiegu interakcji, opartym na schematach spoza cyberprzestrzeni, a więc uwikłanym w pewien kontekst kulturowy. Kontekst ten dla wielu partnerów interakcji jest odmienny. W efekcie tego jednostki negocjują znaczenia wymienianych między sobą symboli, interpretują swoje zachowania i dopiero w trakcie tych procesów dochodzi do wykształcania i ciągłego renegocjowania specyficznych norm i reguł postępowania w cyberprzestrzeni” [Kubczak, 2005: 372]. Zjawisko to odnosi się do **interakcjonizmu symbolicznego**, który „zwraca uwagę na proces krystalizowania się tożsamości w toku interakcji społecznych” [Szpunar, 2005: 380]. Konrad Miciukiewicz podkreśla dialogowość i procesualność, które wyzwalają połączenie interakcji z tożsamością [Miciukiewicz, 2005: 405]. Wielokrotne dookreślanie własnej osobowości, przez kontakt z innymi, ugruntowuje rolę społeczeństwa jako kontekstu funkcjonowania jednostki. Każdy człowiek tworzy własną tożsamość w oparciu o relacje z innymi, co również zostaje przeniesione na grunt Internetu. Paweł Mazurek podkreśla, że „tożsamość *online* swoją specyfikę zawdzięcza szczególniemu połączeniu technicznej i społecznej tkanki internetu” [Mazurek, 2006b: 113]. Konteksty komunikacji zapośredniczonej oraz jej społecznego zakorzenienia nieustannie przenikają się w kreacji własnej osoby w sieci internetowej.

Należy pamiętać o różnych formach komunikacji w przestrzeni wirtualnej, gdyż „będą one generować inne działania, a także dostarczać innych możliwości i środków dla konstruowania tożsamości komunikującym się jednostkom” [Kubczak, 2005: 365]. Różnorodność możliwości tworzenia i istnienia komunikatów w sieci potencjalnie stanowi przyczynę multiplikacji tożsamości, często kreowanych przez jedną jednostkę. Zwielokrotnienie własnego „ja” nie pozostaje bez wpływu na psychiczną kondycję internauty, powodując często przenikanie się tworzonych osobowości, a w najbardziej zaawansowanych przypadkach zachwianie granicy między światem realnym i wirtualnym.

Interakcje między użytkownikami również oddziałują na osobowość i tożsamość jednostki. „Każdej konwersacji na poziomie interpersonalnym towarzyszą bowiem procesy redefiniowania koncepcji siebie na poziomie intrapersonalnym. Właśnie poprzez dialog na poziomie intrapersonalnym możliwe są sprzężenia zwrotne pomiędzy koncepcją siebie a zmiennymi obrazami siebie” [Miciukiewicz, 2005: 407]. Komunikacja internetowa zakłada

ciągłe budowanie własnego wizerunku, dokonywanie samookreślenia na tle społecznej grupy internautów. Ważną rolę w tym zakresie ogrywa **dyslokacja interakcji**, czyli brak wspólnej realnej przestrzeni geograficznej łączącej użytkowników (co jest równoznaczne z globalnością komunikacji), która w dużej mierze wpływa na jej jakość [Kubczak, 2005: 361]. Pozbawienie elementu przestrzennego sprawia, że internauta ma poczucie potencjalnie ogromnej liczby odbiorców, a także możliwość dowolnego zainicjowania, przerwania czy przesunięcia w czasie danej interakcji. Wspólna przestrzeń fizyczna rozmówców w rzeczywistości pozawirtualnej narzuca im pewne reguły i normy zachowań, które w celu fortunny komunikacji muszą być egzekwowane i przestrzegane.

Specyfika kontekstu Internetu w komunikacji międzyludzkiej w dużym stopniu kształtuje definiowanie i tworzenie własnej tożsamości. Funkcjonowanie w konkretnym medium wymusza na użytkownika określone wzorce zachowań, dając jednocześnie dużą dozę wolności i swobody autokreacji. Może być zatem czynnikiem ułatwiającym fałszowanie tożsamości lub medium pozwalającym ją odnaleźć i ugruntować.

1.2.4. Płeć w sieci

Ważnym aspektem budowania tożsamości w Internecie jest wiążące się z tym zagadnienie **płci w sieci**. Z jednej strony problem ten obejmuje kwestie identyfikacji płciowej i kreacji przynależności do danej kategorii, natomiast z drugiej istotny jest wpływ płci na sposób funkcjonowania, a zarazem postrzegania użytkownika w sieci. Pytanie zasadnicze brzmi zatem: czy płeć jest widoczna w przestrzeni internetowej i w jaki sposób warunkuje kreację oraz odbiór użytkownika Internetu? Z całą pewnością płeć jest obecna w wirtualnym świecie, co więcej, ma niebagatelny wpływ na postrzeganie użytkowników oraz dostosowywanie treści stron internetowych do ich płci. Fakt funkcjonowania różnych portali i stron internetowych zaadresowanych do kobiet lub mężczyzn (nie tylko w dziedzinie motoryzacji) stanowi niezbitą dowód na podziały płciowe odbiorców treści. Potwierdza ten wniosek Patricia Wallace, pisząc, że: „Płeć nie wyparowała z cyberprzestrzeni, a problemy związane z rolą kobiety i mężczyzny czy konfliktami między płciami pod pewnym względem zaostrzyły się wraz z naszą masową migracją do sieciowego środowiska” [Wallace, 2001: 271]. Kwestia założonego odbiorcy uwypukla tym samym kategorię stereotypów płciowych, zogniskowanych wokół tematyki prezentowanych treści i zawartości stron przeznaczonych dla konkretnego adresata.

Należy również podkreślić aspekt komunikacji między kobietą a mężczyzną, która w sieci – tak jak w rzeczywistości pozainternetowej – także ogrywa ważną rolę, nierzadko będąc źródłem konfliktów: „W sieci, tak samo jak w prawdziwym życiu, dochodzi do konfliktów między mężczyznami a kobietami, a często ich przyczyną jest niestereotypowe zachowanie kobiet” [Wallace, 2001: 286]. Środowisko wirtualne, wraz z założoną anonimowością nadawcy, cechuje się szerokim spektrum właściwości i cech komunikacji internetowej (niezależnej od płci użytkownika). To w pewien sposób niweluje różnice płciowe, chociaż „trzeba jednak przyznać, że kobiety będą się zachowywać tak, jak często zachowuje się owa symboliczna mniejszość, gdyż są świadome, że w Internecie są postrzegane jako użytkownicy płci żeńskiej, a nie po prostu użytkownicy” [Wallace, 2001: 302]. Te dysproporcje płciowe decydują o jakości porozumiewania się użytkowników, a także o sposobie ich aktywności w przestrzeni wirtualnej. „Ponieważ płeć stanowi bardzo ważną cechę sieciowej tożsamości, a myślenie stereotypami przychodzi niezwykle łatwo, problem ten pewnie całkowicie nie zniknie, nawet gdy proporcje kobiet i mężczyzn w sieci wyrównają się (...)” [Wallace, 2001: 289]. Aspekt ilości użytkowników (z przewagą mężczyzn, ale zmniejszającą się w ciągu kilku ostatnich lat) również sytuuje mężczyzn na wyższej pozycji względem kobiet. Stwarza to podstawę do powszechniejszego występowania męskiego wzorca językowego w obrębie portali internetowych.

Egzystowanie użytkowników Internetu w sieci uwypukla aspekty tożsamościowe i możliwość budowania własnego wizerunku oraz jego odbiór przez otoczenie. Przestrzeń internetowa zmienia człowieka, powodując często rozminięcie z rzeczywistością. Dzieje się tak na wielu płaszczyznach autokreacji i percepcji jednostki. Także kategoria płci bywa często niejako zmodyfikowana, wzbogacona o kontekst komunikacji internetowej, inaczej skomponowana ideologicznie i psychologicznie niż w realnym życiu. W wielu przypadkach nie funkcjonuje ona jako płeć sama w sobie, stąd też określam ją mianem **cyberpłci**, analogicznie do pojęcia cyberprzestrzeni⁸, różniącej się właściwościami od realnej rzeczywistości. Użytkownik sieci stwarza na nowo własną kategorię płci, dobierając i łącząc konkretne cechy biologiczne, kulturowe, społeczne. Zbiór stereotypów oraz utrwalonych społecznie zachowań i norm każdej z płci zawiera różnorodne składniki, które mogą być wykorzystywane w celu budowania własnego wizerunku. Czynność ta może być powtarzana wielokrotnie, w zależności od sytuacji i własnych potrzeb.

⁸ Inne leksemy z członem *cyber*– opisuje Krystyna Waszakowa, podkreślając takiego modelu strukturalno-semantycznego rzeczowników [Waszakowa, 2005: 147-149]. Ten element ujmuje także Hanna Jadacka [Jadacka, 2001].

1.2.5. Komunikacja między płciami w Internecie

Uwzględniając specyfikę tworzonych przez kobiety i mężczyzn stylów konwersacyjnych oraz właściwości językowe każdej z płci, komunikację między kobietą i mężczyzną można analizować jako **komunikację międzykulturową** [Tannen, 1999; Majka-Rostek, 2004], zachodzącą między przedstawicielami odmiennych kultur. Dorota Majka-Rostek precyzuje to zjawisko, nazywając je „komunikacją wewnątrz-kulturową związaną ze statusem dominacji i podporządkowania” [Majka-Rostek, 2004: 259], czyli realizację założenia wspólnej kultury, ale odmiennych grup społecznych (dominującej i niedominującej). To stanowisko potwierdza Marta Dąbrowska, pisząc, że „Teoria dominacji zakłada (...), że większość różnic ujawniających się w interakcji werbalnej między kobietą a mężczyzną wynika z tradycyjnie przypisywanej kobiecie podrzędnej pozycji społecznej” [Dąbrowska, 2005: 146]. Głównym czynnikiem w komunikacji damsko-męskiej jest zatem struktura społeczna, różnicująca jednostki pod względem odgrywanych ról i zakresów pożądanej aktywności.

Praktyczne zagadnienie komunikacji między kobietami i mężczyznami w Internecie zbadała Patricia Wallace. Przeprowadzone analizy wykazały, że kobiety używają większej liczby pytań w czasie rozmowy, wykazując większą skłonność do zgody z rozmówcą i częściej posługują się uzasadnieniami, podając powody własnej wypowiedzi [Wallace, 2001: 274]. Fakty te pozostają w ścisłej relacji z lingwistycznymi właściwościami kobiet i ich stylami konwersacyjnymi.

Teoria dominacji i podległości znajduje swoje odzwierciedlenie w rozmowach zapośredniczonych komputerowo, gdyż, jak twierdzi autorka: „(...) niektóre badania wykazały, że kobiety, które miały silniejszą pozycję, przyswajały sobie bardziej męski wzorzec językowy” [Wallace, 2001: 275]. Potwierdza to funkcjonowanie struktury społecznej w przestrzeni wirtualnej oraz hierarchizuje użytkowników względem odgrywanych ról. Poczucie siły jawi się zatem jako istotniejszy czynnik niż płeć [Wallace, 2001: 276]. Samo przekonanie o chęci budowania relacji przez kobiety oraz zaangażowanie emocjonalne w samą interakcję pozostaje w opozycji do męskiego ukierunkowania na efekt czynności. Jak twierdzi autorka: „Średnio rzecz biorąc, kobiety zdają się kłaść większy nacisk na stosunki społeczne, a więc i funkcję emocjonalną, jaką pełnią słowa w utrzymaniu zwartości grupy i współpracy między jej członkami, podczas gdy mężczyźni częściej biorą w mowie kurs na zrealizowanie zadania” [Wallace, 2001: 276-277]. Inne oczekiwania, przekonania, świat wartości i sposoby użycia języka wpływają na struktury konwersacyjne, a tym samym efektywność wypowiedzi.

Wymienione cechy przekonują o przeniesieniu językowych właściwości zróżnicowanych względem płci w przestrzeń wirtualną, czyli świat, w którym nie zawsze możemy być pewni prawdziwej płci swojego interlokutora. Potwierdzają jednocześnie przekonanie o międzykulturowej komunikacji kobiet i mężczyzn.

1.3. Feminizacja cyberprzestrzeni

Istota komunikacji internetowej skupiona jest wokół pewnej kreacji nadawcy komunikatu w cyberprzestrzeni. Sposób funkcjonowania w świecie wirtualnym jest swoistym budowaniem swojej własnej tożsamości, eksponowania pewnych cech i pomijania, ukrywania innych. Budowanie tego wizerunku może być efektem świadomego, jak również nieświadomego działania.

Ważnym zjawiskiem w zakresie tożsamości płciowej jest dostrzegany przez badaczy proces **feminizacji cyberprzestrzeni** (termin ten stosuję za Joanną Bierówką). Oznacza on „coraz liczniejszy i coraz bardziej aktywny udział kobiet w cyberprzestrzeni” [Bierówka, 2011: 341]. Wzmoczone i stale poszerzające się funkcjonowanie kobiet w Internecie jest wynikiem przemian społecznych oraz upowszechnienia rzeczywistości wirtualnej w codziennym życiu⁹. Istotny jest fakt wyrównywania proporcji płci w tym zakresie: „podczas gdy jeszcze kilka lat temu kobiety stanowiły zaledwie niewielki procent w sieciowej społeczności w Polsce, obecnie proporcje w liczebności internautów i internatek są wyrównane” [Bierówka, 2011: 341]. Obecność obu płci w cyberprzestrzeni stanowi podstawę do badania różnic (jak również podobieństw) między kobietami i mężczyznami w zakresie sposobów użytkowania Internetu, zainteresowań z nim związanych, kreacji nadawcy i odbiorcy, właściwości komunikacji internetowej. Według Joanny Bierówki Internet stał się „platformą eksplorowania tożsamości płciowej” [Bierówka, 2011: 351]. Niepodważalnie i niezmiennie ważną kwestią w tym aspekcie jest tematyka równouprawnienia (tak w rzeczywistości społecznej, jak i w przestrzeni wirtualnej). Rekonstrukcja, a tym samym autokreacja tożsamości płciowej jest skorelowana ze swoistą samoidentyfikacją, podkreśleniem cech uwarunkowanych biologicznie lub kulturowo.

Alternatywnym (mocniejszym semantycznie i ideologicznie) określeniem do cyberfeminizacji jest **cyberfeminizm**, czyli rozprzestrzenianie się feminizmu w sieci. Przyczyny, zakres i charakter tego procesu bada Ewa Witkowska w artykule pt. *Gender*

⁹ Joanna Bierówka porusza także problem wpływu kobiety na Internet oraz procesu odwrotnego, autorka rozważa tym samym skutki feminizacji cyberprzestrzeni [Bierówka, 2009].

*a rzeczywistość wirtualna: cyberfeminizm – wirus w starym systemie*¹⁰. Autorka traktuje to zjawisko jako „rodzaj wirusa, który rozprzestrzenia się w sieci i powoli zmienia oblicze Internetu” [Witkowska, 2004: 154].

Zwiększający się udział kobiet w użytkowaniu przestrzeni internetowej pozwala traktować ją jako środowisko wzmocnienia tradycyjnego typu kobiecości [Bierówka, 2011: 354-357]. Uwierzytelnione to zostaje multiplikacją utrwalonych w kulturze i przekazywanych kobiecych ról społecznych, potwierdzonych tematyką odwiedzanych stron, zainteresowaniami i funkcjonowaniem tzw. sfery kobiecej w Internecie. Potwierdza to uniwersalne wzorce feminizacji cyberprzestrzeni¹¹.

1.4. Płeć mózgu. Neurologiczne uwarunkowania różnic płciowych

Prymarnym obszarem odmienności kobiet i mężczyzn jest sfera biologii (wraz z neurolingwistyką). Kwestie anatomiczne występują nie tylko w fizyczności zewnętrznej człowieka, lecz także w obrębie mózgu, nazywanego niejednokrotnie **największym narządem płciowym**. Proces socjalizacji i społecznego funkcjonowania jednostki jest zatem procesem wtórnym w stosunku do zagadnień neurolingwistycznych¹², czyli wiążących mózg z zachowaniem i zdolnościami językowymi człowieka. Przedstawienie kilku podstawowych różnic w zakresie mózgu człowieka ma na celu uwzględnienie poziomu biologicznego jako wykładnika różnic lingwistycznych.

Z ogólnego anatomicznego punktu widzenia nie ma wielkich różnic między mózgiem kobiety i mózgiem mężczyzny. „Mierząc i ważąc setki ludzkich mózgów, ustalono jedynie, że męskie mózgi są przeciętnie o 15 % większe od kobiecych. Średnia różnica ciężarów wynosi około 210 g dla mózgu o przeciętnym ciężarze równym około 1400 g” [Blum, 2000: 64-65]. Wbrew dawnym, XIX-wiecznym, przekonaniom (według których ciężar mózgu był dowodem

¹⁰ Witkowska E., 2004: *Gender a rzeczywistość wirtualna: cyberfeminizm – wirus w starym systemie*.

W: Radkiewicz M., red.: *Gender: konteksty*. Kraków, s. 127-154. Pojęcie cyberfeminizmu związane jest z postacią cyborga, o czym szerzej traktuje artykuł Anny Nacher [Zob. Nacher A., 2004: *Cyborg jako klucze – polityka produktywnych sprzeczności*. W: Radkiewicz M., red.: *Gender: konteksty*. Kraków, s. 119-129].

¹¹ Szeroko rozpowszechnionym zjawiskiem w zakresie wirtualnego postrzegania kobiety jest także erotyzacja kobiecego ciała [Zob. np. Nacher A., 2002: *Cyfrowa tożsamość. Gender w (polskiej) cyberprzestrzeni*. W: Radkiewicz M., red.: *Gender – kultura – społeczeństwo*. Kraków, s. 199-210]. Jednoznacznie jest to skorelowane z zagadnieniem pornografii w cyberprzestrzeni.

¹² Neurolingwistyka jako dziedzina badań ma multidyscyplinarny charakter, łączy w sobie nauki zajmujące się komunikowaniem ludzi i systemem języka (lingwistyka, psycholingwistyka, psychologia poznawcza) oraz różnorodne nauki neurologiczne (neurologię, neuroanatomie, neurofizjologię, neuropsychologię) [Okuniewska, 2011: 348]. Jej dominującym nurtem jest afazjologia, czyli problematyka zaburzeń mowy po uszkodzeniach mózgu [Kądzielawa, 1980: 186].

wyższości mężczyzn i deprecjacji, a wręcz głupoty, kobiet), nie świadczy to jednak o różnicy intelektualnej oraz zakresie czynności i możliwości mózgu.

Należy podkreślić fakt, że na poziomie istotnych szczegółów oraz funkcjonowania mózgu dostrzec można różnice między płciami, decydujące o ich odmienności. Jak stwierdzają Anne Moir i David Jessel: „Płcie są od siebie odmienne, ponieważ mózgi kobiet i mężczyzn różnią się od siebie. Mózg, narząd najważniejszy tak dla ludzkich emocji, jak i działań, jest u nich skonstruowany odmiennie. Przetwarza on informacje w różny sposób, co daje w efekcie odmienne postrzeżenia, preferencje i zachowania” [Moir, Jessel, 1993: 11]. Badania **architektury mózgu** [Blum, 2000: 68] oraz jego działania wskazały na neurologiczne różnice między płciami. Ilość i różnorodność badań tego zagadnienia jest imponująca, zasadne więc będzie wskazanie kilku podstawowych różnic między budową i użyciem mózgu u przedstawicieli obu płci¹³.

Niezaprzeczalny jest fakt, że „(...) na mózg, jego strukturę i funkcjonowanie, wpływ mają hormony” [Moir, Jessel, 1993: 56]. Dzięki nim możemy dostrzegać różnice płciowe między mózgami kobiet i mężczyzn, podlegających **maskulinizacji** lub **feminizacji**. Ważną rolę odgrywa sposób użycia półkul mózgowych i wymiennosc informacji między nimi. Główną przyczyną odmiennosci między płciami dotyczy sposobu wykorzystywania półkul mózgowych, a mianowicie **lateralizacji mózgu męskiego**, czyli używania bardziej jednej z półkul podczas wykonywania zadań [Budohoska, Grabowska, 1994: 134; Rubner, 1999: 88]. W przypadku mózgu kobiecego często w rozmaitych procesach biorą udział obie półkule, np.: „(...) u kobiet zdolności językowe i przestrzenne kontrolowane są przez ośrodki w obu częściach mózgu, natomiast u mężczyzn każda z funkcji ma jedną określoną lokalizację – w prawej półkuli umiejętności przestrzenne, a w lewej językowe” [Moir, Jessel, 1993: 61]. Świadczy to o większym wyspecjalizowaniu mózgu męskiego i rozproszeniu funkcji w wypadku kobiet.

Istotnym elementem budowy mózgu jest **ciało modzelowate**, czyli spoidło wielkie mózgu, stanowiące połączenie obydwu półkul¹⁴. „Kobiety mają większą liczbę połączeń tworzących ciało modzelowate, łącznik między obiema półkulami. Oznacza to, że między prawą i lewą stroną kobiecego mózgu następuje wymiana większej ilości informacji” [Moir, Jessel, 1993: 67]. Fakt ten ma duży wpływ na płynność mówienia. Dodatkowo, kobiety

¹³ Istotny temat rozwoju oraz zmian mózgu kobiet i mężczyzn w ciągu całego życia podejmuje w swoich pracach Louann Brizendine [Brizendine, 2006; Brizendine, 2010], których kanwę stanowią konkretne przypadki i historie zaczerpnięte z kliniki autorki.

¹⁴ Istnieją różnice w jego wielkości, tylna jego część (*splenium*) jest większa u kobiet, aczkolwiek prawidłowość ta bywa podważana w różnych badaniach [Budohoska, Grabowska, 1994: 136].

posiadają więcej neuronów niż mężczyźni [Rubner, 1999: 29], co może mieć wpływ na zdolności językowe. Także sfera emocji u kobiet obecna jest w obydwu półkulach, a u mężczyzn tylko w prawej [Moir, Jessel, 1993: 66], co uzasadnia przypisywanie większej emocjonalności kobietom.

Jednakowoż nie zawsze rozłożenie ośrodka zadania na dwie półkule jest kluczem do wyższych umiejętności, gdyż „(...) przewagę kobiet w testach językowych można wyjaśnić różnicami w budowie mózgu. Wszystkie umiejętności językowe związane z gramatyką, ortografią i pisaniem mieszczą się u kobiety w wyraźnie wyodrębnionym obszarze lewej półkuli. U mężczyzn są one rozłożone w przedniej i tylnej części mózgu, a więc musi on włożyć więcej wysiłku w zdobycie tych umiejętności” [Moir, Jessel, 1993: 65]. Uczestnictwo półkul mózgowych w procesach językowych i umiejętnościach wpływa na organizację mechanizmów językowych oraz sposób przeznaczenia odpowiedniego obszaru mózgu do pełnienia określonej funkcji [Moir, Jessel, 1993: 63].

Przedstawione różnice wskazują na istotność kategorii płci mózgu, znajdującej swoje odzworowanie w funkcjonowaniu jednostki w życiu społecznym i jej relacjach z otoczeniem. Męskość lub żeńskość mózgu człowieka, związana z właściwościami biologicznymi, a także zagadnienia neurolingwistyczne stanowią istotny aspekt językowych możliwości i predyspozycji człowieka, będąc jednakże jednym ze składników, a tym pozostawiając miejsce dla czynników kulturowo-społecznych i socjalizacyjnych.

1.5. Cechy języka płci

Wszystkie wymienione aspekty kulturowego i językowego funkcjonowania kobiet i mężczyzn w życiu społecznym skłaniają do przekonania o istnieniu języka płci, a tym samym wzmacniają klasyfikację różnic i cech językowych sprofilowanych pod względem płci użytkownika języka. Zdarza się, że zakładane podziały są hipotetyczne i prawdopodobne, gdyż sposób użycia języka zależy jest od splotu różnorodnych okoliczności i motywacji, stanowi wypadkową indywidualnych predyspozycji użytkownika kodu językowego nałożonych na kontekst kulturowy, społeczny, tożsamościowy, historyczny i inne. Jak stwierdza Kwiryna Handke: „Płeć jest mocno i od zarania dziejów zakorzeniona w systemie języka oraz w jego uregulowaniach normatywnych. Specyfika tej relacji opiera się głównie na silnej zależności zjawisk językowych od czynników pozajęzykowych” [Handke, 2008: 147].

Mimo płynnych i nie zawsze jasno sprecyzowanych granic i rozróżnień, badacze starają się wydobywać i różnicować cechy języka w zależności od płci nadawcy wypowiedzi.

Różnice te występują na różnych poziomach języka (gramatycznym, leksykalnym itd.), co stwarza możliwość coraz wyraźniejszego konstytuowania się kategorii języka kobiet i języka mężczyzn. Artur Rejter zestawia problematykę metodologiczną lingwistyki płci w najbardziej znanych polskich pracach z tego zakresu, obrazując tym samym różnorodność obszarów i sposobów podejmowania tej tematyki [Rejter, 2013b].

1.5.1. Wyznaczniki odmienności języka kobiet i języka mężczyzn

Język płci kojarzony jest przede wszystkim z **właściwościami wokalnymi, konstrukcjami lingwistycznymi, doбором słów** oraz **sposobem kierowania rozmową** [Ivy, Backlund, 2000]. Wymienione grupy cech są prymarnym przedmiotem analizy w badaniach nad językiem kobiet i mężczyzn. Dodatkowo, ważną kategorią w tym zagadnieniu jest tematyka rozmowy, stereotypowo zróżnicowana ze względu na płeć. Język kobiet i mężczyzn wiąże się także z wykorzystywaniem odmiennych funkcji języka i ich dominacją w stylu wypowiedzi. Uważa się, że kobiety w swoich wypowiedziach kładą nacisk na ekspresywną funkcję języka, natomiast dla stylu mężczyzn dominująca jest funkcja komunikatywna [Handke, 1994: 19]. Daje to podstawy do budowania pewnych stylów konwersacyjnych, uwarunkowanych płciowo. Ciekawym zjawiskiem są także przestrzenie płci (*gendered spaces*) – pojęcie zapoczątkowane przez Daphne Spain, a zanalizowane przez Ewę Głazewską [Głazewska, 2008]. Perspektywa przestrzenna odnosi się do odmiennego funkcjonowania kobiet i mężczyzn w aspekcie proksemiki i komunikacji niewerbalnej, a także w szerszym kontekście, dzielącym przestrzeń na prywatną i publiczną [Głazewska, 2008].

Odmienne u każdej płci charakteryzowana jest rola samego języka w funkcjonowaniu społecznym: „Dla większości kobiet język rozmowy jest przede wszystkim językiem porozumienia, sposobem tworzenia związków i negocjowania relacji. Nacisk jest kładziony na pokazywanie podobieństw i odpowiadających sobie doświadczeń. (...) Dla większości mężczyzn rozmowa jest przede wszystkim środkiem zachowania niezależności, a także negocjowania i zachowania statusu w hierarchicznym porządku społecznym” [Tannen, 2000: 298]. Na tej podstawie można wyróżnić dwa podstawowe sposoby interakcji międzyludzkich: **rozmowa-porozumienie** i **rozmowa-informacja** [Tannen, 2000: 298]. Ta dwoistość w budowaniu relacji dialogowych z otoczeniem, warunkowanych przede wszystkim socjologicznie, wpływa na sposób funkcjonowania mężczyzny i kobiety w społeczeństwie¹⁵.

¹⁵ Tematyka portali motoryzacyjnych może stanowić obszar niejakiego „zachwiania” wymienionych podziałów, ze względu na zainteresowania i fascynację motoryzacją (ze strony mężczyzn) oraz fachowość i kompetencję w tematyce (ze strony kobiet).

Należy również podkreślić związki stylu kobiecego ze stylem potocznym [Handke, 1994: 19]. Te podstawowe kryteria pozwalają wnioskować o języku kobiet i języku mężczyzn jako odmiennych realizacjach kodu.

Kwiryna Handke uwzględnia podział na komunikację wewnętrzną (**rodzinną**) i zewnętrzną (**pozarodzinną**) [Handke, 2008: 145]. Tylko taka perspektywa obserwacji pozwala dostrzec elementy stabilne i trwałe w języku każdej z płci. „W dziejach społeczeństw europejskich (ściślej: w kręgu kultury śródziemnomorskiej) sytuacja kobiet kształtowała się rozmaicie, ulegając znacznym wahaniom: od całkowitej podległości mężczyznom i ustanawianym przez nich prawom i obyczajom do okresowej dominacji. Na tym tle od dawna istniała różnica pozycji kobiety w rodzinie i poza tym kręgiem” [Handke, 2008: 134-135]. Autorka podkreśla ważną rolę prądów feministycznych jako czynnika kształtującego formy językowe i styl kobiecy [Handke, 2008: 136].

Funkcjonowanie języka kobiet i języka mężczyzn w dużej mierze określone jest przez trzy główne obszary aktywności ludzkiej: **sferę intelektu** (dominującą w zachowaniach mężczyzn), **sferę psychiki** (dominującą w zachowaniach kobiet, wyrażaną za pomocą emocji) oraz **podział funkcji i ról społecznych** (większa aktywność kobiet w domu, a mężczyzn poza domem) [Handke, 1994: 26-27]. Ostatni ze zbiorów wskazuje na uwarunkowania historyczne, gdyż „przedstawiciele obydwu płci funkcjonowali językowo w dwóch różnych społecznościach” [Arabski, 2010: 16]. Efekty wpływu tradycji znajdują swoje odwzorowanie w budowaniu wizerunku płci [Krawczyk-Tyrpa, 1999]. Ważnym aspektem jest także sam stereotyp kobiety na przestrzeni wieków, który ewoluował, a obecnie „zadanie tworzenia i propagowania wzorca do którego powinna zdążać kobieta współczesna, przejęły dzisiaj środki masowego przekazu” [Karwatowska, 2009: 275].

Wymienione grupy aktywności ludzkiej wskazują podstawowe różnice w sposobie posługiwania się językiem, zdolnościach werbalnych i wykształceniu pewnych właściwości związanych z płcią biologiczną. Nałożenie na to specyfiki kulturowej może powodować zachwianie i przekraczanie tych podziałów.

Kwiryna Handke prezentuje wnioski Mariny Yaguello¹⁶, która analizowała społeczną sytuację kobiet i ich język z **socjologicznego punktu widzenia**, przyjmując jako podstawową opozycję **natura – kultura** [Handke, 2008: 143]. Wszystkie poczynione obserwacje i wnioski funkcjonują na zasadzie stereotypów¹⁷. Badaczka wyróżnia **styl kobiecy** i **styl męski**,

¹⁶ Autorki książki pt. *Les mots et les femmes*, wydanej w Paryżu w 1978 roku.

¹⁷ W swojej pracy wykorzystuję termin stereotypu językowego Bartmińskiego [Anusiewicz, 1994: 105-109] oraz szersze sposoby opisu stereotypu jako utrwalonych i niezmiennych cech zjawisk.

formułując cechy językowe przypisywane konkretnej płci¹⁸. Takich rozróżnień i wskazań jest wiele, większość z nich funkcjonuje powtarzalnie, co uprawdopodobnia przypisywane cechy i właściwości. Przykład takiej klasyfikacji stanowi uogólniony wykładnik podziałów i stereotypów językowych związanych z lingwistyką płci.

Język kobiet i język mężczyzn – statystycznie rzecz ujmując – różni się, co potwierdzają wnioski wymienionych badaczy. Już sam przegląd najbardziej powszechnych i aktualnych zagadnień na temat lingwistyki płci, zarysowuje konkretne pola semantyczne i poziomy języka, poddawane analizie. Konkretnie cechy i właściwości języka danej płci są przedstawione w jednym z kolejnych podrozdziałów (I – 1.5.4.). Natomiast zagadnienia zarysowane w niniejszym ogniwie pracy będą stanowić główne tło dalszych rozważań, zogniskowanych wokół tematyki portali motoryzacyjnych. Wymienione podstawowe zagadnienia, podziały i cechy związane z lingwistyką płci będą w moich rozważaniach tłem dokonywania analizy językowych właściwości użytkowników portali motoryzacyjnych, sprofilowanych pod względem płci.

1.5.2. Androcentryzm językowy – niesymetryczny obraz obu płci

Cechy języka kobiet i mężczyzn jednoznacznie wskazują na **androcentryzm językowy**, wyrażający się w nierównym obrazie obu płci [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 13]. „Prace nad androcentryzmem w języku stały się ważnym elementem tak zwanych **gender studies**¹⁹, czyli ‘badań nad płcią’, dotyczących wielu różnych płaszczyzn: językowej, społecznej, politycznej, kulturalnej” [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 226]. W wielu odmiennych warstwach języka dostrzec można waloryzację płci męskiej, a tym samym dewaloryzację płci żeńskiej. Językowa „wyższość” płci męskiej widoczna jest w języku na różnych poziomach – gramatycznym, leksykalnym, pragmatycznym itd. Zwerbalizowany w języku męski świat nie pozostaje bez wpływu na sposób postrzegania płci żeńskiej w życiu społecznym. „Kobiety są słabe w patriarchalnym społeczeństwie, ponieważ są niedostrzegalne w języku. Nie posiadają ‘swoich słów’ i swoich znaczeń, a te, które posiadają, zostały im przydzielone przez mężczyzn. Znaczenia języka zostały określone przez grupę dominującą, a w przypadku patriarchalnej kultury są one zawłaszczane przez mężczyzn. Obrazy świata są więc widziane męskimi oczyma” [Buczkowski, 1999: 199].

¹⁸ Właściwości stylu kobiecego i męskiego zostały zaprezentowane w tabeli nr 1 (s. 37-39).

¹⁹ Autorzy książki *Płeć języka – język płci* – Janusz Arabski i Justyna Ziębka – podkreślają fakt ciągłego używania i powszechności angielskiego terminu w definiowaniu problematyki płci i ról społeczno-kulturowych na gruncie polskim. Dowodzi to krótkiej tradycji tych zagadnień jako nurtu polskiej nauki [Arabski, Ziębka, red., 2010: 6].

Androcentryczny wymiar językowej wizji świata znajduje swoje odzworowanie w systemie języka, kształtując jednocześnie relacje społeczne. „To identyfikowanie się z męskim sposobem definiowania porządku społecznego, oparte na założeniu zrównującym androcentryzm z antropocentryzmem, jest podstawą ustalania hierarchii spraw ważnych w świecie medialnym i realnym” [Klimczak-Ziółek, 2005: 406]. Społeczna kategoryzacja i hierarchizacja przedkładająca męskość ponad kobiecość, przenosi zagadnienia językowe w przestrzeń komunikacji międzyludzkiej. Ocena rozmówcy i wiarygodność jego wypowiedzi bywają ustalane na podstawie jego płci, gdyż „Niższy status kobiety automatycznie powoduje niższą ocenę jej wypowiedzi” [Buczowski, 1999: 203]. W ten sposób możemy zaobserwować swoistą korespondencję językowych i pozajęzykowych właściwości, wzajemnie się przenikających i decydujących o strukturze społeczeństwa.

Najczęstszym wykładnikiem waloryzacji płci męskiej jest **asymetria w systemie języka**: „Tradycyjnie utrwalona nierównorzędność płci w języku przekłada się na brak symetrii, tzn. w różnych dziedzinach formy męskie mają pierwszeństwo i hierarchiczną wyższość – jako pierwotne, podstawowe, ogólne, nad formami żeńskimi – jako wtórnymi, pochodnymi i nieogólnymi” [Handke, 2008: 147]. Wyraża się to przede wszystkim w rodzaju gramatycznym²⁰, kierunku derywacji od form męskich do żeńskich, męskich nazwach stopni pokrewieństwa itd. Norma językowa wypracowana przez społeczeństwo na przestrzeni wieków, w większości kwestii nadaje prymat formom męskim i potwierdza ich swoistą dominację. „W życiu zawodowym, społecznym i publicznym częste są sytuacje, gdy używa się wyłącznie męskich form nazw zawodów, godności, funkcji publicznych, tytułów – bez względu na płeć konkretnych osób i bez względu na to, czy język posiada w swoim repertuarze pary form dostosowane do naturalnego rodzaju nazywanego podmiotu” [Handke, 1994: 24]. Taki stan rzeczy można uzasadniać świadomością społeczną i względami historycznymi. „Obecność płci i jej wyznaczników w języku – co przejawia się z jednej strony jako odzwierciedlenie uczestnictwa w życiu społecznym, a z drugiej strony jako forma kreacyjnej aktywności grupy – nie ogranicza się do różnic stylistycznych. Jest ona mocno i od dawna zakorzeniona w systemie języka i w jego normatywnych uregulowaniach. Przy tym specyfika tej relacji opiera się głównie na mocnej zależności faktów językowych od czynników pozajęzykowych” [Handke, 1994: 20]. Względy społeczne i językowe, które decydują o takim stanie rzeczy, są trudne do przewyciężenia i językowego „ujednoczenia” płci. Z drugiej strony – odmienność stylów wypowiedzi i seksizm językowy może stanowić

²⁰ Szerzej o związku między płcią a rodzajem gramatycznym – Nowosad-Bakalarczyk M., 2009: *Płeć a rodzaj gramatyczny we współczesnej polszczyźnie*. Lublin.

barierę komunikacyjną między płciami [Szypra-Kozłowska, Karwatowska, 2005a]. Co istotne, przeszkodą w komunikacji damsko-męskiej może być sam system gramatyczny, waloryzujący rodzaj męski (choć zdania co do prawdziwości tego twierdzenia są podzielone²¹).

1.5.3. Sposoby wyrażania płci w systemie gramatycznym języka (wybrane przykłady)

Zjawisko asymetrii rodzajowo-płciowej w obszarze języka stanowi potwierdzenie degradacji semantycznej i językowej deprecjacji kobiet. System gramatyczny w sposób jednoznaczny faworyzuje mężczyzn, czyniąc ich językowo nadrzędnymi wobec kobiet. Wspomniana niesymetryczność obejmuje wiele różnorodnych zagadnień, którym poświęcone są odrębne monografie i obszernie artykuły. Posłużę się w tym miejscu jedynie kilkoma przykładami, mającymi służyć egzemplifikacji nierówności w systemie języka.

Nierównorzędny obraz płci prezentuje system adresatywny współczesnej polszczyzny. Przeanalizował go w swojej pracy Marek Łaziński [Łaziński, 2006], wskazując na historyczne uwarunkowania stanu obecnego oraz kontrastując język polski z innymi językami i kulturami. Badacz stwierdza, że „asymetryczny system tytułów adresatywnych współlistnieje z asymetrią rodzajowo-płciową systemu słowotwórczego rzeczowników osobowych” [Łaziński, 2006: 322]. Blokada derywacji form żeńskich związana jest z tytułnością rzeczownika. Problem luk leksykalnych ma złożoną genezę. Wskazuje się względy pragmatyczne czy socjolingwistyczne (dany zawód nie był wykonywany przez kobiety) oraz przyczyny morfologiczne i fonetyczno-fonologiczne (formant $-(k)a$ jako homofoniczne określenie innych rzeczowników) [Karwatowska, Szypra-Kozłowska, 2005: 33-34]. Ważną kategorią przewagi form męskich nad żeńskimi jest system zaimków [Łaziński, 2006: 215]. Potwierdza to także Adam Buczkowski, wskazując stosowanie zaimków męskich na określenie obu płci jako przyczynę ignorowania kobiet [Buczkowski, 1999: 199].

Innymi przykładami w zakresie asymetrii językowo-płciowej w systemie gramatycznym mogą być:

²¹ Problem ten rozważa Marek Łaziński w jednym ze swoich artykułów – Łaziński M., 2005: *Czy gramatyka może przeszkadzać w rozmowie kobiety i mężczyzny?* W: Bartmiński J., Majer-Baranowska U., red.: *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*. Lublin, s. 119-146. Zagadnienie to porusza także Bogdan Walczak – Walczak B., 2010: *Czy język polski dyskryminuje kobiety?* W: Arabski J., Ziębka J., red.: *Płeć języka – język płci*. Katowice, s. 217-228.

- tworzenie form żeńskich od nazwisk mężów (*-owa*, *-ina*), podkreślające wyrażanie przynależności²² [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 27; Handke, 2008: 148];
- tworzenie form mnogich od męskich nazw stopni pokrewieństwa i uznawanie ich za reprezentatywne (np. *wuj* – *wujostwo*) [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 31; Handke, 2008: 148-149];
- przewaga kierunku derywacji od form męskich (podstawowych) do form żeńskich (pochodnych), np. *lekarz* → *lekarka*, *autor* → *autorka*. Ta sama właściwość dotyczy wyrażania posesywności: *senator* → *senatorowa* [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: 29-30; Handke, 2008: 150];
- forma męska spełniająca funkcję uogólniającą, gatunkową [Handke, 2008: 151];
- leksem *człowiek* – w znaczeniu szczegółowym charakteryzowany jako mężczyzna, a w ogólnym obejmujący obie płcie [Łaziński, 2006: 217-218];
- konstrukcje z zaburzoną zgodą rodzajową, np. *pani minister tańczy*, *urazona minister zwołała konferencję prasową* [Łaziński, 2006: 227-231].

Powyższe przykłady potwierdzają asymetrię rodzajowo-płciową. Istotnym zagadnieniem jest także niekorzystny wizerunek kobiet w słownictwie, frazeologii, powiedzeniach i przysłowiach [Jędrzejko, 1994; Szpyra-Kozłowska, Karwatowska, 2003; Karwatowska, Szpyra-Kozłowska, 2005: m.in. 20-22, 53-55]. Językowa dyskryminacja kobiet zauważalna jest także w sferze erotyki i seksu, co potwierdziły badania Jolanty Szpyry-Kozłowskiej i Małgorzaty Karwatowskiej, prezentujące nie tylko dysproporcję ilościową leksemów dotyczących tej tematyki, ale także bardziej negatywne konotacje semantyczne w wypadku określeń odnoszących się do kobiet [Szpyra-Kozłowska, Karwatowska, 2004b].

Newralgiczną kwestię w przedmiocie nierówności płciowych stanowi wspomniany brak żeńskich odpowiedników wielu zawodów, tytułów itd., co jest potwierdzeniem językowej niewidzialności kobiet. W tematykę niniejszej pracy wpisuje się problem nazwy kobiety kierowcy. Zagadnienie to analizuje Magdalena Bartłomiejczyk, prezentując przykłady wypełnienia luki leksykalnej [Bartłomiejczyk, 2012b]. Leksem *kierowca* uznawany jest jako nazwa zawodu (nie tylko osoby kierującej pojazdem), czyli należy do grupy profesjonimów, te natomiast „opisują zawody, które tradycyjnie były wykonywane wyłącznie lub prawie wyłącznie przez mężczyzn albo przez kobiety” [Bartłomiejczyk, 2012b: 38]. W tym konkretnym przypadku chodzi o profesję typowo męską, gdyż przez długie lata zawodowymi

²² Potwierdza tę tezę Adam Buczkowski, pisząc: „Męskie definiowanie kobiety polega przede wszystkim na określaniu jej osoby w relacji do mężczyzny. Najbardziej rozpowszechnionym zwyczajem podtrzymującym takie praktyki jest zmiana nazwiska kobiety po zawarciu związku małżeńskiego” [Buczkowski, 1999: 202].

kierowcami byli wyłącznie mężczyźni (wpływ na ten fakt ma też wieloletni brak możliwości uzyskania prawa jazdy przez kobiety).

Brak żeńskiej formy leksemu *kierowca* zauważają także użytkownicy portali motoryzacyjnych, wskazując jednocześnie potencjalne sposoby nazwania kobiety za kierownicą. Zjawisko to nie jest dominującym problemem na portalach internetowych, lecz sama jego obecność świadczy o kłopotach nazewniczych. Zestawienie materiału portalowego z rozważaniami Magdaleny Bartłomiejczyk jest szerzej omówione w jednym z rozdziałów empirycznych [III – 3.7.].

Przedstawione przykłady różnic między płciami w systemie gramatycznym języka są reprezentatywnym wykładnikiem nierównorzędności płciowej. Współczesne przemiany społeczne oraz prądy feministyczne wpływają na rozwój języka, weryfikując i aktualizując wiele problematycznych kwestii. Jednakże w obliczu istniejących asymetrii, tempo przemian językowych jest niewielkie, a uzyskanie równego statusu kobiety i mężczyzny w języku pozostaje nadal odległą wizją.

1.5.4. Cechy języka kobiet i języka mężczyzn

Warto podkreślić wpływ społecznych uwarunkowań na realizacje językowe. Cechy językowe nie zawsze są efektem klauzul społecznych, gdyż „W niektórych (...) przypadkach odrębność językowa kobiet jest wynikiem ich świadomego wyboru określonych środków językowych, dążenia do odmienności w sferze języka. Mniej lub bardziej uświadomiona może być tendencja do podkreślania poprzez styl wypowiedzi cech płci uważanych przez same kobiety za pożądane, chociażby delikatności” [Kacprzak, 2005: 347]. Status kobiecości decyduje o ustalonej hierarchii społecznej i wzmacnia okazywanie przez kobiety cech kulturowo aprobowanych i postulowanych. Kategoria płci sama w sobie w dużej mierze determinuje postrzeganie siebie jako jednostki, wzmacniając samoidentyfikację i podkreślając opozycyjność do płci przeciwnej. „Badania języka kobiet w społeczeństwach rozwiniętych inspirowane są przez najważniejszy postulat socjolingwistyki, zgodnie z którym warianty językowe są efektem struktury społecznej danej wspólnoty. Językowej odrębności grup czy jednostek może sprzyjać szereg czynników określających ich status, na przykład pochodzenie społeczne, wykształcenie, wiek, miejsce pracy, a także płeć” [Kacprzak, 2005: 347]. Nie sposób pominąć w tym aspekcie roli procesu socjalizacji w życiu człowieka, gdyż „czynnikiem sprzyjającym odrębności językowej kobiet, mającym znacznie szerszy charakter, jest w społeczeństwach rozwiniętych odmienny sposób wychowania dziewcząt i chłopców,

związany z różnicą przypisanych im w przyszłości ról społecznych. Kobieta postrzegana jest przede wszystkim jako matka, wychowawczyni przyszłych pokoleń, ale także jako dama, stąd zwyczajowo oczekuje się od niej języka »grzeczniejszego«, w którym wulgaryzmy i przekleństwa stanowią swoiste tabu” [Kacprzak, 2005: 348]. Proces socjalizacji jawi się zatem jako decydujący w zdobywaniu językowych właściwości.

Wielość i rozległość badań nad językiem płci są imponujące. Badacze wydobywają coraz więcej odmiennych właściwości języka kobiet i języka mężczyzn. Część cech oraz stereotypów językowych została uwzględniona w różnych fragmentach tego rozdziału. Poniższa tabela obrazuje główne właściwości języka i rozmów każdej z płci (częściowo powtarzając opisane już cechy i stereotypy), uwzględniając wnioski płynące z prac Robin Lakoff [Lakoff, 1980]; Deborah Tannen [Tannen, 1997, 1999, 2000];; Diany K. Ivy i Phila Backlunda [Ivy, Backlund, 2000]; Kwiryny Handke [Handke, 2008].

Cechy języka i rozmów kobiet	Cechy języka i rozmów mężczyzn
<ul style="list-style-type: none"> • ekspresywność, emocjonalność (ekspresja pozytywna: zdrobnienia, spieszczenia, wykrzykniki, przerywniki, wyrazy dźwiękonaśladowcze, zgrubienia w funkcji zdrobnień lub spieszczeń, synonimy, epitety, neologizmy słowotwórcze; neologizmy znaczeniowe; • ekspresja negatywna: zgrubienia, wykrzykniki, przerywniki, przekleństwa, epitety, deminutiwa w funkcji negatywnej, synonimy, neologizmy słowotwórcze, neologizmy znaczeniowe, derywacja wymienna, derywacja wsteczna; • rozmowa oparta na współpracy; • język kolorów jako pole kobiecej aktywności; 	<ul style="list-style-type: none"> • rzeczowość; • używanie przekleństw (oraz zniewag); • slang związany z seksem; • dominacja i kontrolowanie rozmów w dyskusji z przedstawicielami obojga płci; • niesymetryczne reakcje (rada zamiast zrozumienia, mniejsza empatia, odbieganie od tematu); • używanie argot i języka szorstkiego; • bogaty słownik (zakresy: technika, polityka, życie intelektualne, sport itp.); • quasi-monopol na wystąpienia publiczne; • wyłączność form komunikacji rytualnej i skodyfikowanej; • dyskurs autokratyczny;

<ul style="list-style-type: none"> • puryzm; • niekreatywność, • opanowanie zasobu językowego właściwego dla grup mniejszościowych; • niepewność w wypowiedzaniu się na tematy spoza kręgu własnej bezpośredniej aktywności; • hiperpoprawność; • niezdolność do pojęć abstrakcyjnych • rozmowa oparta na współpracy; • wartościowanie pozytywne i negatywne; • stałe i doraźne związki wyrazowe, np. frazeologizmy; • używanie imion świętych oraz imienia Pana Boga i Matki Boskiej; • oznaki wypowiedzi o charakterze propozycji; • pytania dodane jako wskaźnik kobiecej niepewności; • wypowiedzi kwalifikujące (<i>no właśnie, no wiesz, być może</i>); • wyrażenia asekuracyjne (<i>myślę, wierzę, czuję, mam na myśli</i>); • wyrażenia zaprzeczające (dłuższe formy wyrażań asekuracyjnych – osłabienie lub łagodzenie efektu komunikatu); • wzmocnienia – skłonność do korzystania z hiperbol; • prośby złożone (<i>Czy wyszedłbyś ze mną?</i> zamiast <i>Chodź ze mną.</i>); • symetryczne reakcje – zrozumienie, skupienie na temacie; 	<ul style="list-style-type: none"> • znaczny stopień kreatywności; • tworzenie i definiowanie pojęć abstrakcyjnych oraz terminologii specjalistycznej; • dominacja intelektu w języku; • skłonność do ukrywania wątpliwości; • rytualne przeciwstawianie się; • autoreklama słowna; • koncentracja na niezależności; • postawa eksperta; • chęć okazania wiedzy i umiejętności; • opowiadanie dowcipów; • przewaga w sferze publicznej; • styl konfliktu : współzawodnictwo; • nieużywanie wysokiego tonu głosu (uznawanego za cechę kobiecą).
--	---

<ul style="list-style-type: none"> • bardziej uprzejmy język; • brak logiki; • skłonność do ukrywania pewności siebie; • rytualne przeproszenie, łagodzenie krytyki i dziękowanie; • komplementy jako skonwencjonalizowana forma pochwały; • unikanie autoreklamy słownej, brak przechwalania się; • koncentracja na zażyłości; • brak opowiadania dowcipów; • przewaga w sferze prywatnej; • plotkowanie jako budowanie zażyłości; • styl konfliktu: wspólnota; • wyższy ton głosu jako wskaźnik niższości języka kobiety; • otwartość w kontaktach (uśmiech, gestykulacja, kontakt wzrokowy); • większy udział komunikacji niewerbalnej i większa zdolność jej rozumienia. 	
--	--

Tabela 1. Właściwości języka kobiet i języka mężczyzn.

Wymienione cechy językowe kobiet i mężczyzn uwidoczniają liczebną przewagę zachowań językowych właściwych kobietom. Potwierdza to tezę o traktowaniu stylu męskiego jako ogólnego, neutralnego i dominującego. Przedstawiona przewaga cech stylu kobiecego wskazuje na uznawanie go za nacechowany, będący wyróżnikiem na tle ogólnego języka męskiego. Powyższe przykłady obrazują także rytuały konwersacyjne właściwe każdej z płci. Wszystkie wymienione właściwości zostały umotywowane badaniami, jednakże na styl rozmowy i cechy językowe wpływa wiele rozmaitych czynników. Sam fakt posiadanej płci biologicznej i kulturowej ukierunkowuje tok myślenia, jednakże nie jest jedynym i dominującym aspektem językowym. Wybrane właściwości zawarte w tabeli zostaną zweryfikowane w części analitycznej w kontekście użytkowników portali motoryzacyjnych, będących reprezentantami obu płci.

1.6. Stereotypy dotyczące płci

Ważnym tłem moich rozważań będzie **kategoria stereotypu**, zawierająca w sobie zbiór utrwalonych społecznie przekonań, niezmiennych na przestrzeni lat, często fałszywych. Przejmowanie tych wzorców i opinii odbywa się w doświadczeniu życia społecznego. Uproszczenie i kategoryzacja związane z funkcjonowaniem stereotypów skorelowane są z silnym wartościowaniem w umyśle jednostki, najczęściej nie podlegającym weryfikacji i nierzadko zatracającym prawdziwą motywację ich powstania. Stereotypy możemy scharakteryzować jako podklasę „pojęć potocznych, które są silnie zabarwione podmiotowo, swoiście wewnętrznie zorganizowane i wchodzą w skład językowo-kulturowego obrazu świata danej wspólnoty komunikatywnej” [Bartmiński, Panasiuk, 2001: 373]. Podkreślić należy kulturowe nacechowanie stereotypu i jego niepodważalny związek z językowym obrazem świata. Najważniejsze funkcje stereotypów związane są ze stabilizacją obrazu świata i programowaniem wzorców zachowań jednostki w grupie społecznej [Bartmiński, Panasiuk, 2001: 394].

Kategoria stereotypu zyskuje nieco inny wymiar w ujęciu socjologicznym. Jak stwierdza Elżbieta Czapka: „stereotyp to zbiór cech, które:

- są przypisywane wszystkim przedstawicielom określonej zbiorowości społecznej bez względu na rzeczywiste różnice występujące między nimi,
- bazują na niepełnej wiedzy dotyczącej tej kategorii lub zbiorowości,
- najczęściej są zabarwione wartościująco” [Czapka, 2011: 59].

Badaczka podkreśla także społeczny charakter stereotypów, czyli odnoszenie ich do zbiorowości społecznych i funkcjonujących w grupie [Czapka, 2011: 59]. Ujęcie socjologiczne wyzwała indywidualne lub zbiorowe podejście do stereotypu, wpływając tym samym na samoidentyfikację jednostki. Aparatem poznawczym człowieka w percepcji stereotypów jest „tzw. kod kulturowy²³, czyli sposób postrzegania rzeczywistości narzucony przez uwarunkowania społeczne” [Bartmiński, 2007: 58].

Definicja stereotypu na gruncie psychologii odnosi się do zasady klasyfikacji grupowej jednostki na podstawie określonej cechy. Jak stwierdza Bogdan Wojciszke: „Stereotyp to schemat reprezentujący grupę lub rodzaj osób wyodrębnionych z uwagi na jakąś łatwo zauważalną cechę określającą ich społeczną tożsamość, jak płeć, rasa, narodowość, religia, pochodzenie społeczne, zawód. Schemat taki jest zwykle nadmiernie uproszczony, nadogólny

²³ Pojęcie to szczegółowo omawia Adam Schaff, prezentując w swojej książce socjologiczne ujęcie badań nad stereotypem – Schaff A., 1981: *Stereotypy a działanie ludzkie*. Warszawa.

(wszyscy członkowie grupy »są« tacy sami), niepodatny na zmiany w wyniku nowych informacji oraz społecznie podzielany, stanowiąc element kultury jakiejś społeczności” [Wojciszke, 2002: 68]. Proces tej kategoryzacji silnie związany jest ze stereotypowym podziałem „swój-obcy”.

Najszerzy zakres funkcjonowania stereotypu obrazuje ujęcie lingwistyczne, w którym „procesy stereotypizacji obejmują nie tylko wyobrażenia o ludziach, ale też o rzeczach i zdarzeniach” [Bartmiński, 2011: 35]. Stereotyp w rozumieniu socjologii i psychologii definiowany jest w węższym ujęciu, co jest umotywowane charakterem tych nauk.

Nie sposób pominąć istotnych funkcji stereotypu w życiu społecznym. „Stereotypy poprzez upraszczanie informacji dostępnych jednostce, zaspokajanie potrzeby wyjaśniania i przewidywania oraz ochronę jej systemu wartości stają się funkcjonalne na poziomie indywidualnym, umożliwiając zaś grupom społecznym zachowanie swojego *status quo*, pełnią równocześnie istotną funkcję na poziomie zbiorowym. Stereotypy jako swoiste kategorie społeczne poza funkcją kategoryzacji i porządkowania świata społecznego – zgodnie z teoriami tożsamości społecznej (...) – stanowią podstawę procesu samoidentyfikacji jednostki” [Mandal, 2000: 22]. W ten sposób definiują nie tylko określany przedmiot czy zjawisko, ale również osobę na tle grupy społecznej czy wspólnoty, dzielącej to przekonanie. Tworzona jedność sądów utrwała opozycyjną kategorię „swój-obcy”, będącą społecznym wyznacznikiem funkcjonowania w grupie i poza nią.

W kontekście mojej pracy najistotniejszą grupą stereotypów są **stereotypy płciowe**. Potoczne przekonania związane z płcią są niezwykle powszechne i zakorzenione w społecznej świadomości ludzi. Jak w przypadku każdego stereotypu, tak w tematyce stereotypów płciowych należy zachować pewien dystans i mieć świadomość źródła takich przekonań, nie warunkującego ich prawdziwości. Jak stwierdza Eugenia Mandal: „W rozważaniach nad stereotypami związanymi z płcią kwestią podstawową jest to, iż mogą one być nieprawdziwe dla grupy kobiet lub mężczyzn jako całości, ponieważ są zbytnimi uproszczeniami, bądź mogą być nieprawdziwe dla konkretnego członka grupy” [Mandal, 2000: 13-14]. Fakt uogólniania stereotypów jest najczęstszym błędem uniwersalizacji sądów, a tym samym fałszywego powielania opinii na dany temat. Proces generalizacji cech męskich i żeńskich opiera się na przeciwnym, dychotomicznym sposobie kategoryzacji i wartościowania, skupionym wokół zasady „wszystko albo nic” [Mandal, 2000: 14]. Wyodrębnianie cech charakterystycznych utrwała w ten sposób podziały społeczne na gruncie uwarunkowań płciowych. Pozostaje pytanie o możliwość zmiany stereotypów płciowych. Jak wynika z badań: „Na ogół te stereotypy wykazują zadziwiająco trwałość i niezmiennność w czasie

i przestrzeni” [Deaux, Kite, 2002: 360]. Próby weryfikacji i redefinicji przekonań zazwyczaj nie dają pożądanego rezultatu. Jednakże walka ze stereotypami wciąż trwa, a jej dowód może stanowić istnienie portali motoryzacyjnych przeznaczonych dla kobiet oraz uczestnictwo płci żeńskiej na ogólnych portalach motoryzacyjnych.

Istotna jest wielopłaszczyznowość funkcjonowania stereotypów płciowych, co wskazuje na możliwość różnostronnego obrazowania cech kobiecych i męskich: „Stereotypy związane z płcią funkcjonują na co najmniej kilku poziomach: stereotypów cech psychicznych związanych z płcią, stereotypów ról związanych z płcią oraz stereotypowych cech fizycznych i stereotypów dotyczących zawodów” [Mandal, 2000: 15]. Występowanie konkretnego przekonania świadczy o większej predyspozycji jednej z płci do danej cechy psychicznej czy konkretnego sposobu zachowania. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że „(...) prowadzone obecnie badania na temat stereotypów płci wykazują, iż obraz jest znacznie bardziej skomplikowany niż wcześniej sądzono, że stereotypy płciowe mają więcej wymiarów niż dwa ogólne – męski i kobiecy (...). Nie ulega wątpliwości, że nadal utrzymuje się przekonanie o istnieniu dwóch ogólnych wymiarów stereotypów. Jednocześnie jednak pojawiają się dowody, że ten dwudzielny podział, przynajmniej pod względem oceny obydwu zestawów stereotypowych cech, zaczyna być niewystarczający. Oprócz dwóch ogólnych stereotypów ludzie stosują wiele przydatnych im w różnych sytuacjach podtypów” [Deaux, Kite, 2002: 364]. Sprawia to, że nie możemy różnicować wszystkich komponentów stereotypu na zasadzie „czarno-białej” skali, ale należy wzbogacić ten podział o dodatkowe „barwy”. Wpływ na to zjawisko mają różnorodne zmiany świadomości społecznej w zakresie mentalnym i światopoglądowym.

Główne cechy osobowościowe kobiet i mężczyzn w uproszczeniu podlegają następującej stereotypizacji:

- „stereotyp kobiecy: emocjonalność, zdolność do poświęceń, delikatność, czułość, troska o uczucia innych, umiejętność rozumienia innych, ciepło w relacjach z innymi, pomaganie,
- stereotyp męski: niezależność, aktywność, kompetencja, łatwość podejmowania decyzji, niezawodność, wiara w siebie, nieuleganie naciskowi, poczucie przywództwa” [Mandal, 2000: 17].

Te właściwości osobowościowe przekładają się na cechy językowe kobiet i mężczyzn, co potwierdzają ustalenia autorów prac dotyczących lingwistyki płci. Uwarunkowania psychiczne znajdują w ten sposób swoje odbicie w językowych realizacjach wypowiedzi. „Stereotypy cech związanych z płcią to konstelacje cech psychicznych i właściwości behawioralnych, które w danej kulturze – jako charakterystyczne – z większą częstotliwością

przypisywane są jednej płci w porównaniu z drugą” [Mandal, 2000: 15]. Każda konkretna właściwość zostaje zaklasyfikowana jako cecha konkretnej płci, jednocześnie tworząc hierarchię cech najbardziej wyrazistych i mniej istotnych. W budowaniu stereotypów płciowych brane są pod uwagę cechy wyróżniające kobiety lub mężczyzn, czyli takie, które są wyraźnie widoczne u jednej płci i mało zauważalne u drugiej. To pozwala kontrastować osobowości, wzorce zachowań oraz język każdej z płci, wtapiając jednostkę w tło społeczne.

W skład stereotypów dotyczących płci wchodzi także **stereotypy ról płciowych**, czyli „zbiór przekonań o tym, jakie rodzaje aktywności są odpowiednie dla kobiet i mężczyzn. Rola jest zbiorem społecznie i kulturowo zdefiniowanych oczekiwań, które mają spełniać jednostki w określonych sytuacjach społecznych. Jest ona określana przez społeczeństwo, przypisana każdej jednostce w obrębie danej kategorii, a przez nią przejmowana i »wyuczana«” [Mandal, 2000: 15]. Najważniejszym czynnikiem wykształcania ról płciowych jest proces socjalizacji, dzielący dzieci na świat kobiecy i świat męski. Efektem tego podziału jest m.in. zaklasyfikowanie sfery motoryzacyjnej jako wyłącznie męskiej, czego wyrazem była nie tylko warstwa hobbystyczna, znajomość techniczna branży samochodowej, wykonywanie zawodów związanych z autami, ale przede wszystkim długotrwały brak dopuszczenia kobiet do kierowania pojazdami mechanicznymi, a obecnie zdecydowana przewaga mężczyzn za kierownicą. Ten swoisty rozdźwięk między aktywnością kobiet i mężczyzn, zawodową, społeczną czy nawet dotyczącą przedmiotu zainteresowań, funkcjonował przez wiele lat nie tylko jako stereotyp, ale również obrazował stan faktyczny. Intensywne przemiany społeczne i ideologiczne (dążenie kobiet do równouprawnienia, rozwój prądów feministycznych, metroseksualność mężczyzn itd.) spowodowały zacieranie podziałów płciowych w zakresie funkcjonowania społecznego, zwiększając liczbę kobiet w świecie męskich zawodów oraz liczbę mężczyzn w przestrzeni przypisywanej kobietom. Zdecydowanym czynnikiem, a zarazem kontekstem i medium tych zmian są środki masowego przekazu. Pełnią one jednak dwojaką funkcję w budowaniu wizerunku kobiet i mężczyzn²⁴, gdyż „Mass media postrzega się (...) z jednej strony jako zdolne do kreowania i redefiniowania wzorców płciowych, z drugiej strony uznaje się, iż odzwierciedlają cechy charakterystyczne dla danego społeczeństwa” [Klimczak-Ziółek, 2005: 401-402]. Bez względu na charakter i jakość wpływu, potęga i możliwości telewizji, prasy, Internetu w tworzeniu lub utrwalaniu stereotypów płciowych są niepodważalne, a nierzadko decydujące. Artur Rejter analizuje proces przewartościowywania obrazu płci na podstawie tekstów

²⁴ O wizerunku kobiet i mężczyzn w wybranych kontekstach nowych mediów – m.in. Karwatowska, 2011; Karwatowska, 2007.

publicystycznych, zakreślając tym samym problematykę trwałości i pamięci stereotypu w innym wymiarze [Rejter, w druku].

Stereotyp określający męskość czy kobiecość to wielowymiarowe spektrum różnorodnych cech i właściwości. Wśród skomplikowanej siatki przekonań na temat danej płci można wyodrębnić „rdzenie” stereotypów związanych z płcią. Głównym składnikiem kobiecego stereotypu jest ciepło, natomiast w obrazowaniu mężczyzny największą rolę odgrywają kompetencja i racjonalność [Mandal, 2000: 17]. Jak stwierdza Adam Buczkowski: „Jednym z popularnych stereotypów dotyczących różnic w mowie kobiet i mężczyzn jest przypisywane kobietom gadulstwo. Tymczasem, według wielu badań to mężczyźni są »bardziej rozmowni«” [Buczkowski, 1999: 206-207]. Wyraźnie widać tutaj przykład fałszywej opinii, opartej na obiegowym przekonaniu. Stereotyp, że kobiety mówią więcej jest silnie zakorzeniony w większości kultur i społeczeństw, a kultura europejska (w tym polska²⁵) jest w tym przypadku powieleniem przekonania.

Należy również wspomnieć o stereotypach płciowych funkcjonujących w sieci. Jeden z rozdziałów książki Patricii Wallace został zatytułowany *Przeskok do cyberprzestrzeni: Czy piszemy na różowo, czy na niebiesko?* [Wallace, 2001: 279]. Odniesienie do kolorystyki związanej z płcią, a konkretnie z faktem narodzin dziecka i identyfikacji go za pomocą przypisania koloru (różowego dla dziewczynek, a niebieskiego dla chłopców) stanowi przykład kulturowego i społecznego „naznaczenia” jednostki, narzucającego pewien typ socjalizacji i samookreślenia. Powyższy tytuł jest dowodem na funkcjonowanie przekonań związanych z płcią w obliczu przestrzeni wirtualnej i komunikacji internetowej.

W bliskiej korelacji z tematem niniejszej pracy funkcjonuje **stereotyp kobiety za kierownicą**. Utrwalony w kulturze i społeczeństwie obraz kierowcy płci żeńskiej zawiera w sobie jednoznacznie pejoratywną waloryzację. Fakt kategoryzowania sfery motoryzacyjnej jako wyłącznej domeny mężczyzn związany jest z deprecjacją kobiet w tej dziedzinie, uznawanych za słabszych kierowców.

Wielokrotne próby przełamania powyższych przekonań niewiele zmieniają w budowaniu wizerunku kobiety kierowcy, będącej nierzadko przedmiotem żartów i zdenerwowania innych kierowców. Na przestrzeni lat możemy jednak zaobserwować coraz

²⁵ Stereotyp ten jest powszechnie utrwalony także w języku polskim – istnieje wiele powiedzeń, przysłów i związków frazeologicznych, a także dowcipów, ukazujących gadulstwo kobiet (w wielu przypadkach w kontekście negatywnym) np.: *babskie gadanie; Mężczyzna mówi – dzień mija, kobieta – rok; Praca potrzebuje męskiej ręki, słowo potrzebuje kobiecych ust; mleć językiem jak baba; Kiedy kobieta mówi najmniej? – W lutym, bo to najkrótszy miesiąc*. Fakt językowej dewaloryzacji kobiet potwierdza Adam Buczkowski: „Deprecjonowanie kobiet w języku odbywa się na wiele sposobów. Najczęściej przez negatywne określanie w różnego rodzaju powiedzeniach i przysłowia” [Buczkowski, 1999: 202].

większy udział kobiet w świecie motoryzacji, nabywanie przez nich szacunku wśród mężczyzn oraz przykłady „równouprawnienia” w zakresie kierowania pojazdem.

Egzemplifikacją prób przewycięzania negatywnych stereotypów może być książka czeskiej autorki Sylvy Groszovej pt. *Kobieta za kierownicą czyli vademecum początkującej automobilistki*, wydana w 1981 roku. Praca stanowi zbiór praktycznych porad dla posiadaczek prawa jazdy (ale również dla mężczyzn mających styczność z kobietami za kierownicą). Poradnik, oprócz zawartych wielu cennych wskazówek, cechuje lekka i przyjazna forma, ubarwiona różnymi historiami i anegdotami. Wiele fragmentów celuje w zaprzeczenie stereotypowym poglądom o kobietach za kierownicą, gdyż autorka ma świadomość, że „istnieje zabobon dwudziestego wieku mówiący, że czarny kot na drodze i kobieta za kierownicą zwiastują wypadek drogowy” [Groszova, 1981: 9]. Świadomość damsko-męskiego zróżnicowania w dziedzinie motoryzacji uwidoczniła jest również przez poruszanie przez autorkę tematyki stereotypowo związanej z kobietami, co nie zmieniło się na przestrzeni lat – portale motoryzacyjne dla kobiet także dostosowują „treść” do swoich adresatek. Zagadnienia te dotyczą m.in.: kwestii odpowiedniego ubioru do prowadzenia samochodu, wyboru koloru samochodu, różnorodnych problemów drogowych i technicznych analizowanych z kobiecej perspektywy. Ciekawy zbiór porad zawiera rozdział *Tę samą drogą co miłość*, poruszający kwestie konsumpcji przed i w trakcie jazdy, gdyż „do uzyskania pewności za kierownicą prowadzi taka sama droga jak do serca, a więc – przez żołądek” [Groszova, 1981: 39].

Powyższa pozycja ukazuje wieloletnią walkę kobiet o równouprawnienie za kierownicą, udowadniając przewyższanie mężczyzn w wielu sytuacjach drogowych i kwestiach motoryzacyjnych. Jest zarazem próbą przewycięzania stereotypów płciowych. Data ukazania się dzieła i jego niezmienna aktualność w wielu przedstawianych kwestiach poświadczają trwałość problematyki motoryzacyjnej w ujęciu kobiecym.

Kontynuację wspomnianej tematyki stanowią dzisiejsze stereotypy płciowe, powielane na portalach motoryzacyjnych i w całej przestrzeni wirtualnej. Najbardziej wyrazisty przykład stanowi w tym ujęciu wizerunek kobiety kierowcy, mający jednoznacznie pejoratywny obraz. W jego skład wchodzi wiele komponentów, dotyczących m.in.: umiejętności, wiedzy technicznej, kwestii behawioralnych na drodze i ogólnych predyspozycji do kierowania samochodem. Pozytywnymi aspektami wizerunku kobiety kierowcy pozostają jedynie ostrożna jazda i mniejsza ilość powodowanych wypadków. Nie są to jednak elementy zawsze dodatnio waloryzowane i niepodważalne. Ostrożna jazda kobiet, w przekonaniu wielu kierowców, wiąże się ze spowalnianiem ruchu drogowego i byciem przeszkodą na drodze.

Natomiast mniejsza ilość spowodowanych wypadków umotywowana jest tym, iż kobiet kierowców jest mniej i rzadziej pokonują one dalekie trasy. Opinię taką wyrażają internauci w komentarzach do artykułu *Kobieta czy mężczyzna – kto jest lepszym kierowcą?*²⁶ [www.moto.onet.pl]. W tym odniesieniu możemy mówić o ambiwalencji powyższych sądów, traktując je bardziej indywidualnie i personalnie niż jako generalizację.

Mężczyzna za kierownicą dominuje, chociaż również w tym względzie możemy doszukać się stereotypowych przekonań. Negatywny wizerunek mężczyzny za kierownicą budują: brawurowa, nieodpowiedzialna i szybka jazda, agresywność za kierownicą oraz częstsze prowadzenie pojazdu po spożyciu alkoholu. Cechy te nie zaprzeczają jednak męskiemu „królowaniu” na drodze.

Egzemplifikacje oraz próby przewyższania powyższych opinii są powszechne w obrębie portali motoryzacyjnych, dając niejako wyraz odwiecznej walki płci w tym zakresie. Zagadnienie stereotypów płciowych (szczególnie w wypadku kobiet) jest obszerne i zostanie szerzej zanalizowane oraz zaprezentowane w rozdziale praktycznym, dotyczącym stereotypów płciowych związanych z motoryzacją [III – 3.].

Stereotypy płciowe funkcjonują także na poziomie strategii nadawczo-odbiorczych zróżnicowanych ze względu na przedstawicieli konkretnej płci. Proces ten ma za zadanie ułatwić dotarcie do adresata i wzbudzić w nim przekonanie o dostosowaniu do jego potrzeb, wymagań i indywidualności. To zjawisko szeroko funkcjonuje w obrębie zagadnień związanych z motoryzacją, dzieląc niejako świat motoryzacyjny na bardziej kobiecy i bardziej męski.

Ze względu na różnorodność adresatów komunikatu, tworzone są odpowiednie strategie odbiorcze, dostosowane do konkretnych osób. Sytuacja ta dotyczy wielu poziomów funkcjonowania treści, np. artykułów, blogów, czasopism itd. Daniela Dzienniak-Pulina bada to zagadnienie w aspekcie reklamy prasowej (zawartej w czasopismach dla kobiet i mężczyzn). Autorka zauważa, że „coraz częściej w czasopismach kobiecych reklamowane są duże samochody” [Dzienniak-Pulina, 2005: 394]. Sama obecność takich reklam oraz zwiększająca się ilość artykułów poruszających tematykę motoryzacyjną w czasopismach kobiecych świadczą o przeobrażeniach społecznych i „wyzwoleniu” samochodu z wyłącznie męskiego świata. Należy podkreślić fakt, iż „kobiety zostały wreszcie zauważone jako potencjalni nabywcy, dla których wybór nowego produktu wiąże się z czymś więcej niż decyzją o kolorze karoserii” [Dzienniak-Pulina, 2005: 394]. Istotny wydaje się także wykres

²⁶ Według danych zawartych w artykule statystyki policyjne (2012 rok) mówią, że mężczyźni powodują średnio 3 na 4 wypadki [www.moto.onet.pl – dostęp: 19.09.2013].

prezentujący wyniki ankiety przeprowadzonej wśród studentów – *kto powinien reklamować dany produkt?* Okazuje się, że efekty przeprowadzonej przez autorkę analizy pokrywają się ze stereotypami płciowymi i podziałami ról społecznych – BMW to marka przypisana mężczyznom, natomiast Fiat Seicento kobietom [Dzienniak-Pulina, 2005: 395, 397]. To wyraziste rozróżnienie skłania do przekonania o strategii założonego konsumenta, a nadrzędnym kryterium definiującym staje się w tym przypadku płeć. W ten sposób możemy mówić o tzw. **płci produktu**, czyli tworzeniu danego przedmiotu (ale też informacji, programu itd.) w oparciu o płeć jego adresata. Budowanie wyrazistych podziałów płciowych w tym aspekcie ma na celu profilowanie konsumenta i ułatwienie jego wyborów, a także poczucie przekonania o produkcie dostosowanym do indywidualnych potrzeb.

Stereotypowy podział bywa także przedmiotem buntu, co jest spowodowane coraz większym wkraczaniem kobiet w męski świat motoryzacji. Na portalach internetowych przekraczanie tych granic znajduje swoje potwierdzenie – wśród użytkowników można spotkać kobiety, które lubią szybkie, duże i sportowe samochody oraz mężczyzn jeżdżących ukochanym, wysłużonym matizem. Jest to kolejny dowód na ujednolicenie tematyki motoryzacyjnej pod względem płci.

Reasumując, można stwierdzić, że kategoria stereotypów płciowych szeroko funkcjonuje w rzeczywistości społecznej, dzieląc ją na kobiecą i męską. Z jednej strony możemy obserwować utrwalanie i niezmiennosć stereotypowych przekonań na temat danej płci, z drugiej natomiast – ich przekształcanie i tworzenie. Przestrzeń internetowa również powieła i buduje różnorodne stereotypy, stając się nośnikiem i kreatorem sądów społecznych. W tę tematykę wpisuje się wizerunek kobiety za kierownicą oraz szersze tło zagadnień motoryzacyjnych, stereotypowo będących dziedziną wyłącznie męską.

1.7. Anonimowość i weryfikacja płci. Zjawisko „wirtualnej zmiany płci”

Ważną kwestią w nawiązaniu do lingwistyki genderowej jest wiarygodność informacji o płci użytkownika. W aspekcie komunikacji internetowej możliwość weryfikacji danych (w tym płci) użytkownika jest utrudniona, a w większości przypadków wręcz niemożliwa. Decyduje o tym jedna z podstawowych cech komunikacji zapośredniczonej – **anonimowość**, będąca sposobem egzystencji użytkowników Internetu. Właściwość ta sprzyja „swobodnemu sięganiu po strategie z różnych poziomów” [Taras, 2004: 46], znoszące bariery i ograniczenia. Jak stwierdza Paweł Mazurek, zjawisko anonimowości jest skomponowane z dwóch podstawowych wartości – „nieznajomości” (ról społecznych, biografii, wyglądu itd.) oraz

„nieidentyfikowalności” (czyli subiektywnego poczucia możliwości przerwania kontaktu i braku powrotu do niego w przyszłości) [Mazurek, 2006a: 84]. W kontekście portali motoryzacyjnych zjawisko to również występuje, ale zdarzają się przypadki, w których możemy ustalić płeć, a nawet dane użytkownika. Wpływ na ten fakt ma funkcjonowanie miłośników motoryzacji w rzeczywistości pozainternetowej. Część osób odwiedzająca portale zna się lub poznaje na żywo¹, ze względu na organizowane zloty i inne wydarzenia związane z motoryzacją. Również twórcy portali, autorzy felietonów, wywiadów i artykułów znani są z imienia i nazwiska, oferując jednocześnie możliwość kontaktu. W takich sytuacjach można mówić o **weryfikacji płci użytkownika**, jego dewirtualizacji. Jednakże w obliczu rosnącej ilości użytkowników portali, ich chęci zachowania anonimowości, multiplikacji tożsamości i „życia” w sieci możliwość sprawdzenia płci użytkownika można uznawać za zjawisko sporadyczne. Magdalena Kamińska wspomina o procedurze identyfikacji użytkowników, zwanej żargonowo MORF (*Male or female?*), mającej ułatwić ustalenie płci biologicznej użytkowników Internetu w prosty i umowny sposób²⁷ [Kamińska, 2005: 239]. Ta deszyfracja polega na zadawaniu pytania o płeć w takiej właśnie skróconej postaci (*MORF?*). Znajomość slangu internetowego pozwala użytkownikom zdekodować ten akronim i udzielić odpowiedzi (*M, F*).

Anonimowość użytkowników Internetu stwarza możliwość fałszywego kreowania siebie jako przedstawiciela płci przeciwnej. „Jednym z ciekawszych manipulacyjnych zjawisk psychologicznych i społecznych w sieci komputerowej jest (...) »wirtualna zmiana płci« (*gender-switching*). Płeć jest we wszystkich kulturach cechą, która w największym stopniu wpływa na percepcję drugiej osoby. Komunikacja za pośrednictwem sieci komputerowych umożliwia nie tylko nieujawnianie informacji na temat swojej płci, ale także jej »wirtualną zmianę« poprzez przyjęcie pseudonimu lub podanie nazwiska charakterystycznego dla płci przeciwnej oraz, w językach fleksyjnych, stosowanie odpowiednich form gramatycznych” [Lipińska, 2008: 216]. Istnienie powyższego procesu w sieci jest niezaprzeczalne, związane z różnymi powodami i motywacjami. Z drugiej strony jednak pojawiają się opinie o sporadyczności tego zjawiska. Płeć jest „(...) jedną z tych cech, które zazwyczaj są widoczne w sieci, może oddziaływać na naszą percepcję silniej niż w prawdziwym życiu. Bo choć ludzie mogą tam ukryć swoją płeć, zazwyczaj tego nie robią” [Wallace, 2001: 284].

²⁷ Magdalena Kamińska stwierdza, iż „Zjawisko *gender-switching* w Internecie wydaje się mieć swoje korzenie w pragnieniu zmaksymalizowania przyjemności i zminimalizowania przykrości doznawanych z racji konieczności ogrywania ról płciowych w VR, traktowanej w tym wypadku jako przedłużenie RL” [Kamińska, 2005: 263-264]. VR – virtual reality, RL – real life.

Wydaje się jednak, iż płeć jest przez użytkowników ujawniana, ale z całą pewnością zdarzają się przypadki jej niezgodności ze stanem rzeczywistym.

Piotr Siuda podkreśla, że zjawisko *gender-switching* w większości opracowań przedstawiane jest w wartościującym negatywnie i krytykowanym świetle [Siuda, 2010: 128]. Jest to związane z celowością takich działań i potencjalnymi zaburzeniami tożsamości. Zdaniem badacza najczęstszy obszar tego procesu w sieci to środowiska gry i zabawy, chociaż występuje także w innych formach komunikacji internetowej. Zjawisko to zachodzi najczęściej w związku z presją stereotypów kulturowych związanych z płcią [Siuda, 2010: 130]. Jego realizacja może zachodzić w różnym stopniu i w odmiennych sposobach komunikacji. Najczęściej chodzi o relacje damsko-męskie i ujawnianie własnej natury, chociaż powodem takiego procesu może być tylko ciekawość.

W sytuacji braku możliwości sprawdzenia płci pozostaje jedynie wysnuć hipotetyczne wnioski, iż w myśl powszechnie panujących stereotypów chęć „wirtualnej zmiany płci” i budowania internetowego wizerunku może objawiać się (w kontekście tematyki motoryzacyjnej) na dwa odmiennie sposoby. Z jednej strony kobiety mogą „ukrywać” swoją płeć i podawać się za mężczyzn, by uniknąć podejrzeń o niekompetencję i brak fachowości kobiet w dziedzinie motoryzacji. Męski profil użytkownika pozwala im w ten sposób na swobodne wyrażanie sądów, opinii oraz przekazywanie wiedzy, udzielanie porad itd. Z drugiej strony możliwe jest także „przemilczenie” płci męskiej na portalach dla kobiet, przede wszystkim w celu unifikacji i solidarności z grupą, chęci niewyróżniania się i dostosowania do profilu odbiorcy. Wymienionych „przesunięć” tożsamości nie sposób zweryfikować w sposób jednoznaczny, można jedynie przypuszczać o potencjalnych kierunkach i motywacjach zmiany płci w obrębie portali motoryzacyjnych.

Cyberpłeć można uznawać jako wyznacznik woli użytkownika i jego indywidualnej motywacji kreowania wizerunku w Internecie. Należy także zwrócić uwagę na fakt, że bardzo często gramatyczne wykładniki (np. końcówki rodzajowe czasowników) zdradzają płeć realną. Nie ulega wątpliwości, że decydujące znaczenie we współczesnych badaniach ma płeć kulturowa. Przyjęta tożsamość płciowa w Internecie (nawet niezgodna z rzeczywistością) jest wyrazem kulturowo-społecznego oddziaływania jednostki na płeć biologiczną.

1.8. Podsumowanie

Płeć jako nadrzędna kategoria opisu jednostki jest pojęciem złożonym i niejednorodnym. Kluczowym podziałem w tym zakresie jest rozróżnienie na płeć biologiczną i płeć społeczno-

kulturową, co warunkuje różnorodne możliwości funkcjonowania jednostki w życiu społecznym. Podstawowym pryzmatem moich rozważań jest język płci, czyli zbiór cech charakterystycznych dla przedstawicieli danej płci. Cechy języka kobiet i języka mężczyzn stanowią zbiór wielorakich właściwości, obejmujących swym zakresem warstwę leksykalną, gramatyczną, wokalną i inne. Istotny jest fakt określania języka kobiet jako nacechowanego, przy jednoczesnej neutralności i ogólności języka mężczyzn. Uwzględnić należy także poziom biologii (kategoria tzw. płci mózgu) jako wykładnik różnic językowych.

Androcentryzm językowy (a nawet seksizm) oraz zdecydowana waloryzacja płci męskiej (przy równoczesnej dyskryminacji płci żeńskiej) widoczne są w wielu różnych sferach językowych i kulturowych. Ta problematyka dotyczy głównie asymetrii rodzajowo-płciowych: systemu adresatywnego, użycia rodzaju gramatycznego, zagadnień tytułowości, językowej niewidzialności kobiet, a także przysłów i frazeologizmów związanych z wizerunkiem kobiet i mężczyzn. Nie można pominąć kategorii stereotypu, utrwalającej i powielającej wzorce społeczne i modele osobowościowe. Decyduje ona w dużej mierze o pejoratywnym wizerunku kobiety (zarówno z perspektywy językowej, jak i kulturowej).

Kwestia badań nad płcią i jej społeczną egzystencją obejmuje również zagadnienie tożsamości, uwzględniające różne poziomy (tożsamość płciowa, tożsamość genderowa oraz tożsamość w Internecie). Szczególny wpływ na sposób autokreacji i samoidentyfikacji jednostki ma specyfika komunikacji internetowej, a co za tym idzie, wyzwalenie cyberpłci, czyli płci funkcjonującej wyłącznie w przestrzeni wirtualnej. Dodatkowym aspektem jest anonimowość jako cecha właściwa dla komunikacji zapośredniczonej komputerowo i związana z nią możliwość tzw. wirtualnej zmiany płci.

Reasumując, można stwierdzić, że zagadnienie lingwistyki płci niepodważalnie stanowi wielopłaszczyznowy zbiór zróżnicowanych tematycznie wątków, oscylujących wokół złożonej dziedziny gender studies. Język kobiet i mężczyzn oraz obecność (lub nieobecność) płci w języku świadczą nie tylko o wymiarze lingwistycznym, ale w dużym stopniu także o sferze społeczno-kulturowej i językowym obrazie świata.

Tematyka motoryzacyjna w aspekcie przytoczonych zagadnień jawi się jako inspirujące źródło badania językowych właściwości kobiet i mężczyzn, potwierdzając ich istnienie na gruncie prezentowanej problematyki. Jednocześnie, dychotomiczny podział na męskość i żeńskość w kontekście tematyki motoryzacyjnej może zostać zatarty, ze względu na przekraczanie stereotypów i cech językowych charakterystycznych dla danej płci, co zostanie przedstawione w rozdziale empirycznym [por. rozdział III].

2. Aspekty socjolingwistyczne – wybrane zagadnienia

2.1. Socjolingwistyka – stan badań

Termin **socjolingwistyka** wyjaśniany jest jako „nauka rozwijająca się na styku językoznawstwa, socjologii, psychologii społecznej i etnografii” [Shumarova, 2004: 10]. W literaturze przedmiotu posiada kilka zbliżonych pojęć (*socjologia języka*, *socjologia mowy*), odnoszących się mniej więcej do podobnych treści [Lubaś, 2013a²⁸: 19]. Ze względu na synonimiczne traktowanie tych terminów w pracach językoznawczych, uznaję pojęcie *socjolingwistyka* jako uniwersalne, a zarazem wymienne z powyższymi alternatywnymi wyrażeniami.

Socjolingwistyka jako metoda badawcza jest ukonstytuowanym sposobem analizy przede wszystkim leksyki, ale też innych poziomów językowych konkretnej odmiany języka. Stanisław Kania tak pojmuje przedmiot jej badań: „funkcjonowanie języków i charakterystyczne dla nich sposoby i sytuacje ich użycia; badanie użycia języka w jego społecznym i kulturowym kontekście” [Kania, 1995: 21]. Społeczny kontekst funkcjonowania języka wpływa na jego jakość, decydując w pewnym stopniu o przypisanych właściwościach i nacechowaniu. Jak stwierdza Władysław Lubaś: „Socjolingwistyka jest metodą opisu języka, która poszerza tradycyjne, wycinkowe i ograniczone zakresy badawcze językoznawstwa (ograniczone zwykle do samych tekstów, to jest do znaków językowych) o pełne konteksty konkretnych realizacji mowy w sytuacjach komunikatywnych. W ten sposób wiąże się badanie języka z jego realnym wytwórcą i odbiorcą i z jego uwikłaniem społecznym” [Lubaś, 2013a: 24-25]. Istotność tła komunikacji jest decydującym aspektem badań socjolingwistycznych. Badacz wyróżnia trzy podstawowe płaszczyzny kontaktu językowego [Lubaś, 1979: 140-141]:

1. *plaszczyzna ogólnonarodowa*, zakładająca możliwie szerokie grono odbiorców;
2. *plaszczyzna lokalna*, podlegająca ograniczeniu środowiskowo-zawodowemu;
3. *plaszczyzna indywidualna*, wskazująca na bezpośredni kontakt między nadawcą i odbiorcą.

Kluczowym problemem socjolingwistyki jest **definicja socjolektów**. Dla przykładu przytoczmy tę autorstwa Stanisława Grabiasa, który za socjolekty uznaje: odmiany języka

²⁸ Wnioski pochodzą z publikacji autora pt. *Studia socjolingwistyczne* [2013]. Jednakże, ze względu na wcześniejsze istnienie niektórych rozdziałów jako odrębnych publikacji, zamieszczonych w wymienionym tomie zbiorczym (częściowo zmienionych pod względem stylistycznym), przywołuję je jako wyróżnione tytuły [np. 2013a]. W pozostałych przypadkach odwołuję się do wskazanej publikacji jako całości.

powstałe we wspólnotach ludzkich wyznaczonych pewnym rodzajem więzi społecznej [Grabias, 2001: 111]. Badacz podkreśla, że „o typie więzi społecznej decyduje zestaw wartościujących sądów podzielanych w jakiejś sprawie przez członków wspólnoty, wyznaczających im sposoby występowania i decydujących o ich świadomości” [Grabias, 2001: 112]. Stopień zwartości grupy w znacznym stopniu wpływa na kształtowanie się socjolektu. Termin ten Stanisław Grabias stosuje za Aleksandrem Wilkońem, który wprowadził go na grunt polskiego językoznawstwa [Grabias, 2001: 111]; wskazał on możliwość dwoistego rozumienia terminu *socjolekt*: uwzględniając zakres szeroki lub wąski. Na gruncie polskiej socjolingwistyki dominuje sens wąski, tzn. „ekspresywne lub//i zawodowe odmianki społeczne, czyli tzw. gwary środowiskowe i zawodowe, takie jak gwara złodziejska, gwara uczniowska czy gwara żołnierska” [Wilkoń, 2000: 87]. Wilkoń opowiada się jednak za sensem szerokim, wedle którego „socjolekty – to odmiany językowe związane z grupami społecznymi, takimi jak klasa, warstwa, środowisko i grupy zawodowe” [Wilkoń, 2000: 87]. Element zawodowości przewija się w definicjach socjolektu, przez co rozróżnienie na język środowiskowy i zawodowy bywa nieostre. W praktyce często jedynym odmiennym od socjolektu wyznacznikiem **profesjolektu** (języka grupy zawodowej) jest nadrzędność zawodowej relacji jego użytkowników. Takie założenie wyraża Ewa Kołodziejek, dla której profesjolekt spełnia wszystkie cechy socjolektu, a jego elementem dodatkowym jest więź zawodowa [Kołodziejek, 2010: 106]. Taka tendencja zbliża obydwie odmiany języka, wskazując jednocześnie elementy wspólne i wielokrotne przenikanie się lekсыki. Problematyczną kwestią bywa czasami samo zdefiniowanie słownictwa danej grupy – np. w przypadkach, gdy kategoria zawodowości nie jest wyraźnie wyeksplikowana. Terminologia oficjalna może przenikać się z lekсыką socjolektalną np. w obrębie portali motoryzacyjnych, gdzie status użytkownika nie jest w wielu przypadkach znany (hobbystyczność/zawodowość). Wątpliwości takie wyraża również Grzegorz Dąbkowski w artykule pt. *Język muzyków – profesjolekt czy socjolekt?* [Dąbkowski, 2010: 354]. Jak wspomniano, opozycją do socjolektu jest profesjolekt, charakteryzujący „odmiany języka o względnie czystej funkcji zawodowej” [Wilkoń, 2000: 99]. Opracowaniu analizy słownictwa została poddana np.: grupa marynarzy [Kołodziejek, 1994], terminologia górnicza [Gajda, 1976], gwara żołnierska [Kania, 1978] i inne. Wymienione grupy zawodowe są tylko wybranymi przykładami na tle różnych charakterystyk. Przeglądu publikacji dotyczących lekсыki profesjolektalnej dokonują Małgorzata Karwatowska i Beata Jarosz – autorki prezentują różnorodność opisanych odmian języka [Karwatowska, Jarosz, 2013b]. Prace z zakresu socjolektu prezentowanej grupy, bez

konotacji zawodowych, to np. język subkultur młodzieżowych (np. punków, studentów, kibiców piłkarskich) [Kołodziejek, 2005] czy socjolekt parolotniarzy [Pędzich, 2012].

Wskazanie dwóch podstawowych opozycyjnych pojęć socjolingwistyki należy wzbogacić prezentacją szczegółowych cech socjolektu. Wspomniana więc społeczna to decydująca właściwość leksyki socjolektalnej, ale nie jedyna. Wszystkie warunki istnienia socjolektu w ten sposób precyzuje Aleksander Wilkoń: „1) istnienie środowiska społecznego, którego członkowie powiązani są silnymi więziami wewnątrzgrupowymi; idzie tu nie tylko o więzi zawodowe, ale kulturowe, towarzyskie itp.; 2) względna stabilność grupy; 3) silne poczucie odmienności w stosunku do innych grup; 4) ciągłość tradycji; 5) część kontaktów członków grupy nie ograniczona tylko do kontaktów zawodowych” [Wilkoń, 2000: 92]. Poczucie wspólnoty i proces asymilacji użytkowników danej odmiany języka to główne czynniki decydujące o funkcjonowaniu socjolektu.

Uwzględniając rozróżnienia Grabiasa, słownictwo socjolektalne²⁹ można podzielić na trzy podstawowe grupy: słownictwo profesjolektalne, żargonowe oraz slangowe [Grabias, 2001: 127]. Według kryteriów i zawartości tego konkretnego podziału język miłośników motoryzacji można wpisać w obręb leksyki slangowej. Potwierdza to również potoczne i powszechne określenie języka tej grupy jako *slangu motoryzacyjnego* lub *slangu ludzi drogi*³⁰.

Odmianą koncepcję dotyczącą zagadnienia społecznych odmian języka prezentuje Halina Satkiewicz³¹. Badaczka wprowadza nowe kryterium klasyfikacyjne – „stosunek grupy do szeroko pojętej normy (językowej i pozajęzykowej)” [Piekot, 2008: 29]. Z uwagi na to kryterium wyróżnia następujące rodzaje grup społecznych [Piekot, 2008: 28]:

1. Grupy **kontestujące**, funkcjonujące w świadomej opozycji do norm społecznych i kategorii oficjalnych. Przykładem w tym zakresie mogą być grupy przestępcze, grupy skinów, punków. Badaczka określa je mianem *subkultury*.
2. Grupy **tradycyjne**, akceptujące normę kolokwialną, wzbogacające słownictwo profesjonalne (w wypadku grup zawodowych) lub ekspresywne (w grupach towarzyskich). W tym ujęciu można je zastąpić mianem *socjolekty*.

²⁹ Funkcjonujące jako słownictwo o wąskim zasięgu, nie ogólnospołecznym (w opozycji do słownictwa intersocjolektalnego – o szerokim zasięgu).

³⁰ Stosowanego w tym przypadku najczęściej w odniesieniu do użytkowników CB-radia lub kierowców tirów, czyli ludzi będących przez długi czas w trasie.

³¹ Koncepcja rozwinięta w artykule: *Norma polszczyzny ogólnej a język subkultur* [Satkiewicz, 1994].

3. Grupy **provincjonalne**, powstające w małych miastach. Ich wyróżnikiem jest nieznajomość normy wzorcowej i podobieństwo do gwar ludowych (w zakresie leksyki i gramatyki). Ich inna nazwa to *grupy małomiasteczkowe*.

Nie można pominąć wpływu specyfiki i charakterystyki grupy społecznej na tworzony język. Jak stwierdza Ewa Kołodziejek: „Socjolekty odnoszą się do innych obszarów rzeczywistości niż język ogólny i język potoczny (choć bliżej im do tego drugiego), inna jest w nich postawa użytkowników wobec świata, inny sposób wartościowania rzeczywistości, inny zatem zasób pól leksykalnych i kategorii znaczeniowych” [Kołodziejek, 2005: 36]. Sfera zaangażowania emocjonalnego i poczucia więzi, a także zainteresowanie dziedziną, której dotyczy socjolekt, w dużym stopniu decydują o rozbudowie i właściwościach warstwy leksykalnej. Dwustronną zależność między społeczeństwem i językiem podkreśla Stanisław Grabias – „wprawdzie to grupa społeczna tworzy język (socjolekt), ale również i język (socjolekt) tworzy grupę społeczną” [Grabias, 2001: 135]. Powyższe właściwości można scharakteryzować jako elementy grupotwórcze.

2.2. Niejednorodność terminologiczna

Badacze wielokrotnie wskazują nieprecyzyjność znaczeniową pojęć odnoszących się do słownictwa danej grupy społecznej. Wielość terminów charakteryzujących język konkretnej grupy wyzwała ich wzajemne przenikanie i brak jednoznacznego klasyfikowania. Stanisław Grabias podkreśla, że „Panujący powszechnie mętlik terminologiczny wynika z braku stabilnej klasyfikacji socjolektów, a tej dopóty nie będzie można ustalić, dopóki nie dokona się zhierarchizowanego opisu cech różnych socjolektów” [Grabias, 2001: 141]. Badacz wskazuje jednocześnie na drugorzędność tego problemu. Mimo upływu lat i rozwoju badań językoznawczych, nowsze ujęcia teoretyczne powielają opisany problem. Fakt ten potwierdza Tomasz Piekot: „Współczesna polska socjolingwistyka nie wypracowała, jak dotąd ujednoliconego systemu precyzyjnych pojęć i terminów” [Piekot, 2008: 29].

Wśród terminów najogólniejszych, które różnicują warstwy współczesnej polszczyzny, możemy wskazać: *odmianę*, *wariant* i *styl*, doprecyzowane najczęściej przydawkami – np. *społeczne/socjalne odmiany języka* [Piekot, 2008: 29]. Problemem w takich sposobie nazewniczym może być łączne traktowanie *socjolektów*, *gwar ludowych* i *dialektów miejskich* [Piekot, 2008: 30]. Rozwiązaniem jest wyłączenie cechy wspólnoty terytorialnej i skupienie wyłącznie na więzi społecznej.

Alternatywnym określeniem, powielanym w wielu badaniach języka wybranych grup, jest *gwara*. Stanisław Grabias wymienia *gwarę* jako jeden z głównych terminów stosowanych na oznaczenie socjolektów, definiując ją jako jednostkę mniejszą, wchodzącą w skład większej. Drugim z określeń jest *język*, którego dominującą cechą w tym ujęciu jest komunikatywność [Grabias, 2001: 138-139]. Aleksander Wilkoń zaleca jednak „pewną ostrożność w stosowaniu terminu »gwara«, np. gwara teatralna, gwara studencka, gwara wędkarska, i mnożeniu bez końca owych rzekomych gwar w polszczyźnie współczesnej. Gwary kształtują się przede wszystkim w zamkniętych przestrzeni i społecznie grupach społecznych” [Wilkoń, 2000: 100]. W takich przypadkach badacz wskazuje jedynie na posługiwanie się konkretnymi elementami socjolektalnymi i profesjolektalnymi [Wilkoń, 2000: 101]. Również Tomasz Piekot neguje powyższe pojęcie, wskazując na użycie metod i pojęć dialektologii, przeniesionych w inną dziedzinę badań [Piekot, 2008: 30].

Ogólnym terminem dotyczącym socjolektu jest także *słownictwo*, występujące z precyzującymi określeniami, np. zawodowe, środowiskowe [Grabias, 2001: 140]. Należy jednak podkreślić szeroki zakres i uniwersalność tego określenia. „Tendencję do specjalizacji znaczeniowej przejawia natomiast wywołujący najwięcej dyskusji termin »żargon«. W podstawowym znaczeniu eksponuje on cechę tajności³² i kastowości [...], obecnie dotyczy językowych osobliwości środowiska złodziejskiego i ochweśnickiego” [Grabias, 2001: 140]. Mniej popularny według Stanisława Grabias jest termin *slang*, oznaczający przede wszystkim język środowisk młodzieżowych, oparty na spontaniczności i ekspresywności [Grabias, 2001: 141].

Tadeusz Zgółka wskazuje natomiast następujące odmiany językowe: *język fachowy*, *żargon* oraz *gwarę środowiskową*, różniące się zdefiniowanymi parametrami [Zgółka, 2010: 38]. W myśl klasyfikacji Haliny Satkiewicz (s. 53) należy jeszcze wspomnieć o *języku subkultury*, czyli zamkniętej i odizolowanej od społeczeństwa grupy. Intencją jej członków jest stworzenie własnej mowy i dążenie do systemowości [Piekot, 2008: 30].

Wiele określeń funkcjonuje na stałe w języku, stanowiąc niejako utrwalone połączenia, choć w niektórych przypadkach wymienne: *gwara przestępcza/żargon przestępczy*, *gwara uczniowska*, *slang młodzieżowy* itp. Naturalną alternatywą niejednorodności pojęciowej jest zastąpienie powyższych leksemów terminami bardziej uniwersalnymi: *język*, *słownictwo*, *leksyka*. Zasadne jest jednak użycie terminu *socjolekt* w szerokiej definicji Stanisława Grabiasa.

³² Tę cechę ujawnia również termin *szwargot* oraz francuski *argot* [Grabias, 2001: 141].

2.3. Typologia socjolektów

Badania na społecznych odmianach języka stanowią perspektywę badawczą wielu prac naukowych. Przedmiotem ich opisu są socjolekty lub profesjolekty różnych grup społecznych. Sam formalny podział socjolektów, skupiony na konkretnych właściwościach i parametrach opisu, stanowi o możliwości ich wieloaspektowych analiz.

Stanisław Grabias podkreśla, że „o istocie socjolektów decyduje najpierw stopień nasilenia i sposób uobecniania się dwu cech: **zawodowości** i **ekspresywności** (podkr. W.W.)” [Grabias, 2001: 147]. Zawodowość w tym ujęciu nie dotyczy wyłącznie leksyki profesjolektalnej, lecz jest właściwością ogólnego socjolektu, która jest związana z zawodowymi realiami grupy. Rzeczywistość prezentowana za pomocą leksyki charakteryzuje się w dużym stopniu skrótowością wypowiedzi, uwarunkowaną przede wszystkim względami pragmatycznymi. Odmienną tendencją jest peryfrastyczność wypowiedzi, której wykładnikiem jest metaforyzacja otaczającej rzeczywistości [Grabias, 2001: 147-148]. Ostatnia z wymienionych cech dominuje także w środowiskach tajnych, chcących ukryć prawdziwą informację zawartą w komunikacie. Zdaniem Grabiasa zawodowość dominuje w legalnych grupach zawodowych (np. język łowiecki, marynarski, żołnierski). Największe nasycenie ekspresywnością można zaobserwować w socjolektach legalnych grup młodzieżowych (np. studencki, uczniowski) [Grabias, 2001: 154].

Należy również zaznaczyć trzecią ważną cechę socjolektu – **tajność**, czyli sposób kodowania informacji umożliwiający dostęp do niej jedynie wybranym. Stanisław Grabias uznaje ją za cechę wszystkich socjolektów [Grabias, 2001: 155]. Takie przypisanie właściwości nie ma jednak jednorodnego i generalizującego charakteru. „Dla prawdziwości obrazu konieczne jest oddzielenie intencjonalnie tajnych odmian języka od tych, które w swej genezie celowej tajności nie zakładają” [Grabias, 2001: 155]. Wskazane **kryterium tajności** staje się czynnikiem wydzielenia następujących typów socjolektów [Grabias, 2001: 158]:

1. Socjolekty **intencjonalnie tajne** – wynikające z zawodowej aktywności członków grupy (np. żargon przestępczy) lub dotyczące tajności zabawowej (np. tajny język dzieci).
2. Socjolekty **intencjonalnie jawne** – odwzorowujące szeroką komunikatywność (np. slang młodzieżowy) lub wąską komunikatywność (np. język łowiecki).

Z uwagi na wymienione trzy podstawowe cechy, można wyróżnić następujący podział **funkcjonalności socjolektów** [Grabias, 2001: 159]:

1. Socjolekty z dominującą funkcją **profesjonalno-komunikatywną**:

- a) języki zawodowe, czyli profesjolekty, w których główną intencją jest zwięzłe przekazywanie informacji;
- b) żargony, czyli odmiany tajne, nastawione na kodowanie informacji i jej dostępność jedynie dla wybranych.

2. Socjolekty z prymarną funkcją **ekspresywną**:

- a) slang – odmiana intencjonalnie jawna, z dominującą cechą ekspresywności;
- b) odmiany o charakterze kryptozabawowym.

Stopień zrozumiałości języka jest wykładnikiem zasięgu i liczebności grupy społecznej posługującej się danym socjolektem. Tomasz Piekot wskazuje na **komunikacyjny zasięg socjolektu** [Piekot, 2008: 36] jako alternatywę dla coraz mniej obecnej cechy tajności. Badacz wyróżnia w ten sposób następującą klasyfikację socjolektów [Piekot, 2011: 37]:

1. Socjolekty posiadające **szeroki zasięg komunikacyjny** (zrozumiałe).
2. Socjolekty posiadające **wąski zasięg komunikacyjny** (niezrozumiałe):
 - a) profesjolekty – ich niezrozumiałość jest związana z profesjonalizacją leksyki,
 - b) żargony – powodem ich niezrozumiałości są intencjonalne zabiegi utajniające.

Wskazane próby typologii socjolektów zarysowują istotność najważniejszych kategorii wchodzących w ich skład. Podstawą wyróżnienia są trzy prymarne cechy socjolektu – zawodowość, ekspresywność i tajność. Ich wzajemne proporcje w konkretnej odmianie leksyki decydują o przynależności danego socjolektu do scharakteryzowanego typu. Należy jednak podkreślić trudność jednolitego zdefiniowania języków niektórych grup społecznych ze względu na przenikanie się kilku odrębnych właściwości.

2.4. Leksyka motoryzacyjna – próba klasyfikacji

Rozwój motoryzacji, uwarunkowany szybkim rozwojem cywilizacyjnym i technologicznym, w sposób niepodważalny warunkuje rozbudowywanie obszaru leksyki motoryzacyjnej, skupionej wokół tematyki związanej z samochodami, ujmowanej wieloaspektowo. W skład tego słownictwa wchodzi m.in.: język techniczny, specjalistyczny, branżowy i profesjonalny (posiadający różnorodne odmiany), a także język miłośników motoryzacji, skupionych wokół hobbystycznego zainteresowania tematyką motoryzacyjną.

Zagadnienie opisywanego języka badała Anna Starzec, czyniąc przedmiotem swej analizy leksykę motoryzacyjną do 1945 roku [Starzec, 1984]. Temat ten podjęła również Urszula Żydek-Bednarczuk, prezentując terminologię znormalizowaną i leksykę profesjonalną w obrębie języka motoryzacji (słownictwo pochodzące z lat osiemdziesiątych) [Żydek-

Bednarczuk, 1987]. Obydwie prace wpisują się w zakres badań profesjolektu. Pozostałe prace dotyczące języka motoryzacyjnego to charakterystyka języka kierowców autokarów [Bartłomiejczyk, 2012a] lub języka CB-radia (kierowców tirów) [Nowik, 2007; Jaros, 2011].

Określenie użytkowników, w dużej mierze hobbystycznie odwiedzających portale motoryzacyjne, jako grupy społecznej nie stawia znaku równości między nimi a np. grupą marynarzy, robotników, subkulturą młodzieżową itd. Sklasyfikowanie ich jako wyodrębniona społeczność nie zawsze jest uzasadnione formalnie, jednakże biorąc pod uwagę jednostkowe cechy warunkujące istnienie takiej zbiorowości, posługującej się specyficznym słownictwem, skłania do przekonania o możliwości użycia takiego określenia. Przemawia za tym także pojawiający się termin *slang motoryzacyjny* lub – alternatywny do *socjolektu* – *profesjolekt* np. kierowców zawodowych (szczególnie prowadzących tiry, funkcjonujący przede wszystkim jako język CB-radia). Kwestia formalnego scharakteryzowania istoty omawianego materiału nie jest problemem odosobnionym i jednostkowym. Wielość sposobów klasyfikacji i niejednolita terminologia sprawiają, że wybór terminu (*slang*, *gwara*, *żargon*, *język*, *socjolekt*) często jest kwestią intuicyjną i rezultatem przyjęcia pewnych założeń metodologicznych przez autora. Fakt ten potęguje podkreślanie przez wielu badaczy „chaosu terminologicznego” w tym obszarze.

Niejednorodność użytkowników portali motoryzacyjnych wzmacnia trudności nazewnicze związane z określeniem ich języka. Wydaje się, że podstawowa opozycja socjolekt – profesjolekt, może w wielu przypadkach ulegać zatarciu. Wśród udzielających się na analizowanych stronach tematycznych mogą być osoby hobbystycznie związane z motoryzacją i osoby zawodowo związane z motoryzacją, przez co nie można uniknąć pojawiających się profesjolektów, czyli elementów języka grupy społecznej skorelowanej zawodowo z ww. tematyką. Kategoryczne oddzielenie socjolektów od odmiany zawodowej w kontekście wielości treści i różnorodności użytkowników na portalach motoryzacyjnych jest niemożliwe, gdyż wiele osób nie definiuje roli motoryzacji w codziennym życiu (sfera zawodowa lub hobbystyczna), przez co ich status jest anonimowy. Istotną kwestią jest także obecność osób niezwiązanych w żaden sposób z motoryzacją, korzystających z portali w celu uzyskania odpowiedzi na pytanie związane z problemem technicznym pojazdu lub porady w wyborze samochodu. Ich wypowiedzi nie są jednakże nasycone w dużym stopniu specyficznym słownictwem motoryzacyjnym, a dowodem niezaangażowania w dziedzinę mogą być prośby o wyjaśnienie i doprecyzowanie niektórych nieznanych wyrażen.

W obrębie kategorii leksyki socjolektalnej wyróżniona została: **zawodowość**, **ekspresywność** i **tajność**. Z punktu widzenia niniejszych rozważań i specyfiki omawianej

grupy społecznej, za najważniejszą właściwość można uznać ekspresywność. Wyrażana jest ona przede wszystkim w ekspresywności formantów oraz użyciu neologizmów jako środka ekspresji [Grabias, 1981]. Artur Rejter analizuje zagadnienie leksyki ekspresywnej na materiale historycznojęzykowym, dowodząc dynamizmu słownictwa na różnych poziomach języka [Rejter, 2006]. Wspólnota użytkowników portali motoryzacyjnych cechuje się jawnością, a używana leksyka jest wyrazem asymilacji grupy i zainteresowania tematyką motoryzacyjną. Natomiast mając na uwadze zasięg komunikacyjny, zasadne jest umieszczenie leksyki motoryzacyjnej w obydwu wymienionych grupach – wąskiego i szerokiego zasięgu. Za takim rozwiązaniem przemawia fakt, że część leksyki powszechnie funkcjonuje w języku ogólnym, słownictwo motoryzacyjne może stawać się nawet inspiracją, z której czerpią inne odmiany języka. Należy jednak mieć na uwadze również takie słownictwo, które jest specyficzne wyłącznie dla osób hobbystycznie lub zawodowo związanych z motoryzacją. W takim przypadku słownictwo bywa niezrozumiałe dla osób spoza ścisłego kręgu. Na portalach motoryzacyjnych dowodem na to mogą być prośby mniej zaawansowanych motoryzacyjnie użytkowników o wyjaśnienie danego określenia czy zwrotu. Ze względu na różnorodność charakteru i celu tworzonego słownictwa, możemy zaobserwować realizację obu wymienionych funkcji (profesjonalno-komunikatywnej i ekspresywnej) w obrębie portali motoryzacyjnych.

Język motoryzacji jest pojęciem niejednorodnym znaczeniowo, występującym na różnych płaszczyznach komunikacji, warunkującym specyfikę porozumiewania się użytkowników. W jego skład wchodzi „wiele różnych subjęzyków, które często się na siebie częściowo nakładają i w wielu przypadkach dzielą tę samą lub podobną leksykę” [Bartłomiejczyk, 2012a: 191]. Magdalena Bartłomiejczyk wyróżnia kilka podstawowych grup językowych (zróżnicowanych wewnątrznie) opisywanego zagadnienia: język techniczny, język prasy motoryzacyjnej, język telewizyjnych programów motoryzacyjnych, język przepisów drogowych, język materiałów dydaktycznych, język reklam związanych z samochodami, profesjolekty grup zajmujących się motoryzacją, **socjolekty grup hobbystycznie zajmujących się motoryzacją** (podkr. W.W.), język CB-radia [Bartłomiejczyk, 2012a: 192]. Tematyka niniejszej pracy wpisuje się w nurt socjolektu hobbystycznych grup motoryzacyjnych, aczkolwiek należy pokreślić, iż ze względu na szeroki wachlarz odbiorców i różnorodność funkcjonowania portali motoryzacyjnych, możliwe jest mieszanie się poszczególnych odmian języka motoryzacyjnego, co buduje obraz heterogenicznej grupy użytkowników portali.

2.5. Podsumowanie

Ujęcie socjolingwistyczne decyduje o konotowanych właściwościach leksyki. Na gruncie polskiej socjolingwistyki dominującymi ustaleniami charakteryzują się prace Stanisława Grabiasa i Władysława Lubasia. Termin socjolekt, skupiony na więzi łączącej członków danej społeczności/grupy, zostaje przeciwstawiony profesjolektowi, opisującemu zawodowe odmiany języka. Powszechną właściwością jest jednak współzystowanie wymienionych zbiorów leksyki w języku różnych grup społecznych. Niejednorodność terminologiczna wskazuje na częściowo wymienne funkcjonowanie wielu pojęć (np. gwara, żargon, slang).

Leksyka motoryzacyjna nastawiona jest na ekspresywność i komunikatywność wypowiedzi, posiadając w pewnym stopniu także nacechowanie profesjonalne. Różnorodność charakterystycznego słownictwa i przekazywanych przez nie treści decydują o różnym stopniu zrozumiałości komunikatu.

II. SPECYFIKA KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ I POLE GATUNKOWE PORTALI MOTORYZACYJNYCH

1. Właściwości komunikacji internetowej

Internet jest specyficznym medium komunikacji językowej, bardzo popularnym współcześnie. Zdarza się, iż forma komunikacji za pośrednictwem sieci wiedzie prym nad zwykłymi interakcjami między ludźmi (dzięki szybkości, anonimowości, łatwości przekazu). Zachowania komunikacyjne w kontekście Internetu zmieniają swoją pierwotną funkcję. Nabywają nowych cech, które w innych rodzajach kontaktu nie są uwidocznione. W nawiązaniu do podziału języka, komunikację w mediach można scharakteryzować jako medialną odmianę językową [por. Kita, 2012]. Nazwa ta wyraża bogactwo treści i złożoność opisu. Celem niniejszego podrozdziału jest przywołanie i scharakteryzowanie kluczowych zagadnień, dotyczących specyfiki komunikacji internetowej. Ze względu na obszerną literaturę przedmiotu i ilość różnorodnych wątków z zakresu tej tematyki, ograniczam się do przywołania kilku podstawowych kwestii.

1.1. Hipertekst jako sposób istnienia treści w Internecie

Tekst zamieszczany w Internecie cechuje się pewnymi właściwościami. Teodor Nelson do jego określenia zastosował pojęcie **hipertekstu**³³, czyli tekstu powstałego z lektury – czytania i pisania w Internecie [Żydek-Bednarczuk, 2004: 17]. Dwufazowość procesu decyduje o jego unikalności. Hipertekst bywa określany jako „coś, co istnieje ponad tekstem” lub „nadmiar tekstu” [Wrycza, 2008b: 110]. Uznawany jest za pograniczny gatunek dziennikarski, który „znajduje się na granicy mediów pisanych, elektronicznych, cyfrowych i multimediiów, łącząc w sobie cechy zarówno informacyjne, publicystyczne, jak i całkiem nowe: interakcyjne” [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman, 2006: 31-32]. Jego gatunkowość definiowana jest „jako zasada tworzenia informacji hipertekstowej na potrzeby sieci komputerowej” [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman, 2006: 120]. Powstawanie hipertekstu zakłada nielinearność i procesualność komunikowania, przez co każda strona internetowa nieustannie ewoluuje, zmieniając swój wizerunek ze względu na indywidualne wybory użytkowników [Woźniak, 2010: 57]. Piotr Dobrowski podkreśla, że „miętkość i płynność umożliwiają nazwanie modelu hipertekstu – modelem impresjonistycznym” [Dobrowolski, 2009: 268].

³³ Badaczka w innym artykule definiuje go jako nieograniczoną liczbę e-tekstów [Żydek-Bednarczuk, 2012: 169].

Urywkowość przekazu sytuuje czytelnika w roli twórcy. Odbiorca współtworzy tekst za pomocą swoich wyborów i aktywności czytelniczej [Żydek-Bednarczuk, 2004: 17]. Hipertekst stwarza szczególną możliwość poznawania problemów i zdobywania wiedzy, gdyż pozwala przemieszczać się wśród tekstów z wykorzystaniem instrukcji innych użytkowników sieci [Grzenia, 2006: 111-112]. Wzajemne wskazówki i rekomendacje wpływają na odbiorców, kształtując ich proces twórczy. Także autorzy stron internetowych zakładają ową interakcyjność, sami próbują kierować wyborami użytkowników za pomocą sposobu tworzenia strony. Decyduje o tym fakt, iż „hipertekst to tekst elektroniczny zawierający widoczne odsyłacze do innych tekstów, do których dostęp można uzyskać po kliknięciu na odsyłacz” [Grzenia, 2004: 23]. Najpowszechniejszą formą odsyłacza jest link. Autorzy portali internetowych mają świadomość bytu w kontekście, w otoczeniu innych stron, przez co często umieszczają informacje o dostępie do pozostałych zasobów sieci lub do innych treści na własnej stronie. Również internauci dodają do swoich wypowiedzi linki, cytują słowa innych uczestników dyskusji, odwołują się do innych tekstów³⁴. Hipertekstowość jest dowodem na płynność ról nadawcy i odbiorcy oraz ich wzajemne oddziaływanie na siebie. W miejsce linearności pojawia się nawigacja, co jest swoistym przesunięciem komunikacyjnym [Żydek-Bednarczuk, 2004: 18]. „Nawigacja zakłada nie tylko brak założonego z góry uporządkowania miejsc, ale także to, że do niektórych z nich odbiorca trafia kilkakrotnie, inne znowu pominie zupełnie” [Sitarski, 2002: 104]. W ten sposób tekst uzyskuje nowe właściwości – jest nietrwały, płynny, fragmentaryczny i wieloznaczny. Cechuje go również telepiśmienność, intencjonalność użytkownika oraz zacieranie roli nadawcy i odbiorcy [Żydek-Bednarczuk, 2004: 18-19]. Najważniejszy jest tutaj fakt współtworzenia hipertekstu przez użytkownika – zarówno za pomocą ścieżki wyborów, jak i dodawanych treści. W aspekcie hipertekstowości dialogowość zmienia nieco swój pierwotny wymiar – „bazą dla dialogu staje się nie klasyczne sprzężenie zwrotne Ja – Ty, lecz interakcja i interaktywność zachodzące między użytkownikiem i komputerem oraz użytkownikiem a hipertekstem” [Żydek-Bednarczuk, 2004: 19]. Hiperteksty mogą zmieniać sam tekst, ponieważ mają możliwość redukcji lub rozwijania różnych własności tekstów [Grzenia, 2006: 112]. Kreacyjna moc hipertekstu odsyła do jego związków z intertekstualnością i potwierdza istotną rolę nadawcy, będącego jednocześnie odbiorcą.

Jedną z właściwości języka Internetu jest połączenie języka mówionego i pisanego. To właśnie wokół tych dwóch sposobów komunikacji zachodzi organizacja tekstu w Internecie.

³⁴ W związku z tym właściwym pojęciem na określenie komunikacji między użytkownikami nie jest *akt komunikowania*, lecz cały *system komunikacyjny* [Nowak, 2010: 303].

Cechy tych dwóch odmian języka opisał Walter Ong, przedstawiając różnice między oralnością a piśmiennością. Charakterystyczne cechy kultury oralnej (w opozycji do kultury piśmiennej) to: addytywność zamiast upodrzednienia, nagromadzenie zamiast analizy, redundancja lub obfitość, zachowawczość i tradycjonalizm, bliskość ludzkiego świata, zabarwienie agonistyczne, empatia i zaangażowanie zamiast dystansu obiektywizującego, homeostaza, sytuacja zamiast abstrakcji [Ong, 1992: 57-77]. W przestrzeni wirtualnej można zaobserwować, że do wielu z tych cech „powróciła” komunikacja internetowa. W moich rozważaniach istotnym pojęciem jest „wtórna oralność”, czyli „przekształcenie wyrażeń werbalnych z pomocą elektroniki” [Ong, 1992: 182]. Jest to pewien sposób połączenia oralności z piśmiennością i wydobywanie z każdej z nich pewnych cech, tworzących wspólnie nową jakość. „Wtórna oralność” jest czynnikiem generującym pewien sposób myślenia o komunikacji językowej i funkcjonowaniu języka w obrębie portalu internetowego czy forum.

Można stwierdzić, że pojęcie tekstu w obrębie Internetu zmienia swoje pierwotne rozumienie i wkracza w pole semantyczne związane z medialnością i interaktywnością. Hipertekst stanowi podstawę koegzystowania wszystkich innych form gatunkowych, łącząc je w wielopłaszczyznową siatkę istnienia treści i aktywności internautów, uwzględniając przy tym topografię każdego portalu, czyli rozmieszczenie elementów na stronie.

1.2. Raport *big picture*

W nawiązaniu do wyżej omówionego problemu, warto wspomnieć o powszechnym sposobie zamieszczania treści na portalach internetowych, czyli raporcie *big picture*. Jest to forma dziennikarstwa internetowego, polegająca na przedstawieniu powiązanych ze sobą informacji na dany temat, wzbogaconych siecią hiperłączy. Taka siatka powiązań umożliwia dostęp do artykułów/wiadomości skorelowanych z przedmiotem opisu. W wypadku portali tematycznych, cecha ta jest widoczna w różnych działach serwisu internetowego. Wyświetlenie jednego artykułu z danego działu umożliwia dostęp do innych artykułów [il. 1³⁵]. Założeniem stworzenia siatki odnośników jest również ułatwienie nawigacji po stronie internetowej, a także chęć zainteresowania i zatrzymania uwagi użytkownika na dłużej.

Jak zauważa Leszek Olszański, ta właściwość przydatna jest także w pracy dziennikarza: „Dzięki »big picture« w stosunkowo prosty sposób, zamiast pojedynczego artykułu możemy

³⁵ W tekście odwołuję się do ilustracji, zawartych w części MATERIAŁ ILUSTRACYJNY Z PORTALI MOTORYZACYJNYCH (s. 322-331). Numery ilustracji zachowują swoją chronologię w tekście, chociaż zdarzają się przypadki kilkukrotnego odwołania do danego materiału (w wypadku różnych kontekstów).

zbudować użyteczne kompendium wiedzy na opisywany temat, który raz przygotowany może nam się przydać wielokrotnie” [Olszański, 2006: 87]. Badacz przekonuje także o praktyczności i powszechności stosowania takich rozwiązań: „Podobną formę prezentowania informacji stosują praktycznie wszystkie większe internetowe serwisy informacyjne – tam, gdzie jeden temat porusza seria artykułów. Zaletą »big picture« jest stosunkowo niewielki nakład pracy potrzebny do jego przygotowania” [Olszański, 2006: 85-86]. Współistnienie informacji w jednym obszarze uruchamia proces nawigowania użytkownika, a w dalszej perspektywie – ma na celu zatrzymanie jego uwagi na dłużej. Można stwierdzić, że strona główna portali jest przykładem takiego sposobu zamieszczania informacji. Powszechną praktyką jest grupowanie tematyczne odnośników najnowszych zamieszczanych treści w każdym dziale [por. il. 2], dzięki czemu użytkownik może bez wyszukiwania w konkretnej kategorii, dotrzeć do najświeższych informacji. Iwona Loewe traktuje strony główne jako parateksty³⁶, czyli „zapowiedzi obszerniejszych informacji, jednakże pomieszczonych na dalszych ekranach monitora, początki wiadomości także dokończone na kolejnych ekranach lub po prostu aktywne tytuły (nagłówki)” [Loewe, 2006: 157]. Taki sposób prezentacji treści pozwala na całościowy ogląd najnowszych informacji i bezpośredni wybór interesujących zagadnień.

1.3. Cechy języka Internetu

Popularność i powszechność komunikacji internetowej doprowadziła do ukonstytuowania się pewnych cech języka Internetu, nadających nowe właściwości interakcji i używanemu językowi. Jan Grzenia wyróżnia następujące cechy komunikacji językowej w Internecie [Grzenia, 2006: 97-119]:

- **dialogowość** (zob. podrozdział 1.5.) – najistotniejsza cecha interakcji zapośredniczonych komputerowo. Portale internetowe są najczęściej nastawione na kontakt z odbiorcą. Użytkownik nie pozostaje bez wpływu na medium, może zmieniać, rozszerzać czy przetwarzać informacje;
- **spontaniczność** – użytkownik tworzy swoją wypowiedź pod wpływem chwili, na bieżąco. Dowodem tego może być pisownia, zawierająca błędy literowe i składniowe, a także struktura tekstu mówionego (emocjonalność, ekspresywność, potoczność, powtórzenia);

³⁶ O paratekście w przestrzeni Internetu – zob. Loewe, 2004b.

- **kolokwialność** – właściwość wypowiedzi bezpośrednio odnosząca się do powyższych cech. W dużej mierze przejawia się tutaj funkcja fatyczna, czyli nastawienie na kontakt z odbiorcą, często bez wizji indywidualnego adresata;
- **sytuacyjność** – determinuje formę komunikatów. Wpływ na to ma rodzaj tworzonego tekstu – wiadomość prywatna, wypowiedź na forum, a także tematyka wypowiedzi i stopień znajomości osób uczestniczących w dyskusji;
- **multimedialność** – przejaw innowacyjnego podejścia do tekstu. Wypowiedź nie jest tylko przekazem pisma, ale jego wizualizacją i grafizacją, pewnym sposobem przedstawienia treści (przez sam wygląd pisma – krój, czcionkę, pogrubienie, kursywę, a także za pomocą akronimów, emotikonów, dodawanych obrazów);
- **hipertekstowość** – opisana w podrozdziale 1.1.;
- **hierarchiczność** – dominuje przede wszystkim na forach dyskusyjnych. Poszczególne posty w wątku układają się według kolejności ich tworzenia. Chronologia wypowiedzi czyni daną dyskusję przejrzystą, pozwala w łatwy sposób zaobserwować jej rozwój, odszukać nawiązania do poprzednich wypowiedzi czy cytowane teksty innych rozmówców. Współwystępowanie tekstów obok siebie ułatwia odbiór i podyktowane jest względami pragmatycznymi;
- **automatyzacja** – z funkcji świadczących o tej właściwości użytkownicy Internetu często korzystają: mogą przetwarzać teksty, wycinać je, kopiować i wklejać oraz tworzyć własne wypowiedzi na bazie już istniejących. Te możliwości zwiększają powtarzalność pojawiających się komunikatów;
- **dynamiczność** – strony są na bieżąco aktualizowane, rozrastają się dzięki twórcom i użytkownikom. Teksty internetowe charakteryzują się dużą zmiennością, zarówno z punktu widzenia nadawcy, jak i odbiorcy. Jednym z aspektów dynamiki komunikacji internetowej jest potencjalny wpływ na dany tekst;
- **zasięg** – liczba odbiorców skorelowana jest z jakością przekazu. Istotną rolę odgrywają tutaj środowiskowe odmiany języka internetowego, będące odbiciem odmian polszczyzny ogólnej;
- **trwałość** – w zależności od techniki utrwalania czy kanału przekazu, tekst może egzystować w Internecie w różnych jednostkach czasowych. W wypadku forum internetowego wątki i posty istnieją dosyć długo, często tworząc rozbudowaną siatkę wypowiedzi.

Język Internetu przejawia się nie tylko w cechach formalnych, ale również w pisowni. Środek przekazu, jakim jest komputer, warunkuje pewne możliwości tworzenia tekstu,

podyktowane specyfiką medium lub łatwością przekazu. Wiesław Godzic wyróżnia następujące cechy „języka polskawego” (czyli języka polskiego użytkowników sieci komputerowych, nazywanego tak w Internecie): wizualizacja, zatarcie granicy między językiem mówionym a pisanym, powstanie nowego środowiska społecznego i nowego kontekstu dla użytkowników, tworzenie reguł „miękkich” oraz spontaniczność wypowiedzi językowych [Godzic, 2000: 183]. Wymienione cechy warunkują sposób przekazu i odbioru treści umieszczanych na forach i portalach. Język Internetu przejawia się także w wizualnym sposobie jego funkcjonowania. W tym zakresie wyznacznikiem są następujące cechy pisowni internetowej: zwielokrotnienie znaków interpunkcyjnych, zwielokrotnienie liter, stosowanie wersalików jako synonim krzyku, niestosowanie wielkich liter zgodnie z regułami ortograficznymi lub ich niekonsekwentne stosowanie, używanie gwiazdek, pisemne oznaczanie reakcji niewerbalnych, opisy akcji, stosowanie emotikonów i ikon, niestandardowe spacjowanie, werbalno-wizualne gry słów, formy łączące tekst i grafikę [Grzenia, 2006: 119-124]. Wszystkie sposoby zapisu treści komasują w sobie naśladowanie mowy codziennej i wyodrębnienie reguł komunikacyjnych języka charakterystycznego dla internautów. Tworzą w ten sposób nową, specyficzną jakość, wyzyskującą nowe pole przestrzeni komunikacyjnej. Jak zauważa Władysław Lubaś: „Jest to bowiem »mowa zapisana« – inaczej »pismo mowy«, a nie samo pismo i sama tylko mowa. To ona tworzy wzory, którym prędzej czy później poddadzą się wszyscy, którzy w sieci będą poszukiwać partnerów do rozmowy. Mamy oczywiście słuszne głosy nawołujące do poprawności, zwłaszcza ortograficznej, ale wszystko zależy od gatunku tekstu” [Lubaś, 2012a: 288]. Przekraczanie norm w tym przypadku samo staje się normą.

Kanał przekazu komunikatu internetowego ma wpływ na sposób tworzonych treści. Należy wyróżnić dwa aspekty komunikacji językowej³⁷: może być otwarta, czyli dostępna dla wszystkich, lub zamknięta, zawierająca w sobie prywatne rozmowy z innymi użytkownikami [Godzic, 2000: 182]. Ta dwojakość komunikacji w przestrzeni wirtualnej rodzi w internautach świadomość istnienia wielu odbiorców oraz ogólnodostępność tworzonych wypowiedzi (w pierwszym przypadku) lub konkretność i indywidualizację adresata własnych słów (w drugim przypadku).

Można stwierdzić, iż język Internetu kieruje się pewnymi zasadami znanymi z komunikacji codziennej, przekształconymi za pomocą narzędzi nowego medium. Internet

³⁷ Badacz odnosi ten podział przede wszystkim do czatów, jednakże na opisywanych przeze mnie portalach, dostępna jest funkcja wiadomości prywatnych. Sygnalizuję w ten sposób jedynie potencjał komunikacyjny opisywanego medium, gdyż te wiadomości, z racji swej istoty, nie są dostępne dla wszystkich odbiorców.

także sam kreuje pewne właściwości, które są dla niego wyłączone i niespotykane gdzie indziej. Świadczy to o produktywności samego narzędzia komunikacji, jak również o kreatywności jego użytkowników w budowaniu nowej przestrzeni interakcyjnej.

1.4. Specyfika komunikacji wirtualnej

Zapośredniczenie przekazu informacji za pomocą komputera nadaje komunikacji nowy, unikalny wyraz. Komunikacja *face to face* zostaje zastąpiona komunikacją *interface to interface*. Nowa jakość kontaktu zawiera w sobie pewne pozostałości tradycyjnych form komunikowania, zmienione ze względu na kontekst występowania wypowiedzi. Wymienione cechy komunikacji internetowej decydują o jej specyfice i odmienności od innych typów komunikowania i przekazywania treści. Opisując język Internetu często sięga się do określenia *netspeak*, czyli terminu odwołującego się do dyskursu komunikacji elektronicznej. Komunikacja podlega w tym przypadku ograniczeniom formalnym (repertuar znaków graficznych, rodzaj kanału nadawania i odbioru, oprogramowanie i sprzęt) [Dzioba, 2005: 465-466]. *Netspeak* tworzy charakterystyczną formę językową i treściową. Rafał Dzioba charakteryzuje ją raczej jako „język pisany ewoluujący w kierunku mowy, niż jako język mówiony, który został zapisany” [Dzioba, 2005: 469]. Wydaje się, że użytkownik tworzący tekst w Internecie „mówi” pismem, mając świadomość charakteru przekazu i sposobów jego powstawania. Obydwa kanały komunikacyjne są w pewien sposób dostosowywane do jakości komunikatu.

Nieoficjalność sytuacji komunikacyjnej prowadzi do zastosowania pewnych rozwiązań formalnych i jakościowych. Jak zauważa Marian Bugajski: „Internet jest medium kształtującym się i kształtowanym przez jego użytkowników w opozycji do mediów oficjalnych, zinstytucjonalizowanych. Najwyraźniejszą językową manifestacją tej opozycji jest stosunek internautów do rygorystycznie skodyfikowanej oficjalnej ortografii i wyraźne rozluźnienie normy językowej na wszystkich jej poziomach” [Bugajski, 2006: 489]. Nieoficjalny sposób przekazu treści wiąże się z potocznością języka, a zarazem z dowolnością tworzenia tekstu. Użytkownicy mają świadomość braku zwierzchnictwa i możliwości własnego wyboru odnośnie do zawartości swoich wypowiedzi. Rozluźnienie norm daje w efekcie różnorodność i indywidualizację treści, a także wspomniane już przekraczanie reguł ortograficznych.

Warte podkreślenia jest to, że wejście w proces komunikowania następuje bardzo płynnie. Użytkownik ma jednakże możliwość wyboru stanowiska. „W komunikacji internetowej

istnieje duża swoboda pod względem wymienności ról nadawcy i odbiorcy. Każdy użytkownik staje się uczestnikiem komunikowania, bez odgórnie narzuconej roli” [Bugajski, 2006: 489]. Przenikanie się tych ról wskazuje na dwuaspektowość istnienia użytkownika w przestrzeni internetowej. Innowacyjność i specyfikę komunikacji językowej w Internecie buduje również anonimowy status użytkowników (właściwość ta została opisana w rozdziale I – 1.7.), zwiększający swobodę wypowiedzi i brak odpowiedzialności nadawcy za własne słowa.

Język Internetu zawiera w sobie pewne cechy komunikacji, które występują wyłącznie w jego obszarze. Warto jeszcze raz podkreślić, iż posiada także właściwości, które są przeniesieniem komunikacji bezpośredniej na komunikację zapośredniczoną. Zbliży to język internetowy do języka mówionego, a więc sytuuje tę komunikację w granicach codzienności i potoczności. Zasięg komunikacyjny sieci internetowej jest znaczny, jednakże należy mieć na uwadze ograniczenia, które wyzyskuje ten sposób interakcji. Iwona Loewe wskazuje na proces wykluczenia, który towarzyszy zapośredniczeniu technologicznemu – nie każdy posiada dostęp do Internetu i kompetencję interaktywną [Loewe, 2014: 110]. Sprawia to, że nie wszyscy mogą korzystać z tego kanału komunikacji.

Podstawowymi cechami języka mówionego (a zarazem bardzo istotnymi kategoriami języka Internetu) są: dialogowość, spontaniczność i sytuacyjność [Skudrzykowa, Urban, 2000: 64]. Funkcjonowanie tych kategorii w Internecie przenosi sytuację komunikacyjną w obręb nowego medium. Powoduje to swoiste zderzenie dwóch odmiennych perspektyw, wyzyskując przy tym nową jakość.

Specyfika komunikacji internetowej polega przede wszystkim na innowacyjnych właściwościach tworzenia, funkcjonowania i odbioru tekstu w Internecie. Komunikacja elektroniczna jest zdecentralizowana, autonomiczna, synchroniczna lub asynchroniczna, anonimowa i kreatywna [Grzenia, 2006: 73]. Co więcej, przeniesienie niektórych cech porozumiewania się w życiu codziennym w obszar Internetu nadaje im nowy, niepowtarzalny wymiar. Kształtuje to sytuację komunikacyjną i charakter interakcji między użytkownikami.

1.4.1. Komunikacja niewerbalna – emotikony

Jak już wspomniałam, komunikacja internetowa, ze względu na miejsce i charakter występowania, wymaga od użytkownika pewnego sposobu przekazu znaków niewerbalnych. Jak wiadomo, treści niewerbalne odgrywają bardzo dużą rolę w komunikacji międzyludzkiej.

W przestrzeni internetowej sygnalizowanie elementów pozawerbalnych jest utrudnione: „To, że w komunikacji za pośrednictwem sieci komputerowych wykorzystywana jest tylko płaszczyzna językowa (nie ma możliwości przesyłania i odbierania komunikatów niewerbalnych) oraz fakt, że w interakcji biorą udział osoby, które się nawzajem nie znają, te dwa czynniki decydują o jej specyfice” [Jagodzińska, 2002: 210]. Dominacja płaszczyzny językowej „wymusiła” zawarcie wszelkich poziomów wypowiedzi w słowach. Użytkownicy stosują pewne sposoby zapisu komunikatów niewerbalnych, jednakże w dość ograniczonym stopniu zastępuje to bogactwo gestów i mimiki możliwe w komunikacji na żywo.

Sposobem sygnalizacji emocjonalności i innych treści niewerbalnych są emotikony, powszechnie stosowane w internetowych formach komunikacji. Internetowe znaki zapisu emocji, czyli tzw. „buźki” wprowadzają do wypowiedzi dynamikę [Lisecki, 2001: 114]. Emotikony można uznać za „ekwiwalenty predykcji na poziomie semantycznym” [Maliszewska, 2002: 151]. Funkcjonują także „w roli stylistycznego wyróżnika modalności” [Loewe, 2012b: 273]. Przede wszystkim zaś służą wyrażaniu uczuć. Dzięki temu użytkownicy mogą w pewien sposób przekazać własne emocje, a za pomocą świadomości istnienia i możliwości odczytania konwencji, potrafią zrozumieć intencje wypowiedzi współrozmówcy. Ułatwia to komunikację między użytkownikami, czyniąc przekaz bardziej zrozumiałym. Istnieje jeszcze drugi aspekt: „zbiór niezwykle pomysłowych emotikon można potraktować jako próbę wyznaczenia systemowi przestankowania nowych wyzwań” [Wrycza, 2008a: 31]. Emotikony mogą być traktowane jako innowacyjne znaki interpunkcyjne, niosące w sobie dodatkową treść semantyczną i ekspresywną.

1.4.2. Netykieta, czyli internetowa etykieta językowa

Etykieta językowa, związana z kulturą języka, obowiązuje w każdym rodzaju kontaktu między ludźmi. „Jest częścią norm społecznych, regulujących użycie skonwencjonalizowanych, stereotypowych formuł i zwrotów, które tworzą językowe składniki zachowania się, umożliwiające osiągnięcie najkorzystniejszej komunikacji interpersonalnej” [Skudrzykowa, Urban, 2000: 29]. Grzeczność językowa sprzyja fortunności aktów komunikacyjnych i ułatwia uzyskanie intencji wypowiedzi, a także czyni nastawienie do współrozmówcy bardziej przyjaznym.

Etykieta językowa nie jest wyłącznie zarezerwowana dla bezpośrednich kontaktów międzyludzkich. W przestrzeni wirtualnej również „konieczne staje się wprowadzenie zasad właściwego postępowania, internetowego *savoir-vivre*’u. Netykieta (neologizm powstały

z połączenia wyrazów *network* i *etiquette*) służy określeniu zasad uprzejmego zachowania w Internecie. W stosunku do różnych form komunikacji: grup dyskusyjnych, forów, chatów zespół owych reguł jest nieco inny” [Wrycza, 2006: 309-310]. Internetowa etykieta językowa funkcjonuje „w celu nawiązania, ustanowienia i podtrzymania kontaktu interpersonalnego” [Jasińska, 2001: 120]. Większość nawyków wytwarza się samoistnie, podczas obcowania w przestrzeni wirtualnej z innymi użytkownikami. Wpływ na taki sposób przyswajania etykiety ma brak jej kodyfikacji i bazowanie na ogólnych regułach związanych z uprzejmością, warstwą gramatyczną i treścią merytoryczną przekazu. Formuły uprzejmościowe uzyskują nową jakość w obliczu Internetu. „W komunikatach internetowych zwroty grzecznościowe tracą swoje niektóre podstawowe funkcje. Służą nadal oczywiście do nawiązywania, podtrzymywania i zerwania kontaktu, jednak to, że odbiorca komunikatu jest anonimowy i wielokrotny, sprawia, że nie daje się zauważyć tego, że użyte zwroty grzecznościowe określają miejsce pozycji członka w grupie. Wszyscy członkowie są wobec siebie w pozycji równorzędnej” [Jagodzińska, 1998: 67]. Jednakowy status wszystkich użytkowników podkreśla nieoficjalność kontaktu i ułatwia komunikację. Istnieją dwie podstawowe motywacje dostosowywania się do obowiązujących zasad w Internecie – z jednej strony może to być obawa przed sankcjami ze strony moderatora, a z drugiej wiara w sens przestrzegania takich norm [Naruszewicz-Duchlińska, 2009: 219-220].

Netykieta nie jest zbiorem przepisów, do którego sięgają użytkownicy przed rozpoczęciem komunikowania przez Internet. Wytwarza i utrwala się w ich świadomości poprzez obycie z danym medium i częstotliwość jego używania. Istnieją jednak zapisane zasady etykiety internetowej, dostępne przede wszystkim w sieci. Ważnymi zasadami *netykiety* są: pisanie wiadomości na temat, używanie skrótów, niepisanie wielkimi literami (jest to odpowiednik krzyku), ewentualne krytykowanie wypowiedzi, a nie ich autorów. Nie należy również krytykować błędów literowych i gramatycznych [Pfaffenberger, 1999: 186-187]. Zasady *netykiety* mają ułatwić porozumienie użytkowników oraz dostosować sposób kontaktu uczestników wymiany poglądów do narzędzia komunikacji.

1.5. Dialogowość i dyskusyjność na portalu internetowym

Portale internetowe, a przede wszystkim ich ważny składnik – forum, nastawione są na dialogowość – jedną z podstawowych cech komunikacji internetowej [zob. II – 1.3.]. Aktywność odbiorcy jest z góry założonym procesem rozwoju strony internetowej. Użytkownik staje się tym samym współtwórcą, mającym prawo ingerencji i wpływu na

wyświetlane treści. Moc kreacyjna znosi bierność osoby odwiedzającej portal i zakłada wymiennosc ról między nadawcą a odbiorcą. Ta tendencja nie dotyczy wyłącznie przestrzeni internetowej. Małgorzata Kita zaznacza powszechność dialogu w komunikacji medialnej³⁸ i ujmuje go w kategorii mody [por. Kita, 2004]. Środki masowego przekazu uobecniają strukturę rozmowy, tworząc zarazem szereg gatunków medialnych (np. wywiad, debata, *talk-show* czy czat).

Interakcje użytkowników w Internecie mogą mieć różny wymiar. Jan Grzenia wyróżnia trzy typy komunikacji językowej w tej sferze. Pierwszy z nich – *typ konwersacyjny* – występuje przede wszystkim na czatach i jest reprezentowany przez wszelkie pogawędki internetowe. Drugi to *typ e-mailowy*, obejmujący pocztę elektroniczną, grupy, listy i fora dyskusyjne. Trzecim jest *typ hipertekstowy*, występujący w tekstach dostępnych w sieci WWW, nie obejmujący dwóch poprzednich typów [Grzenia, 2004: 22]. Każdy z wymienionych rodzajów wypowiedzi cechuje się własnymi regułami i odnosi się do innych przykładów tworzonych tekstów. Użycie danej strategii komunikowania się w Internecie jest uwarunkowane występowaniem różnych sposobów kontaktu i przekazu informacji (kontakt bezpośredni – „na żywo”, kontakt pośredni itd.). Internauci muszą dostosowywać swoje działania komunikacyjne do potencjalnych możliwości odwiedzanych stron, portali internetowych, wykorzystywanych usług.

Specyfika Internetu powoduje, że dialog nie występuje jedynie w tekście, ale jest obecny również w wizualnych formach oddziaływania na odbiorcę. Jan Grzenia podkreśla, że „w obrębie witryn internetowych występują wizualne (graficzne i tekstowe) oznaki dialogowości bądź zachęty do dialogu” [Grzenia, 2004: 28]. Mogą się zawierać w obrazkach, hasłach przyciągających uwagę odbiorcy lub formach apelatywnych, najczęściej jako bezpośrednie zwroty do użytkownika sieci. Dialogowość ujawnia się w dużej mierze w formułach powitalnych. Zachęty te mogą mieć oznaki potoczności lub oficjalności [Grzenia, 2004: 29]. Wszystkie mają za zadanie oddziaływać na odbiorcę, powodując jego aktywność i prowadząc do działania, będącego efektem zainteresowania daną tematyką.

Najważniejszym obszarem realizacji dialogowości jest forum internetowe, gdzie użytkownicy prowadzą ze sobą dialog lub nawet polilog, będący „zjawiskiem nakładania się na siebie kilku dialogów jednocześnie” [Skudrzykowska, Urban, 2000: 113]. Często forma dialogowa jest przełożeniem języka mówionego na język pisany (wynikającym z kontekstu sytuacji i bezpośredniości zwrotów do współrozmówcy). Bożena Taras podkreśla, iż „teksty

³⁸ Na gruncie neotelewizji zagadnienie dialogu opisuje Iwona Loewe w artykule pt. *O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej. Paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego* [Loewe, 2004a].

forum dyskusyjnego, tekst-matka i teksty-opinie – to dialogi szczególne, niespotykane w rzeczywistości pozainternetowej. Ten swoisty wielopłaszczyznowy dialog, odnoszący się do komunikacji werbalnej w sieci, można określić terminem *netlog*³⁹ [Taras, 2004: 44]. *Netlog* jest rozmową w sieci, specyficzną, bo nowomediálną. Niepożądanym zjawiskiem na forum internetowym jest tzw. *flaming*, czyli kłótnia internetowa, zwana potocznie „wojną na obelgi” [Wrycza, 2006: 310]. Takie zachowanie w skrajnych przypadkach może zdeintegrować funkcjonowanie forum, chociaż w delikatniejszej postaci jest wykładnikiem dynamiki i rozbudowy treści. Innymi czynnikami zakłócającymi komunikację w obrębie forów internetowych mogą być: utrudnienia techniczne, skrótowość, modyfikacje zapisu wyrazów, ikonizacja, leksyka o ograniczonym zasięgu społecznym, entropia (brak linearności tekstu) oraz wielogłosowość i spontaniczność [Karwatowska, Jarosz, 2013a].

Dyskusja na forum internetowym jest powszechnym sposobem komunikacji w obszarze Internetu. Oparta jest na dialogu³⁹ i właśnie z niego wynika jej specyfika. Dyskusja pozwala na wymianę poglądów, myśli i zastępuje bezpośrednią komunikację. Katarzyna Wyrwas charakteryzuje ją jako gatunek wtórny wobec dyskusji prowadzonej twarzą w twarz [Wyrwas, 2004: 54]. Jest przeniesieniem komunikacji międzyludzkiej w pole nowego medium. „Wydaje się, że zmianie ulegają również intencje dyskutantów: pragną oni jedynie wyrazić swoje opinie i spowodować modyfikację opinii interlokutorów, raczej nie dążą do osiągnięcia konsensusu” [Wyrwas, 2004: 54]. Ważnym aspektem dyskusji na forum jest brak presji podtrzymywania rozmowy. Reakcja odbiorcy jest zależna od jego indywidualnych odczuć i ewentualnej chęci podjęcia tematu. Kontakt na żywo nie zapewnia możliwości takiego zawieszenia wypowiedzi, braku odpowiedzi lub wycofania się w dowolnym momencie. Byłoby to uznane za postępowanie niegrzeczne lub lekceważące. Komunikacja internetowa daje użytkownikowi całkowitą swobodę w zakresie aktywności i podjęcia tematu. Długość wypowiedzi danego uczestnika dyskusji jest uwarunkowana tym, ile ma do powiedzenia na konkretny temat. Dlatego zdarzają się wypowiedzi bardzo długie, co nie zakłóca w żaden sposób komunikacji [Wyrwas, 2004: 59]. W rozmowie na żywo długość odpowiedzi jest związana z sytuacją i koniecznością przemienności ról nadawcy i odbiorcy. Internet nie ogranicza w żaden sposób czasowo i ilościowo użytkownika.

Duża (i ciągle powiększająca się) zawartość treściowa forum wymaga rozwiązań formalnych i technicznych, które porządkują wypowiedzi w tej formie grupy dyskusyjnej. „Uporządkowaniu wymiany zdań sprzyja tu konstrukcja elektronicznych wypowiedzi –

³⁹ Innym przejawem dialogowości *on-line* są komunikatory internetowe [zob. Mankiewicz, 2007].

kolejne repliki są dokładnie oznaczone (data, godzina) i ułożone chronologicznie według napływu, natomiast w uporządkowaniu i rozpoznawaniu wątków pomocne jest tytułowanie w rubryce »temat« [Wyrwas, 2004: 56]. Pomimo dużej liczby interlokutorów dyskusja na forum nosi cechy spójności i przejrzystości. Wyszukiwanie i selekcja informacji stają się przez to łatwiejsze i szybsze.

Dialogowość i dyskusyjność w obszarze forum internetowego oraz innych elementów portali w bezpośredni sposób wpływa na charakter kontaktu i sposobu tworzenia komunikatu. Całkowita dowolność interakcji oraz wymiennosc ról nadawczo-odbiorczych kształtują relacje między użytkownikami i zachęcają uczestnika dyskusji do aktywności.

1.6. Sytuacja rozmowy w aspekcie nowych mediów

Nowe media w tak dużym stopniu upowszechniły się w naszym codziennym życiu, że zaadaptowały niektóre formy komunikacji międzyludzkiej. Przykładem takiej formy może być rozmowa. Urszula Żydek-Bednarczuk definiuje ją jako „wydarzenie komunikacyjne w komunikacji *face to face*, realizowane werbalnie, w której uczestniczy minimum dwóch partnerów uwikłanych w warunki kulturowo-socjalne i sytuacyjne” [Żydek-Bednarczuk, 1994: 32]. Jest to zatem gatunek pierwotnie mówiony, formę mówioną i pisaną może mieć natomiast dialog. Jednakże w aspekcie nowych mediów i przeniesienia języka mówionego w sferę języka pisanego, termin *rozmowa* okazuje się właściwym sposobem nazywania aktów komunikacji. Jej specyfikę można dostrzec nawet na forum internetowym, chociaż nie daje ono aż takiego wrażenia natychmiastowości komunikacji jak np. czat. Mimo to struktura rozmowy jest obecna w wypowiedziach użytkowników. Iwona Loewe wskazuje na zmianę charakteru interakcji, przez co trwają „badania socjologiczno-pragmalingwistyczne nad rozwiązaniem zagadnienia sytuacyjności, bezpośredniości kontaktów internautów” [Loewe, 2012b: 278]. Specyfika medium decyduje o specyfice kontaktów między ludźmi.

Jak już wcześniej stwierdziłam, ważnym czynnikiem kształtującym sytuację rozmowy w Internecie jest anonimowość użytkowników. Nadawca ma poczucie swobody wypowiedzi, może wyrażać dowolne opinie. „Uczestnictwo w forum dyskusyjnym jest jedną z form podawania do publicznej wiadomości różnego typu informacji oraz upowszechniania poglądów: własnych lub cudzych, konwencjonalnych lub kontrowersyjnych, nacechowanych lub nienacechowanych” [Taras, 2004: 45]. Zamieszczanych postów i ich treści nie da się zweryfikować, chociaż każdy użytkownik chce budować swój wiarygodny wizerunek. Indywidualizacją wypowiedzi jest założenie konta i podanie jakichś informacji na własny

temat. Postawa i poglądy użytkownika są też charakteryzowane przez sposób i styl wypowiedzi (ze względu na częstotliwość zabieranego głosu). Należy podkreślić to, że tylko systematyczne korzystanie z portalu może spowodować dobre zapamiętanie danego uczestnika dyskusji – największą szansę na to mają moderatorzy i stali użytkownicy. Anonimowość sprzyja otwartości, a jej świadomość nadaje rozmowie nowy wymiar – kontekstualny, charakterystyczny dla takiej odmiany języka. „Bezimiennosc kontaktów interpersonalnych na forum sprawia, że użytkownicy, świadomie bądź nie, ale na pewno bez obaw, łamią normy językowe i kulturowe” [Taras, 2004: 47]. Przekraczanie wszelakich zasad jest odwzorowaniem swobody językowej i bezpośredniości zwrotu do adresata.

Zasada anonimowości przenosi się na różne teksty w Internecie (nie tylko bezpośrednie kontakty użytkowników), pozbawiając autorstwa większość zamieszczanych treści⁴⁰. Iwona Loewe zauważa: „W epoce przekazu protoelektronicznego autorstwo jest rozproszone i **informacja** raczej **poszukuje odbiorcy**, a odbiorca informacji, niż ma ona za sobą konkretnego autora. Jest zawieszona w cyberprzestrzeni, bo nie jest już związana ani z miejscem, ani z czasem i po prostu jest dostępna gdziekolwiek i kiedykolwiek życzy sobie ją mieć właściciel” [Loewe, 2006: 158]. Taki sposób funkcjonowania tekstu wyzwała pewną charakterystykę użytkownika i konieczność posiadania przez niego kompetencji komunikacyjnych w przestrzeni wirtualnej. Badaczka także przekonuje, że Internet ma swój udział w kształtowaniu kompetencji kulturowej [zob. Loewe, 2004c].

W obrębie internetowego przekazu treści funkcjonuje nowy wymiar dialogu. Rozmowa egzystuje tutaj w nowym kontekście i to właśnie kontekst nadaje jej unikalny wymiar. Zachowana zostaje struktura rozmowy potocznej, ustalone są role uczestników komunikacji (aczkolwiek płynne i wymienne) oraz intencje i cele przekazu. Na to wszystko nakłada się działanie medium elektronicznego, co wprowadza komunikację zapośredniczoną i odmienną od innych jej rodzajów. Nowy typ komunikacji stwarza w ten sposób specyficzny charakter dialogu. Jego zasady są połączeniem dwóch odmian języka, co w efekcie daje nową jakość. Uczestnicy rozmowy internetowej mają świadomość używania innowacyjnego narzędzia komunikacji. Wszystkie reguły wypracowane przez nich są wynikiem pewnych rozwiązań formalnych i treściowych oraz stosowania mentalnie ustalonych zasad.

⁴⁰ Właściwość ta dotyczy także tekstów odredakcyjnych [zob. Grzelka, 2009].

1.7. Potoczność języka Internetu

Internetowa komunikacja językowa między użytkownikami portali wiąże się nie tylko z płaszczyzną formalną wypowiedzi (dialog, gatunki mówione), lecz ma również wymiar jakościowy. Medium komunikacyjne nie pozostaje bez wpływu na stosowany język. Wrażenie rozmowy i dialogu wiąże się z potocznością wypowiedzi⁴¹. Styl potoczny to „język ogólny, mówiony, jakim posługujemy się na co dzień w kontaktach z innymi mówiącymi po polsku raczej w sytuacjach nieoficjalnych i półoficjalnych” [Skudrzykowa, Urban, 2000: 77]. Skupia on w sobie szereg właściwości, decydujących o jego funkcjonalności i charakteryzujących go. Ważnym elementem stylu potocznego jest antropocentryzm [Bartmiński, 1992: 45-46]. Jest to skupienie punktu widzenia i perspektywy odniesienia na człowieka. Wyraża się w postrzeganiu i kategoryzowaniu świata ze stanowiska konkretnej jednostki. Kolejnym składnikiem potoczności jest konkretność, przejawiająca się w obrazowości opisywanego świata [Bartmiński, 1992: 46-47]. Styl potoczny wiąże się także ze swobodnością, ekspresywnością, spontanicznością, bezpośredniością i emocjonalno-wartościującym charakterem wypowiedzi [Anusiewicz, 1992: 11-12]. Wymienione cechy w większości pokrywają się z właściwościami języka Internetu. Istotne są również trzy podstawowe opozycje potoczności, czyli przeciwstawność do stylu poetyckiego, naukowego i oficjalnego [Bartmiński, 1992: 49-51]. Język oficjalny może występować na portalach internetowych (np. w artykułach), chociaż z reguły występują w nich elementy potoczne i socjolektalne. Forum internetowe w swoich założeniach wyklucza te trzy style, jest polem realizacji kategorii potoczności. Można stwierdzić, że potoczność na dużą skalę przejawia się w Internecie, co podkreśla Marian Bugajski: „jedną z ważniejszych cech medialnej odmiany języka jest absorbowanie elementów stylu potocznego. To upotocznienie nasila się w komunikacji internetowej, a zwłaszcza w tych wszystkich jej przejawach, w których użytkownik języka może zachować anonimowość. Jednocześnie upotocznienie (czasami także wulgaryzowanie) wypowiedzi staje się paradoksalnie jednym z najważniejszych sposobów autokreacji językowej” [Bugajski, 2006: 491]. Mówiący poprzez swoją wypowiedź „stwarza siebie”, przyjmując pewien sposób opisu i postrzegania świata. Nasycenie tekstu potocznością sprawia, iż „kolokwialność stała się internetowym standardem komunikacyjnym” [Grzenia, 2004: 30]. Potoczność jest cechą komunikacji bezpośredniej, uwidocznionej przede wszystkim w kontaktach twarzą w twarz. Tym sposobem Internet zbliża nas do codzienności, a interakcjom między użytkownikami nadaje wymiar wręcz pozamedialny.

⁴¹ O leksyce potocznej w mediach zob. np. Lubaś, 2012b.

Kategoria potoczności przede wszystkim obejmuje język mówiony, jednakże w obrębie Internetu możemy dostrzec jej przeniesienie na język pisany. Jest to zdeterminowane naturalnością sytuacji komunikacyjnej, ujawniającej właściwości rozmowy. Wypowiedzi użytkowników zawierają wyrażenia kolokwialne, co potęguje wrażenie komunikacji bezpośredniej, odpowiadającej tej z życia codziennego. Ograniczenia wynikające z braku kodu kinezycznego (gesty i mimika) oraz kodu proksemicznego (relacje przestrzenne między partnerami rozmowy) w rezultacie czynią sposób wypowiedzi i zakres słownictwa głównym czynnikiem realizacji potoczności.

1.8. Komunikacja internetowa - podsumowanie

Można stwierdzić, że przestrzeń wirtualna jako kontekst komunikacji między ludźmi wyzwała właściwości specyficzne dla charakteryzowanego medium. Język Internetu to zbiór cech, oscylujących wokół jakości interakcji i funkcjonowania treści w świecie wirtualnym. Należy tutaj podkreślić hipertekstowość, skupiającą tekst w postaci hiperłączy, umożliwiającą potencjalną nawigację ze strony użytkownika. W nawiązaniu do hipertekstu funkcjonuje pojęcie raportu *big picture*, będącego sposobem organizacji treści pod względem tematycznym. Jego zadaniem jest ułatwienie orientacji lokalizacyjnej internauty oraz zatrzymanie uwagi.

O specyfice komunikacji wirtualnej decyduje zapośredniczenie kontaktu i anonimowy status użytkowników, co potęguje dowolność tworzenia wypowiedzi. Elementem zasad porządkujących wzajemne kontakty między użytkownikami jest zbiór reguł grzecznościowych, zwany *netykietą*. Wiele rodzajów komunikacji możemy określić mianem *rozmowy*, na co wpływają dialogowość i dyskusyjność języka Internetu.

Wszystkie opisane aspekty komunikacji wirtualnej to podstawowe cechy decydujące o jej specyfice. Wielopłaszczyznowość i różnorodność tematyczna pojęcia sprawiają, że przytoczone zagadnienia są jedynie zarysowaniem głównych kategorii w dziedzinie badań komunikacji zapośredniczonej i specyfiki języka charakterystycznego dla tego medium.

2. Portal, wortal, serwis, forum – rozważania genologiczne

Obszar Internetu konstytuuje różnorodne formy przekazu treści, komunikacji i aspektów wizualnych. Istnieje wiele gatunków funkcjonujących w Internecie, czasem wyraźnie ukształtowanych, czasem dość płynnych w swej formie i właściwościach. W świetle moich rozważań istotne będą trzy podstawowe gatunki internetowe: **portal**, **wortal** i **serwis**

internetowy. Odrębnym gatunkiem jest **forum internetowe**, którego definicję również należy przybliżyć w kontekście tematyki pracy i materiałów źródłowych.

Przywołanie jednolitych, spójnych wyjaśnień powyższych nazw jest utrudnione ze względu na niejednoznaczność terminologiczną. Z racji tego „nie istnieje jedna odgórna definicja zarówno portalu, jak i wortalu” [Pręgowski, 2006: 417]. Te rozbieżności są związane z wymiennym użyciem dwóch odmian języka – specjalistycznego i potocznego oraz z transferowaniem słów między nimi. Proces ten powoduje rozmycie denotacyjne, które dotyczy pojęć pokrewnych, m.in. portal internetowy, wortal internetowy, czat i IRC, grupa dyskusyjna czy forum internetowe [Pręgowski, 2006: 416-417]. Mimo niejednorodnej zawartości nazw, należy sprecyzować charakter terminów przywołanych w tytule podrozdziału.

Portal to internetowy serwis informacyjny, poszerzony o różnorodne usługi internetowe, dostępny z jednego adresu internetowego. Jako przykładową treść portalu można podać: dział aktualnych wiadomości, prognozę pogody, katalog stron www, forum dyskusyjne oraz mechanizmy wyszukiwania informacji w nim samym lub w zewnętrznych zasobach Internetu [Piądlowski, 2006: 14]. Słowo *portal* odnosi się do początkowo głównej roli takich serwisów, czyli „wirtualnych bram do bogatych, lecz niezorganizowanych zasobów internetu” [Olszański, 2006: 21]. Michał Piotr Pręgowski, na podstawie porównania dwudziestu najpopularniejszych definicji portalu internetowego, wskazuje podobne jego ogólne cechy: jest „drogowskazem” do innych zasobów w sieci, zawiera wyszukiwarkę zewnętrznych zasobów, katalog odwołań do podstron serwisu i serwisów zewnętrznych, oferuje szeroki wachlarz usług i zasobów [Pręgowski, 2006: 417]. *Portal* w swej strukturze znaczeniowej jest pojęciem bardzo obszernym, dającym użytkownikowi wiele możliwości korzystania ze strony i przeszukiwania jej zawartości. W tej formie zwany jest również *portalem horyzontalnym*. Wrażenie dostępu do wielu informacji zderzone jest tutaj z zapośredniczeniem przesyłania i odbioru komunikatów. Jan Grzenia stwierdza, iż „*portal internetowy* to utworzone na zasadzie przeniesienia metaforycznego określenie pozwalające nazwać nową formę pośredniczenia w przekazie informacji” [Grzenia, 2006: 175]. *Portal* klasyfikowany jest jako struktura ponadgatunkowa, łącząca w sobie różne gatunki internetowe i rozmaite formy ich występowania [Grzenia, 2006: 173]. Jest to pojęcie nadrzędne, złożone i hybrydyczne.

Odmianą portalu internetowego jest *wortal*, czyli *portal tematyczny*, zogniskowany wokół jednego tematu [Piądlowski, 2006: 14]. *Wortal* jest nazywany *serwisem wertykalnym*, pogłębiającym wiedzę z konkretnego zagadnienia (wertykalny, czyli pionowy) [Ogonowska, 2006: 167]. Cechuje go zatem homogeniczna zawartość (jedna tematyka lub branża), mniej

rozbudowana oferta o usługi, zasoby i odnośniki oraz oferta dodatkowa pozostająca w bliskim związku z merytoryczną treścią strony [Pręgowski, 2006: 418]. Jest to zatem w istocie zawężenie prezentowanego obszaru do jednego tematu, a w ramach tego ograniczenia jego rozległość, omówienie różnorodnych zagadnień z danej dziedziny. Użycie potocznego języka spowodowało w wielu przypadkach zatarcie różnicy między tymi pojęciami. Analiza przeprowadzona przez Michała Piotra Pręgowskiego dowiodła, że samookreślenie serwisu jako wortal jest adekwatne do definicyjnego rozumienia, natomiast „nominalne” portale nie spełniają wymogów własnej definicji (wzorcowym portalem jest np. Onet, Wirtualna Polska czy Interia) [Pręgowski, 2006: 419]. Należy jednak podkreślić, że większość stron tematycznych określa się jako *portale*.

Podobny w swej semantyce do portalu jest *serwis internetowy*. „Jest to rodzaj serwisu informacyjnego, dla którego nośnikiem jest Internet. Serwisy, poza treścią statyczną, posiadają często sekcję wiadomości oraz możliwość logowania i zapamiętywania preferencji odbiorców w celu dostosowania treści do indywidualnych upodobań. Serwis może posiadać elementy interaktywne, np. formularze, przyciski. Serwisy mogą być tematyczne lub ogólne” [pl.wikipedia.org]. *Portal* czasami jest określany jako rodzaj *serwisu internetowego*, ale w większości kontekstów te wyrazy są traktowane synonimicznie. Podobną funkcję semantyczną spełnia nazwa *witryna internetowa*, w słownikowej definicji traktowana wymiennie z określeniem *strona*, która oznacza: „umieszczone w Internecie pod jednym adresem informacje w postaci tekstu, obrazu lub dźwięku; witryna” [USJP⁴²].

Najbardziej monotematycznym gatunkiem w swej formie i treści jest *forum internetowe*, czyli „miejsce, w którym użytkownicy sieci mogą wymieniać między sobą informacje, spostrzeżenia i dyskutować na dowolne tematy” [Czajkowski, 1999: 123]. Użytkownicy są nastawieni na komunikację z innymi, chcą prezentować własne poglądy, wymieniać się informacjami i dyskutować. Wchodzą także w kontakt z tekstem. Artur Rejter wskazuje różnicę między tradycyjną dyskusją czy komentarzem a internetowym forum dyskusyjnym – jest nią „kluczowa dla medium internetu interaktywność przy jednoczesnym zachowaniu dystansu spacjalnego interlokutorów, w znacznym stopniu wskazująca na pragmatykę wskazanych genrów (ta sama właściwość dotyczy bloga – przyp. W.W.)” [Rejter, 2009: 118]. Fora internetowe „pozwalają na interakcję użytkowników z publikowanymi tekstami oraz między sobą. Ciekawość, kto i jak odpowiedział na ich wiadomość sprawia, że powracają do

⁴² Definicje leksemów zostały zaczerpnięte z trzech słowników języka polskiego [SJP, ISJP, USJP – skróty rozwinięte w bibliografii]. Źródło leksykograficzne podaje przy każdym cytacie. Wybór słownika dostosowuję pod kątem interesującej mnie problematyki.

portalu” [Piądlowski, 2006: 17]. Zainteresowanie tematem jest czynnikiem przyciągającym odbiorców, dlatego też z reguły istnieje grupa stałych użytkowników, ciągle zdobywająca nowych członków.

Portal internetowy traktuję jako nadrzędną strukturę istnienia treści, wymiany informacji i komunikacji użytkowników. Przedmiotem mojej analizy empirycznej jest osiem wybranych stron internetowych dotyczących motoryzacji, prezentacja ich budowy formalnej, elementów składowych i uwarunkowań w kontekście klasyfikacji gatunkowej zostanie przedstawiona w jednym z kolejnych podrozdziałów [II – 5.]. Każda ze stron ma swój specyficzny wygląd, składa się z odmiennych elementów i treści. Można stwierdzić, iż przewijają się na nich poszczególne właściwości wszystkich wymienionych gatunków internetowych, jednakże żadna z nazw nie oddaje pełnej zawartości strony. Za rozmyciem struktur gatunkowych przemawia także opisana niejednorodność terminologiczna. W związku z tym nazwy te będę stosować w mojej pracy wymiennie, gdyż nie mają one bezpośredniego wpływu na tok rozważań (skupiony przede wszystkim na lingwistyce płci i socjolingwistyce). Pojęcia te traktuję synonimicznie, z największym naciskiem na termin **portal**, gdyż taką właśnie nazwę (w swoich opisach lub nagłówkach) posiada większość stron motoryzacyjnych, np.: *kobięcy portal motoryzacyjny* [M⁴³]; *niezależny portal motoryzacyjny* [AC]. Według właściwych definicji przywołane strony internetowe należy sklasyfikować jako **portale tematyczne**, czyli wortale. Zagadnienia motoryzacyjne stanowią zawężenie zawartości strony do jednej dziedziny prezentowanej tematyki i wszelkie zasoby serwisu są podporządkowane tej problematyce. Zastosowana przeze mnie wymiennosc nazw podyktowana jest względami stylistycznymi – funkcjonalnością i przejrzystością tekstu. Mam jednakże świadomość niejednorodności gatunkowej i formalnej analizowanych stron internetowych.

3. Specyfika portali hobbystycznych

Serwisy hobbystyczne należą do kategorii *wortali*, czyli stron skupionych na określonej tematyce (inaczej serwisów tematycznych). Potencjalnie mogą one dotyczyć każdej dziedziny zainteresowania. Ich ogromna liczba i różnorodność przekonują o popularności takiej formy uobecniania lub eksponowania własnego hobby. Jak podkreśla Leszek Olszański: „Taką stronę założyć może każdy, kto dysponuje wiedzą, zamiłowaniem do tematu i – jeśli traktuje to jako pracę zawodową – również pomysłem na sprzedanie wiadomości” [Olszański, 2006: 30]. Sposób tworzenia i zakres oddziaływania takiej formy przekazu treści precyzuje

⁴³ W odniesieniu do głównych, najczęściej przywołanych portali posługuję się skrótami zamieszczonymi w wykazie źródeł.

amatorski artykuł zamieszczony w Internecie: „W sieci możemy odnaleźć tysiące stron o charakterze hobbystycznym. Czasami mają one postać dużych portali, ale najczęściej są to prywatne blogi tworzone przez osoby, które pasjonują się daną tematyką. Jest to bardzo dobry sposób na pogłębianie swoich pasji, a także na nawiązanie kontaktu z innymi osobami, które podzielają identyczne zainteresowania. Wiele z tych stron zyskuje na tyle dużą popularność, że ich właściciele decydują się połączyć przyjemne z pożytecznym i zarabiają na przykład na reklamach umieszczanych na stronie” [www.shout.pl]. Pojawiający się w wypowiedzi gatunek *bloga* jest ogromnie produktywny w tym zakresie, jednakże stanowi jednostkową perspektywę opisu i prezentacji treści, chociaż, jak stwierdza Krzysztof Szymoniak – „W blogosferze zachodzi zjawisko zacierania się granic gatunkowych oraz instytucjonalnych” [Szymoniak, 2008: 135]. Może funkcjonować jako osobisty pamiętnik, a także nawet jako instytucja medialna.

Wśród typów portali hobbystycznych można wymienić np. portale modowe, kolekcjonerskie, piłkarskie, dla miłośników zwierząt i wiele innych, będących realizacją szeroko pojętego hobby i zainteresowań użytkowników. Wskazane portale mają najczęściej rozrywkowy charakter, ale często także posiadają wymiar praktyczny i użytkowy. Różnorodność i możliwość wielorakiego precyzowania własnych zainteresowań skłaniają do przekonania o potencjalnie nieograniczonej liczbie zagadnień, określanych mianem *hobby*. Ogólne kategorie tematyczne podlegają sprecyzowaniu szczegółowemu, umożliwiając istnienie wielopoziomowej siatki stron internetowych, dotyczących jednej dziedziny. Możliwość współtworzenia portali przez użytkowników lub zakładanie własnych, spersonalizowanych stron, potwierdzają tę tendencję.

3.1. Portale motoryzacyjne – informacje ogólne

Przedmiotem mojego zainteresowania są **portale motoryzacyjne**, skupiające miłośników określonego kręgu tematycznego. Specyfika zagadnień samochodowych i motocyklowych oraz przeznaczenie portalu decydują o doborze „elementów” strony internetowej oraz charakterystycznych gatunków mowy. Założenie ich wzajemnej interferencji oraz transgresji międzygatunkowych, warunkuje specyfikę funkcjonowania strony internetowej.

Rola motoryzacji w codziennym życiu ludzi przekonuje o styczności wielu osób z tą dziedziną, np. z racji samego posiadania czy zakupu pojazdu. W wielu sytuacjach właściciel samochodu czy motocykla korzysta z zasobów sieci – w celu wyszukania informacji, rozwiązania problemu technicznego itd. Jest to najprostsza metoda dotarcia do potrzebnych

treści. Wzmocnienie roli motoryzacji w życiu człowieka można zaobserwować wśród miłośników motoryzacji, hobbystycznie związanych z tą dziedziną. Popularność tej pasji jest duża, przez co przejawy jej powszechnego funkcjonowania w Internecie są naturalnym procesem migracji sfery codzienności ludzi w nowe środowisko komunikacyjne.

Liczba portali motoryzacyjnych w Internecie jest znaczna. Dziedzina motoryzacji stanowi powszechną tematykę w Internecie, oscylując wokół różnorodnych zagadnień związanych z samochodami i motocyklami. Głównymi profilami zainteresowania może być hobbystyczność lub użytkowość [zob. II – 3.2.], w praktyce często występujące wspólnie. Zdecydowana większość portali motoryzacyjnych to portale ogólne, bez wyszczególnionego odbiorcy, ale z racji panujących stereotypów i zdecydowanie męskiego świata motoryzacji, przeznaczone w głównej mierze dla mężczyzn. Kwestia założonego odbiorcy pokrywa się ze zdecydowaną większością użytkowników płci męskiej – ze względu na specyfikę komunikacji internetowej, status anonimowości i możliwości ukrycia własnej płci można mówić jedynie o pewnych tendencjach i przypuszczeniach, a nie liczbowym stanie rzeczywistym. Przemawia za tym także fakt, że pojawianie się kobiet na forum budzi komentarze, a zarazem chęć pomocy i doradzenia.

Sam fakt istnienia kilku portali przeznaczonych głównie dla kobiet i tworzonych przez przedstawicielki płci żeńskiej świadczy o przełamywaniu stereotypów męskiej dominacji motoryzacyjnej i próbach uzyskania równorzędnego statusu płci w aspekcie kwestii samochodowych i motocyklowych.

Kolejną ważną kwestią jest **stopień zaangażowania internauty i jego sposób autoidentyfikacji w dziedzinie motoryzacji**. Dla wielu użytkowników świat motoryzacyjny i aktywność na prezentowanych portalach internetowych jest objawem pasji i zamiłowania. Są oni swoistymi miłośnikami motoryzacji, przez co opisywany ich sposób funkcjonowania na portalach można uznawać za hobbystyczny. Oczywiście, z racji różnorodności odwiedzających i zalogowanych osób, nacechowanie hobbystyczne może być realizowane w różnym stopniu: począwszy od osób, których obecność jest efektem braku znajomości kwestii samochodowych i motocyklowych oraz próbą zasięgnięcia porady aż do użytkowników posiadających rozległą wiedzę motoryzacyjną i traktujących tę dziedzinę jako swoje hobby. Z powodu dużej liczby użytkowników i braku dokładnych danych statystycznych trudno jednoznacznie skategoryzować ilościową zawartość każdej z grup. Można jednak twierdzić, że regularność odwiedzin danej strony internetowej, czynny udział w dyskusjach, zakładanie nowych tematów to efekty zainteresowania motoryzacją. Należy także uwzględnić fakt, że nie każdy nowy użytkownik staje się stałym forumowiczem, co

w żaden sposób nie zaprzecza jego zamiłowaniu motoryzacyjnemu. Istotną rolę odgrywa tutaj przywiązanie do konkretnego serwisu, częstotliwość korzystania z Internetu, chęć dzielenia się własną wiedzą i pomocy innym, czynne uczestnictwo w portalach dotyczących *stricte* własnego zainteresowania, będące specjalizacją własnego hobby (np. portale skupiające miłośników danej marki samochodu, zabytkowych samochodów, sportów motorowych, motocyklistów itd.). Stopień zaawansowania technicznego może być jednak ogólnym wyznacznikiem statusu użytkownika.

Ze względu na możliwy różny poziom znajomości zagadnień motoryzacyjnych użytkowników i podejścia do tematyki prezentowanej na portalach (od laika po pasjonata), **przymiotnik *hobbystyczny* rozumiem jako specyficzną właściwość portali internetowych, nie zaś cechę wszystkich ich użytkowników.** Ze względu na ogromną ilość zamieszczanych treści i liczbę osób pozostawiających trwały ślad na stronach motoryzacyjnych, niemożliwe jest zbadanie statusu użytkowników w aspekcie pasji (lub jej braku) i stopnia wiedzy motoryzacyjnej. Jako miłośników motoryzacji potencjalnie można uznawać autorów artykułów i twórców portali. Aktywność anonimowych użytkowników zakładających swe konta (przede wszystkim w obszarze forum motoryzacyjnego i komentarzy), to zbiór wielu tysięcy wypowiedzi, na podstawie których ustalenie poziomu zainteresowania samochodami i motocyklami w wielu przypadkach jest trudne do określenia. Oczywiście, osoby posiadające w swoim dorobku kilkanaście tysięcy postów oraz wyrażające wiedzę i pasję motoryzacyjną, można uznawać za miłośników, natomiast osoby poszukujące porady w sprawie zakupu pierwszego samochodu, często słownie werbalizujące swoją niewiedzę, nie pretendują do grona pasjonatów. Dwie przeciwne, skrajne grupy – laików z jednej strony i pasjonatów z drugiej – zawierają pośrodku wiele tysięcy wypowiedzi, których zaklasyfikowanie może być jedynie kwestią czysto schematyczną i intuicyjną, w związku z brakiem werbalnego autookreślenia i definiowania siebie jako miłośnika. Z tego powodu zasadne wydaje się zaniechanie procesu rozróżniania użytkowników ze względu na sposób funkcjonowania hobby motoryzacyjnego w ich życiu. Portale motoryzacyjne uznają zatem za **przestrzenie internetowe skupiające ludzi, dla których problematyka motoryzacyjna odgrywa jakąś określoną rolę** (poszukiwanie porady, znajomość branży, wymiana doświadczeń, chęć autoprezentacji, kupno/sprzedaż samochodu, zamiłowanie motoryzacyjne).

3.2. Profil hobbystyczny i użytkowy

Jak już wspomniano, dwoma głównymi wymiarami funkcjonowania tematyki motoryzacyjnej na gruncie Internetu jest **profil hobbystyczny** oraz **profil użytkowy**. Te dwie tendencje wyrażone są przez działy tematyczne i elementy budowy portalu motoryzacyjnego. W zależności od charakteru danego serwisu, możemy obserwować przewagę któregoś z wymienionych aspektów.

Profil hobbystyczny realizowany jest przede wszystkim za pomocą uobecniania pasji motoryzacyjnej. Efektem tego może być zamieszczanie zdjęć w galerii, opis i waloryzacja pozytywna pojazdów (najczęściej własnego), felietony, wywiady z osobami interesującymi się motoryzacją. Profil użytkowy to odpowiedź na najczęstsze potrzeby użytkowników – np. testy samochodów i opinie o nich, ogłoszenia o sprzedaży pojazdów, porady, praktyczne informacje z dziedziny motoryzacji (najczęściej techniczne). Szerokim kontekstem współistnienia obydwu wymienionych aspektów jest forum internetowe, zawierające treści zgrupowane tematycznie, odzwierciedlające zainteresowania i potrzeby forumowiczów.

W praktyce najczęściej oba profile – hobbystyczny i użytkowy – wzajemnie się przeplatają i uzupełniają w realizacji konkretnych treści, co tworzy heterogeniczną całość, warunkowaną kontekstem portalu motoryzacyjnego jako szerokiego spektrum możliwości istnienia treści, komunikacji i aktywności użytkowników.

4. Pole gatunkowe portalu motoryzacyjnego

Na wstępie należy wskazać ogólne tendencje dotyczące gatunków występujących na portalach internetowych, co znajduje swoje odzwierciedlenie na portalach motoryzacyjnych⁴⁴. Gatunki mowy pojawiające się w obrębie portali internetowych można podzielić na dwie grupy. Pierwszą z nich stanowią sposoby komunikacji typowe dla **genologii internetowej**, czyli gatunki charakterystyczne dla przestrzeni wirtualnej i funkcjonujące tylko w tej płaszczyźnie (jednakowoż często bazujące na komunikacji pozawirtualnej). Najpopularniejsze wśród nich to: blog, chat, e-mail, komentarz, forum. Wymienione typy wypowiedzi pozostają w ścisłej korelacji z internetowymi grupami dyskusyjnymi, których celem jest „budowanie zwiększającej się bazy wiedzy na temat określony w nazwie grupy” [Naruszewicz-Duchlińska, 2011: 55]. W kontekście portali motoryzacyjnych najbardziej produktywną formą komunikacji między użytkownikami jest **forum internetowe**, czyli „najprostszy i efektywny sposób zaangażowania czytelników w redagowanie strony” [Olszański, 2006:

⁴⁴ O tematyce przedstawionej w podrozdziale we fragmentach piszę w swoim artykule [Wilczek, w druku b].

229]. Założenie aktywności internautów ma na celu asymilację użytkowników i tworzenie przez nich wspólnoty. Zbiór podgatunków mowy forum internetowego przedstawiła w swoim artykule Małgorzata Sokół, podkreślając „rosnące znaczenie elementów wizualno-przestrzennych form dyskursywnych w sieci” [Sokół, 2009: 208]. Typologizacja gatunków internetowych może także odnosić się do angażowania nadawcy i odbiorcy w czasie, w ten sposób możemy wyróżnić gatunki synchroniczne i asynchroniczne [Zdunkiewicz-Jedynak, 2008: 92].

Drugą grupę gatunków występujących w Internecie stanowią **formy przeniesione z komunikacji pozainternetowej**, sklasyfikowane według kilku podstawowych typów. Internetowe gatunki mowy często skorelowane są z **gatunkami dziennikarskimi/prasowymi**, w których nadrzędną kategorią funkcjonowania tekstu jest informacyjność, np.: wzmianka, notatka, zapowiedź, sprawozdanie, reportaż. Wśród gatunków dziennikarskich możemy wyróżnić także grupę **form publicystycznych** (artykuł publicystyczny, felieton, komentarz, recenzja, esej) oraz **gatunki pograniczne** (wywiad, debata, talk-show, czat) [Pisarek, red., 2006: 66-67]. Wyodrębnić należy istotną grupą genologiczną występującą na portalach internetowych (w tym motoryzacyjnych), czyli **gatunki użytkowe**, wskazujące na pragmatyczny i praktyczny charakter wymiany treści między użytkownikami. Wśród nich można wyróżnić porady, ogłoszenia czy dyskusje.

Portale motoryzacyjne stanowią konglomerat różnorodnych gatunków mowy, będących podstawowymi gatunkami występującymi na portalach internetowych lub skupiających się wokół właściwości tematyki motoryzacyjnej. Moim celem jest wskazanie gatunków mowy decydujących o specyfice portali dotyczących motoryzacji. Należy jeszcze raz podkreślić dwa główne obszary współistniejące w obrębie omawianych serwisów tematycznych – profil hobbystyczny i profil użytkowy, co pociąga za sobą istnienie określonych gatunków mowy, dostosowanych przede wszystkim ze względu na celowość przekazu. Użytkowy aspekt portalu motoryzacyjnego (w odróżnieniu od nacechowania *stricte* hobbystycznego, ale nie kolidujący z nim) związany jest przede wszystkim z kupnem/sprzedażą samochodów lub motocykli oraz ich elementów. Z uwagi na to najczęstszym gatunkiem mowy w takim dziale jest **ogłoszenie**. Ważną warstwą użytkową są także **porady** dotyczące szeroko rozumianej motoryzacji. Podobną funkcję mogą spełniać **artykuły**.

Hobbystyczne nacechowanie portali związane jest z uobecnianiem pasji motoryzacyjnej, prezentacją własnych zainteresowań oraz budowaniem statusu znawcy i eksperta w dziedzinie tematyki samochodowej. W zakres gatunków realizujących te założenia możemy wpisać **wywiady, galerie, artykuły, recenzje, filmy, newsy, sondaże, ankiety, felietony**. Warto

wspomnieć o reklamach **blogów motoryzacyjnych** lub odsyłaniu do nich na portalach (blog jako podstrona), co przekonuje o korespondencji różnych gatunków internetowych i ich wzajemnym uwikłaniu w sieci. Wiele artykułów tworzonych przez użytkowników również nosi znamiona bloga, będąc indywidualną perspektywą wypowiedzi na dany temat.

Realizacją obu wymiarów komunikacji jest **forum internetowe** – w wielu przypadkach będące najważniejszym, najbardziej rozbudowanym albo wręcz jedynym składnikiem portalu – np. FS⁴⁵, MO. Ze względu na fakt jego różnorodności i istnienia jako odrębny gatunek internetowy w swoich rozważaniach gatunkowych pomijam jego szczegółową analizę formalną, mając świadomość istotności forum w funkcjonowaniu portali hobbyistycznych oraz wielorakości i przenikania się gatunków mowy występujących w jego obrębie.

Elementami wyróżniającymi hobbyistyczną grupę miłośników motoryzacji na tle innych użytkowników Internetu mogą być **testy dotyczące samochodów** (połączone często z działem **opinie**), odgrywające istotną rolę w realizacji pasji motoryzacyjnej na portalach internetowych. Wypowiedzi w powyższych działach manifestują możliwość wyrażenia własnych sądów połączoną z budowaniem statusu eksperta i znawcy tematyki dotyczącej samochodów czy motocykli. Testy występują najczęściej jako rozbudowane opisy samochodów i spersonalizowane opinie na ich temat, np. *Przetestowałam też najmłodsze dziecko w rodzinie Mercedesa, niewielkiego i zwrotnego Citana - czekał na mnie wyjątkowo ciasny slalom. Kilkaset metrów od szarpaka po specjalnej okrągłej płycie poślizgowej niemal bez przerwy kręciły się też dwa Sprintery: jeden pusty, drugi obciążony 1,2 tony betonu. Oba radziły sobie z ekstremalnie trudnymi warunkami równie dobrze*⁴⁶ [M – a⁴⁷]. W prezentowanych opiniach istotne jest również uwzględnienie plusów i minusów danego auta, jego parametrów technicznych oraz w niektórych przypadkach ceny.

⁴⁵ W tekście posługuję się skrótami nazw analizowanych portali. Ich objaśnienia znajdują się w Wykazie skrótów (s. 349).

⁴⁶ Wszystkie przytaczane przykłady z portali motoryzacyjnych podaję w **oryginalnej pisowni**, bez poprawy jakichkolwiek błędów, co w lepszy sposób obrazuje język użytkowników, szczególnie w kontekście specyfiki komunikacji internetowej. Zachowuję także oryginalną pisownię tytułów, cytaty i innych źródeł.

⁴⁷ W tekście posługuję się następującymi skrótami, odnoszącymi się do pochodzenia materiału źródłowego: **a** – artykuły, **f** – forum, **fe** – felietony (oznaczane jako osobna kategoria i w taki sposób wyróżnione na niektórych portalach motoryzacyjnych, jednakże w formie i treści często przypominające artykuły – z dużą dozą indywidualizmu i podkreśleniem własnej wiedzy autora), **k** – komentarze, **o(~t)** – oceny o charakterze testów, **p** – pozostałe (np. opisy stron, profile użytkowników, zapowiedzi i reklamy), **po (~a)** – porady (wyodrębnione jako osobna kategoria, ale o charakterze artykułów), **t** – testy lub **t(~a)** – testy o charakterze artykułów, **w** – wywiady. Podane skróty i podziały formalne mają przede wszystkim wartość klasyfikującą, ale również generalizującą, gdyż konkretne portale motoryzacyjne zawierają odmienne elementy składowe, nie zawsze sobie odpowiadające ze względu na treść i jakość (np. różniące się zawartością kategorii testy, w niektórych przypadkach występująca na równi z artykułami).

Nie stosuję skrótów w przypadku odwołania do strony jako całości lub elementów strony głównej (działów i kategorii). Skróty będą zamieszczane w przypisach w tekście, obok skrótów informujących o nazwie portalu.

Istotnym tłem funkcjonowania portali internetowych są **strategie marketingowe**, znajdujące swoje odzwierciedlenie w prezentowanych treściach. Sposób przekazu i dobór „składników” strony internetowej jest wynikiem założonego programu marketingowego, mającego skonkretyzowany cel i zakładającego rozwój portalu. Wykorzystywane środki przekazu informacji (w tym charakterystyczne gatunki mowy) mają za zadanie przede wszystkim rozpowszechnienie portalu i powiększanie grona jego użytkowników. Dużą rolę w tworzeniu wizerunku strony odgrywa także współpraca z producentami i firmami z branży motoryzacyjnej, zawarta w reklamach, tematyce artykułów i tworzonych treściach oraz formach przekazu informacji.

4.1. Kontekst prasy motoryzacyjnej – podobieństwa i różnice

Zasadne będzie porównanie reprezentacji genologicznej na portalach motoryzacyjnych z obserwacjami poczynionymi przez Marię Wojtak w artykule *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej* [Wojtak, 2006b]. Zestawienie dwóch różnych środków masowego przekazu – prasy i Internetu – pozwoli na wyekscerpowanie elementów właściwych dla kontekstu przestrzeni wirtualnej lub potwierdzenie tożsamości w sposobie przekazu treści na gruncie różnych mediów (a zarazem trwałości genologicznej tematyki motoryzacyjnej). Warto podkreślić, że niektóre portale internetowe związane z motoryzacją posiadają dział *MOTOGAZETA* [np. AC], co zbliża je do funkcji internetowych czasopism.

Dominującą konstatacją analizy Marii Wojtak jest zjawisko **redukcjonizmu genologicznego**, charakterystycznego dla prasy wyspecjalizowanej [Wojtak, 2006b: 62]. Autorka w innym artykule stwierdza, że na gruncie magazynów motoryzacyjnych dominantami gatunkowymi są „łączone w serie wypowiedzi nawiązujące do wzorców gatunkowych wzmianki oraz wypowiedzi będące mutacją wiadomości (artykułu), nazywane *testami*” [Wojtak, 2007: 231]. W przywołanym przeze mnie na wstępie artykule jako charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej wyszczególnione zostały [Wojtak, 2006b]:

- **zapowiedź**, czyli jeden z najbardziej ekspansywnych i dynamicznych gatunków we współczesnej prasie. Prócz zainteresowania odbiorcy, ważną funkcją jest w tym wypadku także reklama.
- **edytorial** – komentarz aktualnego wydarzenia lub polecenie określonego numeru pisma przez redaktora naczelnego.
- **wzmianka**, służąca do „przekazywania lakonicznych informacji o wielu aktualnych wydarzeniach” [Wojtak, 2006b: 70]. W obszarze prasy motoryzacyjnej to wypowiedzi

(zwykle seryjne) dotyczące ważnych wydarzeń na rynku motoryzacyjnym, mogą być sprofilowane informacyjnie lub publicystycznie.

• **teksty poradnikowe o kształcie wiadomości i gatunki współtworzące zbiór tekstów o charakterze oceniającym** – odnoszą się zazwyczaj do oceniania pojazdów i funkcjonują jako *testy* (lub w postaci podobnych określeń). Stanowią podstawową formę w prasie motoryzacyjnej.

Wymienione gatunki podlegają przesunięciom transgresyjnym, dostosowanym do zagadnień motoryzacyjnych jako nadrzędnego klucza wymiany informacji. W kontekście portali skupionych wokół tematyki motoryzacyjnej obecność większości gatunków właściwych dla prasy znajduje swoje potwierdzenie.

Pierwszą podstawową różnicą jest sposób ukazywania się materiałów – w wypadku prasy częstotliwość pojawiania się kolejnego numeru czasopisma jest stała i z góry przewidywalna, przez co można z wyprzedzeniem określić pojawienie się niektórych elementów kolejnego numeru. Artykuły i materiały zamieszczane przez twórców na portalach motoryzacyjnych z reguły nie posiadają ustalonej regularności czasowej. W przypadku popularnych i rozbudowanych serwisów dotyczących tematyki samochodowej i motocyklowej ilość przybywających treści jest znaczna, ale równocześnie dowolna. W związku z tym, zapowiedź jako przytoczenie zawartości kolejnego numeru nie jest realizowana w takim ujęciu. Jej „odpowiednikiem” może być odniesienie do przyszłych wydarzeń, które zostaną zrelacjonowane (np. targi, zloty itp.).

Element edytorialu nie występuje na portalach motoryzacyjnych w formie właściwej dla prasy, ze względu na odmienność funkcjonowania wiadomości. Funkcję edytorialu może spełniać element (zazwyczaj na stronie głównej) rekomendacji określonych treści zawartych na portalu. Najczęściej jest on zwerbalizowany jako *Polecamy* [M], *Dzisiaj polecane* [AC]. W szerszym kontekście takie założenia realizuje raport *big picture* [zob. II – 1.2.], czyli sposób eksponowania treści pozostających ze sobą w korelacji lub najnowszych materiałów zamieszczonych w podstawowych działach (najczęściej na stronie głównej). Taka właściwość może także zastępować wzmiankę.

Testy pojazdów i opinie o nich to odrębna kategoria tematyczna, występująca na większości portali motoryzacyjnych. Część z nich to liczbowe, schematyczne statystyki i informacje, powielające ogólny wzór opisu pojazdu. Drugą formą mogą być artykuły lub opisowe oceny, autorstwa twórców portalu lub użytkowników, w swoim kształcie formalnym podlegające indywidualnym wyborom piszącego. Powszechność tego działu jest czynnikiem świadczącym o jego różnorodności.

Ponadto, treść portali motoryzacyjnych jest wzbogacona o elementy właściwe dla przestrzeni internetowej, warunkowane interaktywnością i multimedialnością medium (np. filmy, galerie, wyszukiwarki firm, kalkulatory jednostek, rozbudowany dział testów, sklepy). Dominującą charakterystyką kontekstu Internetu jest możliwość aktywnego udziału użytkowników w rozbudowie strony internetowej.

Reasumując, można stwierdzić, że portal motoryzacyjny w pewnych kontekstach bazuje na prasie motoryzacyjnej, zawierając gatunki mowy właściwe dla niej. Różnorodność gatunkowa portalu i specyfika przestrzeni wirtualnej jako środka przekazu i kanału komunikacji sprawiają, że większość form podlega przekształceniu. Należy także podkreślić istnienie elementów charakterystycznych dla komunikacji internetowej.

4.2. Transgresyjność gatunkowa portalu motoryzacyjnego

Gatunki mowy traktuję (uwzględniając poglądy Michaiła Bachtina) jako typy wypowiedzi lub tekstu, skonwencjonalizowane ze względu na zamiar komunikacyjny, treść i ekspresję oraz podkreślające sytuację nadawczo-odbiorczą [Witosz, 2005: 45]. Bożena Witosz wskazuje na dynamiczność i otwartość kategorii gatunku, a zarazem jej podatność na wpływ sąsiednich kategorii gatunkowych [Witosz, 2005: 108], w związku z czym istotnym pojęciem w kontekście moich rozważań będzie niejednorodność granic gatunkowych. „**Transgresyjność** (podkr. – W.W.), rozumiana jako umiejętność adaptacji do potrzeb jednego gatunku struktur innych form tekstowych, ma umocowanie w elastyczności reguł gatunkowych. Ta ich cecha pozwala w procesie konstruowania wypowiedzi na różnorodne modyfikacje i przekształcenia” [Ostaszewska, 2008: 25]. Dostosowanie reguł gatunkowych do kontekstu komunikacji internetowej, często genologicznie rozmytej, hybrydalnej i niewyraźnej, wskazuje na amorficzność rzeczywistości internetowej [Kawka, 2010: 67]. Polimorficzność treści zamieszczanych na portalach jest efektem połączenia odmiennych zjawisk wizualnych – słownych i ikonicznych (a w niektórych przypadkach także dźwiękowych – np. filmy)⁴⁸.

Drugą płaszczyzną analizy są przesunięcia transgresyjne w obrębie konkretnych form gatunkowych portalu motoryzacyjnego. Ze względu na liczbę oraz różnorodność gatunków mowy i ich przekraczania w obrębie portali motoryzacyjnych, przytaczam kilka wybranych przykładów – reprezentatywnych w kontekście omawianych portali tematycznych i realizujących ww. zjawisko.

⁴⁸ Rozszerzenie tego zjawiska na wszystkie media jest przedmiotem genologii multimedialnej [Balcerzan, 2000].

Interferencje międzygatunkowe, występujące na portalach motoryzacyjnych, są efektem produktywności i rozwoju pewnych wypowiedzi, rozszerzających się na inne gatunki i przekształcających je. Istotnym polem przekraczania granic formy gatunkowej jest dział **artykuły** (występujący na większości portali motoryzacyjnych, wyrażony eksplicytnie lub nie), prezentujący bogactwo treści i rozmycie właściwości gatunkowych. W przeciwieństwie do prasy motoryzacyjnej testy samochodów są tylko jedną z wielu form artykułu lub występują jako osobna kategoria. Należy podkreślić niejednorodność statusu genologicznego i występowanie różnych określeń dotyczących tego elementu portali. Najczęstszą nazwą jest właśnie termin *artykuły*, jednakże pojawia się także np. określenie *publikacje* [AC]. Na niektórych portalach teksty są podzielone według określonych kategorii, np. *auto*, *moto* (a w ich obrębie dalsze podgrupy) [M]. Zawartość powyższych kategorii i działów jest tożsama z kształtem formalnym i treściowym wypowiedzi w dziale *artykuły*, jedyną różnicę stanowi kwestia nazewnictwa. Należy podkreślić tutaj odejście od naukowego/publicystycznego nacechowania artykułu, gdyż w swej płaszczyźnie treściowej zamieszczane teksty zawierają różnorodne nacechowanie stylistyczne i jakościowe, a przywołana nazwa pełni raczej funkcję indeksującą niż określającą jakość formalną.

Materiały zamieszczane przez twórców, a także w niektórych przypadkach przez internautów, cechują się wielopłaszczyznowością gatunków mowy, stanowiąc ich wieloraki zbiór. Wśród pojawiających się treści możemy wskazać kilka następujących gatunków, wzajemnie przenikających się i niejednorodnych stylistycznie. Kryterium definiowania mogą stanowić już same tytuły artykułów (wzmianek/notatek/wiadomości), informujące o jakości komunikatu i klasyfikujące formalnie przekaz, zapowiadające gatunek. Przeprowadzona przeze mnie analiza potwierdziła zawartość artykułów zgodną z sygnalizowanym w tytule gatunkiem. W tym miejscu moją uwagę skupiam jedynie na samych tytułach artykułów, wśród których możemy wyróżnić, np.:

1. **informacje**, wiadomości, posiadające często charakter **newsów**, np.: *Adele zdała prawo jazdy incognito!* [M – a]; *Honda CR-Z dostaje spory zastrzyk mocy!* [AC – a];

2. **relacje** z wydarzeń, odnoszące się do rzeczywistości pozainternetowej, posiadające nacechowanie reportażowe, np.: *Na żywo z Frankfurtu: nowości brytyjskich marek* [AC – a]; *Volkswagen Castrol Cup - puchary rozdane!* [AC – a]. Relacja w swej strukturze gatunkowej zakłada przekazywanie informacji na żywo (np. relacja sportowa będąca bezpośrednim komentarzem wydarzenia), natomiast informowanie o faktach minionych to sprawozdanie, przez co możemy mówić o transgresji gatunkowej. Niektóre z opisywanych wydarzeń posiadają znamiona aktualności i informowania czytelnika na bieżąco: *Podczas, gdy*

organizatorzy Salonu Samochodowego we Frankfurcie otworzyli dziś targi dla szerokiej publiczności, my kontynuujemy naszą wirtualną podróż po stoiskach IAA, aby dowiedzieć się, co nad Men przybyło z kolejnego państwa. (...) Na pierwszy ogień bierzemy markę, która świętuje w tym roku 100-lecie swojego istnienia. Chodzi rzecz jasna o Astona Martina, który do Frankfurtu dotarł m.in. z modelem V12 Vantage S [AC]. Większość natomiast jest w swej istocie sprawozdaniem z minionych zdarzeń;

3. **rankingi**, pełniące funkcję klasyfikującą, a zarazem wartościującą, np.: *TOP 10/ Niezwykłe supersamochody* [AC – a]; *Top 15 motoryzacyjnych propozycji na Halloween* [M – a]; *TOP 10| Terenówki na weekendowe wojaże* [AC – a];

4. **prezentacje**, posiadające przede wszystkim walor reklamowy, a także możliwość zapoznania użytkownika z nową linią produkcyjną danej marki, np. *Skrzynka z narzędziami od Forda - specjalnie dla kobiet* [M – a];

5. **wywiady, rozmowy**, podkreślające dziennikarski wymiar aktywności twórców portali, np.: *Drifting ma we krwi - wywiad z Karoliną Pilarczyk* [M – a]; *Rozmowa z Justyną Czarnecką - sędzią sportu samochodowego* [M – a];

6. treści multimedialne – **filmy, galerie**, występujące najczęściej w kontekście **fotoreportażu**, np.: *Wielki sukces MotoMamusiek w Kutnie, zobacz film!* [M – a]; *Automaster Show w Kamieniu Śląskim - relacja i galeria* [M – a]. Dodatkową warstwą komunikatu może być dźwięk, świadczący o przenikaniu różnych poziomów percepcyjnych, np. *Jak brzmi silnik Hondy przeznaczony do F1? Usłysz to!* [M – a];

7. **porady**, będące uzupełnieniem, wzbogaceniem wiedzy motoryzacyjnej i doraźną pomocą dla kierowców, np.: *Akumulator przed zimą, czyli co warto wiedzieć i zrobić* [AC – a]; *Jak wybrać akumulator?* [M – a];

8. **zapowiedzi**, będące często formą zaproszenia lub reklamy, np.: *Mercedes Klasa G - Mercedes-Benz Klasy G - wielki lifting w 2016 roku* [AC – a]; *Jesienny Rajd Teraz Kobiety – ruszyły zapisy* [M – a].

Ciekawą formą prezentacji wiadomości jest także gra z użytkownikiem i zachęcenie go do wyrażenia własnej opinii, czego dowodem są tytuły, będące **pytaniami**, np. *Chcesz testować samochody i mieć darmowe przeglądy?* [M – a]. Również wymienione wcześniej **testy i opinie samochodów** są sposobem zamieszczania informacji. Sama zawartość artykułów (najczęściej wedle wyznaczonego zbioru tematycznego) charakteryzuje się przesunięciami gatunkowymi.

Warto wspomnieć o innej, możliwej aktywności użytkowników jako twórców artykułów. W Internecie lub na portalach motoryzacyjnych możemy znaleźć tzw. *motoblogi*.

Subiektywny punkt widzenia oraz wyrażanie własnych poglądów to podstawowe właściwości bloga, co znajduje swoje odzwierciedlenie w prezentowanych treściach, zbliżonych do artykułów zamieszczanych w serwisach. Możemy przez to wnioskować o korelacji i częściowym rozmyciu tych dwóch gatunków.

Zestawiając powyższe obserwacje, można stwierdzić, że dział artykułów (newsów/wiadomości) stanowi kondensację gatunkową oraz treściową wszystkich pozostałych działów i elementów występujących w obrębie portali motoryzacyjnych. Jest także przejawem genologicznego redukcjonizmu, modyfikującego reguły gatunkowe, dostosowane do specjalizacji tematycznej.

4.3. Wnioski

Portal motoryzacyjny funkcjonuje jako zbiór szeregu gatunków⁴⁹, wzajemnie koegzystujących i często wpływających na siebie. Interferencje gatunkowe podyktowane są produktywnością różnorodnych form wypowiedzi i ich dopasowaniem do tematyki serwisu. Popularność konkretnych gatunków i sposobów istnienia treści ma na celu unifikację wszystkich użytkowników portalu i tworzenie wspólnoty. Informacyjność i interakcyjność zyskują status dwóch dominujących wymiarów portalu hobbystycznego. Można stwierdzić, że opinie, testy, ogłoszenia, forum, wywiady, porady, felietony to gatunki decydujące o specyfice tematyki motoryzacyjnej i istotne dla niej. Przekształcanie wzorców gatunkowych zachodzi w największym stopniu w wypadku artykułów, będących zbiorem różnorodnych gatunków mowy, niejednokrotnie przekraczających własną formę generyczną.

5. Portale motoryzacyjne – prezentacja analizowanych stron

Materiał źródłowy został zaczerpnięty z portali motoryzacyjnych⁵⁰, będących reprezentatywnymi na tle różnorodnych serwisów tematycznych (a konkretnie portali hobbystycznych). Przedmiotem mojego zainteresowania jest osiem stron motoryzacyjnych: cztery portale ogólne [www.autocentrum.pl – AC, www.forumsamochodowe.pl – FS, www.motomaniacy.com – MO (wyłącznie forum), www.moto-portal.pl – MP], adresowane stereotypowo do mężczyzn oraz cztery portale kobiece, tworzone przez kobiety i przeznaczone głównie dla kobiet [www.autopolki.pl – A, www.kobietaiauto.pl – KA,

⁴⁹ Właściwe wydaje się tutaj także zastosowanie terminu „gatunek w formie kolekcji” [por. Wojtak, 2006a].

⁵⁰ Pomijam serwisy typu otomoto.pl, skupione wyłącznie na sprzedaży samochodów i elementów motoryzacyjnych. Pomijam również portale skupione na wąskim kręgu tematycznym – np. konkretnej marce, samochodach zabytkowych czy danym sporcie motoryzacyjnym.

www.motocaina.pl – M, www.speedladies.pl – SL]. Drugi z wymienionych typów portali stanowi wciąż niewielki odsetek na tle ilości wszystkich stron motoryzacyjnych funkcjonujących w sieci, ale samo istnienie stron przeznaczonych dla kobiet wskazuje na próby przełamania stereotypów płciowych, pasjonowanie się motoryzacją i budowanie przez kobiety statusu eksperta motoryzacyjnego lub miłośnika samochodów/motocykli. Krótka prezentacja zakresu tematycznego i budowy formalnej wybranych portali określi ich rodzaj i charakter funkcjonowania. Dodatkowym elementem wzbogacającym zawartość stron są ich nazwy i hasła, w dużej mierze będące wyznacznikiem przeznaczenia i charakterystyki serwisu.

5.1. Struktura semantyczna nazw i podtytułów portali

Wykładnikiem tematycznego indeksowania portali jest ich nazwa, informująca ogólnikowo o zawartości strony i (w niektórych przypadkach) wyrażająca dodatkowe właściwości serwisu. Najczęstszym elementem składowym nazwy strony internetowej jest uniwersalna częśćka charakteryzująca tematykę motoryzacyjną – *moto* [por. IV – 2.]. Jest to również składnik wielu złożzeń, które w dużym stopniu są neologizmami znaczeniowymi – np. *motomama*, *motofan*.

W wypadku analizowanych stron internetowych wymieniony element (jako prefiksoid lub wyraz) funkcjonuje w nazwie następujących portali:

1. **www.motocaina.pl** [M]

Powstanie nazwy może być skorelowane z hasłem w nagłówku strony, istniejącym w poprzednich latach (teraz już nieobecnym) – *pasja uzależnienia*. Uzależnienie można zdefiniować jako ‘stan silnego przyzwyczajenia powodujący czyjąś zależność od jakiejś osoby lub rzeczy, np. od alkoholu lub narkotyków’ [ISJP⁵¹]. Warstwa brzmieniowa nazwy *motocaina* odnosi się do nazw niektórych środków odurzających, np.: *heroina*, *amfetamina*, *kokaina*. Ta bliskość semantyczna leksemów może stanowić próbę metaforycznego wyrażenia nieodzownej obecności motoryzacji w codziennym życiu. Potrzeba kontaktu z motoryzacją i uzależnienie od własnej pasji są związane z wartościowaniem wyrażenia.

2. **www.motomaniacy.com** [MO]

Nazwa forum motoryzacyjnego również oscyluje wokół kategorii pasji i zamiłowania motoryzacyjnego. Zaklasyfikowanie osoby jako *motomaniaka* jest przedmiotem dodatniej

⁵¹ Skróty słowników zostały rozwinięte w Wykazie skrótów, s. 349.

waloryzacji, wyraża skupienie i zainteresowanie tematyką motoryzacją. O leksemie *motomaniak* piszę w innym fragmencie pracy [zob. rozdział IV – 3.].

3. www.moto-portal.pl [MP]

Następny przykład zawierający wyraz *moto* jest odesłaniem do kategorii tematycznej. Dodatkowo, zestawienie leksemów *moto* i *portal*, odwołuje się do sformułowania *portal motoryzacyjny* i stanowi pełną charakterystykę nazywanej strony. Taki sposób użycia nie zawiera żadnych dodatkowych informacji (np. o przeznaczeniu strony, hobbystycznym nacechowaniu), jest uniwersalnym określeniem przedmiotu zainteresowania.

Kolejnym portalem jest strona www.forumsamochodowe.pl [FS]. W wypadku tej nazwy uwzględniony został gatunek tematyczny (*forum*), doprecyzowany przedmiotem zainteresowania (*samochodowe*). W języku ogólnym leksem *forum* oznacza ‘spotkanie, zebranie poświęcone omawianiu spraw z określonej dziedziny’, także ‘ogół członków takiego spotkania’ lub ‘miejsce publicznych wystąpień, przemówień’ [USJP]. Przywołane definicje korespondują ze specyfiką funkcjonowania forum internetowego, służącego wymianom poglądów i dyskusji, a także upublicznianiu własnych opinii. Forum jest najbardziej rozbudowaną częścią tej strony, przez co nazwa w pełni oddaje zawartość serwisu.

Dominantą znaczeniową pozostałych nazw portali jest wskazanie pryzmatu kobiecego sprofilowania strony. Status portalu dla kobiet i o kobiecej perspektywie dotyczącej motoryzacji wyrażony jest za pomocą następujących nazw:

1. www.autopolki.pl [A]

Powyższa nazwa jest neologizmem precyzującym zawartość tematyczną strony. Złożenie *autopolki* wskazuje na kategorię kobiecą i dziedzinę zainteresowania. Liczba mnoga leksemu świadczy o jego generalizacji, gdyż każda z kobiet odwiedzających stronę może się utożsamić z tą nazwą. Określenie jest pojemne znaczeniowo – może oznaczać kobiety interesujące się motoryzacją, reprezentujące grupę miłośniczek i pasjonatek, a także potencjalnie każdą zmotoryzowaną kobietę, przede wszystkim Polkę, poruszającą się samochodem czy motocyklem.

2. www.kobietaiauto.pl [KA]

Następna nazwa oparta jest na podstawowym zestawieniu docelowego odbiorcy portalu (*kobieta*) z przedmiotem reprezentującym tematykę (*auto*). Połączenie tych dwóch wyrazów jest wykładnikiem zawartości strony i sposobu profilowania perspektywy jej tworzenia. Równocześnie to zestawienie może być wyrazem ironicznej walki ze stereotypem, że kobieta i auto to swoisty oksymoron.

3. www.speedladies.pl [SL]

Kolejna nazwa jako jedyna z wszystkich przedstawionych sformułowana jest w języku angielskim – oznacza *szybkie kobiety*, co metaforycznie jest związane z dynamizmem kobiet, którego elementem jest szybka jazda pojazdem. Należy zaznaczyć, że ta strona odnosi się w zdecydowanej przewadze do motocyklizmu, przez co wyrażenie można wiązać z dynamiką jazdy i rozwijaniem dużych prędkości na motocyklu. Nazwa również pełni funkcję uniwersalizującą, gdyż użytkownicy mogą się utożsamiać z tym określeniem.

Ostatnią analizowaną stroną jest portal www.autocentrum.pl [AC], w swojej nazwie nawiązuje do definicji leksemu centrum – ‘miejsce, w którym coś się skupia, koncentruje’ [USJP], np. centrum handlowe, w tym przypadku funkcję głównego tematu pełni leksem *auto*. Ta nazwa informuje o wszechstronności portalu, konsolidującego różnorodne treści i zagadnienia z dziedziny motoryzacji.

Warto również uwzględnić możliwość występowania haseł precyzujących zawartość lub charakter/przeznaczenie strony, pojawiających się jako podtytuły (obok nazwy i logo). Należy podkreślić, że występują one tylko na niektórych stronach internetowych. Portal www.autopolki.pl jest promowany za pomocą hasła *Wysokie obcasy na wysokich obrotach*⁵². Jest to skorelowane z logo strony, czyli kobiecą szpilką [il. 3]. Podtytuł podkreśla żeńskie sprofilowanie portalu i jednocześnie nawiązuje do dynamiki i szybkości jazdy. Określeniem docelowego adresata i perspektywy tworzenia portalu jest hasło *Kobieca strona motoryzacji*, zamieszczone w serwisie www.kobietaiauto.pl. Można także zaobserwować scharakteryzowanie rodzaju strony zawarte w hasle, wraz z dookreśleniem nadawcy/odbiorcy – np. *kobiety portal motoryzacyjny* [M]. Taka sama informacja wyświetla się po zaznaczeniu paska adresu w serwisie www.speedladies.pl [il. 4], na stronie głównej portalu występuje tylko jego nazwa i logo. W przypadku portali ogólnych, jedynie serwis www.autocentrum.pl zawiera hasło informujące o jakości strony – *NIEZALEŻNY PORTAL MOTORYZACYJNY*. Przymiotnik określa formalny charakter serwisu – portal jest firmą Spółki AutoCentrum S.A. Strona www.forumsamochodowe.pl nie posiada podtytułu⁵³. Kolejne analizowane portale jako podtytuły prezentują jedynie rodzaj witryny, np. *PORTAL MOTORYZACYJNY* [MP], *forum motoryzacyjne* [MO].

Struktura semantyczna nazw portali motoryzacyjnych odnosi się do zawartości strony lub profilu nadawcy i odbiorcy. Niektóre nazwy są nacechowane ekspresywnie (np.

⁵² Rozróżnienie zapisu haseł, kategorii, działów małą/wielką literą stosuję zgodnie z ich występowaniem na stronie.

⁵³ W prawym górnym rogu strony scharakteryzowany jest główny profil serwisu (za pomocą zestawiania bliskoznacznych wyrażen): *Forum Motoryzacyjne, Forum samochodowe, Auto Forum* [FS].

www.motomaniacy.com). We wszystkich przypadkach jest zakreślona główna tematyka strony internetowej. Podtytuły występujące w nagłówkach stron głównych rozwijają lub doprecyzowują nazwę portalu.

5.2. Portale ogólne

Pierwszą grupę omawianych portali stanowią portale ogólne, które zasadniczo nie mają wyszczególnionego docelowego odbiorcy, ale stereotypowo adresowane są do mężczyzn. Należy podkreślić, że ogólnych serwisów motoryzacyjnych jest dużo w obrębie Internetu, co świadczy o powszechności tej tematyki. Do celów analitycznych wybrałam cztery portale, różniące się zawartością i budową formalną.

1. www.autocentrum.pl [AC]

Portal www.autocentrum.pl określony jest jako *niezależny portal motoryzacyjny* i w zdecydowanej większości dotyczy tematyki samochodowej. Sposób i cel funkcjonowania serwisu zostały określone przez jego twórców następująco: *Prowadzony przez Spółkę motoryzacyjny portal internetowy AutoCentrum.pl został stworzony w oparciu o ideę "użytkownicy dla użytkowników". Od początku swojego istnienia, czyli od 2000 roku realizuje strategię wiodącego internetowego medium motoryzacyjnego w oparciu o rozwój własnych serwisów, pozyskiwanie treści od użytkowników i tworzenie nowych serwisów w oparciu o potrzeby czytelników* [AC – p]. Idea współtworzenia serwisu przez użytkowników skutkuje rozbudowaną zawartością portalu. Przejawem aktywności internautów jest m.in. dział *Testy/opinie*. Użytkownicy zamieścili w nim np. 190 341⁵⁴ opinii i 184 747 raportów zużycia paliwa. Porównaniem dla tej liczby może być ilość testów (w formie artykułów) autorstwa redaktorów serwisu – 775. Zdecydowana przewaga materiałów tworzonych przez użytkowników decyduje o specyfice portalu, dowodzi chęci podzielenia się własnymi przemyśleniami na temat posiadanego samochodu. Obszarem wypowiedzi odwiedzających serwis jest także dział *Porady*, podzielony na kilka osobnych kategorii tematycznych (m.in. *Skarbnica wiedzy*, *Motosłownik*, *Pytania motoryzacyjne*, *Strefa ekspertów*, *Poradnik kierowcy*).

Na portalu funkcjonuje także dział *Motogazeta*, będący skupiskiem publikacji w formie artykułów. Taki sposób budowania treści jest powszechną formą dotarcia do odbiorcy. W tym kontekście strony internetowe nawiązują do prasy motoryzacyjnej [zob. II – 4.1.]. Warto

⁵⁴ Dane z dnia 23.08.2014 [AC].

również wspomnieć o dwóch kategoriach – *Auta nowe* i *Auta używane*, stanowiących zbiór kompleksowych informacji (wraz z ogłoszeniami) na temat możliwości zakupu nowych i używanych samochodów. Oprócz wymienionych działów możemy znaleźć inne praktyczne zbiory informacji, zestawione pod względem głównej tematyki [il. 5].

Obszerna zawartość serwisu i jego nieustanne rozbudowywanie to wykładniki jego popularności, o czym przekonuje redakcja portalu: *AutoCentrum.pl jest od lat jednym z wiodących podmiotów statystyk popularności wśród polskich witryn motoryzacyjnych. W 2013 roku odwiedziło nasz portal ponad 19,6 mln unikalnych użytkowników!* [AC – p]. Wybór powyższego portalu do analizy empirycznej jest umotywowany różnorodnością i dużą ilością zamieszczanych materiałów. Cechy te prezentują różne sposoby tworzenia treści i wyznaczają najpowszechniejsze działy tematyczne dotyczące zagadnień motoryzacyjnych.

2. www.forumsamochodowe.pl [FS]

Kolejnym z wybranych portali jest www.forumsamochodowe.pl. Zgodnie z nazwą, najważniejszym elementem strony jest forum, które zawiera ponad czterysta tysięcy postów⁵⁵. Charakter serwisu w znacznym stopniu odbiega od właściwego rozumienia kategorii *portal*, jednakże w obrębie strony można zaobserwować elementy nawiązujące do działów tematycznych portali [il. 6]. Większość z nich ma zdecydowanie użytkowy charakter, np.: *OGŁOSZENIA, KONTROLKI, OLEJE, ROZMIARY KÓŁ, GIEŁDY*. Dodatkową nawigacją jest zestawienie istotnych kwestii w jednej grupie na stronie głównej [il. 7]. Obszernym działem jest *GALERIA*, prezentująca tysiące fotografii pojazdów zamieszczanych przez użytkowników i twórców.

Wybór takiego serwisu do analizy został jednakże podyktowany faktem, że na tej stronie znajduje się ogromna ilość wypowiedzi, będących efektem wzajemnej interakcji użytkowników. Zamieszczony materiał umożliwia zaobserwowanie wielu elementów socjolektu motoryzacyjnego [zob. rozdział IV].

3. www.moto-portal.pl [MP]

Portal motoryzacyjny w głównej mierze ma postać użytkową. Jego dominującym działem jest forum internetowe⁵⁶. Prócz tego elementu na stronie głównej wyeksponowane są podstawowe działy [il. 8]. Użytkowość serwisu jest przede wszystkim efektem

⁵⁵ *Wszystkich postów: 438205 • Wszystkich tematów: 62227 • Liczba zdjęć: 21400 • Wszystkich użytkowników: 51405* [stan na dzień 21.08.2014 – FS].

⁵⁶ *Postów na forum 200 950, użytkowników 10 545* [stan na dzień 24.08.2014 – MP].

funkcjonowania sklepu z częściami motoryzacyjnymi w obrębie portalu internetowego (jako dział *Pasaż*). Podobną rolę odgrywa *Gielda*, czyli zbiór ogłoszeń dotyczących sprzedaży samochodów (mimo występowania kategorii nie znajdują się tam żadne ogłoszenia, jedynymi aktywnymi funkcjami są listy dealerów i komisów, zgrupowane według województw). Charakter artykułów posiada dział *Aktualności*, informujący o nowinkach motoryzacyjnych.

W skład hipertekstu strony głównej wchodzi jeszcze m.in. odnośniki: *Ceny paliw*, *Nowości*, *Biznes*, *Ciekawostki*, *Wiadomości GPS*. Wszystkie podane przykłady konotują cechą praktyczności, nawiązując jednakowoż do zainteresowania motoryzacyjnego użytkownika. Zawartość strony nie rozwija się zbyt dynamicznie, twórcy nie dodają już żadnych nowych treści, przyrost informacji można zaobserwować jedynie w dziale forum. Zamieszczone materiały powielają jednakże tematykę propagowaną przez wiodące serwisy motoryzacyjne.

4. www.motomaniacy.com [MO]

Ostatnią z badanych stron jest serwis www.motomaniacy.com, w nagłówku strony scharakteryzowany jako *forum motoryzacyjne* [il. 9]. Jest to forum portalu www.motopodprad.pl, dotyczącego tematyki samochodowej. Wybór strony został podyktowany faktem rozbudowanej ilości materiału źródłowego, zamieszczonego na forum⁵⁷. Drugim powodem jest zdecydowana przewaga tematyki motocyklowej nad samochodową (działy: *jednoślady* i *dwuślady*). W wypadku powyższych portali to zagadnienia związane z samochodami stanowiły dominantę treściową strony. Forum jest podzielone na różnorodne elementy tematyczne – związane ze sferą hobbystyczną i użytkową.

Codzienny przyrost treści i wypowiedzi użytkowników świadczy o popularności strony i istnieniu grona stałych forumowiczów. Dowodzi także różnorodności dziedzin zainteresowania motoryzacyjnego internautów.

5.3. Portale dla kobiet

Portale motoryzacyjne skierowane do kobiet są odzwierciedleniem zwiększającego się zainteresowania kobiet kwestiami motoryzacyjnymi. Ta dziedzina staje się dla coraz większej liczby kobiet pasją i hobby, co jest dowodem wkraczania płci żeńskiej w świat mężczyzn, stereotypowo zdominowany i zarezerwowany tylko dla nich. Przedmiotem mojej analizy są cztery portale motoryzacyjne, powstałe w przeciągu ostatnich kilku lat.

⁵⁷ Liczba postów: 1461904 • Liczba wątków: 30422 • Liczba użytkowników: 2070 [stan na dzień 21.08.2014 – MO]

1. www.motocaina.pl [M]

Portal istnieje od kwietnia 2009 roku. Idea jego uruchomienia to m.in. następujące cele: *Chcemy stworzyć przyjazne miejsce w sieci, gdzie użytkownicy serwisu będą mogli wymieniać opinie i dyskutować na forum, szukać porad czy pomocy, organizować wspólne spotkania, szkolenia czy też planować zmagania sportowe.(...) Zespół redakcyjny ma ambicję promować wśród kobiet zasady: bezpiecznej jazdy samochodem i motocyklem oraz prawidłowego postępowania w okresie ciąży i macierzyńskim podczas jazdy autem. Chcemy też zainteresować płę piękną sportem motorowym, a rodzicom motobrzdąców wskazać możliwości rozwoju umiejętności ich potomstwa. Użytkownicy znajdą także na stronie m.in. opisy ciekawych "auto-moto podróży", pojazdów zabytkowych, wyjaśnienie zagadnień technicznych, oraz porady serwisowe [M – p].* Motoryzacja prezentowana jest w tym przypadku wieloaspektowo, przez co można mówić o uniwersalności serwisu i dostosowaniu go do oczekiwań szerokiego grona odbiorców.

Na stronie głównej portalu jest dostępnych kilka podstawowych działów [il. 10], pogrupowanych tematycznie. Portal podzielony jest na dwie podstawowe kategorie motoryzacyjne – *AUTO* oraz *MOTO*, dotyczące odpowiednio samochodów i motocykli. Każda z kategorii jest pogrupowana na mniejsze jednostki, ułatwiające nawigację i sprawne wyszukiwanie interesujących informacji. W kategorii *auto* możemy wyróżnić np. następujące działy: *Testy, Moda i autogadżety, Doskonalenie tech. jazdy, Porady, Filmy, Historia*. Grupa tematów z zakresu *moto* to w większości odpowiedniki wcześniejszych działów, dotyczące sfery motocyklowej, m.in. *Moda i motogadżety, Strefa motocyklistki, Opisy Waszych motocykli*. Cała zawartość wymienionych kategorii jest zaprezentowana w zbiorze ilustracji [il. 11 i 12]. Skupiskiem najnowszych zamieszczanych wiadomości jest dział *NEWS*, który wskazuje nie tylko na nowość obecnych tam artykułów, ale w dużym stopniu umożliwia łatwy dostęp do świeżych informacji dla użytkowników regularnie odwiedzających stronę. Ważnym działem w kontekście zdefiniowanego odbiorcy płci żeńskiej jest kategoria *DZIECKO*, uwzględniająca pasję samochodową i motocyklową kobiet.

Warto jeszcze wyróżnić *WYWIADY* i *FELIETONY* jako dwa istotne gatunki podejmowania przedstawianej tematyki. Wywiady z osobami zawodowo lub hobbystycznie związanymi z motoryzacją mają na celu prezentację świata osób aktywnie działających w dziedzinie motoryzacji. Wiele wywiadów to opis własnej pasji, skupionej na samochodach lub motocyklach. Zainteresowanie to ma być inspiracją dla użytkowniczek. Felietony są refleksją nad różnorodną tematyką motoryzacyjną. Wdrożeniem kobiet w świat motoryzacji

jest *MOTOSŁOWNIK*, w którym wyjaśnione są różne pojęcia z prezentowanej dziedziny. Kategoria ta ma formę osobnych artykułów, przybliżających skomplikowane pojęcia czy elementy pojazdu.

Portal www.motocaina.pl zawiera obszerną i wciąż regularnie powiększającą się (średnio kilka na tydzień) bazę artykułów. Rozbudowywanie strony jest z pewnością efektem zainteresowania użytkowników i osób związanych z motoryzacją.

2. www.autopolki.pl [A]

Treści przedstawiane na kolejnym portalu motoryzacyjnym – www.autopolki.pl – prawie w całości poświęcone są samochodom. Według oficjalnych informacji strona działa od 2008 roku, ale najwcześniejsze artykuły zamieszczone obecnie w dziale *Aktualności* pochodzą z 2011 roku. Ze względu wcześniejszych, być może usuniętych treści, w pasku informującym [il. 13] oraz w całej sieci strona wielokrotnie określana jest jako *pierwszy polski portal motoryzacyjny dla kobiet*.

Głównymi komponentami strony jest jedenaście podstawowych kategorii wyróżnionych w nagłówku [il. 3]. Niektóre z nich zawierają kilka innych części składowych, na samym dole strony zestawione są wszystkie (widoczne w nagłówku oraz ukryte) działy tematyczne [il. 14]. Ważnym i użytecznym sposobem przekazu treści są *Porady*, dotyczące m.in. pielęgnacji, eksploatacji i napraw samochodu. Podobnie jak w przypadku poprzedniego portalu, istotną kategorią jest *Dziecko w samochodzie*, która wyzyskuje specyfikę portali kobiecych – na portalach ogólnych zagadnienie to nie jest wyeksponowane, z reguły jest rzadkim tematem artykułów i rozmów użytkowników. W dziale *Lifestyle* prezentowana jest tematyka związana z hobbystyczną stroną motoryzacji. Kategoria zawiera m.in. wywiady na temat samochodów ze znanymi ludźmi, prezentację aut należących do gwiazd, felietony, wydarzenia związane z motoryzacją i rankingi. Przeciwnieństwem takiego podejścia do motoryzacji jest *Baza wiedzy*, obejmująca fachowe wiadomości z zakresu motoryzacji.

Opisywany portal również zawiera dużą liczbę artykułów i wiadomości. Kilka lat istnienia świadczy o jego popularności i utrwalonej pozycji w Internecie. Warto jeszcze raz podkreślić skupienie na tematyce samochodowej, co w kontekście ogólnej tendencji do przejawiania większej pasji motocyklowej u kobiet (czego dowodem jest np. strona SL czy forum na portalu M), jest dowodem wielopłaszczyznowego zainteresowania kobiet także samochodami.

3. www.kobietaiauto.pl [KA]

Portal www.kobietaiauto.pl (podobnie jak A) skupia się na samochodach, ujmując temat z kobiecej perspektywy, w opozycji do portali zdominowanych przez mężczyzn. Podkreślenie żeńskiego punktu widzenia ma na celu walkę ze stereotypami i prezentację informacji motoryzacyjnych istotnych dla kobiet⁵⁸. Najstarsze artykuły umieszczone na stronie pochodzą z 2010 roku.

Wśród działów tematycznych [il. 15] możemy wyróżnić *MOTOGAZETĘ*, czyli zbiór publikacji, testów i prezentacji, historii marek i wywiadów (*Pytania na biegu*). Dodatkowo, użytecznym elementem jest *AUTOSALON*, zawierający wybrane oferty sprzedaży zgrupowane według konkretnych marek [il. 17]. Obszerną bazą wiadomości jest także dział *AUTA*, w którym znajdują się galerie i opinie użytkowników na temat posiadanych samochodów. Wiarygodne opinie faktycznych użytkowników danego modelu to przydatny zbiór informacji w przypadku planowania zakupu samochodu. Ostatnim głównym działem są *PORADY*, mające wymiar przede wszystkim praktyczny. Wśród nich możemy znaleźć zarówno teksty twórców portali, jak i wiadomości zamieszczane przez użytkowników. Możliwość współtworzenia tego działu jest przejawem aktywności odwiedzających stronę i potencjalnej sposobności jej rozbudowywania. Należy także wspomnieć o *MOTOSŁOWNIKU*, posiadającym tradycyjną, alfabetyczną postać – *Motosłownik Kobietaiauto.pl to 910 przystępnie wyjaśnionych pojęć motoryzacyjnych. Motoryzacja wciąż jest dla Ciebie tajemnicą? Wyszukaj interesujące Cię pojęcie i dowiedz się więcej!* [KA – p]. Głównym celem jest tutaj poszerzanie wiedzy motoryzacyjnej i zgłębianie tajników techniki samochodowej.

Portal www.kobietaiauto.pl, mimo kilkuletniej działalności, jest mniej rozbudowanym serwisem internetowym w porównaniu do poprzednich przytoczonych przykładów. Mniejsza popularność skutkuje mniejszą ilością prezentowanych treści – strona zawiera np. 50 publikacji⁵⁹ (czyli właściwych artykułów) i 10 wywiadów. Jest przykładem chęci wyodrębnienia kobiecego świata motoryzacji i promowania wiedzy dotyczącej samochodów wśród kobiet.

4. www.speedladies.pl [SL]

Ostatni z wymienionych portali kobiecych – www.speedladies.pl – funkcjonuje w przestrzeni wirtualnej stosunkowo krótko, powstał w 2013 roku. Został założony przez

⁵⁸ Wzbogaceniem chęci podkreślenia żeńskiej perspektywy jest stereotypowo kobieca kolorystyka i warstwa wizualna portalu [por. III – 4.1. i il. 15, 16].

⁵⁹ Stan na dzień 22.08.2014 [KA].

dwie pasjonatki motocykli, na co dzień związane zawodowo z motoryzacją. To sprawia, że w zdecydowanej większości przedmiotem zamieszczanych treści jest sfera motocyklowa.

Ideą przyświecającą twórczyniom portalu jest unifikacja środowiska motoryzacyjnego, bez stereotypowych podziałów płciowych. Wyrazem tej chęci jest następujący opis strony: *„Speed Ladies” to portal motoryzacyjny tworzony przez kobiety, ale skierowany nie tylko do płci pięknej. Liczymy i głęboko wierzymy, że panowie, którzy na co dzień stoją u naszych boków, również pochylą się na naszym magazynie i przy okazji dużo do niego wniosą* [SL]. Ta deklaracja zakreśla szerokie grono odbiorców i zakłada równorzędne traktowanie obydwu płci w dziedzinie motoryzacji.

Serwis podzielony jest na kilka głównych działów i nowopowstałe forum [il. 4]. Wyrazem hobbystycznego nacechowania jest dział *Pasje*, zawierający wywiady z miłośniczkami pojazdów jednośladowych. Pozostałe komponenty to: *Warsztat*, *Nauka jazdy*, *W drodze*, *Wydarzenia*, *Testy*, *Dzieci*. Przywołana tematyka jest ogólnym powieleniem zagadnień prezentowanych na wcześniejszych portalach, ale jest skupiona prawie wyłącznie na kontekście motocyklizmu.

Ilość zamieszczonych treści jest skorelowana z niedługim czasem istnienia portalu. Można jednak przypuszczać, że strona będzie się w przyszłości rozrastała. Przemawia za tym fakt coraz powszechniejszej pasji motocyklowej u kobiet, czego dowodem są prezentowane sylwetki pań, zloty i inne wydarzenia skupiające miłośniczki motocykli.

Wszystkie wymienione portale motoryzacyjne dla kobiet posiadają konto na portalu społecznościowym Facebook, przez co możemy zaobserwować ich „przenoszenie się” w obszar wymienionego portalu [zwracam na to uwagę w rozdziale III – 5.]. W związku z tym aktywność użytkowników na stronie właściwej może ulegać osłabieniu. Taki proces jest wynikiem ogromnego rozpowszechnienia serwisu społecznościowego i jego nieodzownej obecności w codziennym życiu wielu osób.

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że forum internetowe⁶⁰, działające jako część składowa portalu, jest słabo rozbudowanym elementem [por. III – 5.] – w porównaniu do portali ogólnych. Najczęstszą formą przedstawiania treści są artykuły i porady, dotyczące rozmaitych zagadnień motoryzacyjnych. Brak wzajemnych interakcji użytkowników w dziale forum można umotywić wypowiedziami obecnymi na Facebooku oraz skupieniem na warstwie merytorycznej portalu.

⁶⁰ Forum posiadają tylko trzy z wymienionych stron [A; M; SL].

Portale motoryzacyjne dla kobiet w ciągu ostatnich kilku lat zyskały dużą popularność i grono odbiorców [szczególnie M i A], o czym świadczy stały przyrost zamieszczanych informacji na stronie oraz zwiększająca się liczba sympatyków na Facebooku. Należy także wspomnieć o nowym portalu motoryzacyjnym dla kobiet, który powstał w 2014 roku – www.motokobiety.pl. Strona nie została uwzględniona w badaniach analitycznych, jednakże samo jej powstanie jest kolejnym dowodem rozwijania się pasji motoryzacyjnej kobiet i odpowiedzią na potrzeby płci żeńskiej w Internecie.

Motywacja powstawania takich serwisów może być różna. W wielu przypadkach jest to chęć budowania odrębnego świata motoryzacji, przedstawianego z kobiecej perspektywy i związanego z kwestiami motoryzacyjnymi istotnymi dla przedstawicielek płci żeńskiej. Ważnym powodem jest dążenie do równorzędnego traktowania kobiet i mężczyzn w dziedzinie motoryzacji i walka ze stereotypowym wizerunkiem kobiety za kierownicą. Tworzenie wymienionych portali ma również na celu prezentację pasji i zamiłowania motoryzacyjnego wielu kobiet, które są miłośniczkami motoryzacji lub zajmują się nią zawodowo.

5.4. Podsumowanie

Specyfika przestrzeni wirtualnej wyzwala nową jakość komunikacyjną, warunkowaną przez kontekst medium i właściwości kontaktów zapośredniczonych komputerowo. Z uwagi na fakt interakcyjnych modeli komunikacji, występujących na portalach internetowych, perspektywa rozbudowy strony zakłada aktywny udział użytkowników w jej rozwoju. Współtworzenie serwisu przez odwiedzających decyduje o produktywności form treściowych i wzmaga transgresję gatunkową, czyli przekraczanie granic różnych gatunków w obrębie jednego komunikatu/przekazu.

Funkcjonowanie portali motoryzacyjnych przekonuje o istnieniu zbioru najbardziej produktywnych gatunków i sposobów prezentacji treści dotyczących tematyki samochodowej i motocyklowej. Istniejące sposoby przekazu treści w dużym stopniu uwarunkowane są specyfiką komunikacji internetowej. Występowanie portali ogólnych i portali dla kobiet przekonuje o zainteresowaniu płci żeńskiej stereotypowo męską dziedziną.

III. ANALIZA ZAWARTOŚCI PORTALI MOTORYZACYJNYCH W UJĘCIU LINGWISTYKI PŁCI

1. Zakres i formalny charakter analizy

Przedmiotem analizy będzie materiał egzemplifikacyjny pochodzący z portali internetowych, które traktuję jako pewien gatunek i sposób wypowiedzi. Podstawową bazą będzie kilka najważniejszych portali⁶¹, z których zaczerpnięta została zdecydowana większość przykładów. Wybór konkretnych ogólnych portali motoryzacyjnych został podyktowany względami użytkowymi i praktycznymi – przedstawione portale stanowią duży zbiór wypowiedzi mężczyzn, pojawiają się tam również kobiety jako użytkowniczki, przez co można obserwować wzajemną komunikację przedstawicieli obu płci i ich właściwości językowe. Kobięce portale motoryzacyjne to cztery obecne w przestrzeni Internetu [A, KA, M, SL], najbardziej produktywne i określane w nazwie (lub na stronach internetowych – jako reklama, odwołanie) mianem portalu⁶², skierowane przede wszystkim do kobiet i podkreślające kobiecą stronę motoryzacji.

Ważnym, aczkolwiek nie jedynym, źródłem będzie forum internetowe⁶³ zamieszczane na portalach – jednak w wypadku portali dla kobiet ten element nie występuje lub jest mało rozbudowany. Przedmiotem opisu będą zatem wypowiedzi na forach pochodzące głównie z portali „ogólnych”, stereotypowo adresowanych do mężczyzn, bez ukierunkowania odbiorcy, gdzie wypowiadają się zarówno mężczyźni, jak i kobiety; felietony i artykuły zamieszczane na portalach (tworzone przez przedstawicieli obu płci, rozpoznawane za pomocą autorskich podpisów lub nicków, dominujące na portalach kobiecych) oraz pozostałe elementy portali motoryzacyjnych: testy, opinie, wywiady, porady, komentarze itd. Różnicowanie badanego materiału ma duży wpływ na jego jakość i treść, co w dużym stopniu podyktowane jest gatunkowością wypowiedzi, jak również specyfiką konkretnej strony internetowej, w związku z czym zasadne będzie podawanie źródła jakościowego

⁶¹ Główne portale, będące przedmiotem opisu, zostały zaprezentowane w rozdziale II – 5.

⁶² W przeciwieństwie do wciąż rozrastającej się liczby blogów motoryzacyjnych, których reklamy zamieszczane są na portalach. Blog jest specyficzną formą istnienia treści w sieci, jednakże można stwierdzić, że najbardziej rozbudowane blogi w swej warstwie formalnej przypominają portale.

⁶³ Niektóre z prezentowanych stron funkcjonują wyłącznie jako forum internetowe, ale ze względu na bogactwo materiału analitycznego, wzajemną komunikację kobiet i mężczyzn w jego obrębie oraz bycie składnikiem każdego portalu motoryzacyjnego, uwzględniłam je jako materiał źródłowy (np. www.motomaniacy.com – zob. rozdział II – 5.).

pochodzącego materiału⁶⁴. Różnorodność źródeł materiałowych pozwoli na wieloaspektowe przedstawienie języka kobiet i mężczyzn, a jednocześnie podkreśli funkcjonowanie portalu internetowego jako spójnej całości gatunkowej i tematycznej. Dodatkowym, istotnym źródłem będą także pojedyncze przykłady zaczerpnięte z pozostałych zasobów Internetu (np. innych portali, serwisów itd.), będące poświadczeniem danego zjawiska jako charakterystycznego dla całej przestrzeni wirtualnej i generalizujące grupę miłośników motoryzacji. Takie przykłady skłaniają do przekonania, że prezentowana problematyka nie jest specyficzna wyłącznie dla opisywanych kilku głównych, wybranych stron.

Przedmiotem mojej analizy będą **wybrane cechy języka kobiet i języka mężczyzn** (wybrane i najbardziej powszechne z właściwości zaczerpniętych z literatury fachowej i wymienionych w tabeli nr 1, rozdział I – 1.5.4., s. 37-39). Wybór konkretnych cech został podyktowany względami praktycznymi oraz ich wielokrotną powtarzalnością w pracach z zakresu lingwistyki płci. Można jednak wnioskować (co również obrazuje materiał z portali motoryzacyjnych), że zdecydowana przewaga wymienionych cech jest uobecniona na portalach przez miłośników motoryzacji, wraz z częstym przekraczaniem tych cech, czyli ich występowaniem u płci przeciwnej.

Przeprowadzona analiza nie ma w swym założeniu obrazowania statystycznego i ilościowego, ale na podstawie dokonanych obserwacji mogę stwierdzić, że wymienione zjawiska są charakterystyczne na podstawie eksploracji kilku najbardziej rozbudowanych portali motoryzacyjnych. Stwierdzenie powszechności występowania poniższych zagadnień i tendencji jest efektem zapoznania się z obszerną ilością materiału analitycznego (kilkaset artykułów i testów, kilkadziesiąt felietonów oraz kilka tysięcy wypowiedzi użytkowników na forach). Szczegółowa analiza statystyczna w wypadku tak obszernego i różnorodnego materiału oraz wielopłaszczyznowości tematycznej i wielorakości wątków mojej rozprawy, wydaje się mało produktywna i nieadekwatna do prezentacji złożoności problematyki. Moim celem jest przedstawienie pewnego ogólnego **obrazu płci**, obecnego na portalach motoryzacyjnych dla kobiet i mężczyzn. Ukazanie najbardziej wyrazistych cech językowych, a także ich przekraczanie i pojawianie się u płci przeciwnej, pozwoli traktować tematykę motoryzacyjną jako obszar potwierdzania i zaprzeczania właściwości językowych przypisywanych przedstawicielom danej płci. Analiza lingwistyczna zostanie poszerzona o **tło kulturowe**, czyli wskazanie najbardziej produktywnych obszarów tematycznie

⁶⁴ W tekście posługuję się skrótami, odnoszącymi się do pochodzenia materiału źródłowego. Ich wykaz został zestawiony w przypisie nr 47, s. 85.

związanych z płcią. Ważnym poziomem opisu będzie także istnienie **stereotypów płciowych**, uobecnianych w artykułach i wypowiedziach użytkowników, sklasyfikowane pod względem danej płci. Stereotypy płciowe w największym stopniu decydują o zjawisku dyskryminacji kobiet [Desperak, 2013: 57]. Potwierdzenie istnienia (lub jego zaprzeczenie) skonkretyzowanych powszechnych opinii na temat kierowców płci żeńskiej lub męskiej, pozwoli wnioskować o stanie świadomości społecznej oraz zakorzenieniu lub przełamaniu stereotypów na gruncie motoryzacji. Kolejnym problemem będzie **specyfika portali kobiecych**, wyróżnianych jako nacechowane, skupione na tematyce motoryzacyjnej istotnej z punktu widzenia i perspektywy kobiecej. Nie sposób pominąć istnienia samej kategorii płci na portalach, możliwości jej wyrażania i wpływu na wzajemną komunikację kobiet i mężczyzn.

W przypadku podejmowanej problematyki należy mieć na uwadze zjawisko anonimowości, możliwości wirtualnej zmiany płci oraz dowolnej kreacji tożsamości użytkownika Internetu. Konieczne jest również uwzględnienie innych czynników kształtujących sposób wyrażania, język i komunikatywność użytkownika, np.: wiek, wykształcenie, środowisko społeczne, wykonywany zawód, posługiwanie się odmianą dialektalną polszczyzny i wiele innych. Niemożność zbadania wszystkich wymienionych aspektów w wypadku portali motoryzacyjnych skłania do hipotetycznego założenia zgodności przedstawianych wypowiedzi ze stanem rzeczywistym. Realnie rzecz ujmując, ta zgodność w wielu przypadkach z pewnością może być zachwiana, jednakże na potrzeby badań, przyjęcie statusu portalu motoryzacyjnego jako materiału poglądowego, generalizującego analizowaną problematykę, wydaje się zasadne i wystarczające. Ze względu na specyfikę materiału w kontekście komunikacji internetowej (zjawisko anonimowości, budowania tożsamości i możliwości wirtualnej zmiany płci) wszystkie zamieszczone treści traktuję jako **materiał poglądowy i prawdziwy**, skupiając się na jego treści, a nie motywacji autora, ale mając świadomość istnienia ww. zjawisk oraz w dużej mierze niemożności ich weryfikacji z rzeczywistością pozawirtualną. Użycie danej formy gramatycznej, nicku klasyfikowanego jako kobiecy lub męski, czy zawartość wypowiedzi adekwatna dla danej płci (np. używanie słów *mąż/żona*) to wyznaczniki sposobu traktowania użytkownika na potrzeby analiz. Posiadając świadomość możliwości zafałszowania tożsamości, wszystkie wykładniki gramatyczne traktuję jako **rzeczywiste w danym kontekście komunikacyjnym**, czyli w sferze Internetu i przestrzeni portalu motoryzacyjnego, co jest zgodne z takim postępowaniem w innych pracach dotyczących zagadnień komunikacji internetowej [por. np.

Naruszewicz-Duchlińska, 2003; Tomala, 2004]⁶⁵. Powszechną praktyką jest przyjmowanie informacji przekazywanych za pomocą internetowych pseudonimów za wiarygodne i rzeczywiste. Alina Naruszewicz-Duchlińska podkreśla, że „W Polsce jednak niestety nie przeprowadzono jeszcze kompleksowych badań dotyczących identyfikowania się i identyfikacji osób w cyberprzestrzeni, w związku z tym nie sposób wypowiedzieć się szczegółowo o genezie, frekwencji i taksonomii poszczególnych typów nazw” [Naruszewicz-Duchlińska, 2003: 88]. Określenie siebie jako kobietę lub mężczyznę jest świadomym wpisaniem się jako reprezentant danej płci, bez względu na stan faktyczny.

Prezentacja poszczególnych wątków ma na celu tematyczne przedstawienie portalu jako spójnej całości, nie zaś wnikanie w zagadnienia statystyczne i psychospołeczne (podawanie prawdziwych lub fałszywych informacji). Ukazanie wielopłaszczyznowości i wielopoziomowości cech składowych portalu motoryzacyjnego kształtuje sposób jego postrzegania i specyfikę. Pryzmat lingwistyki płci jest swoistym przyjęciem pewnej perspektywy badawczej, skupionej na uwzględnieniu różnic płciowych. Grupa użytkowników portali motoryzacyjnych stanowi niejako grupę społeczną, więc głównym celem analizy staje się odpowiedź na pytanie: **Czy cechy i właściwości językowe przypisywane konkretnej płci funkcjonują w przestrzeni wirtualnej na stronach dotyczących motoryzacji?** Z uwagi na znaczącą liczbę właściwości języka kobiet i/lub mężczyzn, przedmiotem analizy będą wybrane cechy, zauważalne i częste w badanym materiale.

2. Język kobiet i język mężczyzn – egzemplifikacja oraz potwierdzenie lub zaprzeczenie cech językowych obu płci

Język kobiety rozumieją tylko kobiety.

Lew Tolstoj

Język kobiet i język mężczyzn charakteryzują rozmaite cechy, będące różnicami między tymi dwoma stylami komunikacyjnymi oraz językowymi wyznacznikami wypowiedzi. „Podstawowa odmienność tych języków, realizowana w największym stopniu na płaszczyźnie wyborów stylistycznych i zachowań językowych, ma podłoże dziejowe i biologiczne” [Handke, 2008: 134]. Istotna oraz niepodważalna jest także odmienność realizacji tych kodów

⁶⁵ W przytoczonych pracach kwestia wiarygodności płci nie jest uwypuklona, przez co uznaje się prezentowane wyznaczniki płci za aktualne i prawdziwe. Podobne stanowisko obrazują badania liczby użytkowniczek w sieci.

w zależności od miejsca i sposobu użycia języka. Charakterystyczny jest tutaj dychotomiczny podział na komunikację w obrębie grupy oraz porozumiewanie się na szerszym polu społecznym (komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna) [Handke 2008: 134, 145]. Specyfika portalu motoryzacyjnego stanowi drugi z wymienionych aspektów użycia języka, jednakże ze względu na asymilację użytkowników forum, familiarność ich stosunków oraz sposób funkcjonowania jako wspólnota zainteresowań i pasji, możemy mówić również o interakcji między grupą. Szczególnie w wypadku portali dla kobiet i hermetycznego środowiska czynnych pasjonatek motoryzacji, znajomość między użytkownikami w świecie rzeczywistym stanowi przesłankę do charakteryzowania tła komunikacji jako grupy wewnętrznej. Odpowiednikiem tego poziomu kontaktu między kobietami są bardzo aktywni użytkownicy wypowiadający się na forum motoryzacyjnym portali ogólnych, którzy mają w swoim dorobku kilkanaście tysięcy zamieszczonych postów, przez co są oni rozpoznawalni na forum, a ich wzajemne relacje można traktować jako pewien stopień znajomości.

Sposób definiowania użycia języka przez kobiety i mężczyzn na portalach motoryzacyjnych jest uwarunkowany w dużej mierze indywidualnymi predyspozycjami użytkowników, częstotliwością odwiedzania takich stron internetowych oraz wielowymiarową siatką pojęć skupionych wokół specyfiki komunikacji internetowej, będących zarazem jej podstawowymi właściwościami – przede wszystkim anonimowość, dyskusyjność, wspólnota dyskursu, status użytkownika itd. Trudno zatem jednoznacznie scharakteryzować tło komunikacji, na które wpływa wiele rozmaitych czynników.

Pierwszą zasadniczą różnicą między portalami kobiecymi i ogólnymi (dla mężczyzn) jest tematyczne sprofilowanie motoryzacji. W wypadku portali dla kobiet zauważalna jest przewaga tematyki motocyklowej nad samochodową w obrębie forum internetowego. Na portalach męskich ogólnych⁶⁶ dominuje tematyka samochodowa, aczkolwiek ze względu na obszerną zawartość portali, wątek motocyklowy również jest obecny i rozbudowany ilościowo.

Prymarnym celem mojej analizy empirycznej jest porównanie języka kobiet i mężczyzn w zakresie najbardziej charakterystycznych cech dla danej płci⁶⁷. Ze względów praktycznych i objętościowych przykłady zaczerpnięte z portali motoryzacyjnych zostały ograniczone do kilku egzemplifikacji danego zjawiska czy cechy. Stanowią jednakże reprezentatywny wykładnik zawartości portali, poświadczony licznym świadectwem materiałowym w ich

⁶⁶ Ogólnych, a zatem dotyczących szeroko pojętej motoryzacji, w odróżnieniu od portali ściśle tematycznych, wyspecjalizowanych, np.: dotyczących konkretnej marki pojazdu, samochodów zabytkowych, danego sportu samochodowego lub motocyklowego.

⁶⁷ Analizowana problematyka we fragmentach została przedstawiona w moim artykule [Wilczek, w druku c].

obrębie. Wykazanie cech dopasowanych do kobiet lub mężczyzn potwierdzi właściwości językowe danej płci. Zaprzeczenie wybranym cechom, przedstawione najczęściej jako ich występowanie u płci przeciwnej, a tym samym neutralność kategorii płciowej pod względem realizacji konkretnej właściwości językowej, pozwoli wnioskować o przełamaniu stereotypowych cech językowych na gruncie tematyki motoryzacyjnej na portalach.

2.1. Podstawowe zakresy przełamania właściwości językowych płci

Ilość właściwości językowych różnicujących ze względu na płeć jest rozbudowana, co stanowi o specyfice badań nad lingwistyką płci. W kontekście portali motoryzacyjnych najbardziej istotnymi, dostrzegalnymi cechami skorelowanymi z płcią, a zarazem występującymi u płci przeciwnej są dwie opozycyjne grupy cech językowych skupionych wokół kobiet i mężczyzn.

Język kobiet kojarzony jest przede wszystkim z ekspresywnością i emocjonalnością wypowiedzi [por. Handke, 1994 i 2008]. Istnienie tych właściwości w sferze językowej związane jest z ogólnym sposobem funkcjonowania kobiet w życiu społecznym, które cechują się bardziej emocjonalnym spojrzeniem na świat i podejściem do rzeczywistości, na co wpływa przede wszystkim ukształtowanie kobiecej natury. Wrażliwość, delikatność, poczucie estetyki, silniejsze więzi uczuciowe to najważniejsze z przyczyn takiego stanu rzeczy. Wymienione cechy automatycznie decydują także o używaniu dużej liczby zdrobnień i spieszceń, co ułatwia nawiązywanie bliższych relacji, okazywanie uczuć i emocji oraz waloryzację szczegółów. Swoistym przełamaniem w zakresie właściwości językowych jest występowanie wymienionych zjawisk w wypowiedziach mężczyzn. Z jednej strony jest to zaprzeczenie właściwym dla mężczyzn sposobom wypowiedzi, celom i funkcjom językowym. Język mężczyzn to język dystansu i braku emocji, nastawiony przede wszystkim na informacyjność, rzeczowość i fachowość. Chęć dominacji mężczyzn odzwierciedlona jest w ich sposobie komunikacji [por. Tannen, 1994; Ivy, Backlund: 2000; Handke, 2008]. Z drugiej strony natomiast jest to swoiste przekroczenie właściwości językowych własnej płci i wkroczenie na obszar zdominowany przez płę przeciwną.

W moim przekonaniu, ta dwufazowość ekspansywności i zanikania pewnych cech wynika przede wszystkim z kontekstu motoryzacyjnego i sposobu podejścia do tematyki – użytkownikami mogą być osoby nieznające się na motoryzacji i poszukujące porady, a zarazem pasjonaci motoryzacyjni. Znaczny stopień ekspresywności i emocjonalności języka mężczyzn jest wynikiem zaangażowania w dziedzinę motoryzacji, traktowania jej jako

własnego hobby i zamięłowania, objawiającego się często pozytywną waloryzacją własnego pojazdu, stosowaniem zdrobnień i spieszczeń, odczuciami związanymi z kwestiami motoryzacyjnymi oraz innymi czynnikami decydującymi o emocjonalnym nacechowaniu.

Wkroczenie mężczyzn w kobiecy świat emocji w kontekście motoryzacji jest równoczesne z zyskiwaniem przez kobiety właściwości językowych skategoryzowanych jako typowo męskie. Należą do nich przede wszystkim wspomniane już rzeczowość i fachowość, wynikające z męskiego sposobu postrzegania świata i definiowania rzeczywistości. Dążenie do pokazania własnej wiedzy i umiejętności jest efektem chęci budowania postawy eksperta i znawcy tematu. Fachowość i profesjonalizm wypowiedzi kobiet, objawiające się znajomością zagadnień technicznych dotyczących motoryzacji, stanowi przełamanie męskiej właściwości językowej, a tym samym obrazuje możliwość równorzędnego funkcjonowania kobiet w typowo męskim świecie. Także przypisywane mężczyznom używanie bogatej terminologii technicznej [Handke, 2008: 170] – w tym przypadku motoryzacyjnej – jest możliwe do zaobserwowania u przedstawicielek płci żeńskiej.

Przedstawione dwa kierunki zmian językowych uwarunkowanych genderowo prezentują najistotniejsze i komplementarne przełamania właściwości przypisywanych kobietom i mężczyznom. Ich występowanie skłania do przekonania o niwelacji różnic płciowych na gruncie motoryzacji. Egzemplifikacja wskazanych przesunięć zostanie zaprezentowana w poniższych fragmentach pracy [III – 2.1.1. i 2.1.2.].

2.1.1. Ekspresywność, emocjonalność i deminutywność języka mężczyzn

Ważną cechą wyróżniającą język kobiet, głównie z racji uwarunkowań psychologicznych, jest emocjonalność i ekspresywność języka. Powszechna ekspresja pozytywna znajduje swoje potwierdzenie w wypowiedziach kobiet na portalach motoryzacyjnych⁶⁸: *uwaga- to moje ukochane autko, dotąd płacze po nim* [FS – f]; *Zakochałam się w tej maszynie od pierwszego spojrzenia! Nic to że jednocylindrowa-moja yellow jelly jest teraz najcudowniejsza!* [M – f]; *Poza tym podobają mi się starsznie takie muskularne motocykle typu Ducati Monster – może kiedyś będę potrafić takim jeździć. Wogóle te włoskie motory podobno się sypia starsznie, ale wyglądają cudnie!* [M – f]; *Totalna klaustrofobia! Poza tym ogromne wrażenia zrobiły na mnie opony: te ogromne szerokie koła dało się umieścić jedną ręką, ważą niecałe pół kilo! Niesamowita technologia!* [KA – w]; *Cieniasek* [Fiat Cinquecento – przypis W.W.] *to bardzo wdzięczne autko, małe (wszędzie się zmieści, na*

⁶⁸ Wypowiedzi kobiet i wypowiedzi mężczyzn różniące się są na podstawie nicków użytkowników, danych zawartych w ich kontaktach, końcówek rodzajowych czasownika oraz kontekstu wypowiedzi.

parkingu nie ma problemów), a co najważniejsze mało pali 😊 też miałam cieniaska, **moje pierwsze autko, naprawdę kochane** 😊 [FS – f]. Warto jednak zauważyć, iż w przypadku tej cechy następuje przesunięcie w zakresie płci – właściwość ta jest też szeroko realizowana w wypowiedziach mężczyzn, np.: *Audi TT- gdy pierwszy raz zobaczyłem to auto to dosłownie się zakochałem, minęło już trochę czasu i czar prysnął* [FS – f]; *Opel Omega A - No coś pięknego... Ja osobiście kocham ten samochód, uwielbiam go.* [FS – f]; *dzisiaj odebrałem go z warsztatu, wsiadam, odpalam, wbijam bieg, zaczynam ruszać i buu.. samochód zgasił.* [FS – f]. Fakt emocjonalności i ekspresywności języka mężczyzn jest determinowany przede wszystkim tematem wypowiedzi, czyli swoistą pasją motoryzacyjną, przedmiotem zainteresowania, do którego użytkownicy portali mają nacechowany emocjonalnie stosunek. Uwidocznione jest to przede wszystkim w waloryzującym dodatnio sposobie postrzegania własnego pojazdu i werbalizacji uczuć z nim związanych⁶⁹. Na poziomie językowym emocjonalność i ekspresywność wypowiedzi realizowana jest za pomocą czasowników wyrażających stany emocjonalne, przymiotników waloryzujących i wykrzykników. Dodatkowym zabiegiem wzmacniającym ten efekt jest personalizacja nadawcy, czyli wielokrotne używanie zaimków, potęgowanie posesywności i indywidualny sposób ekspresji.

Emocjonalność wypowiedzi skorelowana jest w dużej mierze z deminutywnością i hipokorystycznością języka, które również można zaobserwować w przypadku obu płci. Formy spieszczone i zdrobniałe występują zarówno w wypowiedziach kobiet: *Więcej grzebię przy silniku motocyklowym... jakieś gaźniczki się zdarzają, jakieś sprzęgiełko, jakiś rozrusznik itd.* [M]; *a fajny szuterek i łączkę mam bliźutko* [M]; jak i mężczyzn: *Zawsze ciekawiło mnie to auteczko z tym silniczkiem. Czy może kolega powiedzieć coś na temat swojego autka?* [FS – f]; *Niestety, faktem jest, że Audi 80 ma bagażniczek malutki, jedyna rada, mała butla i częste tankowanie.* [FS – f]; *lustreczka z 3 kabelkami są manualnie sterowane a z 4 kabelkami elektrycznie* [FS – f]. Wszystkie zdrobnienia sygnalizują i potęgują hobbystyczny wymiar zainteresowania motoryzacją oraz są potwierdzeniem tendencji do nadużywania form zdrobniałych we współczesnej polszczyźnie⁷⁰ [por. Milewska-Stawiany, 2005; <http://poradnia.pwn.pl>]. Zauważalną właściwością jest w tym obszarze ekspresywność formantów (o czym szerzej w części pracy dotyczącej

⁶⁹ Słownictwo związane ze sposobami określania własnego pojazdu i innymi przejawami ekspresywności języka, zawartymi w warstwie słownej, jest ujęte w części pracy poświęconej socjolektom [por. rozdział IV]. Kwestie przedstawione w niniejszym fragmencie są w pewnym stopniu zasygnalizowaniem najbardziej charakterystycznej problematyki.

⁷⁰ W aspekcie tematyki motoryzacyjnej zjawisko to charakteryzuje przede wszystkim kierowców tirów, posługujących się specyficznym slangiem motoryzacyjnym [por. np. Nowik, 2007; <http://poradnia.pwn.pl/lista.php?id=9424>].

socjolingwistyki – rozdział IV), co jest właściwością socjolektu, niejako nadrzędną i dominującą nad zróżnicowaniem płciowym.

Na poziomie językowym wszelka hipokorystyczność zyskiwana jest za pomocą formantów zdrabniających i spieszczających, nadających funkcję ekspresywną tworzonym leksemom [Grabias, 1981]. W niewielu przypadkach deminutywność formy jest wyrazem małych rozmiarów desygnatu. W takim kontekście wyraża najczęściej hiperbolizację owej małości.

Podsumowując, można stwierdzić, że emocjonalność i ekspresywność języka jest efektem wykorzystania różnorodnych środków wyrazu. Przytoczone przykłady eksponują ekspresywność języka jako cechę typowo kobiecą, a zarazem poświadczają jej powszechne występowanie w wypowiedziach mężczyzn. Sytuacyjność kontekstu komunikacyjnego wzmacnia ekspresję pozytywną lub negatywną. Hipokorystyczność języka wyrażona jest przede wszystkim ekspresywnością formantów, skategoryzowanych jako nacechowane. Płaszczyzna emocji stanowi w tym przypadku główną dominantę właściwości językowych i doboru środków wyrażania.

Warto podkreślić jednak to, że zróżnicowanie płciowe w dużym stopniu jest zniwelowane przez skupienie na przedmiocie zainteresowań, czyli motoryzacji, a używanie form spieszczających i wyrazów nacechowanych ekspresywnie ma na celu dostosowanie jakości wypowiedzi do tematyki. Należy uwzględnić fakt różnorodności użytkowników na forum motoryzacyjnym, czyli potencjalnej obecności osób niezwiązanych z motoryzacją i najczęściej poszukujących porady ze strony innych. W takim przypadku wymienione cechy językowe mogą być słabiej realizowane, chociaż te właściwości językowe mogą być po prostu indywidualną cechą internauty, co nie jest związane z wypowiedzią na konkretny temat, ale ponadkontekstową cechą języka. Analiza materiału z forów w dużym stopniu potwierdza jednak pozytywnie nacechowany stosunek do przedmiotu, najczęściej własnego pojazdu. Przekonuje to o dostosowaniu właściwości językowych do tematyki komunikatu, czyniąc tym samym motoryzację pasją wielu użytkowników. Potwierdzeniem hobbystycznego nacechowania jest występowanie powyższych cech u mężczyzn, co stanowi przekroczenie męskiego sposobu komunikacji i uobecnienie specyfiki języka przypisywanego kobietom.

2.1.2. Profesjonalizm, rzeczowość i fachowość wypowiedzi kobiet

Istotnym i niezwykle powszechnym „przekroczeniem” języka płci jest fachowość i profesjonalizm języka kobiet, czyli cechy językowe związane głównie z wypowiedziami mężczyźni. Dodatkowo, fakt ten potęguje aspekt motoryzacji, czyli skupienie na konkretnej i zdecydowanie męskiej dziedzinie wiedzy i zainteresowań, np.: *Filtry wymieniałam, licznik również (programowanie należało do kolegi), rozbieranie wnętrza auta (bo zachciało się idealnego nowego środka), wymiana żarówki w aucie potrafi być zabawna, szczególnie jak robię to na cpn-ie (kiedys kupiłam żarówkę, podziękowałam za zaproponowaną pomoc, wymieniałam ją od razu sama a panowie z uśmiechem przyglądali się, jak skończyłam skomentowali: nie wierzyli, że to zrobię [M – f]; Wymieniałam rozrząd w tym tygodniu i od tej pory mam identyczne cyki stuki.... wymienione niemieckie części, rolki, napinacz, pompa wodna, pasek rozrządu i klinowy oraz koło zębate wału korbowego [FS – f]. Wiele wypowiedzi użytkowników „dorównuje” fachowości i właściwościom technicznym języka mężczyźni, przez co płęć nie jest wyraźnie widoczna i różnicująca osoby na portalach.*

Profesjonalizm kobiet w omawianej dziedzinie jest realizowany na portalach motoryzacyjnych za pomocą:

- używania fachowej terminologii i leksyki, identyfikującej orientację użytkownika w temacie, np. *Są również mazdy 626, peugeoty 406, citroeny i sporo fiatów marea, które jednak nie wzbudzają naszego zaufania - ponoć słabiutkie zawieszenie. Nie wiem jednak, na jaki silnik się zdecydować. Niektórzy twierdzą, że 1,9 jest za słaby dla kombiaka [FS – f];*
- udzielania porad i wskazówek innym użytkownikom, które budują wizerunek eksperta i znawcy, np. *zwróć uwagę, na podwozie (czy nie zgniłe, progi czy w dobrym stanie); dobry silnik (czy chodzi na wszystkich garach, itd); układ chłodniczy (czy "wiatrak chodzi"). naprawy i części tanie jak barszczyk, na szrocie full wypas jeśli będzie stłuczka 😊 [FS – f];*
- prezentacji własnych doświadczeń z zakresu tematyki motoryzacyjnej, traktowania motoryzacji jako hobby, np. *Mam 18 lat i jestem zakochana w samochodach praktycznie od dzieciństwa. Jeśli chodzi o studia to mam zamiar iść na mechanikę i budowę maszyn. Jestem na tym forum głównie po to, aby poznać ludzi, którzy nie tylko jeżdżą samochodami, ale także się nimi interesują i lubią o nich pogadać jak o normalnym hobby 😊 [M – f];*
- oburzenia wobec zarzutu nieznamomości zagadnień technicznych i niewiedzy, np. *Renault Laguna w super stanie za 13k w ciągu niecałego roku naprawiana skrzynia biegów i elektronika. Przykład 2: 23-letni Mitsubishi Galant za 1k: wymienione filtry (ok. 100zł) i rozrusznik za 90zł. Umiem liczyć po prostu. Nie traktuj mnie jak blondynę, bo nią nie*

jestem, wiem, skąd się biorą różnice w cenach, z tym się zgodzę. Ale twierdzą również, że zdarzają się okazje [FS – f];

- równorzędnych rozmów prowadzonych z przedstawicielami płci męskiej, podczas których płę uczestnika dyskusji jest całkowicie zniwelowana, np. powyższe wypowiedzi, będące częścią dyskusji z mężczyznami.

Zdarzają się jednak przejawy braku znajomości branży motoryzacyjnej⁷¹ u kobiet, por. *Mam pytanie odnośnie mojego autka, ponieważ **jestem przysłowiową „babą za kierownicą” i nie wiem co się stało, a mój mechanik przyjedzie dopiero za kilka dni, a niepokoi mnie co się wydarzyło na drodze [FS – f].*** Ujawnienie własnej niewiedzy i niekompetencji jest swoistym wpisaniem się w negatywny stereotyp kobiety kierowcy. Sytuacja ta dotyczy jednakże również mężczyzn, u których przyznawanie się do braku wiedzy motoryzacyjnej także jest zauważalne. Tego typu przypadki w największym stopniu związane są z chęcią zakupu samochodu i poszukiwaniem porad ekspertów motoryzacyjnych w tym zakresie. Waga przywiązywana do realizacji tego planu i dążenie do wyboru najlepszej opcji niweluje wstyd i obawy płynące z oficjalnego zaklasyfikowania siebie jako laika motoryzacyjnego.

Właściwości komunikacji charakterystyczne dla mężczyzn: rzeczowość, fachowość i profesjonalizm, w kontekście portali motoryzacyjnych funkcjonują jako cecha miłośników motoryzacji i osób związanych z branżą motoryzacyjną. W związku z tym, występowanie powyższych cech u kobiet jest wynikiem ich zainteresowania tematyką samochodową lub motocyklową. Dążenie do statusu eksperta, a często także zwykła pomoc innym użytkownikom stają się pretekstem, koniecznością lub potrzebą prezentowania własnych doświadczeń i wiedzy technicznej. Fachowość kobiet w obliczu społecznej kategoryzacji i przypisywanym kobietom ról płciowych jest świadomym lub nie odzwierciedleniem i sposobem walki ze stereotypami. Fakt doskonałej znajomości problematyki motoryzacyjnej u coraz większej liczby kobiet jest odwzorowaniem i efektem zmian społecznych, przełamywaniem męskiej dominacji i wyrazistych podziałów płciowych. Kultura i życie codzienne poddane procesom globalizacji sprawiają, że społeczeństwo staje się coraz bardziej heterogeniczną jednością, z rozmytą tożsamością jednostek i brakiem wyrazistych podziałów. Jak stwierdza Tadeusz Miczka: „Fundamentalna zmiana kulturowa, jaka obecnie zachodzi, polega na tym, że kultura globalna (nazywana obiegiem globalnym lub cyrkulacją globalną) nie jest kulturą tożsamościową w tradycyjnym znaczeniu, bowiem kultury narodowe w coraz mniejszym stopniu kierują obiegiem kultury w skali światowej (...)” [Miczka, 2004: 18].

⁷¹ Dokładniejszy opis deklaracji nieznanomości kwestii motoryzacyjnych został zawarty w punkcie 6 tego rozdziału [III – 6].

Decyduje to o redefinicji tożsamości, a dużą rolę w tym procesie odgrywają media, w tym Internet.

Zjawisko globalizacji zauważalne jest także w języku. Iwona Loewe definiuje je w tym kontekście jako: „wszelkie tendencje, modyfikacje i zmiany w ramach danego języka narodowego, będące wynikiem homogenizacji, symplifikacji, standaryzacji we współczesnej kulturze, w której znaczącą rolę odgrywają media. Konsekwencją tych procesów jest wysoki stopień przewidywalności komunikacji językowej, przejawiający się zwłaszcza w użytych aktach mowy, gatunkach mowy, dyskursach” [Loewe, 2012a: 143]. Wskazuje to na wielopłaszczyznowość funkcjonowania procesów społecznych i warunkuje sposób egzystencji jednostki we współczesnym świecie.

2.2. Język kolorów jako wyraz kobiecości

Jednym z najbardziej rozpowszechnionych wyróżników języka kobiet w odniesieniu do języka mężczyzn jest świat kolorów⁷² [por. np. Ivy, Backlund, 2000; Handke, 2008], niepodważalnie łączony z kobietami nie tylko w zakresie mody i urody, ale we wszystkich sferach życia. Przypisywane kobietom używanie języka waloryzującego szczegóły, w tym przypadku kolor, jest mocno zakorzenione w kulturze i różnych wymiarach życia społecznego. Język barw jest stereotypowo językiem płci żeńskiej. Uczni twierdzą, iż w wypadku kobiet kolorystyka pełni istotną funkcję w życiu codziennym oraz posiadają one większe zdolności percepcyjne związane z postrzeganiem i nazywaniem kolorów. Słabsze predyspozycje mężczyzn w tym zakresie są określane mianem tzw. ślepoty barw i uwarunkowane są biologicznie: „Problemy z rozróżnianiem barw ma aż 8% panów i tylko 0.5% pań. Wynika to przede wszystkim z budowy i położenia genów determinujących widzenie barwne. (...) Geny kodujące opsynę M i L [M – czopki zielone, a L – czerwone – przypis W.W.] leżą niedaleko siebie na chromosomie X i to właśnie jest źródło męskich problemów z barwami. Panowie mają przecież tylko jeden chromosom X i dlatego każdy defekt genu M lub L staje się natychmiast widoczny, ponieważ nie może zostać skompensowany przez prawidłowo funkcjonujący gen na drugim chromosomie X, jak to się dzieje u kobiet. Skutkiem tego jest niezdolność rozróżniania kolorów zielonego i czerwonego, co określa się mianem daltonizmu (...). Wada ta (wraz z mniej typowymi wariantami) odpowiada za ogromną większość zaburzeń widzenia barw u mężczyzn” [Waleszczyk, 2010:

⁷² Barwa postrzegana jest jako kategoria fizyczna (fala świetlna o określonej długości), kategoria biologiczna i neurofizjologiczna (relacje między wrażeniami kolorystycznymi a okiem i mózgiem) oraz kategoria psychologiczna (**zdolność kojarzenia barw**, psychologia użytkowa, chromoterapia) [Tokarski, 2004: 21].

96]. Tę opinię potwierdza John Gage, analizując kolor w sztuce i pisząc, że „wadliwe widzenie koloru występuje prawie sto razy częściej u mężczyzn niż u kobiet rasy białej” [Gage, 2010: 36]. Różne stopnie zaawansowania niedostatków genetycznych u mężczyzn związane są także z kontekstem historycznym i ewolucyjnym – kobiety i mężczyźni funkcjonowali w innych przestrzeniach społecznych, z uwagi na odgrywane odmienne role i wykonywane zadania, co również jest zdeterminowane funkcjonowaniem zmysłów. Udział mężczyzn w polowaniach może mieć wpływ na intensywniejsze postrzeganie niektórych barw, a egzystowanie kobiet w przestrzeni domowej na ogólny rozwój percepcji kolorów.

Nierozróżnianie szerokiej palety barw u mężczyzn umotywowane jest również poniekąd kulturowo, gdyż sfera kolorystyki nie jest tak istotna w społecznym funkcjonowaniu mężczyzn w porównaniu do kobiet. Dotyczy to nie tylko zagadnień mody i urody, ale również predyspozycji zawodowych, zainteresowań, wrażliwości i poczucia estetyki otaczającego świata. Psychika kobiet w większym stopniu reaguje emocjonalnie na bodźce wizualne, w tym kolorystyczne. Aleksandra Zalewska, analizując rolę koloru we współczesnej prasie kobiecej, stwierdza, że „(...) kolor – jako rodzaj percepcyjnego bodźca pobudza kobiecą ciekawość, ale także dlatego, że jest on elementem estetyzującym rzeczywistość, podkreślającym urodę kobiecego ciała, eksponującym wartość przedmiotów, którymi otacza się dziś kobieta i piękno pomieszczeń, w których przebywa” [Zalewska, 2004: 222].

Powyższe wnioski są potwierdzeniem potocznych przekonań (funkcjonujących w kategorii stereotypu, a nawet dowcipu), że mężczyźni rozpoznają trzy kolory: czarny, biały i kolorowy oraz traktują brzoskwinie i śliwkę wyłącznie jako owoce, a łosoś jest dla nich tylko rybą [demotywatory.pl; joemonster.org; zszywka.pl]. Uogólniające sądy nie są jednak podstawą do generalizacji na ten temat, chociaż można stwierdzić, że statystyki przemawiają na korzyść kobiet, co jest widoczne w wielu dziedzinach życia, w tym także na gruncie tematyki motoryzacyjnej. Równocześnie, portale motoryzacyjne zawierają materiał przeczący powyższym stwierdzeniom, czego dowodem są wypowiedzi mężczyzn przywiązujących wagę do kolorystyki oraz potrafiących rozróżniać i nazywać wiele odcieni barw. Wpływ na ten fakt ma przede wszystkim kontekst techniczny związany z motoryzacją – w ogromnej przewadze to mężczyźni są lakiernikami samochodowymi, w związku z czym zawodowo zajmują się doborem lakieru i mieszaniami barwników. Umiejętność precyzyjnego nazywania kolorów to również efekt pasji związanej z samochodami i motocyklami, zaangażowania emocjonalnego w przedstawianą dziedzinę.

Wymienione zjawiska można zaobserwować na portalach motoryzacyjnych w wypowiedziach użytkowników: *Moja ukochana zabawka to Hondzia CB 500 :-D*

o jedynym słusznym kolorze CZERWONYM [M – f]; *Miałam kilka kryteriów musiał mieć ładny kolor (w końcu kobietą jestem)* [M – f]; *Cześć - fajnie, że na przekór zieloności Kawy, polakierowałaś ją na na białe - extra wygląda!* [M – f]. W przypadku mężczyzn zdania odnośnie do kolorystyki pojazdu są podzielone. Z jednej strony zauważalne są wypowiedzi użytkowników, którzy uznają kolor za ważną właściwość pojazdu, np.: *No właśnie ten niebieski Lanos jak dla mnie bomba, w dodatku rzadko spotykanym kolorze więc napewno będzie się wyróżniał z tłumu.* [FS – f]; *Co do tego konkretnego egz. to kolor jest przepiękny!. Pierwszy raz widzę M3 w takim kolorze.* [FS – f]; *Wiesz do Beemki mi to pasuje tylko czarny kolorek:-D ale nie mówię że zielony jest brzydki.* [MP – f]. Z drugiej strony pojawiają się głosy o braku wpływu koloru na jakość i zalety auta: *a tam kolor to może być każdy oprócz różu* [FS – f]; *Panowie skupili się na odcieniu błękitu auta, a tu trzeba dodać, że to M3 i ważniejsza jest frajda z jazdy, a nie kolor. Bez urazy, ale kogo obchodzi jaki M3 ma kolor? Dla mnie może mieć i różowy* [FS – f]. Dostrzegalna jest tutaj obojętność tej kwestii w przekonaniu użytkowników. Nie sposób pominąć opinii, które przypisują kolor konkretnej płci – szczególnie różowy jako kolor kobiecy. Powyższe przykłady potwierdzają świadomość stereotypów związanych z barwami, ale ważny jest element przewyższania tych utartych sądów.

Wyrazem dbałości i przywiązywania wagi do koloru często jest także sfera wizualna i kolorystyka portalu, nawiązująca do stereotypowego odbiorcy (np. szpilki jako element wizualny, kolor różowy itp. – o czym szerzej – III – 4.1.). Neutralny w tym zakresie pozostaje portal dla kobiet www.motocaina.pl, który kolorystycznie odbiega od postrzegania adresata przez stereotyp. Fakt ten nie pozostaje bez echa wśród użytkowniczek, o czym przekonuje następująca sugestia dla twórców strony: *No i druga sprawa: fajne macie kolorki na stronie, ale dobrze byloby, gdyby wszystko było bardziej kobiece... nie mówię o różu, ale jakies pastele, czy cos... Może do mnie to nie przemawia, bo i tak fajnie was się czyta, ale pomyślałam o innych, co może jak wejda, to się zrazą, że takie ciemne kolory...* [M – f]. Powyższa wypowiedź potwierdza przekonanie o schematyczności myślenia w zakresie podziałów płciowych. Troska o innych odbiorców uwypukla istnienie sztywnych ram społecznych, które jednakże w wielu przypadkach są aprobowane i pożądane.

Kolor jako wyraz kobiecości potwierdzają także tytuły artykułów zamieszczanych na portalach motoryzacyjnych dla kobiet, np.: *Femme fatale w czerwieni* [A – t (~a)]; *Konkurs Chevroleta – nazwij kolor lakieru!* [M – a]; *Idealny kolor kobiecego auta* [M – a]. Jest to pewne profilowanie odbiorcy, wyrażające tym samym jego płeć. Świadome wykorzystywanie stereotypów twórców portali kobiecych ma na celu zainteresowanie i przyciągnięcie

odbiorców [zob. III – 4.1.]. Portal www.kobietaiauto.pl [KA], przedstawiony w pastelowej kolorystyce, z dominacją barwy różowej, może być w tym względzie postrzegany stereotypowo. Jest to jednak zarazem pewna gra z konwencją, gdyż mimo wymownej „obudowy” wizualnej, strona zawiera sporą dozę informacji, treści i elementów, będących przejawem wiedzy, znajomości branży motoryzacyjnej i fachowego podejścia do dziedziny. Przeciwwagą takich tendencji kolorystycznych może być wspomniany już portal www.motocaina.pl [M], który, ze względu na neutralną, niekobiecą warstwę wizualną, może być sygnowany kategorią fachowości i profesjonalności. Założonym celem jest utożsamienie kobiecej sfery wizualnej strony z profesjonalizmem dotyczącym motoryzacji, co wiąże się nie tylko z kwestiami marketingowymi, ale w dalszej perspektywie ma szerszy oddźwięk w rzeczywistości społecznej i postrzeganiu kobiet.

Kolorami zdominowanymi przez świat kobiecy w obrębie portali motoryzacyjnych są barwy: **czerwona** i **różowa**. Występowanie tych kolorów w różnorodnych elementach wizualnych, graficznych i werbalnych, umotywowane jest dwojako. Z jednej strony to wyeksponowanie kategorii stereotypu, pewna gra z konwencją, w wielu przypadkach świadomie wykorzystywana przez twórców i autorów, mająca na celu przyciągnięcie uwagi, a tym samym zyskanie odbiorców. Natomiast z drugiej strony wykorzystywanie ww. barw jest pewną naturalną korelacją z cechami kojarzonymi z kobietami. Potocznie kolor czerwony to barwa siły i esencji kobiecości, wpływająca na percepcję damskiej atrakcyjności. Ryszard Tokarski podkreśla, że „zasadnicza motywacja oddziaływania tego koloru wyzyskuje skojarzenia z krwią i ogniem” [Tokarski, 2004: 80]. Za pomocą czerwieni wyrażana jest dynamika i ekspresja. Barwa ta odnosi się także do uczuć, jest kolorem miłości [Tokarski, 2004: 83], co przekonuje o emocjonalności i psychice kobiet. Kolor różowy jest natomiast kolorem stereotypowo kobiecym, nie zawsze posiadającym jednoznacznie pozytywne skojarzenia (np. dominujący element potocznego wizerunku blondynki). Barwa różowa jest pochodnym kolorem czerwieni, nieco łagodniejszym: „Różowy kojarzony bywa ze spokojną erotyką, pięknem i ciepłem kobiecego ciała. (...) Złagodzona bielą czerwien neutralizuje konotacje ‘zagrożenia’, ‘śmierci’, uwydatnia zaś pozytywne cechy ‘ciepła’, ‘radości’, ‘ optymizmu’ ” [Tokarski, 2004: 136]. Właściwości te w dużym stopniu decydują o społecznym uznaniu różowego jako najbardziej charakterystycznego i stereotypowego koloru kobiecego, różnorodnie przy tym wartościowanego.

Kolor w odniesieniu do samochodu nie odgrywa wyłącznie estetycznej roli, dla producentów samochodów istotnym czynnikiem wyboru barwy auta mają być względy praktyczne. Dostosowywanie kolorystyki do gustów konsumentów jest równoważone

użytecznością danej barwy pojazdu: *Inżynierowie firm motoryzacyjnych wprost prześcigają się w projektowaniu kolejnych systemów, których zadaniem jest neutralizować najbardziej zawodny element każdego samochodu - kierowcę*⁷³. Tymczasem mało znanym faktem jest, że *jednym z najlepszych systemów ochronnych jest... nadwozie w kolorze srebrnym. To właśnie srebrne samochody - wedle statystyk - najrzadziej ulegają wypadkom. Srebrne - nie czerwone, jak mogłoby się wydawać - są też najlepiej widoczne w słabym oświetleniu. Na przeciwnej szali znalazły się kolory brązowy, czarny i zielony* [joemonster.org]. Widoczność pojazdu jest jednym z głównych warunków bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Proklamowanie wyboru samochodu uwzględniające tę kategorię ma na celu ogólną poprawę sytuacji na drogach. Takie gwarancje bezpieczeństwa są także elementem stonowania wybredności i fantazji potencjalnych nabywców. Prawdziwość przywołanych w przykładzie statystyk idzie w parze wraz z ich niewielkim rozpowszechnieniem i małą świadomością kupujących. W dobie estetyzacji rzeczywistości i produktów nabywcom trudno wyzbyć się tych konsumenckich nawyków i upodobań.

Stereotyp ogromnego znaczenia kolorystyki w przypadku kobiet równoważony jest ich argumentacją na temat istotności tego elementu niezależnie od płci kierowcy, gdyż *kolor to naprawdę ważny czynnik wpływający na codzienne użytkowanie samochodu* [KA – a]. Twierdzenie to zawiera artykuł pt. *Kolor ma znaczenie!*, który opisuje podstawowe funkcje, jakie pełni kolor pojazdu: bezpieczeństwo (wyróżniająca się jasna barwa); kwestie utrzymania czystości pojazdu (częstotliwość wizyt w myjni samochodowej); problematyka dobrania koloru u lakiernika; funkcja estetyczna [KA – a]. Wymienione obszary użytkowania pojazdu sprawiają, że kwestia wyglądu jest tylko jednym z czynników funkcjonalności koloru samochodu. Należy uwypuklić fakt, że ten właśnie aspekt jest najbardziej związany z kobiecą perspektywą, ale również mężczyźni przy zakupie samochodu świadomie wybierają jego kolor. Wszystkie pozostałe elementy są ponad podziałami płciowymi.

Niezaprzeczalne jest stwierdzenie, iż kreacyjną aktywnością kobiet jest świat barw. Na portalach motoryzacyjnych możemy wielokrotnie znaleźć przykłady podkreślania wagi kolorystyki wśród kobiet. Co ciekawe, znajdujemy tam potwierdzenie stereotypów, jak również próbę ucieczki od nich (szczególnie wyzwolenie od koloru różowego). Istotne jest także „wkraczanie” mężczyzn w świat kolorów, determinowane przede wszystkim skupieniem na swojej pasji i uznawanie koloru jako często waloryzowanej, pozytywnie lub negatywnie, właściwości pojazdu.

⁷³ To wyrażenie również nosi znamiona stereotypizacji, jednakże w kontekście przyczyn wypadków zyskuje symboliczną i prawdziwą wartość.

Reasumując, należy potwierdzić dużą wagę przywiązywaną przez kobiety do koloru, co jest nie tylko stereotypowo przypisaną właściwością, ale w zdecydowanej większości przypadków faktyczną cechą przedstawicielek płci żeńskiej. Ów stereotyp pełni różnorodne funkcje – jest sposobem i pryzmatem postrzegania kobiet, ich samookreślenia i identyfikacji, ale może być także czynnikiem gry z konwencją, np. przyciąganie odbiorców przez wykorzystywanie elementów stereotypu na portalach kobiecych. Wiele kobiet otwarcie deklaruje wagę kolorystyki pojazdu, potwierdzając tym samym potoczne opinie.

Zaprzeczeniem stereotypowego myślenia jest także umiejętne rozróżnianie przez mężczyzn różnych barw prototypowych i pochodnych. Bogaty język kolorów u mężczyzn może mieć motywacje uwarunkowane *stricte* motoryzacyjnym hobby. Mężczyźni z racji większej wiedzy i orientacji w tematyce samochodowej znają dobrze nie tylko marki i modele, ale również dostępną i preferowaną kolorystykę pojazdów. Kolejną przesłanką dobrego rozpoznawania kolorów lakieru samochodowego jest wykonywany zawód lakiernika jako typowo męskie zajęcie (częstotliwość występowania w postaci wykonawcy tego zawodu, a także osoby klienta). Niezmienne jest przekonanie, że estetyka samochodu czy motocykla odgrywa ważną rolę dla każdego kierowcy, bez względu na płeć.

2.3. Z nieba spadła pewna puma, czyli frazeologizmy

Nasycenie wypowiedzi większą ilością związków frazeologicznych przypisywane jest kobietom [Handke, 2008: 166]. Według badań na gruncie lingwistyki płci, mężczyźni w mniejszym nasyceniu używają stałych związków wyrazowych. Analizowany materiał skłania jednak do przekonania, że występowanie związków frazeologicznych nie jest zależne od płci.

Zasadne wydaje się stwierdzenie, że obecność w języku takich wyrażen umotywowana jest czynnikami funkcjonującymi ponad lingwistyką płci. Należą do nich przede wszystkim: wykształcenie, środowisko społeczne i kontekst komunikacyjny. Można sądzić, iż w większym stopniu takie elementy wypowiedzi mogą występować w obszarze artykułów, będących przemyślaną, zorganizowaną dłuższą wypowiedzią na dany temat. Forum internetowe, z racji interakcji w wielu przypadkach natychmiastowych, generuje treści pisane bardziej na bieżąco, mające w dużej mierze charakter rozmowy użytkowników. Wystąpienie tam związku frazeologicznego wynikać może przede wszystkim z indywidualnych predyspozycji użytkowników.

Obszar artykułów dla kobiet, zawierających przemyślane i dłuższe wypowiedzi (nie będące odpowiedzią w rozmowie z kimś), jest polem występowania frazeologizmów: *Często wydaje nam się, że jeździmy na tyle ostrożnie, że żadna stłuczka nas nie dosięgnie. Tymczasem **licho nie śpi***. [KA – p (~a)]; *Oczywiście to prawda, że **ćwiczenia czynią mistrza i im większa jest praktyka kierowcy, tym pewniej porusza się po drodze, więcej zauważa i wiele przewiduje*** [KA – p (~a)]. Związki frazeologiczne występują także w wypowiedziach forumowiczów (zarówno u kobiet, jak i mężczyzn): (kobieta) *Potem z **nieba spadła** pewna Puma, ale niestety tak samo jak spadła, tak też została mi **sprzątnięta sprzed nosa**. ale znalazłam drugą, piękną czarną kotkę* [M –f]; (męczyzna) ***Konia z rzędem** temu kto to zrealizuje - jak wejść w ten panel* [FS – f]; (męczyzna) *Żebyś miał dzisiaj auto ubezpieczone zanim kupisz nowe OC, bo **licho nie śpi***. [FS – f]; (męczyzna) *Jeśli ten konkretny FIAT byłby ok, to **spadł mi prosto z nieba***... [FS –f]. Wskazane przykłady są dowodem na występowanie frazeologizmów w języku obu płci. Wybór tych samych związków wyrazowych u kobiet i u mężczyzn jest zabiegiem celowym, pokazującym unifikację płci – dany frazeologizm nie jest w żaden sposób charakterystyczny dla jednej z nich. Powtarzalność związków frazeologicznych przemawia za powszechnością konkretnych wyrażeń i ich użytecznością. Należy jednak podkreślić, że część z nich mocno się zleksykalizowała, z dużą częstotliwością funkcjonując w języku polskim, zarówno w odmianie nieoficjalnej, jak również oficjalnej.

2.4. [...] – wulgaryzmy

Kolejną cechą językową sprofilowaną płciowo jest **używanie wulgaryzmów**, przypisywane mężczyznom jako ich właściwość językowa na tle kobiecym, a jednocześnie będące elementem ekspresji negatywnej dominującej u kobiet. Na portalach internetowych występowanie wulgaryzmów jest możliwe wyłącznie w postaci wypowiedzi użytkowników (forum, komentarze), z oczywistych względów twórcy portali nie używają takich środków werbalnej ekspresji. Należy jednak stwierdzić, że wulgaryzmy rzadko występują w wypowiedziach użytkowników, przez co trudno je zanalizować jako cechę językową. O tym fakcie decydują przede wszystkim nieformalne zasady grzeczności językowej na forum, czyli tzw. **netykieta** (etykieta językowa w przestrzeni Internetu) [Grzenia, 2006; por. rozdział II – 1.4.2.]. Ważną przyczyną jest także możliwość zgłoszenia naruszenia i zablokowania konta użytkownika (czuwają nad tym moderatorzy forum), dzięki czemu internauci powstrzymują się przed stosowaniem przekleństw. W związku z tym forumowicze,

którzy mają zamiar użyć dosadniejszych słów, wyrażają je umowną formą zastępczą – [...] – traktowaną przez innych użytkowników jako wyrażenie wulgarne, a także zastępują litery w wyrazie kropkami lub zaznaczają słownie zamiar użycia brzydkiego słowa, np.: *co Ci to [...] mać da ze komuś na złość zrobisz??* 😏😏😏😏😏 [FS – f]; *TY [...] bindosie czym ty jeździłeś ??? napewno nie bravo* [FS – f]; *Debil już był zatrzymywany po pijaku więc ... co jest k.rwa z tym prawem????* [FS – f]; *diesłem się [wulgaryzm]..wo jeździ ale po mieście* [FS – f]; *Kur.. olej służy do smarowanie silnika, a nie jego uszczelniania, po co wy silniki maczycie gestymi syfami* [FS – f].

Niewłaściwe zachowanie często bywa dostrzegane i krytykowane przez innych, dbałość o dobrą i miłą atmosferę na forum jest priorytetem dla wielu użytkowników: *Oooooo!!! Bardzo nieładnie kolego... Widzę, że brak Ci kultury i nie dziwie się, że Twoje posty są usuwane.* [FS – f]; *Dlaczego na tym forum od czasu do czasu spotyka się jakies wyzwiska, obelgi....czy co poniekotrzy nie potrafią zyc w przyjazni? przeciez jestesmy tu by sobie pomagac a nie wyzywac i ublizac sobie nawzajem...* [FS – f]; *I wszystko na temat.Niedzyscyplinowany użytkownik dostał ostrzeżenie i pouczenie* [FS –f]. Użycie wulgaryzmu najczęściej jest dowodem eskalacji zdenerwowania, irytacji czy złości. Negatywna ekspresja słowna związana jest z emocjonalnością, może być wynikiem kłótni między użytkownikami lub nastawieniem do przedstawianej sytuacji/wypowiedzi. Powszechność występowania przekleństw w wielu sytuacjach życia społecznego (często bez względu na wiek, wykształcenie i okoliczności) powoduje, że wulgaryzmy funkcjonują w wypowiedziach wielu osób na zasadzie znaku przestankowego, nie ujawniając zbytnio pejoratywnego nachylenia emocjonalnego.

Zróznicowania płciowego w kwestii używania wulgaryzmów na forum internetowym nie sposób zaobserwować, gdyż: sama ilość wulgaryzmów w kontekście liczby postów jest znikoma; występują one głównie na portalach ogólnych, gdzie można dostrzec znaczną liczebną przewagę mężczyzn nad kobietami; fora na portalach kobiecych są słabo rozbudowane, a dyskusje tam prowadzone nie noszą znamion rywalizacji, dotyczą głównie prezentacji własnych pasji i porad.

2.5. Pytanie dodane jako wyraz kobiecej niepewności

Cechą języka kobiecego są pytanie dodane, mające na celu uzyskanie niejakej akceptacji i pewności u interlokutora. Częstą właściwością językową kobiet jest również samo wyrażanie niepewności, wskazujące na ich nieporadność, np.: *Od razu mówię, że jestem*

kompletnym laikiem w kwestii motoryzacji, znam tylko najpopularniejsze marki. Swoje pytanie kieruję głównie do miłośników i znawców sportowych samochodów. [FS – f]; **Trochę jestem jak dziecko we mgle, więc z pokorą podchodzę to tematowi...** *wiem, że najpierw powtórka, doszkolenie i kupno motoru...ale też wiem, czuję już niecierpliw dreszcz trochę podszyty obawą, jak będę sobie radzić z tą frajdą na co dzień...*[M – f]. Charakterystyczną cechą w tym zakresie jest szczegółowość i opisowość narracji, noszącej znamiona addytywności. Wyrażanie niepewności umotywowane jest często stopniem znajomości i zaawansowania technicznego w branży motoryzacyjnej. Właśnie to kryterium przede wszystkim decyduje o dozie niepewności wyrażanej przez użytkowników (zarówno kobiety, jak i mężczyzn). Wiele wypowiedzi kobiet emanuje fachową wiedzą i kompetencją w tematyce motoryzacyjnej, co jest przekroczeniem przypisywanej właściwości językowej [zob. III – 2.1.2.]. Zdarzają się także mężczyźni, wyrażający niepewność i eksponujący swoją niewiedzę, będący zarazem „odwróceniem” stereotypu o motoryzacji jako wyłącznej domenie mężczyzn, np. *Nie mam pojęcia o czym piszesz, bo na samochodach się nie znam.* [FS – f].

Wyrażenie niepewności/niewiedzy często stanowi kontekst poszukiwania samochodu, chęci zakupu i doboru najlepszego modelu. Zwrot *nie mam pojęcia* w tym obszarze jest wyłącznie prośbą o pomoc i poradę, nie jest natomiast dowodem technicznej niewiedzy i niekompetencji użytkownika: *Mam w planach zmianę samochodu na coś nowszego i bardziej reprezentacyjnego, ale **kompletnie nie mam pojęcia na co się zdecydować.*** [FS – f]; *do wakacji zamierzam zmienić auto na większe i **kompletnie nie mam pojęcia co wybrać*** [FS – f]. Werbalizacja niewiedzy i niepewności zależna jest od orientacji w branży motoryzacyjnej i jest indywidualną właściwością użytkownika.

Większość pytań dodanych (u kobiet i mężczyzn) funkcjonuje jako pytania retoryczne, prowadzące do akceptacji własnej wypowiedzi, sposobu myślenia i opinii przez interlokutorów. Na takiej zasadzie najczęściej możemy spotkać sformułowanie *czyż nie?*, powszechne u przedstawicieli płci męskiej: *Hiszpański temperament, niemiecka dbałość i włoski styl- **czyż to nie brzmi pięknie ?*** [FS – f]; *W cenie do 8 tysięcy gdybym się postarał to może i znalazłbym coś w miarę dobrym stanie **czyż nie?** Najbardziej chciałbym Roverka no ale ciężko 😊* [FS – f]. Powyższe przykłady dowodzą, że użycie pytań dodanych nie jest formą wyrażenia niepewności, ale pełni funkcję perswazyjną. Występowanie tego elementu w języku mężczyzn jest kolejną przesłanką ujednoczenia wypowiedzi na portalach motoryzacyjnych.

2.6. Język płci – podsumowanie

Wzajemna komunikacja kobiet i mężczyzn w obrębie portali motoryzacyjnych zauważalna jest przede wszystkim w dziale forum motoryzacyjnego. Eksponowanie żeńskiej perspektywy jest także domeną portali skierowanych do kobiet, których autorkami są kobiety. Wybrane cechy określone w literaturze fachowej jako typowo kobiece lub typowo męskie można zaobserwować na portalach motoryzacyjnych. Mężczyźni są specjalistami i znawcami branży, a język kobiet jest emocjonalny i przywiązuje one dużą wagę do aspektu estetycznego, szczególnie kolorystycznego. Po raz kolejny warto podkreślić, że różnice w komunikacji między płciami nie są bezwzględne, ale są wykładnikiem przeważającej częstotliwości ich występowania u jednej z płci – na podstawie ustaleń pochodzących ze źródeł bibliograficznych oraz wniosków płynących z obserwacji analizowanego materiału.

Reasumując, należy stwierdzić, że język kobiet i język mężczyzn w kontekście portali motoryzacyjnych zyskuje dodatkowe wartości, umotywowane specyfiką tematyki. Powyższe potwierdzenia cech językowych konkretnej płci oraz przekroczenia, które pozwalają zaprzeczyć przypisywanym podziałom egzemplifikują istotną zmianę w podejściu do tematyki motoryzacyjnej. Zaobserwowane przesunięcia właściwości językowych kobiet i mężczyzn pozwalają wnioskować o skupieniu miłośników motoryzacji na konkretnym temacie, będącym ich pasją i zacierającym różnice płciowe.

Wzmocnieniem emocjonalności, ekspresywności, a zarazem profesjonalizmu wypowiedzi jest szczegółowość opisu, mogąca odgrywać różnorodne role, np.: dokładne objaśnienie problemu, udzielenie wyczerpującej odpowiedzi, prezentacja własnej wiedzy i doświadczeń. Ważnym akcentem jest także sfera koloru, różnorodnie postrzegana i wartościowana przez użytkowników. Wiele właściwości językowych jest uniwersalnych, a kontekst komunikacji internetowej dodatkowo wzmacnia tę jednolitość.

3. Świadomość i obecność stereotypów na temat kobiet i mężczyzn za kierownicą

Jeżeli Twoja żona chce się nauczyć jeździć samochodem, nie stawaj jej na drodze.

Sam Levinson

Świadomość obecności stereotypów związanych z płcią kierowcy jest wyrazem odzwierciedlenia kategorii rzeczywistości społecznej na portalach internetowych. Portale kobiece wykorzystują stereotypy dotyczące płci w celu przedstawienia własnej odrębności na tle portali ogólnych. Stereotypizacja portali jest też czynnikiem polemiki z mężczyznami, co z jednej strony jest przejawem buntu kobiet przeciw dyskryminacji, z drugiej natomiast automatycznym powieleniem konwencjonalnego myślenia społeczeństwa. Wszelkie próby przełamania i łagodzenia stereotypów mają na celu profesjonalizację kobiet jako kierowców, udowodnienie ich kompetencji w zakresie prowadzenia pojazdu, a w szerszej perspektywie walkę o równość płci.

Najbardziej powszechnym stereotypem płciowym jest stereotyp „**baby za kierownicą**”, zawierający rozmaite negatywne konotacje (w odróżnieniu od procesów nominacyjnych określających mężczyzn prowadzących samochody). Dostrzeganie problemu nierówności płciowej w aspekcie motoryzacji obrazują artykuły o kreowaniu seksizmu za kierownicą, będące wyrazem sprzeciwu wobec panujących przekonań na temat kierowców płci żeńskiej. Istotnym zagadnieniem jest sama kwestia nazwy kobiety kierowcy, uobecniana na portalach motoryzacyjnych i stanowiąca newralgiczny problem dla użytkowniczek. Asymetria płciowa „za kółkiem” przyjmuje różne oblicza, a walka z nią jest wciąż trudna i bezskuteczna, chociaż w dobie przemian kulturowych i cywilizacyjnych możliwa i uzasadniona. Propagowanie indywidualnego podejścia do kierowcy, bez względu na jego płeć, przekonuje o istnieniu lepszych i gorszych kierowców płci żeńskiej, ale jednocześnie lepszych i gorszych kierowców mężczyzn.

3.1. Artykuły dotyczące kreowania seksizmu za kierownicą

Powszechnie znane stereotypy na ten temat obecne są także na portalach motoryzacyjnych. Z jednej strony funkcjonują jako stereotypy, przekazywane głównie przez mężczyzn, z drugiej natomiast są przedmiotem sprzeciwu ze strony kobiet kierowców.

Objawem buntu i ważnym sposobem walki z przekonaniem dyskryminującym płć żeńską w aspekcie kierowania pojazdami są artykuły i felietony poruszające zagadnienie **seksizmu za kierownicą**. Zjawisko to często wykracza poza ramy pejoratywnej stereotypizacji i może być wykładnikiem przemocy symbolicznej: *Jak wskazał wybitny francuski socjolog – Pierre Bourdieu – istnieje typ przemocy symbolicznej, postrzeganej przez społeczeństwo jako normalna sytuacja, zgodna ze schematami kulturowymi, narzuconymi przez grupy dominujące. Przykładem na to jest właśnie stosunek polskich kierowców wobec kobiet za kierownicą* [M – a]. Niezmienna powszechność takiego traktowania kobiet w ruchu drogowym jest niejako wpisana w męską dominację w świecie motoryzacji. Najczęstszą reakcją na drodze w sytuacji spotkania ze słabym i złym kierowcą jest określenie go mianem „baba za kierownicą”, bez względu na świadomość i wiedzę na temat jego płci. Istotą takiej nominacji jest przyzwyczajenie i stereotypowe powiązanie gorszego kierowcy z płcią żeńską, przez co reakcja ta jest nie tylko niezwykle powszechna, ale wręcz „naturalna”.

Przedstawiciele obu płci mają świadomość istnienia tego zjawiska, intensywnie eksplikowanego przez twórców i użytkowników portali. Kobiety, z racji perspektywy bycia zdecydowanie częstszym adresatem krzywdzących opinii, próbują przełamywać negatywne sądy, potwierdzając wiarygodność własnych umiejętności i przecząc powszechnym przekonaniom. Wyrazem tego buntu są liczne artykuły (zdecydowanie przeważające na portalach motoryzacyjnych dla kobiet), które dotyczą problemu seksizmu za kierownicą.

Elementem naprowadzającym na prezentowane zagadnienie są już same tytuły artykułów, w zdecydowanej większości bardzo wymowne i zogniskowane wokół elementu walki płci, przełamania negatywnego stereotypu i tworzenia pozytywnego wizerunku kobiety kierowcy, np.: *Boginii szosy, czyli kreowanie seksizmu za kierownicą* [M – a], *Walka płci za kółkiem* [KA – a], *Baba za kierownicą, czyli jak ułatwić sobie jazdę samochodem* [KA – a], *Baba za kółkiem to mit* [A – fe]; *Uwaga! Baba za kierownicą* [A – fe]; *Nie oddawaj kierownicy* [A – fe]. Element walki oraz próby ostrzeżenia przed „zagrożeniem”, jakim jest kobieta kierowca na drodze, mają na celu uwypuklenie nierównego traktowania płci i uwidocznienie stereotypowych przekonań, karykaturalne przerysowanie ich. Należy w tym miejscu podkreślić wymiar perswazyjny tytułów, bezsprzecznie wpływających na odbiorcę i sposób jego myślenia.

Nagminne i wielokrotne poruszanie tematyki dotyczącej walki płci jest znamienym elementem portali motoryzacyjnych dla kobiet, które w swoich założeniach formalnych mają nie tylko skupienie miłośniczek motoryzacji i tworzenie wspólnoty ze względu na pasję i zainteresowanie (z uwzględnieniem tematyki motoryzacyjnej istotnej w wymiarze żeńskim),

ale także nieustanną walkę z krzywdzącymi i jednostronnymi stereotypami. Bycie grupą mniejszościową w świecie miłośników samochodów i motocykli automatycznie zakłada nieustanny bunt, a jego obecność w serwisach internetowych dowodzi, iż kobiety nie potrafią i nie chcą zaakceptować zaistniałej sytuacji.

Na poziomie zawartości artykułów zaobserwować można dwie podstawowe tendencje. Po pierwsze, większość przedstawianych treści to wyliczenie podstawowych pejoratywnych elementów wizerunku kobiety kierowcy, związanych z jej umiejętnościami, wiedzą techniczną i zachowaniem na drodze. Drugą kwestią są próby podważenia i udowodnienia nieprawdziwości tych opinii i potocznych sądów. Problem niejednolitej kategoryzacji kierowców odmiennej płci funkcjonuje niezmiennie od lat, czego dowodem jest książka Sylvy Groszowej pt. *Kobieta za kierownicą czyli vademecum początkującej automobilistki*, wydana już w 1981 roku [Groszowa, 1981]. Zawarta w niej tematyka jest skupiona wokół odmienności sposobu jazdy kobiet i mężczyzn, zachowań, właściwości jako kierowca oraz świadomości podziału płciowego w aspekcie kierowania pojazdem. Wiele wątków wciąż jest aktualnych i społecznie reprodukowanych, co świadczy o niezmienności potrzeby żeńskiej perspektywy w tematyce motoryzacyjnej. Niektóre wątki zaprezentowane w niniejszej pracy, będące przedstawieniem obecnego stanu stereotypów w dziedzinie motoryzacji, zostały zamieszczone w książce Groszowej, przez co odwołanie do ww. pozycji wydaje się potrzebne oraz inspirujące pod względem kulturowym i społecznym.

Co ciekawe, autorami artykułów dotyczących seksizmu za kierownicą są zarówno kobiety, jak i mężczyźni. Teksty autorstwa kobiet świadczą o naturalnym buncie przedstawicieli grupy osób, w którą wymierzone są negatywne sądy. Artykuły mężczyzn są objawem potrzeby równouprawnienia i świadomości nieprawdziwości generalizujących przekonań. Niektóre przedstawione artykuły mają na celu pomoc kobietom w prowadzeniu samochodu. Poniekąd jest to przyznanie się do akceptacji stereotypu i próbie walki z nim w wymiarze praktycznym. Użyteczne wskazówki, porady i techniczne nowości w autach pomagają kobietom w ich eksploatacji i prowadzeniu, o czym przekonuje fragment artykułu: *Całe szczęście producenci samochodowych gadżetów wychodzą nam naprzeciw, oferując cały szereg technicznych nowinek i udogodnień, które sprawią, że jazda samochodem stanie się o wiele łatwiejsza* [KA – a]. Uproszczenie i usprawnienie jazdy kobiet mogą wspomóc: możliwość wyboru małego i zwrotnego samochodu, wspomaganie kierownicy, czujnik cofania, nawigacja samochodowa, lusterko szerokokątne (obserwacja dzieci na tylnych siedzeniach), zestaw głośnomówiący oraz chusteczki nawilżane (w razie wizyty na stacji benzynowej lub dolewania płynu do spryskiwaczy) [KA – a]. Wymienione elementy nie

decydują jednak o płci kierowcy, są uniwersalnym i dogodnym wyposażeniem dla kierujących, mając praktyczne zastosowanie podczas jazdy i eksploatacji auta. Typowo kobiecą wskazówką jest natomiast **założenie odpowiedniego obuwia**⁷⁴ w czasie prowadzenia samochodu: *Dbalność o kobiecy wygląd absolutnie na każdym kroku nie zawsze idzie w parze z bezpieczeństwem jazdy. Jeśli na co dzień chodzisz w szpilkach (patrz casus Dody, której postępy w jeździe samochodem mogliśmy obserwować kilka lat temu w telewizji), warto wozić ze sobą w aucie parę wygodnych butów (najlepiej na płaskim obcasie) na zmianę. W ten sposób nie ryzykujemy, że obcas zahaczy o wycieraczkę lub noga ześlizgnie się z pedału hamulca* [KA – a]. Buty, które nie utrudniają jazdy to podstawowy element gwarantujący bezpieczeństwo i mogący stanowić silny argument w zestawieniu kobieta – mężczyzna w samochodzie. Może on stanowić zarówno ułatwienie dla mężczyzn w umiejętności prowadzenia pojazdu – z uwagi na oczywistą abstrakcyjność tego zagadnienia, jak i przeszkodę dla kobiet – ze względu na dość powszechną jazdę w szpilkach, co dotyczy nie tylko przedstawicielek świata showbiznesu, ale także przeciętnych kierujących. Zagadnienie to jest obecne na przestrzeni lat, porusza je Sylva Groszova, twierdząc, że „mało jednak kto zastanawia się, w jakim obuwiu prowadzić samochód, w związku z czym widuje się za kierownicą panie zarówno w butach narciarskich, jak i pantofelkach balowych” [Groszova, 1981: 53]. Autorka wielostronnie analizuje problem obuwia, wskazując możliwe niedogodności i utrudnienia, przytaczając różne historie i polecając praktyczne rozwiązania.

Szczegółowa zawartość wymienionych artykułów zostanie przedstawiona w kolejnym podrozdziale, dotyczącym stereotypów płciowych związanych z motoryzacją [III – 3.2.]. Należy jednak nadmienić, że nie tylko kobiety poddane są aktom stereotypizacji. Kierowca płci męskiej także jest zestawiony z konkretnymi zachowaniami na drodze i sposobami jazdy, jednakże w dużo mniejszym stopniu niż kobieta za kierownicą, przez co to grupa kierowców płci żeńskiej jest nacechowana.

Monopol władzy mężczyzn za kierownicą w minionych dziesięcioleciach, zwłaszcza w okresie początków motoryzacji, wciąż wywołuje reperkusje we współczesnym społeczeństwie. Wielokrotnie podejmowana tematyka seksizmu za kierownicą świadczy o newralgiczności tej kwestii. Próby budowania pozytywnego wizerunku kierowcy płci żeńskiej są tożsame z eliminacją negatywnych przekonań i zachowań mężczyzn wobec kobiet na drodze. Z całą pewnością intensywność przemian społecznych i wielopłaszczyznowa kategoria równouprawnienia mają swój oddźwięk w świecie motoryzacji, w którym coraz

⁷⁴ Zagadnieniu odpowiednich butów w czasie prowadzenia auta został poświęcony osobny artykuł pt. *Buty do auta* [KA – a], poruszający wiele wariantów obuwia podczas jazdy.

częściej męska dominacja zostaje przełamywana, a kobiety również mogą zyskiwać status dobrego kierowcy.

3.2. Stereotypy płciowe związane z motoryzacją

W potocznym obrazowaniu i świadomości społecznej istnieje szereg utrwalonych stereotypów, które funkcjonują niezmiennie mimo upływu czasu i zmian społecznych. Jednym z wielu przykładów w tym zakresie może być **stereotyp kobiety kierowcy**, mający jednoznacznie negatywne konotacje. Przede wszystkim stereotyp ów wiąże się z przekonaniem, że kobieta jest gorszym kierowcą niż mężczyzna, o czym rzekomo świadczą nie tylko słabsze umiejętności w zakresie prowadzenia pojazdu, lecz także szereg utartych sądów o zachowaniach i reakcjach na sytuacje na drodze. Skutkuje to faktem, iż w powszechnych opiniach kobieta jest nie tylko przedmiotem zdenerwowania i irytacji kierowców, ale również stanowi realne niebezpieczeństwo w ruchu drogowym. Pejoratywny wizerunek kobiety kierowcy, widoczny jest w utartych przekonaniach i sądach, bywając nawet przedmiotem utrwalonych powiedzeń i dowcipów, np.: *Kobieta za kierownicą jest jak gwiazda na niebie – ty ją widzisz, ona ciebie – nie; Są dwie rzeczy, na które można patrzeć bez końca: zachód słońca i parkującą kobietę* [<http://rozrywka.57.pl>]; *Mówi się, że kobieta za kierownicą to bogini - pasażerowie się modlą, a przechodnie żegnają* 😊 [FS – f]. Ciekawym przykładem utrwalenia stereotypowej wyższości mężczyzn za kierownicą są badania z ankiet przeprowadzonych przez Helenę Grocholę-Szczepanek, zajmującą się językiem mieszkańców Spisza w aspekcie różnic płciowych. Najważniejszą rolę odgrywają dwa czynniki wpływające na sposób mowy – gwarowość i kontekst społeczności wiejskiej. Jedno z pytań ankiet i wywiadów brzmiało: „Kto się bardziej nadaje do kierowania samochodem, mężczyzna czy kobieta?”⁷⁵ [Grochola-Szczepanek, 2012: 277]. Większość pytanych wskazuje mężczyzn jako lepszych kierowców, motywując to lepszym refleksem, większą odwagą, sprytem, zachowywaniem zimnej krwi, umiejętnością naprawy usterki, praktycznością; wady kobiet to natomiast: wolna jazda, problem z parkowaniem, większa konieczność przemyślenia jazdy, mniejsze wyczucie, strach. Nie możemy jednak zaobserwować całkowitej zgodności odpowiedzi, niektórzy w swoich wypowiedziach umieszczają kwalifikator *chyba*, inni wskazują główną wadę mężczyzn za kierownicą, czyli jazdę po alkoholu, lub zalety kobiet: większą ostrożność, skupienie, opanowanie, rozsądek [Grochola-Szczepanek, 2012: 279-291].

⁷⁵ Zaprezentowany w książce materiał to odpowiedzi 34 osób, w różnym wieku i odmiennej płci, przez co wnioski z ankiety można traktować jako uniwersalne, obecne w całej rozciągłości wiejskiego życia społecznego.

Część odpowiadających uwzględnia predyspozycje do kierowania samochodem, brak reguły co do bycia dobrym kierowcą i przytacza przypadki własne lub osób z najbliższego kręgu.

Przedstawione opinie są potwierdzeniem najczęściej występujących elementów stereotypów płciowych za kierownicą, a świadomość ich obecności na terenach wiejskich, często nieuprzemysłowionych i z mniejszym dostępem do Internetu, czyni te obiegujące sądy jeszcze bardziej trwałymi. Ważne są także głosy o braku różnicowania wartości i umiejętności kierowcy ze względu na jego płeć, co jest dowodem przemian społecznych i światopoglądowych.

Powszechnie znane stereotypy na ten temat obecne są także na portalach motoryzacyjnych. Z jednej strony funkcjonują w swej „czystej” postaci (jako stereotypy, przekazywane głównie przez mężczyzn, chociaż użytkowniczki mają świadomość ich istnienia), z drugiej natomiast są obiektem sprzeciwu ze strony kobiet kierowców. Objawem buntu przeciw tej dyskryminacji są np. wspomniane artykuły o kreowaniu seksizmu za kierownicą. W wypadku portali dla kobiet widoczne jest także pewne „odwracanie” stereotypu i wskazywanie za jego pomocą własnej odrębności, przekształcanie go w pozytywny wizerunek kobiety za kierownicą. Dostrzegalna jest neutralizacja owych przekonań, o czym świadczą artykuły opisujące styl jazdy kobiet w sposób pozbawiony negatywnej waloryzacji. Podkreślanie odmienności i własnej wartości przez kobiety może być jednym z głównych założeń ideowych portali motoryzacyjnych, np. *Portal Kobieta i Auto jest tworzony przez zespół pasjonatek motoryzacji i internetu. Miałyśmy dość szowinistycznych portali z paliwem we krwi i klapkami na oczach. Miałyśmy również dość portali, które wstawiając w tło "Hello Kitty" serwowały nam to samo co facetom. Czas na nasz babski kącik i tematy ciekawe dla nas* [KA – p]. Dostrzeganie problematyki stereotypowego wizerunku kobiet w kontekście tematyki motoryzacyjnej (na portalach dla kobiet) stanowi zatem czynnik polemiki z mężczyznami, pewnej walki płci, uosabiającej się dążeniem do uzyskania statusu eksperta w danej dziedzinie, bez jakiegokolwiek uzależniania tego faktu od płci danej osoby. Próby te mają na celu upowszechnienie przekonania, że *dobry kierowca nie ma płci*⁷⁶ [www.smartdriver.pl].

Komplementarnym uzupełnieniem negatywnego wizerunku kobiety kierowcy jest przekonanie o wyższości mężczyzn za kierownicą. W badaniach nad komponentami stereotypu polskiego mężczyzny jedną z najbardziej stereotypowych męskich ról jest **kontrola stanu technicznego auta**, a **zawód kierowcy** jest jednym z najbardziej

⁷⁶ Hasło jest tytułem wywiadu z właścicielką i instruktorką szkoły jazdy dla kobiet.

charakterystycznych zawodów męskich [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 20-21]. Wyniki te są potwierdzeniem oczywistego przekonania o dominacji mężczyzn za kierownicą, ugruntowanej społecznie i socjologicznie. Również **zajmowanie się swoim hobby** należy do specyfiki zachowań męskich [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 21], co jest efektem istnienia zdecydowanej męskiej grupy miłośników motoryzacji.

3.2.1. Jeździsz jak baba i kto dał jej prawko? – negatywna waloryzacja kierowców płci żeńskiej

Pierwszym, podstawowym składnikiem negatywnego wizerunku kobiety kierowcy jest porównanie go i odniesienie do obrazu mężczyzny za kierownicą. To komparatystyczne ujęcie jednoznacznie wskazuje na **określanie przedstawicielek płci żeńskiej jako gorszych/złych kierowców**. Przekonanie to nader często jest werbalizowane na portalach motoryzacyjnych. Utrwalone opinie obecne w serwisach motoryzacyjnych i w całej przestrzeni Internetu to m.in.: *Co jest gorsze niż kobieta z twoją kartą kredytową? Kobieta za kierownicą twojego samochodu!; Kobieta i maszyna to związek bez przyszłości* [M – a]; *Gorsza za kierownicą jest tylko baba za kierownicą w naszym samochodzie* [www.koledzywojska.pl]. Powszechnym humorystycznym stwierdzeniem jest też określenie sposobu zdobycia dokumentu zezwalającego na prowadzenie pojazdów (używane ogólnie do wszystkich kierowców, jednakże posiadające bogatą egzemplifikację odnośnie do kobiet): *(...) to i tak klnę na "głupią babę w aucie co prawko w czipsach znalazła"* :D [joemonster.org]; *Prawo jazdy w czipsach znalazła* [www.cda.pl]. Wykładnikiem wizerunku i sposobu postrzegania kierowcy, a tym samym jego umiejętności może być samo auto – model, marka, kolor itd. Artykuł *Damskie auto - pastelowa płachta na drogowego byka* ostrzega kobiety przez zbyt intensywnym wyrażaniem siebie, własnych preferencji i osobowości (np. różowe auto w kwiatki) [M – a]. Takie zaznaczenie wyrazistości na drodze może skutkować nieuprzejmym zachowaniem innych kierowców i realnym oddziaływaniem stereotypu. Wybór zbyt kobiecego samochodu ewidentnie wpływa na reakcje innych kierowców na drodze.

Wiele zdecydowanie negatywnych opinii wypowiedzianych pod adresem kobiet powiela pejoratywny stereotyp prowadzących pojazdy: *Kobieta za kółkiem - ARMAGEDDON*. [FS – f]; *Często mam wrażenie widząc nieporadność kobiet za kółkiem, że dostają prawo jazdy na "piękne oczy", bo też często ta nieporadność jest zatrwajająca. A poza tym kocham kobiety* [FS – f]; *No ale są też takie którym można machać i dawać długimi 15 razy żeby przejechały*

a one dalej stoją jak te drzewa w lesie.. [FS – f]; *Jeżeli jedzie przede mną "guzdrowato" jakiś samochód na 90% będzie prowadziła go kobieta. Taka jazda charakteryzuje się powolnością (aczkolwiek przepisową), jazdą środkiem, patrzeniem przed siebie tak jakby kobieta miała klapki na oczach i nie widziała tego co się dzieje z boku, praktycznie niemożliwe, żeby przy korku i włączaniu się drugiej ulicy kobieta wpuściła kogoś przed siebie, lusterka są dla niej faktycznie tylko do przeglądania się, ale nie do patrzenia co się dzieje za nią, boi się zaryzykować, prędzej zahamuje niż przyspieszy, itd.* [FS – f]. Wybrane przykłady są reprezentatywne w zakresie oceny umiejętności kierowców płci żeńskiej i stanowią jedynie wyimek powielanych wzorców. Często wzbogacone są obszernymi historiami zachowań kobiet na drodze, wyrażającymi ich niekompetencję, dziwne, nieskoordynowane manewry oraz dającymi upust zdenerwowaniu i irytacji mężczyzn. Niektóre wypowiedzi użytkowników, w sposób krótki i dosadny dewaloryzujące płęć żeńską „za kółkiem”, funkcjonują w kategorii żartu i dowcipu, np.: *kobieta czy nauka jazdy to to samo najczęściej* 🤪 [FS – f]; *taki sam kierowca jak facet, chociaż rzadko pozwoli innym włączyć się do ruchu* 😊 [FS – f]; *Kobieta za kółkiem jak usłyszysz stukanie daje głośniej radio* 😊 [FS – f]. Ocena kompetencji kierowcy wynikająca z płci jest szeroko dyskutowanym problemem na forach motoryzacyjnych. Powyższe wymownie stereotypowe przekonania o złych kierowcach płci żeńskiej są powszechne, jednakże użycie emotikonów osłabia negatywny wydźwięk komunikatu i może stanowić element gry z konwencją, złagodzenie wypowiedzi. Sygnałem zmian światopoglądowych i wyrazem równouprawnienia jest fakt, że głosy użytkowników są podzielone – od zdecydowanie niżej oceniających kobiety, przez równoważące obie płcie w odniesieniu do umiejętności i predyspozycji aż po krytykujące styl i jazdę mężczyzn.

Zgodnie z duchem przemian ogólnospołecznych, wielokrotnie prezentowanych w mediach i środkach masowego przekazu, płęć przestaje być czynnikiem różnicującym kierowców. Dla pokaźnego grona użytkowników obu płci umiejętności za kierownicą zależą w głównej mierze od indywidualnych predyspozycji kierowcy – psychicznych, manualnych, osobowościowych, fizycznych oraz jego doświadczenia: *Jestem instruktorem nauki jazdy i z całą odpowiedzialnością mogę stwierdzić, że trudne przypadki kursantów zdarzają się zarówno wśród chłopaków jak i u dziewczyn. To po prostu wynika z indywidualnych cech charakteru, zdolności manualnych itp. Nie ma żadnej reguły, że dziewczyny są gorsze.* [FS – f]; *Nie ma reguły, bo faceci jak i kobiety są dobrymi kierowcami, a są też tacy w przypadku obydwóch płci że nie mają predyspozycji na kierowcę i powinni sobie odpuścić jazdę samochodem w roli kierowcy* [FS – f]. Istotny jest także argument, aby kierowca po prostu

lubił prowadzić samochód. Zaprzeczeniem stereotypu są wypowiedzi internautów, świadczące o dobrych, a nawet wyższych umiejętnościach kobiet kierowców, zaczerpnięte z własnych obserwacji i autopsji: (wypowiedzi mężczyzn) *Moja rodzicielka jest bardzo dobrym kierowcom, zrobiła już grubo ponad 350tys w 7 lat skodą, aktualnie już zajężdża drugie auto* [FS – f]; *Osobiście znam kobiety, które jeżdżą o wiele lepiej niż większość facetów, więc nie ma reguły.* [FS – f]; *Panie niejednokrotnie okazują się lepszymi kierowcami od nas. Jesteśmy chyba bardziej nerwowi i mniej zastanawiamy się nad własnym bezpieczeństwem. Myślę, że nie ma co generalizować, która płć jest lepsza.* [FS – f]; *kobiety na ogół jeżdżą dobrze, wiadomo, zawsze trafi się czarna owca - ale u panów to SAMO* [FS – f]; *Tak naprawdę to już chyba wolę ślamazarnie jeżdżące kobiety niż mistrzów kierownicy za dychę. Naprawdę już tylu idiotów jest na drogach, że to się w pale nie mieści. A im gorsze auto tym bardziej je cisną. Potem się dziwią, że tyle wypadków jest na polskich drogach...* [FS – f]. Pojawiają się również wypowiedzi bardziej zradykalizowane, w sposób dosadny krytykujące mężczyzn i uosabiające przekonanie o własnej wartości jako kierowca, np. *moja jazda jest dynamiczna i uważam że jestem bardzo dobrym kierowca, nieraz to właśnie facet mi droge zajechał, to wy powinniscie sie nauczyć jeździć bo to właśnie faceci powodują wypadki, jeżdża po pijanemu, więc kierowcami powinny być tylko kobiety!:)* [FS – f]. Wypowiedź ta funkcjonuje jednak w kategorii gry ze stereotypem.

Warto również wspomnieć o szkołach nauki jazdy dla kobiet, których obecnie powstaje coraz więcej. Ich odbiorcą mają być kobiety, również przedstawicielki płci żeńskiej są instruktorkami. Podstawowym założeniem takich miejsc szkoleniowych jest dostosowanie sposobu nauczania do kursantki, a więc duża doza wyrozumiałości, cierpliwości i empatii. Oprócz przekazywania wiedzy, dominującym elementem kursu jest przyjemna i miła atmosfera, ułatwiająca pozbycie się stresu i lepsze opanowanie umiejętności kierowcy. Powstawanie takich ośrodków ma także na celu przeciwdziałanie stereotypom: *Utarło się, że instruktor nauki jazdy to mężczyzna, jednak kobiece szkoły jazdy znalazły swoje miejsce na rynku i wcale nie służą nauce jazdy w szpilkach czy poprawiania szminki na światłach. Za to gwarantują nieskrępowaną atmosferę, by jedna kobieta od drugiej mogła do woli czerpać motoryzacyjną wiedzę* [M – a]. Kobiety pracujące w zawodzie instruktora nauki jazdy to również swoiste przekroczenie powszechnych opinii oraz ról społecznych i zawodowych skategoryzowanych płciowo. Popularność oferty dydaktycznej jest potwierdzeniem sensowności jej istnienia oraz indywidualnych potrzeb kandydatek na kierowców.

Wszystkie powyższe przykłady obrazują racjonalność sądów, a także dystans do potocznych przekonań i fali nadmiernej krytyki. Indywidualne podejście do kierowcy

sprawia, że jego płeć staje się kategorią drugorzędną. Coraz większa liczba kobiet posiadających prawo jazdy sprawia, że kobieta za kierownicą jest częstym obrazem na polskich drogach. Większa ilość kierujących oznacza tym samym większe szanse na przełamanie negatywnego stereotypu kobiety jako gorszego kierowcy. Istotne jest to, że autorami wypowiedzi dodatnio waloryzujących panie za kierownicą są w wielu przypadkach mężczyźni, co sprawia, iż bunt przeciw seksizmowi na drodze i stereotypowemu postrzeganiu kobiet nie jest jedynie udziałem strony pokrzywdzonej. Również krytyka jazdy mężczyzn jest przesłanką do równorzędnego traktowania płci w samochodzie.

3.2.2. *W lewo! Ale które?* – kobiece mylenie kierunków

Jednym z najbardziej charakterystycznych stereotypów płciowych jest **mylenie kierunków prawo/lewo przez przedstawicielki płci żeńskiej**, co potwierdza felieton pt. *W lewo! Ale które?* [A – fe]. Pomyłki w tym zakresie są silnie związane z kobietami, często funkcjonując w obiegowych sądach na granicy dowcipu. Warstwa humorystyczna równoważona bywa przez potencjalne zagrożenie, jakie mogą stwarzać takie sytuacje. Stereotyp kobiety kierowcy w swojej wymowie ideologicznej kładzie nacisk nie tylko na fakt braku umiejętności, bycia złym kierowcą i manewrowania samochodem w sposób wyzwalający komizm, pobłażanie czy politowanie, ale także na stwarzanie realnego niebezpieczeństwa na drodze.

Użytkowniczki często przyznają się do takich pomyłek, wskazując jednocześnie, że nie jest to przypadłość przypisana wyłącznie kobietom: *Wiem, że to mega powszechny stereotyp – „mówi w lewo, jedzie w prawo”, ale powiem szczerze, że mi się czasem mieszają kierunki. Myślę, że ten problem dotyczy także facetów – sama znam takiego, który lewą rękę rozpoznaje po zegarku:)* [A – f]. Sami mężczyźni również otwarcie przyznają się do kłopotów z rozróżnianiem kierunków, poszukując jednocześnie najlepszego sposobu na zaradzenie tym problemom i odpowiadając na pytanie twórców portalu: *A co z myleniem kierunków? Nie radzimy przywiązywania sobie do rąk różnokolorowych kokardek, bo to trąci infantylizmem. Każdy ma swój sposób. - Ja zapamiętałem, że lewo to lewo na dwa sposoby: na lewej noszę zegarek i z samochodu wysiadam po lewej stronie. No i środek jezdnii jest po lewej - mówi Leszek, kierowca od czternastu lat, który sam przyznaje, że jako mężczyzna też miał problem z kierunkami* [A – fe]. Odpowiedzi na powyższe problemy, czyli rady użytkowników, mające na celu opanowanie umiejętności rozróżniania kierunków, formułowane są z różną dozą empatii i rozmaitym stopniem zrozumienia, np. *Żeby odróżnić prawą stronę od lewej, trzeba*

zrobić tak: wyciągnąć obie ręce prosto przed siebie, wyprostować dłonie, zamknąć wszystkie palce oprócz kciuków, ta ręka, które wyprostowany kciuk tworzy literę „L” jest lewa-proste jak drut.[A – f].

Mylenie strony prawej z lewą w kontekście motoryzacyjnym nie ogranicza się jedynie do użycia kierunkowskazu i czynności skręcania, ale również do określania prawej/lewej strony samochodu. Mimo, iż pytanie dla większości kierowców wydaje się retoryczne, to w wyszukiwarce internetowej jest ono często wpisywane. Jego powszechność wydaje się być związana z kupnem lub sprzedażą części karoserii, reflektorów itd., więc znajomość formalnego podziału samochodu ma praktyczne zastosowanie. Problem z wybraniem odpowiedniej perspektywy poruszany jest na wielu stronach motoryzacyjnych, np.: *jak się patrzy(z której strony) aby by powiedzieć że to jest lewa lub prawa strona samochodu. Dziwne pytanie co nie, ale niektóre światła(z tyłu samochodu) są po jednej stronie inne (cofania i przeciwmgielne) i ja nie wiem które* [www.forum.prawojazdy.com.pl – f]; ***Pytanie śmieszne ale na podstawie kilku odpowiedzi zgłupiałem. Jedni twierdzą, że stronę lewą i prawą określa się z miejsca siedzenia kierowcy. Drudzy określają lewą i prawą stronę stojąc z przodu auta. Nie wspomnę o stojących z tyłu :fcp25 Potrzebne do zamówienia części. Proszę o fachowe określenie stron*** [www.forum.fordclubpolska.org – f]. Niejednoznaczne sprecyzowanie strony auta nie jest w żaden sposób nacechowane kobieco, powyższe dylematy są wypowiedziami mężczyzn.

Zadawane przez użytkowników pytania spotykają się z różnymi reakcjami innych internautów, prowokując ich do dyskusji i długiej wymiany zdań, przez co kwestia ta pozornie staje się jeszcze bardziej enigmatyczna. Pośród zawiłych i szczegółowych wyjaśnień można spotkać jasne i proste odpowiedzi użytkowników, uznających zapewne pytanie za trywialne, a odpowiedź za oczywistą. Nieskomplikowany i czytelny komunikat ma w swoim założeniu moc rozstrzygającą, chociaż nie zawsze kończącą dyskusję, ze względu na nagromadzenie treści: *najprościej posługiwać się określeniem **lampa przednia od strony kierowcy lub kierukowskaz przedni od strony kierowcy** i wtedy jest sprawa jasna* [www.forum.fordclubpolska.org – f]; *Lewy? Prawy? Lewy patrząc z przodu czy lewy patrząc z miejsca kierowcy? Nie wiesz jak wytłumaczyć w sklepie o którą część karoserii chodzi... Sprawa niezmiernie prosta, bo usystematyzowana już dawno, ale dzięki niektórym "geniuszom" wprowadzany jest niepotrzebny zamęt. **ZAWSZE części karoserii określamy patrząc z miejsca kierowcy, czyli z wnętrza kabiny pasażerskiej*** [www.forum.samnaprawiam.pl – f]. Dodatkowym elementem odpowiedzi jest wizualizacja auta wraz z opisem [il. 18]. Prostota i oczywistość tego zagadnienia dla niektórych osób

owocuje humorystycznymi odpowiedziami, podszytymi ironią: (pytanie) *A po której stronie samochodu siedzi kierowca?* (odpowiedź) **Po lewo prawej :) Sorry ale musiałem.** [www.forum.prawojazdy.com.pl – f]. Różny stopień problematyczności rozpoznawania kierunków wynika też z indywidualnych predyspozycji i psychosomatycznych zdolności użytkowników.

Można stwierdzić, iż stereotypowo kobiece mylenie kierunków znajduje swoje odzwierciedlenie na portalach motoryzacyjnych. Jednocześnie, dostrzegalne jest przekroczenie stereotypu – również przedstawiciele płci męskiej miewają problem z rozróżnianiem strony prawej i lewej, neutralizując tym samym negatywny wizerunek kobiety kierowcy. Obecność w przestrzeni Internetu kłopotów ze scharakteryzowaniem strony w samochodzie ma dychotomiczny wymiar: z jednej strony dla wielu internautów jest to poruszenie banalnych kwestii, natomiast z drugiej powtarzalność pytań i wywołane dyskusje dowodzą niejednoznaczności wiedzy użytkowników na ten temat.

3.2.3. Lusterko = makijaż i fryzura

Typowo kobiecą stereotypową czynnością jest **poprawianie/wykonywanie makijażu w trakcie prowadzenia samochodu**. Zachowanie to wynika zapewne z przypisywanej kobietom umiejętności podzielności uwagi i możliwości wykonywania kilku rzeczy naraz, skutkuje to jednakże rozproszeniem skupienia kierowcy i potencjalnym zagrożeniem w ruchu drogowym. Opinie na ten temat wśród użytkowniczek portali są podzielone – dla wielu z nich czynność ta wykracza poza ramy bezpieczeństwa, a także własne możliwości z racji utrudnionych warunków, chociaż internauci przytaczają przykłady znajomości pań, dla których wykonanie makijażu to kwestia dwóch postojów na światłach: (wypowiedź kobiety) *Dla mnie niepojęte jest wykonywanie makijażu w samochodzie. Przecież to się nawet ust blyszczykiem nie da pomalować, bo tak trzęsie, a co dopiero jedną ręką, a drugą trzymając kierownicę... Kosmos... A znam taką jedną, co opowiada, że makijaż załatwiana dwóch czerwonych światłach...* 😊 [FS –f]; (wypowiedź mężczyzny) *jak się stoi na światłach to wtedy nie trzęsie i nie trzeba trzymać kierownicy 😊 poza tym w mieście jadąc do pracy to czasem stoi się kilka zmian świateł więc myślę, że każda kobieta da radę wymalować się ... hmmm ... muszę pomyśleć o golarce podłączanej do gniazdka samochodowego* [FS – f]. Z całą pewnością zaniżone dane statystyczne nie odzwierciedlają powszechności zjawiska, które można zaobserwować na polskich drogach: *Przyznaje się do tego tylko 2% Polek, jednak wiemy doskonale, że jest nas więcej. Po kilku dniach można dojść do perfekcji, nawet*

w posługiwaniu się eyelinerem. Malowanie rzęs jest myślą bardziej popularną, szybszą i bezpieczniejszą dla garderoby i tapicerki, jednak przy większej ilości czasu można pokusić się o pełną procedurę, zaczynając od pudru. [A – fe].

Warto nadmienić, iż niektórzy producenci samochodów oferują lusterka dostosowane do kobiecych „potrzeb”, np. *Dalszymi elementami charakterystycznymi dla Polo BlueGT są zmodyfikowane lusterka do makijażu i oświetlenie wnętrza* [FS – fe], co jest dowodem wychodzenia naprzeciw domniemanym oczekiwaniom klientek, uwzględniających przy wyborze samochodu różnorodne kwestie estetyczne i funkcjonalne.

Drugą kobiecą czynnością w samochodzie jest **robienie fryzury**. Autorka felietonu *Co kobiety robią za kierownicą* na bazie własnych doświadczeń przytacza ruchy i wykorzystywane triki, mające na celu uczesanie się w samochodzie: *Da się jednak zrobić w samochodzie misterny kok. (...) Zawsze brakuje jednej ręki, czymś kierownicę trzymać wypada, jednak wiele z nas nauczyło już się robić to nogą. Tak czy inaczej, także mówiąc z autopsji, czynność ta jest wykonalna i da się jej nauczyć stosunkowo szybko. Jest także dość widowiskowa, przy uwiciu bardzo misternego koka możemy liczyć na poklask ze strony innych kierowców, którzy z zaciekawieniem będą obserwować co też wyprawiamy* [A – fe]. Innym zajęciem związanym z aspektem estetycznym może być **malowanie paznokci** [A – fe], wymagające precyzji i poświęcenia uwagi.

Wątek szeroko pojętych czynności fryzjerskich (oraz malowania paznokci) nie jest zauważalny w wypowiedziach mężczyzn dotyczących stereotypu kobiety za kierownicą. Jest to uwarunkowane faktem, że najistotniejszym i najbardziej wyrazistym wymiarem tej stereotypizacji jest malowanie się i to właśnie robienie makijażu podczas prowadzenia samochodu stanowi czynnik dominujący w zakresie utrwalania wzorców społecznych.

3.2.4. Z telefonem przy uchu – rozmowy podczas prowadzenia pojazdu

Inną czynnością wykonywaną w trakcie jazdy samochodem przypisywaną kobietom jest **rozmowa przez telefon** [por. il. 19 i 20, przedstawiające typowe zachowania kobiet w samochodzie – wspomniane robienie makijażu i rozmawianie przez telefon]. Oczywiście, statystycznie⁷⁷, kierowcy obu płci jednakowo korzystają z urządzeń komórkowych w niedozwolony sposób, co możemy zaobserwować wielokrotnie na polskich drogach, jednak potoczne łączenie tej czynności bardziej z kobietami, wynika z innego stereotypu dotyczącego codziennego funkcjonowania kobiet, mianowicie czynności plotkowania, np.:

⁷⁷ Według statystyk 12% kobiet i 12% mężczyzn rozmawia przez telefon podczas prowadzenia samochodu [A – fe].

ploteczki przez telefon w czasie jazdy to niestety chyba raczej ich domena, mówię tutaj o sytuacji kiedy nie mają zestawu glosnomowiacego, bo faceci też potrafią gadac długo przez fona podczas jazdy [FS – f]; *Z kolei więcej kobiet widuję, jak jadą i rozmawiają przez telefon.* [FS – f]; *Prawda, kobiety jeżdżą spokojnie i nie wsiadają po alkoholu ale... co z tego, kiedy rozmawiają przez telefon i czytają napisy na ulicach* [FS – f]. Indywidualne przekonania użytkowników portali motoryzacyjnych stają się podstawą istnienia szerszej perspektywy, motywowanej utrwalonymi przekonaniem. Należy wspomnieć, że w badaniach nad stereotypem kobiecym jednym z komponentów jest rozmawianie przez telefon [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 19]. Jest to więc cecha odnosząca się do stereotypowych kobiecych ról, przeniesiona z innych czynności życia codziennego do kierowania pojazdem.

Internauci mają świadomość intuicyjnych podziałów w zakresie płci, gdyż wskazują również przykłady widoku telefonicznych rozmów mężczyzn: *Zgadza się - żeby nie było, że tylko kobiety gawędzą przez telefon w czasie jazdy, to niestety część męska również to robi. Tyle tylko, że z tego co ja zauważyłem jak jadę samochodem albo idę ulicą, to większą niechlubę w tym temacie przynoszą kierowcy tirów niż osobówek* [FS – f]. Przedstawione zróżnicowanie typów samochodów również jest indywidualną perspektywą obserwatora. Z uwagi na fakt, że właściwie tylko mężczyźni jeżdżą tirami, dane te są nieporównywalne ze względu na różnice ilościowe.

Użytkownicy zwracają uwagę na kwestie bezpieczeństwa na drodze, zasadniczo pomijają jednak aspekt łamania przepisów drogowych i grożący mandat za rozmowę przez telefon bez zestawu słuchawkowego. Twórcy kampanii społecznej *Prowadzisz – odłóż telefon* podkreślają, że sama rezygnacja z korzystania z telefonu trzymanego w ręce nie gwarantuje pełnego bezpieczeństwa: *badania wyraźnie pokazują, iż korzystanie z zestawu nie poprawia bezpieczeństwa jazdy. Jedynym bezpiecznym zachowaniem jest całkowita rezygnacja z używania telefonu* [www.jazdabezkomorki.pl]. Jakiegokolwiek używanie telefonu skutkuje rozproszeniem uwagi kierowcy i tzw. „ślepotą z nieuwagi”.

Powyższe opinie mają jednak niebagatelny wpływ na postrzeganie płci kierowcy z telefonem podczas jazdy. Statystyczna, procentowa równowaga rozmawiających dowodzi, że stereotyp funkcjonuje wyłącznie na zasadzie potocznych przekonań i skojarzeń, nie mających swojego pokrycia w rzeczywistości.

3.2.5. Damskie parkowanie

Negatywny wizerunek kobiety za kierownicą składa się nie tylko z jazdy samochodem, ale także z **czynności parkowania**, będącej stereotypowo ogromnym problemem dla płci żeńskiej. Skondensowanym wyrażeniem nieudolności parkowania kobiet są funkcjonujące dowcipy: *Dlaczego kobiety żyją dłużej niż mężczyźni? Bo Pan Bóg postanowił im w ten sposób wynagrodzić czas, jaki spędzają na parkowaniu* [A – a]; *Co jest lepsze od parkującej kobiety? Dwie parkujące kobiety w tym samym czasie* [grypsuj.pl]; *Choćby ją mieli zastrzelić, kobieta nie jest w stanie zaparkować równolegle* [M – a]. Skuteczne i bezpieczne zaparkowanie pojazdu przez kobiety jawi się jako czasochłonne, nieefektywne i wręcz niemożliwe. W bliskim związku z parkowaniem są również sytuacje dotyczące wyjeżdżania z miejsc parkingowych oraz stereotypowe zawracanie kobiet – w kilku „częściach”.

Opinie na ten temat wyraża wiele użytkowników oraz użytkowniczek (!) portali, np.: (wypowiedź kobiety) ***No zdarzają się oczywiście kobietki które manewrują z 0,5h przy parkowaniu albo takie wymyślają kombinacje że ja bym na to nie wpadła będąc kobietą*** 😊
Np. moja sąsiadka haha, jak ona parkuje albo wyjeżdża to aż nie raz sobie popatrzę bo zawsze coś "stworzy" 😊 *Ostatnio np. zamiast wycofać z miejsca parkingowego jakieś parę metrów dalej ona manewrowała pomiędzy dwoma znakami żeby się odwrócić i wyjechać. Zawracanie na 8* 😊 [FS –f]; ***Jestem w stanie zrozumieć kobiety, bo może nie potrafią inaczej, ale mężczyźni naprawdę powinni parkować porządnie...*** [FS – f]. Można żywić przekonanie, że w przypadku wypowiedzianych komentarzy kwestią decydującą jest podział na lepszych i gorszych kierowców, niezwiązany bezpośrednio z rozróżnieniem płci kierowcy, chociaż tak naprawdę wszelkie zamieszczane przez użytkowników komentarze są szeroko pojętym wykładnikiem stereotypu „baby za kierownicą”.

W Internecie możemy znaleźć ogromną ilość filmów oraz zdjęć prezentujących najbardziej „beznadziejne” przypadki zajmowania miejsca parkingowego (a czasem kilku), np.: *Dwie kobiety próbują zaparkować samochód* [www.youtube.com, film trwa 7.35 sekund (!)]; *Parkowanie to małe piwo - jak wyjechać? ;-) Woman drive ;-) [www.youtube.com]* i wiele innych. Powyższe filmiki są chętnie oglądane przez użytkowników (ponad milion odtworzeń) oraz jednoznacznie komentowane w zakresie braku umiejętności przedstawicieli płci żeńskiej za kierownicą: *Dlatego w kwestii poruszania się po drogach kobiety nie powinny mieć takich samych praw jak ludzie* [www.youtube.com]; *trzeba napisać spacjalny przewodnik dla kobiety-kierowcy i opublikować np. cosmo albo innym tego typu pisemku* [www.youtube.com]. Użytkownicy portali motoryzacyjnych wielokrotnie zamieszczają linki

do materiałów z takimi przykładami. Większość przedstawionych sytuacji balansuje na granicy dowcipu, czyniąc całe wydarzenie humorystycznym i wyzwalając stereotypowe powiązania z zagadnieniem „baby za kierownicą”. Dla wielu jest to jednak gorzkie i prawdziwe odwzorowanie rzeczywistości.

Przeciwwagą dla pokaźnej liczby materiałów stawiających kobiety w pejoratywnym i stereotypowym świetle, są nieliczne przykłady zaprzeczenia powszechnym opiniom oraz potwierdzenia dobrych, wręcz niezwykłych umiejętności kobiet. Te filmiki obrazują pewne triki i zdolności, niespotykane w normalnych drogowych warunkach, będące raczej przejawem sportu samochodowego, np. *Kobieta parkuje samochód* :D [FS – f]. Podziwem dla niezwykłej techniki wraz z jednoczesnym potwierdzeniem trudności kobiet w tym zakresie w rzeczywistości są komentarze odnośnie do filmiku: *To jakaś TurboDymoWoman* 😊 [FS – f]; *Gdyby tak panie kierowały ;d* [FS – f]. Statystyki ilościowe materiałów wyraźnie pokazują jednak, że takie przykłady są dużo rzadziej spotykane.

Potwierdzeniem braku umiejętności i trudności kobiet z zaparkowaniem samochodu jest proces dostosowywania miejsc parkingowych dla kierowców płci żeńskiej: ***Poza tym, gdyby nie było w tym prawdy, po co robiliby parkingi dla kobiet? Nie mówie tu o parkingach dla kobiet z dziećmi, lecz o parkingach przystosowanych dla kobiet. Typu szersze miejsca parkingowe, lustra, szersze drogi przejazdowe itp. itd. Nawet w polsce z tego co slyszalem powstał taki parking (bodaj w Łodzi pod jakimś centrum handlowym).*** [FS – f]. Opinie co do takiego udogodnienia są podzielone: *moze w końcu skąpczą sie obdrapane samochody na parkingu.* [FS – f]; *To jedna strona medalu a druga to że **takie działanie to DYSKRYMINACJA !!!*** [FS – f]; *Część kobiet zapewne ciśnie do tej galerii gdyż ma pewniaka że bez problemu zaparkuje autko, aczkolwiek uważam że nie powinno się tego tolerować, czym moje auto różni się od auta kobiety? ja też chce parkować i ona także, heh **osobiście będąc kobietą nie odwiedziłbym tej galerii handlowej, czułbym się w niej co najmniej obrażony*** [FS – f]. Większość komentujących traktuje jednak ten pomysł jako zły, są oni przeciwnikami uprzywilejowanej pozycji kobiet, zdających egzamin na prawo jazdy na tych samych warunkach, co mężczyźni. Wyznaczenie specjalnej strefy zatrzymywania pojazdów dla kobiet ma być umotywowane względami bezpieczeństwa oraz być rodzajem ułatwienia. Temat parkingów dla kobiet jest obecny na portalach kobiecych w kontekście egzemplifikacji z różnych państw świata, np. artykuły: *Parking tylko dla kobiet; Miejsca parkingowe wyłącznie dla kobiet?* [M – a, dotyczy niemieckiego miasta Triberg, il. 21]; *Niebezpieczne parkingi „tylko dla kobiet”* [M – a, dotyczy sytuacji kobiet w Malezji i ich

bezpieczeństwa]. W Polsce pomysły te są dopiero w fazie kiełkowania (choć istnieją już takie parkingi), ale ich rozwój jest możliwy w perspektywie najbliższych lat. Należy również podkreślić siłę dyskryminacji płciowej w przypadku takich inwestycji oraz prawdopodobną możliwość pogłębiania się stereotypu kobiety za kierownicą.

Kobiece portale motoryzacyjne próbują zaradzić negatywnemu stereotypowi parkującej kobiety. Wyrazem przeciwdziałania słabym umiejętnościom kobiet w tym zakresie są artykuły z pomocnymi wskazówkami w czasie zatrzymywania pojazdu na miejscu parkingowym, np.: *Zostań mistrzynią parkowania - praktyczne porady* [KA – a]; *Parkowanie to sztuka* [M – a]; *Parkowanie stresujące i... nieskuteczne?* [M – a]; *Jak uniknąć stresu podczas parkowania* [KA – a]. Praktyczne wskazówki idą w parze z powiedzeniem *trening czyni mistrza*.

Również producenci samochodów i innych gadżetów mają na uwadze brak równowagi płciowej w tej kwestii, proponując różnorodne, wygodne rozwiązania i ułatwienia w samochodach, np.: *Firma Volvo opracowała system autonomicznego parkowania. Dzięki niemu pojazd samodzielnie wyszukuje wolne miejsce parkingowe i je zajmuje – nawet gdy kierowca nie przebywa w aucie.* [M – a, il. 22]; *Kamera cofania to nie tylko atrakcyjny i przydatny element wyposażenia naszego auta. To małe urządzenie daje nam poczucie bezpieczeństwa przy manewrach parkowania i ułatwia wykonywanie ich w każdych okolicznościach* [M – a, il. 23]. Coraz powszechniejszym standardowym wyposażeniem nowych modeli samochodów są czujniki ułatwiające parkowanie i informujące o zbliżającym się obiekcie.

Wiele modeli samochodów reklamowanych jest przez właściwość łatwego parkowania, a tym samym proces marketingowy zakłada kobietę jako ich odbiorcę i konsumenta: *żaden samochód nie rozumie lepiej potrzeb kobiet: jest niezastąpiony na zakupach, **parkowanie nie wymaga wysiłku** i bezpieczne prowadzi się w miejskiej dżungli.* [M – a, dot. Škody Citigo] *Mercedes ML 350 CDI - auto idealne dla kobiety! (...) **Parkowanie również nie sprawia wielkich trudności*** [A – t (~a)]. Pomoc w parkowaniu bezpośrednio związana jest z tematem damskich/kobiecych aut, który jest przedstawiony w jednym z kolejnych podrozdziałów [III – 3.4.]. Stereotypowy brak umiejętności kobiet dotyczący parkowania nie jest wyraźnie zarysowany na portalach dla kobiet, jednakże inne sposoby poruszania tematyki parkowania (wybór samochodu, ułatwienia i porady) powodują, że jawi się ono jako kwestia problematyczna i newralgiczna.

Wielu kierowców, niezależnie od płci, traktuje parking jako przestrzeń walki i rywalizacji, umotywowanej brakiem czasu i pośpiechem, chęcią poruszania się krótszą drogą po

opuszczeniu samochodu do miejsca docelowego. Wynikiem takich zachowań są pojazdy wielokrotnie zaparkowane w sposób bezmyślny, utrudniający komunikację i najczęściej niezgodny z przepisami: *Jeżeli podczas parkowania kierowca zapomni o włączeniu myślenia dochodzi do sytuacji, w których jeden samochód zajmuje półtora miejsca, zastawia cały chodnik albo zaparkował równolegle na miejscach przeznaczonych do prostopadłego zatrzymywania się* [A – fe]. Takie zachowania wzmagają irytację innych kierowców, obnażając częstokroć ich bezsilność i konieczność czekania na kierowcę blokującego pojazd. Są również dowodem na to, że złe parkowanie nie jest wyłącznie domeną kobiet i wykładnikiem braku ich umiejętności, jednakże to zachowanie mężczyzn wynika głównie z pośpiechu, niedbalstwa i egoizmu na drodze. Co istotne, na podstawie przeprowadzonych przez Brytyjczyków badań, to kobiety lepiej parkują niż mężczyźni: *Chociaż oceniając czas manewru wypadamy nieco słabiej niż panowie, to jednak bardziej prawdopodobne jest, że to właśnie mężczyźni zostawi swój samochód źle i bardziej niedbale zaparkowany* [M – a]. Główną rolę odgrywa tutaj brak wyobraźni przestrzennej i nieuwzględnienie innych kierowców.

Czynność parkowania jest nieodłącznie związana z negatywnym wizerunkiem kobiety kierowcy. Przekonanie, że źle parkujący kierowca stereotypowo kojarzony jest z przedstawicielem płci żeńskiej, jest niezwykle powszechne. Wyrazem wzmocnienia takiej opinii są przeprowadzane badania, artykuły dotyczące tej kwestii i pojawiające się gadzety czy parkingi, mające za zadanie ułatwić kobietom tę czynność. Złe parkowanie w przypadku mężczyzn (a zarazem kierowców w ogóle) kojarzone jest z pośpiechem, bezmyślnością i egoizmem.

3.2.6. Powoli czy brawurowo? Jazda zbyt wolna lub z nadmierną prędkością

Ambiwalentną właściwością kobiet jest zbyt **wolna jazda**. Z jednej strony jest ona powodem narzekania innych kierowców, ze względu na spowalnianie ruchu i bycie przeszkodą na drodze: *Zbyt wolna jazda i zbyt asekuracyjna prowadzi do korków i powoduje potencjalne zagrożenia, chociażby konieczność wyprzedzania takiej "ostrożnej" przez dziesiątki samochodów* [FS – f]. Dowodem tych sądów jest utrwalony stereotyp, który brzmi: *Kobiety kochają hamulec* [M – a], a świadomość wolnej jazdy kobiet i płynących stąd zagrożeń nie zmienia się od dziesięcioleci [Groszova, 1981: 84]. Z drugiej strony wolna prędkość pojazdu gwarantuje bezpieczeństwo, ostrożność, a tym samym odpowiedzialność

kierowcy: *Podzielam zdanie, że kobiety za kierownicą powodują mniej wypadków, bo jeżdżą wolniej i ostrożniej. Czasami aż za wolno niestety...A to już nie jest bezpieczne. Dla innych samochodów jadących za nimi.* [FS – f]; **kobiety przede wszystkim jeżdżą wolniej i rozważniej**, dlatego jest zdecydowanie mniej wypadków spowodowanych przez kobiety niż przez mężczyzn. [FS – f]. W zależności od kontekstu i sytuacji, a także nastawienia innych kierowców, stereotypowa wolna jazda kobiet może być kategoryzowana dwojako – jako synonim ostrożności (waloryzowany dodatnio) lub jako przejaw tamowania ruchu z negatywną warstwą semantyczną. Należy wspomnieć o akcjach społecznych i apelach, np. tworzonych przez Stowarzyszenie Kierowców i Pasażerów, mających na celu promowanie ostrożnej jazdy: *wielu kierowców preferuje modę na szybką jazdę połączoną z niebezpiecznymi i ryzykownymi zachowaniami na drodze. Nie wiedzą jednak, że w ten sposób są już modowymi „dinozaurami”. Trend na brawurę odchodzi w zapomnienie!* [M – a]. Perspektywicznym założeniem takich przejawów ma być zmiana mentalności społecznej i wykreowanie mody na bezpieczną jazdę.

Całkowitym przeciwieństwem niewielkiej prędkości jest **szybka i brawurowa jazda**, stanowiąca powszechnie domenę mężczyzn: *Mojemu mężowi za kierownicą czasami wydaje się, że jest nieśmiertelny i ma drugie życie. Brawura na drodze, nagminne przekraczanie dozwolonej prędkości, ryzykowne manewry wyprzedzania są na porządku dziennym. I to dotyczy wielu mężczyzn, nie tylko mojego męża* [FS – f]. Męska dominacja na drodze wydaje się być przełożeniem właściwości współzawodnictwa, przypisywanej mężczyznom w życiu społecznym i komunikacji językowej, np. *Facetom za kółkiem włącza się zaraz zmysł rywalizacji, chęć popisania się lub po prostu ochota na poczucie lekkiej adrenalinki. Taka już męska natura* [FS – f]. Również w przypadku kobiet zauważalne są miłośniczki szybkiego poruszania się autem, por.: *Ja osobiście jestem kobietą i uwielbiam szybką jazdę.* [FS – f]; *Ja muszę przyznać, że moja żona też nieźle śmiga, co więcej jak zaczęliśmy być ze sobą wiele kłótni było o to, że przegina. (...) Nie wiem jak to się stało, że nikt jej nie złapał na prędkości. To chyba ta kobieca intuicja* [FS – f]. Nadmierna prędkość stanowi właściwość zdecydowanie męską, lecz indywidualne predyspozycje i odwaga kobiet za kierownicą zachęcają je do szybkiej jazdy.

Nadmierna prędkość i brawura bywają klasyfikowane nie tylko ze względu na płeć, ale także, a nawet przede wszystkim, z uwagi na staż kierowcy i jego wiek. Newralgiczną grupą w tym zakresie są **młodzi kierowcy**, szczególnie płci męskiej, przeceniający własne umiejętności, chcący „popisać się”, nie posiadający dużego doświadczenia w prowadzeniu

pojazdu i nie uwzględniający złych warunków technicznych polskich dróg i autostrad: *bezmyślność i brawura młodocianych kierowców czterech kółek jest porażająca* [FS – f].

Bezpośrednio związana z powyższym zagadnieniem jest także **ilość powodowanych wypadków drogowych**. Statystyki przemawiają wyraźnie na korzyść kobiet informując, że odsetek kobiet kierowców jako sprawców jest zdecydowanie mniejszy na tle mężczyzn – w 2012 roku wśród sprawców wypadków było 74,6% mężczyzn i 21% kobiet⁷⁸ [*Dane ogólne o motoryzacji i wypadkach drogowych* – dlakierowcow.policja.pl]. Wielu użytkowników przelicza jednakże te wartości na ilość kierowców danej płci: *Zgadza się - powodują mniej wypadków, ale warto zwrócić uwagę na fakt, że kobiet za kierownicą jest o wiele wiele mniej niż mężczyzn. Ale i tak nie zmienię zdania, że jednak kobiety jeżdżą o wiele ostrożniej. Z małymi wyjątkami. No ale mężczyźni o wiele wiele więcej piracą na drogach niż kobiety* [FS – f].

Mniejsza liczba wypadków powodowanych przez kobiety stwarza podstawy przekonania, że kobiety jeżdżą lepiej od mężczyzn, co ma swoje umotywowanie statystyczne, jednak nie uwzględnia wszystkich istotnych czynników. Mimo tego może stać się elementem budowania pozytywnego wizerunku kobiety kierowcy i niwelowania stereotypowych opinii.

Faktem jest, że zarówno zbyt wolna jazda, jak i brawura kierowcy nie są zachowaniami pożądanymi na drodze i akceptowanymi przez resztę uczestników ruchu drogowego. Po pierwsze, utrudniają normalną i swobodną jazdę innym kierowcom, przez tamowanie ruchu lub wyprzedzanie innych pojazdów. Po drugie: mogą stanowić zagrożenie na drodze, szczególnie szybka, brawurowa jazda jest przyczyną wielu wypadków i kolizji drogowych. Zarówno cecha powolności, jak i szybkości poruszania się na drodze może być traktowana dychotomicznie, gdyż zawiera w sobie elementy waloryzowane dodatnio i ujemnie.

Oba sposoby jazdy są możliwe u przedstawicieli dwóch płci, jednakże stereotypowo kwalifikator *powoli* odnosi się do kobiet, natomiast *brawurowo* zdecydowanie do mężczyzn. Potwierdzają to liczne przykłady, statystyki, doświadczenia i obserwacje, chociaż wiele przypadków zaprzecza powszechnie obowiązującym przekonaniom.

3.2.7. „Podwójny gaz” – problem jazdy po spożyciu alkoholu

Bardzo niebezpieczna w kontekście prowadzenia pojazdu, aczkolwiek niestety wciąż trudna do wyeliminowania, jest **jazda po alkoholu**. Ta cecha stereotypowo wiązana jest przede wszystkim z mężczyznami, co potwierdzają badania Instytutu Transportu

⁷⁸ Reszta przypadków to według policyjnych statystyk brak danych.

Samochodowego: *Nietrzeźwe kobiety to zaledwie 3,5% pijanych kierowców samochodów osobowych uczestniczących w wypadkach*⁷⁹ [www.its.waw.pl]. Określenie *zaledwie* obrazuje nieznaczny odsetek kobiet w stosunku do mężczyzn, jednak nawet ta niewielka liczba jest zauważalna. Wpływ na spożywanie alkoholu przez kobiety ma rozluźnienie norm społecznych i obyczajowych oraz spopularyzowanie wyluzowanego, zabawowego stylu życia.

Jeden z dowcipów stereotypowo obrazujących kobiety brzmi: *Kobieta prowadzi jak mężczyzna po pijanemu* [M – a], co z jednej strony pokazuje brak umiejętności płci żeńskiej za kierownicą, natomiast z drugiej przywołanie obrazu pijanego i kierującego mężczyzny może się odnosić do procesu sprzężenia zwrotnego i oddziaływania tego wizerunku.

Istotną odsłoną jazdy na „podwójnym gazie” jest reakcja społeczeństwa na pijanych kierowców. Mimo świadomości zagrożenia i bycia zdecydowanym przeciwnikiem jazdy po alkoholu, wciąż możemy z przerażeniem obserwować przyzwolenie społeczne na takie zachowania. Portale motoryzacyjne zawierają wiele dyskusji pełnych emocji, będących wynikiem oburzenia i walki z wsiadaniem za kierownicę po spożyciu alkoholu. Użytkownicy wielokrotnie apelują do innych, mając na celu aktywizację osób, mających styczność z osobami prowadzącymi pojazd w stanie nietrzeźwości, np.: ***Apeluję do wszystkich - nie pozwalajmy komuś, kto wypił alkohol wsiadać za kierownicę (...)*** *Bo jak takiemu delikwentowi pozwolimy wypić, a on potem wsiada za kierownicę, to jesteśmy współwinni* ! *Jeżeli jedziemy, a przed nami samochód jedzie niepewnie, ma ciężko zmieścić się na swoim pasie, zjeżdża na drugi pas, przyspiesza, hamuje itd to od razu dzwońcie na policję* ! ***Nie bądźcie obojętni na pijanych za kierownicą*** ! *Dzwoniąc na policję nie musimy podawać swoich danych(...)* -informowanie policji o czymś takim to nasz obowiązek [FS – f]; *Może w końcu ta plaga zmaleje. A my (społeczeństwo) musimy się do tego przyczynić. Nie ma żadnego wytłumaczenia dla kogoś, kto wsiada za kierownicę po pijaku* ! ***Potencjalny morderca.*** [FS – f]; *gdzie ta sprawiedliwość! Takim dożywotnio powinni zabierać prawojazdy! Co o tym sądzicie??* [MP – f]; *Pileś nie jedź nie pileś dmuchnij. Niestety chodzi o przyzwolenie społeczne. Jeśli sami będziemy na to pozwalać to żadne prawo nie pomoże* [FS – f]. Rola społeczeństwa w eliminacji ilości kierowców z promilami w wydychanym powietrzu jest decydująca, akcje policji są jednym sposobem walki, drugim jest autentyczna świadomość społeczna, poparta działaniami. Również organy administracji

⁷⁹ Te statystyczne dane pochodzą z 2005 roku, jednakże można założyć, że na przestrzeni kilku ostatnich lat statystyki nie zmieniły się diametralnie.

rządowej podkreślają zaostrzenie kar dla nietrzeźwych kierowców jako wciąż mało skuteczne i zapowiadają konieczność wzmocnienia sankcji i działań prewencyjnych [prawo.gazetaprawna.pl]. Kolejną płaszczyzną tej problematyki jest nieustannie dyskusyjna kwestia odpowiedzialności pasażera za pijanego kierowcę i zdecydowanie się na jazdę z taką osobą: *mnie zawsze martwi jak można dopuścić i godzić się na to aby nietrzeźwa osoba prowadziła samochód gdy obok podróżuje całkiem trzeźwa osoba, ktoś taki powinien również ponieść konsekwencję że pozwolił na jazde autem podczas gdy mógł kogoś takiego powstrzymać...* [FS – f]. Z uwagi na prawne aspekty dotyczące pasażerów jadących z pijanymi kierowcami, poniesienie odpowiedzialności jest w praktyce trudne do wyegzekwowania [prawo.rp.pl], chociaż pakiet zmian ustawy ma w założeniu objęcie ich sankcjami.

Potwierdzeniem właściwego myślenia są wypowiedzi opisujące aktywną postawę antyalkoholową za kierownicą, np.: *Nie mam litości dla pijanych kierowców rowerzystów także. ak wypiję to dzwonię po TAXI albo idę piechotą z latarką głębokim poboczem.* [FS – f]; *Jak cię stać na picie, to na bezpieczny powrót do domu też. Do abstynentów nie należę jak się chce to można to sobie zorganizować* [FS – f]. Niestety, niektóre głosy są jawnym wykroczeniem przeciw przepisom prawnym i poczuciem braku odpowiedzialności społecznej, propagują jednocześnie złe postawy obywatelskie, świadome ryzyko i zagrożenie na drodze, np.: *Kiedyś to ja sam popijałem i jeździłem. Ale to jeszcze były lata 90's Złapali cię to dawało się flache lub na flachę i puszczali dalej.* 🤔 *A na rowerze latem to czasami jeżdżę pijany.* [FS – f]; *Ale niestety, mój brat niejednokrotnie wsiada za kółko na mega kacu, po prostu czuć od niego na odległość. Wiele razy już się z nim pożarliśmy o to. Powoli do niego dociera wreszcie, tym bardziej że bez prawka, straci pracę. Powiem szczerze, że gdyby nie to, że może stracić prawko i pracę kilka razy miałem ochotę go zakapować* [FS – f]. Ochrona rodziny czy znajomych jest jednym z najczęstszych powodów braku reakcji na pijanego kierowcę, co potęguje zobojętnienie społeczne. Na forum internetowym jeden z użytkowników, wypowiadający się na temat krytyki i braku umiejętności kobiet kierowców, stwierdził: *Patrzac na zone, to wole po pijaku wracac sam* [FS – f]. Odważna i radykalna wypowiedź nie spotkała się z absolutnie żadną reakcją innych forumowiczów podczas dalszej dyskusji, co staje się niejako negatywnym symbolem walki społeczeństwa z nietrzeźwymi kierowcami.

Problem jazdy samochodem po spożyciu alkoholu jest wielokrotnie obecny na portalach motoryzacyjnych (szczególnie w dziale forum portali ogólnych). Z racji dużo większej przewagi nietrzeźwych mężczyzn za kierownicą w stosunku do kobiet, portale kobiece nie

podejmują szczegółowo tej kwestii. Istotne są właściwie wszystkie aspekty walki z kierowcami na „podwójnym gazie”. Jako kluczowa sprawa jawi się przyzwolenie społeczne wobec kierujących po spożyciu alkoholu oraz współodpowiedzialność pasażera. Jednoznacznie można stwierdzić, że stereotyp nietrzeźwego kierowcy konotuje wiele negatywnych powiązań i tematów do dyskusji, jednakże w obliczu statystyk osób zatrzymanych przez policję, powodowanych przez nich wypadków i szerszego tła problemu „plagi” pijanych kierowców, stereotyp ten w zdecydowanej większości pokrywa się z rzeczywistością i współtworzy faktyczny obraz polskich realiów drogowych.

3.2.8. Kultura na drodze

Pozytywnym składnikiem stereotypu kobiety kierowcy jest **kulturalna jazda i zachowanie na drodze**. Jest to zarazem pejoratywna cecha wizerunku mężczyzn, posądzanych o brak kultury na drodze, emocjonalność i gwałtowność za kierownicą oraz łatwą irytację i wpadanie w złość [wyrazem tego są też zamieszczane w artykułach zdjęcia – np. il. 24]: *Panowie często zamiast skupić się na bezpieczeństwie i przestrzeganiu przepisów, są skoncentrowani na rywalizacji, odreagowaniu kompleksów i szybciej wpadają we wściekłość. Za kierownicą panie mają inne wartości. Traktują pojazd w sposób bardziej praktyczny przede wszystkim jako środek lokomocji służący wygodnemu przemieszczaniu się, robieniu zakupów, załatwianiu spraw służbowych. Zawsze pamiętają o zapięciu pasów, czego nie można powiedzieć o mężczyznach* [FS – f]. Zachowanie mężczyzn podczas prowadzenia pojazdu może być także zróżnicowane ze względu na płeć innych kierowców. Spostrzeżenia tych różnic wyraża jedna z użytkowników: *Jako kobieta, muszę powiedzieć że z jednej strony spotkałam się z dużą uprzejmością Panów w moją stronę, jak również z kpinami i szyderstwami... Trudno uogólniać...:-)* [MP – f]. Wątek kultury na drodze skupia w sobie postępowanie w różnorodnych sytuacjach komunikacyjnych – przede wszystkim reakcje werbalne i niewerbalne wobec innych kierowców, sposób jazdy uwzględniający obecność i potrzeby pozostałych kierowców/piesznych, spokój i opanowanie w sytuacjach stresowych, pomoc innym w razie konieczności, brak dyskryminacji kobiet czy obcokrajowców, niewymuszanie pierwszeństwa itd. Kultura podczas jazdy warunkuje bezpieczeństwo uczestników ruchu drogowego.

Użytkownicy portali postrzegają kulturalne zachowanie kierowców jako zjawisko deficytowe i sporadyczne, np.: *Tak więc są jeszcze na naszych drogach kulturalni kierowcy, ale jest ich naprawdę mało.* [FS – f]; (...) szczególnie na polskich drogach, kiedy to faktycznie

kwestia kultury pozostawia sporo do życzenia... [FS – f]; (...) *kulturalnych, pomocnych kierowców jest rzeczywiście mało ...* [FS – f]. Obraz polskich dróg jawi się negatywnie, egoizm kierowców i często ich bezmyślność powodują, że wielu użytkowników rozszerza tę pejoratywną opinię na perspektywę całościową. Internauci wielokrotnie apelują o kulturę i uprzejmość na drogach: *Podnośmy kulturę na polskich drogach! Jeżeli wyprzedzi nas kobieta, to za wszelką cenę nie starajmy się jej dogonić i pokazać kto tu rządzi. Mrugnijmy lepiej przyjaźnie* [FS – f]. Powszechność zjawiska nieodpowiedniego zachowania na drodze zaciera niejako różnice płciowe. Dodatkowo, bardzo istotnym czynnikiem jest funkcjonujący stereotyp kobiety za kierownicą i jej różnych „problemów” na drodze. W tym aspekcie można sądzić, że przypisywany kobietom drogowy *savoir-vivre* może być równoważony przez inne elementy powszechnych opinii na temat kobiet kierowców. Wynika on także przede wszystkim ze spokojniejszej, bardziej kompromisowej i ugodowej natury kobiety – w relacji do agresywności i impulsywności mężczyzn. Negatywne opinie na temat całej uogólnionej kategorii kierowców neutralizują dychotomię płciową.

Ważnym aspektem mogą być również kampanie i artykuły promujące kulturalną jazdę i uprzejmość wobec innych kierowców. Portal www.autopolki.pl wskazuje pięć podstawowych zasad kulturalnej jazdy: *Nie utrudniaj* (umożliwienie zmiany pasa), *Kierunkowskazy* (sygnalizacja manewrów), *„Na zakładkę”* (upowszechnianie jazdy na suwak), *Przepis – nie tylko w kuchni* (przestrzeganie kodeksu drogowego) oraz *Dynamicznie proszę!* (sprawne ruszanie spod świateł) [A – p (~a)]. Wymienione porady i wskazówki są właściwie tylko kilkoma odsłonami wielowymiarowej koegzystencji wszystkich uczestników ruchu drogowego. Przykład może stanowić również blog motoryzacyjny www.strefakulturalnejjazdy.pl, w całości poświęcony prezentowanemu zagadnieniu, skupiony na upowszechnianiu uprzejmości wobec innych uczestników ruchu i uwrażliwianiu na sposób zachowania na drodze [www.strefakulturalnejjazdy.pl]. Innym przykładem jest akcja „Siemanko” – *przeznaczona dla kierowców, którzy nie chcą z nikim walczyć na drodze, a jedynie bezpiecznie dotrzeć do celu. Każdy uczestnik akcji otrzyma nalepkę z uśmiechniętą łapką przekazującą innym komunikat o naszym pozytywnym usposobieniu* [A – fe]. Kulturalne zachowanie kierowców ułatwia jazdę, czyni ją przyjemną i bezpieczną.

Dwustronność powyższego stereotypu – kultura na drodze wśród kobiet i jej brak u mężczyzn – jest naturalnie generalizacją jednostkowych przypadków, zyskujących globalną perspektywę. Materiał portalowy pokazuje, że cała kategoria kierowców posądzana jest o brak kulturalnego zachowania i egoizm na drodze. Przypisywanie kobietom wyższej kultury jazdy ma dwa podstawowe wymiary: z jednej strony jest odwzorowaniem kobiecych cech

osobowościowych, natomiast z drugiej jej zaprzeczenie stanowi stereotyp „baba za kierownicą” i zbiór skondensowanych w nim negatywnych właściwości, przez co brak uprzejmości drogowej przestaje być domeną wyłącznie płci męskiej.

3.2.9. *Nie zapomnij wrzucić biegu, czyli komentarze pasażerów*

Istnienie negatywnych przekonań na temat kobiet za kierownicą nie istnieje jedynie w obszarze stereotypowych opinii. Często werbalizacją owych przekonań są **komentarze mężczyzn odnośnie do kobiet za kierownicą**. Częstotliwość występowania stwierdzenia „baba za kierownicą” lub „jeździsz jak baba”, używanego w stosunku do innych kierowców na drodze, jest powszechnym zjawiskiem. Drugim rodzajem wypowiedzenia stereotypowych opinii są komentarze wypowiedziane w przestrzeni jednego samochodu, czyli przez mężczyznę pasażera do kobiety kierowcy. Problem ten jest deprimujący dla wielu kobiet, przez co mogą one tracić pewność za kierownicą i zrazić się do prowadzenia pojazdu. Na portalach motoryzacyjnych (nie tylko tych dla kobiet) wielokrotnie poruszana jest powyższa kwestia: *Gdy prowadzisz samochód, a w roli pasażera jest Twój mężczyzna, istnieje duże prawdopodobieństwo, że pomyślisz sobie, iż koło Ciebie siedzi instruktor nauki jazdy. Ileż to razy zdarzyło Wam się posprzeczać z powodu jego nieustannych wskazówek pod Twoim adresem? Mężczyznom często wydaje się, pewnie poprzez panujący stereotyp, że jeżdżą lepiej od nas. Nie ma nic bardziej denerwującego od ciągłego komentowania Twojego sposobu prowadzenia* [KA – a]. Również użytkownicy portali przedstawiają swoje negatywne doświadczenia i bezradność w takich sytuacjach, np.: *oj niestety w moim przypadku jedyne co mi pozostaje to zamilczeć, zagryźć zęby i wysłuchać... mój narzeczony jest instruktorem nauki jazdy i zawsze ma coś do powiedzenia ;(* [KA – a]; *A presja "baba za kierownicą" wciąż jest bardzo duża, co sama odczuwam za każdym razem kiedy jadę ze swoim teściem - zawodowym kierowcą OMG. Mogę się od niego wiele nauczyć, ale okupione to jest godzinami gadania, że baba to do garów, a nie za kółko* 🤔 [FS – f]. „Dobre rady” mężczyzn w wielu przypadkach nie pozostają jednak bez echa. Zamieszczone artykuły zawierają także porady i wskazówki dotyczące radzenia sobie z krytyką w takich sytuacjach, np. felieton pt. „*Nie zapomnij wrzucić biegu*” – *czyli jak radzić sobie z radami partnera podczas jazdy* [A – fe]; *Jak poradzić sobie z pouczającym cię mężczyzną* [KA – a]. Sposobami odparcia, zneutralizowania i zaprzestania w przyszłości negatywnej krytyki mogą być następujące rady: *Pokaż mu, że potrafisz jeździć; Wyprzedź jego komentarz; Zignoruj; Przytakiwanie; Na wesoło* [KA – a]. Internautki w dodawanych komentarzach również

opisują sytuacje znane z autopsji, będące często przytoczeniem rzeczywistego wydarzenia lub formą porady: *Mój marudził... dwa razy go wysadziłam na przystanku za piskowanie i po czasie się nauczył grzecznie siedzieć w milczeniu jak jego Pani prowadzi swoją raketę.* [KA – k]; *Mój mężczyzna kiedyś ciągle mnie pouczał ale mu powiedziałam że mnie to wkurza i że nie bede go wozila i przestał zupełnie kompentowac moje poczynania na drodze ;)* [KA – k]. Sposób pocieszenia potencjalnie stanowią wypowiedzi pozytywne, bezkrytyczne, będące wzorcem idealnej koegzystencji kierowcy i pasażera podczas jazdy, np. *Nie poucza mnie ani ja jego. Ufamy sobie i kiedy jedno prowadzi to drugie śpi. Twój facet musi być jak Twoje auto- musi być partnerem* [KA – k]. Pozytywne komentarze mogą być zarazem odwróceniem stereotypu, budującym przekonanie o mężczyźnie gorzej prowadzącym samochód i wyższości kobiety jako kierowcy, np. *Trzeba dobrać sobie taką babę i takiego chłopca, co pasuje a niejechać w kółko na swoją tzw. drugą połówkę. Mój myli lewą stronę z prawą, nie pamięta, z której strony przyjechał po wjeździe na stację benzynową, ale jeździ dobrze mimo, że jest trochę gapowaty* [KA – k]. Kobiety mają jednak świadomość, że mężczyźni chcą niepodzielnie królować „za kółkiem”: *Wiesz...facet to facet...Musisz to zrozumiec ..Wystarczy ze toleruje"toto" w domu...A jeszcze ma przyznać Wam wyzsość za kółkiem...* 🤔🤔 [FS – f].

Zrównoważeniem wielokrotnych „docinków” towarzysza jazdy mogą być wypowiedzi mężczyzn (własne lub przywołane przez kobiety), którzy chwalą swoje żony/partnerki lub określają je jako lepszych kierowców od siebie, np.: *moja połówka jeździ całkiem dobrze, czuję się bezpiecznie z nią za kierownicą. ale może dlatego, że (będę skromny) sam ją szkolilem, hehe* 😊 [FS – f]; *Zależy od człowieka, a nie od płci* 😊 *Moja żona jest świetnym przykładem na to że kobiety potrafią dobrze jeździć* 😊 *Żadnego wypadku od zrobienia prawa jazdy (ok 10 lat), a nie jest zawalidroga, wręcz przeciwnie - lubi sobie wcisnąć* 😊 [FS – f]; *Ja się nie boje jeździć z kobietą nawet wole jak moja dziewczyna prowadzi* [FS – f]; *moja żona jest lepszym kierowcą niż ja, wstyd się przyznać. gorzej u niej z wymianą opon. (...) jak dla mnie syndrom kobiety za kierownicą to już legenda i teraz pozostaje mi tylko nauczyć żonę wymiany opon.* [FS – f]; *Sam zauważył, że do kierowania samochodami po prostu nie ma predyspozycji. Bardzo lubi natomiast jeździć ze mną, zawsze powtarzał, że jego ulubione miejsce w samochodzie to fotel pasażera obok mnie. (...)No i wreszcie to, co jest dla mnie szczególnie mile – mąż nigdy nie wstydził się powiedzieć głośno o tym, że bardzo wysoko ocenia moje umiejętności, uważa mnie za znakomitego i bardzo bezpiecznego kierowcę* [FS – f]. W aspekcie męskiej dumy i przekonania o hegemonii mężczyzn za

kierownicą, słowa te są wyrazem odwagi i najlepszym dowodem na zatarcie wszechobecných stereotypów.

Komentarze mężczyzn skierowane do kobiet za kierownicą w powszechnym przekonaniu i zachowaniach na drodze są niemalże codziennością, co wynika z utrwalenia stereotypu „baby za kierownicą” i w wielu przypadkach wciąż niepodzielного panowania mężczyzny w samochodzie i na drodze. Jednakże według badań ankietowych, zamieszczonych w serwisie www.autopolki.pl, odpowiedź na pytanie *Kto i co najbardziej denerwuje kierowców?* [A – fe] powoduje nieznaczne zachwianie tego przekonania. Istotnie, współmałżonkowie jawią się jako największa przeszkoda burząca spokój kierowcy, jednakże wnioski szczegółowe są następujące: *Według rankingu przeprowadzonego przez firmę Insurance.com, 40% badanych mężczyzn twierdzi, że najczęściej wyprowadzają ich z równowagi własne żony. Wśród kobiet oceniających wspólną podróż z mężem w roli pasażera, odsetek ten wynosi 34%* [A – fe]. Wśród respondentów *najsurowiej oceniane są komentarze dotyczące prędkości oraz wskazówki dotyczące jazdy* [A – fe], co pokrywa się z opiniami internautów wyrażanymi na forach motoryzacyjnych i w komentarzach do artykułów.

Powyższe spostrzeżenia są cenną, aczkolwiek nie generalizującą uwagą. Przedstawione wyniki stanowią przyczynek do reinterpretacji podziału ról płciowych w samochodzie. Jednakże, przez wzgląd na ograniczoną liczbę respondentów, ich indywidualne doświadczenia oraz fakt częstszego prowadzenia auta przez mężczyznę w przypadku jazdy rodzinnej lub we dwoje, statystyki te zyskują status mniej wyrazistych.

Niejakim potwierdzeniem powyższych statystyk jest jednak fakt, że niektórzy mężczyźni również zauważają dwustronność wypowiedzanej krytyki, z dużą dozą emocji odnosząc się do takiej sytuacji: *To działa w obie strony. Np, moja pani cały czas daje mi wskazówki, poucza i wmawia mi cały czas, jakim to ja jestem piratem drogowym, a sama nie jedzi w ogóle, choć prawo jazdy ma!!!* [KA – k]; *z własnego doświadczenia wiem, że kobiety całkiem dobrze jeżdżą, mają tylko jedną cechę która bardzo mnie wkurza, gdy jadą jako pasażer: **wszystko wiedzą najlepiej, wszystko widzą i bardzo chętnie pouczają*** [FS – f]. Kierunek wypowiedzanej krytyki może być zatem dwustronny, ale najważniejszym przesłaniem powyższych przykładów jest to, by nie zakłócać skupienia i spokoju kierowcy, co może skutkować rozproszeniem jego uwagi i zagrożeniem na drodze. Opinia ta została potwierdzona w następujący, dosadny sposób na jednym z portali kobiecych: *nie komentuj stylu jazdy kierowcy. Tu się posłużę przykładem z moich treningów: jeśli trener każe lizać podłogę do czysta, to tą podłogę wylizujemy. Dopiero po treningu możemy skonfrontować nasze wyobrażenia o higienie z opinią prowadzącego. **W przypadku jazdy z pasażerem powinno***

być podobnie - jeśli chcesz mieć miłą podróż i dotrzeć w jednym kawalku, nie komentuj. Po dotarciu do celu możesz zrobić nawet porównywalną z tornadem awanturę [M – f]. Powstrzymanie się przed komentarzami, a także zniwelowanie innych, niewskazanych zachowań pasażerów w samochodzie (np. włączanie głośnej muzyki, zmienianie ustawień auta) są gwarantem prymarnych kwestii bezpieczeństwa.

Przeważająca obecność wątku negatywnych komentarzy w samochodzie na większości portali dla kobiet wynika z faktu poczucia nierówności płciowej i chęci walki ze stereotypami. Pokażna liczba artykułów i felietonów pochodząca z serwisów kobiecych dotyczy potwierdzenia asymetrii męsko-żeńskiej w aspekcie motoryzacji. Treść ogólnych portali motoryzacyjnych skupiona jest w zdecydowanej większości na zagadnieniach związanych bezpośrednio z samochodami – kwestiach technicznych, nowinkach motoryzacyjnych, sportach samochodowych i szeroko pojętej pasji. Portale kobiece mają na celu ukazywanie perspektywy kobiecej i walkę z męskimi przekonaniem.

3.2.10. Jazda po męsku

Bezsprzeczny jest fakt, że stereotypy płciowe związane z motoryzacją dotyczą w zdecydowanej większości kobiet⁸⁰. Istnieją jednak elementy będące kondensacją męskiego stylu jazdy. Pierwszym przejawem tych przekonań jest opisywana już brawura i skłonność do szybkiej jazdy, skutkujące nadmiernym przekraczaniem prędkości i stwarzaniem potencjalnego zagrożenia. Również kwestia jazdy po spożyciu alkoholu w zdecydowanej większości dotyczy mężczyzn. Inne negatywne męskie przejawy wyższości na drodze zestawia felieton pt. *Styl jazdy „po męsku”, know-how typowych samczych zachowań* [A – fe]. Autorka wskazała pięć typów mężczyzn na podstawie ich stereotypowych zachowań na drodze: *Zapchajdziura* (lawirowanie między autami na drodze), *Klaksonista* (nadużywanie sygnału dźwiękowego), *Niepoprawny mrugacz* (częste mruganie światłami), *Skrytomówca* (nadmierna ekspresja i gestykulacja), *Przytulanka* (jazda „na zderzaku” – w bliskiej odległości od innych samochodów) [A – f]. Konkretnie męskie sposoby jazdy opisują także użytkownicy portali, np. *A mężczyzna nie patrzy tylko pędzi przed siebie, bo wychodzi z założenia, że zawsze zdąży. Jeśli jest zwięźenie z dwóch pasów do jednego, to kobieta grzecznie czeka, aż ktoś ją wpuści. Mężczyzna nie, on jedzie do końca, a potem na siłę*

⁸⁰ Po wpisaniu w wyszukiwarkę internetową hasła *stereotyp mężczyzny za kierownicą*, tylko jedna odpowiedź na 10 wyświetlonych na pierwszego stronie, odnosi się do poszukiwanego wyrażenia. Reszta wyników to adresy internetowe z nagłówkami *kobieta za kierownicą*, *stereotyp kobiety za kółkiem* itd. [www.google.pl, dane z dnia 31.03.2014]. Obrazuje to ogromną dysproporcję stereotypowego zróżnicowania kierowców odmiennej płci.

wymusza wjazd na sąsiedni pas. O alkoholu już nie wspomnę. [FS – f]. Łączenie powyższych zachowań z mężczyznami stanowi podstawę uosobienia władzy, chęci dominacji, rywalizacji i impulsywności mężczyzn, przeniesionych z innych dziedzin życia w przestrzeń komunikacyjną drogi.

Poczucie władzy i dominacji na jezdni „nie pozwala” mężczyźniem pytać o drogę. To kobiety zdecydowanie częściej, w razie problemów z dotarciem do celu, korzystają z pomocy innych uczestników ruchu drogowego – kierowców czy przechodniów. Dla kierowcy płci męskiej takie zachowanie jest obniżeniem własnej niewiedzy i niekompetencji, a to pozostaje w sprzeczności z męskim ego. Dowodem tego przekonania może być przykład zaczerpnięty z innego państwa, potwierdzający ogólną tendencję: *przeciętny kierowca płci męskiej w Wielkiej Brytanii przejeżdża dodatkowych 276 mil szukając drogi, a przy tym aż 41% tych kierowców, poszukując drogi, zapewnia swoich pasażerów, że doskonale wie gdzie jedzie* [A – fe]. Sytuacja ta przenosi się także w zakres nowych technologii – kolejny dowód stanowi powszechność i częstotliwość używania nawigacji samochodowej przez kobiety i mężczyzn, co potwierdzają przeprowadzone badania i ankiety: *Z badań prowadzonych wśród użytkowników nawigacji mobilnej NaviExpert wynika, że coraz więcej spośród nich stanowią kobiety. Na koniec trzeciego kwartału 2012 roku kobiety stanowiły 11% użytkowników, teraz stanowią już ok. 15%. Jak się też okazuje kobiety – użytkowniczki nawigacji korzystają z niej częściej niż mężczyźni. Ponad 1/3 pań przyznała, że sięga po nawigację kilka razy w tygodniu, podczas gdy około połowa mężczyzn sięga po nią kilka razy w miesiącu, a 1/4 kilka razy w tygodniu* [A – fe]. Dane te należy zestawić z ilością przedstawicieli obu płci czynnie prowadzących samochody. W tym kontekście liczby dotyczące kobiet stają się jeszcze bardziej wydatne.

Męski styl jazdy jest zbiorem konkretnych zachowań na drodze, klasyfikowanych negatywnie. Zazwyczaj nie są one wynikiem braku umiejętności czy niedoświadczenia – ich występowanie motywowane jest właściwościami męskiej natury i sposobu postrzegania hierarchii drogowej. Przekonanie o hegemonii mężczyzn w dziedzinie motoryzacji, poczucie dominacji na drodze, budowanie psychicznej przewagi na innymi kierowcami (w tym kobietami) skutkuje nieodpowiedzialnymi zachowaniami, narażającymi bezpieczeństwo innych uczestników ruchu i własne oraz brakiem kultury wobec innych.

3.2.11. Stereotyp kierowcy BMW

Stereotypy kierowców nie skupiają się wyłącznie na podziałach płciowych. Mogą one także dotyczyć właścicieli konkretnych samochodów. Istnieją marki i modele aut, które mają przypisany obraz potencjalnego kierowcy, użytkującego taki pojazd. Zatem osoba kierująca jest postrzegana przez pryzmat auta⁸¹. Najczęściej przywoływanym stereotypem kierowcy konkretnej marki samochodu jest **stereotyp kierowcy BMW**, owiany złą sławą i negatywnymi opiniami: *Facet w BMW to po prostu osobna kategoria. Stereotyp mężczyzny w tym niemieckim samochodzie w Polsce od lat się nie zmienia. Łysa głowa, tatuaż, komórka i hip-hop albo techno w głośnikach. Wzbudzają respekt. Nowa generacja BMW trochę odpędziła tego typu wielbicieli. Ale, spokojnie stare BMW nadal są na rynku. To atrakcyjną pożywką dla kierowców z buntowniczym charakterem wężem w terrarium i pitbullem na smyczy [A – p]. Jednoznacznie pejoratywny i bardzo wyrazisty wizerunek to obraz minionych lat, wciąż jednak istniejący w świadomości społecznej.*

Symboliczną zawartość negatywnego stereotypu ilustrują użytkownicy portali: *Jesteś idealnym stereotypowym właścicielem BMW. Mieszkasz na wsi, jeździsz starym autem i rzucasz żalostne aluzje i teksty typowe dla onetowych trollów (notabene najczęściej również fanów niemieckiej motoryzacji). [FS – f]; BMW to dość tanie, dość szybkie, dość dobre niemieckie auta, stać na nie zazwyczaj **młodych ludzi**, którzy szukają adrenaliny w szybkich autach, za ich kółkiem można znaleźć zarówno chudzielców w okularkach jak i pakerów z łańcuchami... czyli stereotyp [MP – f]; (...) **Bolid Młodzieży Wiejskiej, czyli tani lans, umcu bumcu i neony, szpachlex itp.** Najczęściej nierozgranięci, ograniczeniu umysłowo. [MP – f]; **Głupi łysol w bmw** 😊. Takich ludzi można spotkać na drodze, nieważne czy kobieta prowadzi, włączył się agresor i trzeba za tą osobą jechać. Na szczęście nic nie zrobił 😊 [FS – f]; Szczególnie wśród młodzieży panuje stereotyp, że **mając BMW są królem szosy...** [MP – f]. Elementy wizerunku kierowcy BMW to: młody, łysy i muskularny mężczyzna, zaawansowany wiek samochodu, prowincjonalne pochodzenie i brawurowe zachowanie na drodze. Dosadnym obrazem takiej osoby jest dowcip: *Jak zrobić salatkę z buraków : Wrzucić granat do BMW* 😊 [MP – f], potwierdzający stereotypowy niski iloraz inteligencji kierowcy pojazdu takiej marki.*

Obecnie, ze względu na nowoczesne marki BMW, drogie i ekskluzywne, wizerunek ten powoli się zaciera, czego świadomość mają internauci: *Trzeba jednak zauważyć, że **inaczej***

⁸¹ Najpowszechniejszy podział to klasyfikacja na kobiece/damskie i męskie samochody [III – 3.4.].

odbierani są fani starszych wersji bmw o tych, którzy jeżdżą nówkami. [MP – f]; *Bawarki są tak popularne że ciężko przypisać im jakąś metkę, na pewno jest więcej normalnych kierowców niż tysoli w dresach* 😊 [MP – f]; *Wszyscy wiemy, jaki jest stereotyp kierowcy (starego) BMW i jak pokazuje to forum, chociaż nie wiem jakimi jesteście kierowcami.* [FS – f]. Widoczne jest również przekonanie, że typ kierowcy nie jest zależny od marki auta: *jestem wielkim fanatykiem mazd* 🍷 *i tak jak w BMW, jeżdżą nimi drechy, koksy itp. W każdym innym aucie spotkasz stereotyp kierowcy BMW. Podobnie z calibrami, stereotyp: wieś, wieś i jeszcze raz wieś + podtlenek lpg i skatowny silnik. I jak narazie tylko w Polsce spotkasz takie stereotypy. Nie spotkałem się z tym na zachodzie* [MP – f]. Należy także uwzględnić fakt, że stereotyp bywa ograniczony terytorialnie.

Kierowca BMW na ogólnych portalach motoryzacyjnych bywa waloryzowany negatywnie i postrzegany stereotypowo, czego dowodzą wypowiedzi internautów (np. poszukujących auta do zakupu). W przekonaniu wielu użytkowników jest to jednak pozostałość po właścicielach starszych modeli, użytkowanych w większości przez wyodrębnioną społecznie kategorię osób. Zmiany społeczne i intensywny rozwój marki BMW spowodowały widoczne zniwelowanie pejoratywnego wizerunku. Istnienie powyższego stereotypu jest dowodem na to, że marka/model samochodu może być wykładnikiem osobowości, umiejętności i innych cech kierowcy.

3.2.12. Stereotypy w sferze motocyklowej

Wymienione stereotypy dotyczące różnicowania płci funkcjonują przede wszystkim w sferze samochodowej. Drugą odsłoną motoryzacyjnego zainteresowania są motocykle. Świat motocyklistów jest bardziej hermetyczny, tworzą go ludzie autentycznie pasjonujący się tymi pojazdami. Potwierdzeniem tego są osobne portale zrzeszające miłośników motocykli (np. www.scigacz.pl) oraz rozbudowane działy związane z nimi w przestrzeni portali ogólnych. Jak wspominałam, część portali dla kobiet skupiona jest w większym stopniu na właśnie tej dziedzinie motoryzacji, co wiązać należy z coraz większą popularnością jazdy na motocyklu wśród przedstawicielek płci żeńskiej. Dowodem na to jest zwiększająca się liczba kobiet zdających egzamin na prawo jazdy kategorii A oraz aktywne korzystanie z uzyskanego dokumentu. Powody powiększającego się grona motocyklistek mogą być różne, najważniejsze i najczęstsze z nich zostały zamieszczone na portalu www.motocaina.pl: *Jazda jednośladem jest po prostu fajna* (sposób spędzania wolnego czasu i poczucie wolności), *Być trendy* (przynależność do wyjątkowego grona), *Dosyć jazdy jako*

„plecaczek” (zamiana miejsca z pasażera na kierowcę i miłość do motocykli), *Namowy partnera / męża*, *Tradycja rodzinna* (jazda motocyklem jako sposób spędzania czasu z rodziną), *Powrót do pasji* (dawniejsza styczność z Simpsonem i Rometem), *Oszczędność i wygoda* (koszty utrzymania porównywalne z samochodem i możliwość szybszego dotarcia do celu) [M – a]. Wszystkie wymienione motywacje są przejawem zmian społecznych, kulturowych i emancypacyjnych.

Tworzenie przez motocyklistów wspólnoty wynika w dużym stopniu z traktowania jazdy motocyklem nie tylko w kategoriach pasji, ale również w kategoriach sportu, co decyduje o specyfice funkcjonowania kultury motocyklowej. Uczestnictwo w ruchu drogowym jako kierowca samochodu nie ma sportowego nacechowania, dopiero konkretne sposoby jazdy (najczęściej w wydzielonych przestrzeniach) – wyścigi, drifting itd. – są dowodem zamiłowania i sportowych emocji. Prowadzenie motocykli wyraźniej kojarzy się z hobbystycznym nacechowaniem – w stosunku do jazdy samochodowej, mającej w zdecydowanej większości przypadków wymiar praktyczny i komunikacyjny.

Istota bycia kierowcą motocyklowym na tle prowadzenia pojazdów samochodowych jest zauważalna z perspektywy obydwu kategorii, ale kluczowe są także pytania: **czy istnieją stereotypy na temat motocyklistów oraz czy kierowców płci żeńskiej cechuje pejoratywny wizerunek na tle grupy?** Stereotypy odnoszące się do motocyklistów oczywiście istnieją, wymienia je Katarzyna Gizińska w swojej pracy dotyczącej socjologicznego obrazu motocyklistek: „Symbolika motocykla nie tworzy spójnej całości. Czasami jednoślad oznacza dwie przeciwstawne wartości lub cechy. Na przykład, z jednej strony mamy młodość, często powiązaną z przyzwoleniem na szaleństwo i »młodzieńczą głupotę«. Do tego typu skojarzeń odwołuje się stereotyp motocyklisty jako »dawcy nerek«. (...) Do młodości, w powiązaniu z buntem, ale także przemocą i siłą odwołuje się kolejny stereotyp – motocyklisty jako członka niebezpiecznej grupy przestępczej” [Gizińska, 2011: 24]. Symbole dotyczące motocykli możemy ująć w następujące kwestie: wolność; bunt; sukces; niebezpieczeństwo i szaleństwo; przygoda; status społeczny; siła; młodość, ale czasami także stateczność; specyficzne grupy społeczne [Gizińska, 2011: 24]. Co istotne, w powszechnym przekonaniu kategoria stereotypu nie jest zróżnicowana pod względem płci – oczywiście sami motocykliści różnicują czasami płęć i jej specyfikę, jest to zakres zamkniętej grupy i jej wewnętrzne rozróżnienia. Prawdziwość tego stwierdzenia można zaobserwować na portalach motoryzacyjnych. Co najbardziej istotne, w obliczu buntu kobiet przeciw stereotypowej „babie za kierownicą” oraz skupieniu na próbach zaprzeczania mitom i potocznym sądom, portale kobiece nie powielają tych działań w kwestiach motocyklowych.

Rozbudowane wątki dotyczące motocykli na stronach dla kobiet zasadniczo nie wyrażają deprecjacji płciowej w zakresie kierowania motocyklem. Artykuły, felietony i wypowiedzi na forach dotyczące tych pojazdów nie odnoszą się do walki płci i stereotypów związanych z męskością lub żeńskością kierowcy. Również komunikacja kobiet i mężczyzn w kontekście motocykli na portalach ogólnych nie ma negatywnego wydźwięku. Pasja motocyklowa wśród kobiet jest bardziej elitarna, mniej powszechna w stosunku do ilości osób płci żeńskiej prowadzących samochody. Wymaga także zaangażowania, odwagi i większych umiejętności. Zaawansowanie techniczne i znajomość branży stają się więc przede wszystkim powodem podziwu dla kobiet interesujących się motocyklami i uprawiających czynnie jazdę na nich. Jak stwierdza autorka felietonu na portalu motocyklowym www.scigacz.pl – **jeżeli dziewczyna wsiada już na motocykl to jeździ nim naprawdę dobrze. (...)Milo jest wzbudzać zainteresowanie, a czasem nawet podziw szczególnie, kiedy na męskiej twarzy rysuje się wyraz zaskoczenia, bo okazuje się, że jazda na motocyklu nie jest nam obca** [www.scigacz.pl – fe]. Kobieta na motocyklu funkcjonuje zatem w kategorii zjawiska, w zdecydowanej większości przypadków odbieranego pozytywnie.

Kierujące motocyklami również posiadają pewne cechy podczas jazdy odróżniające je od mężczyzn – np. większa ostrożność na drodze, rozwijanie mniejszych prędkości w mieście. Jak stwierdza w wywiadzie instruktor jazdy na motocyklu: *Na pewno jeżeli mówimy o motocyklach, bezwzględnie mamy więcej słabych fizycznie kobiet, niż mężczyzn. (...) Jeżeli chodzi o samą taktykę jazdy mamy już wyraźny podział ze względu na płeć. Kobieta, zazwyczaj, za długo podejmuje decyzję, w rezultacie dochodzi do sytuacji desperackiej i podejmuje złą decyzję. Natomiast mężczyzna zachowuje się brawurowo, często przecenia swoje umiejętności. Czyli statystyczna kobieta nie domyśli, statystyczny facet przekombinuje. (...) Dlatego już na kursach powinno się zwracać bardziej uwagę na niepotrzebną brawurę u panów, a u pań na to że bardzo ważny jest sprawny proces decyzyjny* [SL – w]. Odmienności płciowe nie są jednak zauważalne wśród kierowców samochodowych, dla których motocykliści funkcjonują jako jednolita, zwarta grupa, a płeć na motocyklu i w kasku najczęściej pozostaje niewidoczna.

Można stwierdzić, że negatywny wizerunek kobiety kierowcy skorelowany jest przede wszystkim ze sferą samochodową. Szereg funkcjonujących stereotypów deprecjonujących płęć żeńską w aspekcie motoryzacji nie odnosi się w dużej mierze do dziedziny motocyklowej. Kobieta na motocyklu dla wielu uczestników ruchu drogowego jest raczej przedmiotem szacunku i podziwu. Oczywiście istnieją pejoratywne i stereotypowe

przekonania na temat motocyklistów (np. motocykliści jako „dawcy organów”), nie są one jednak sprofilowane pod względem płci.

3.2.13. Bunt czy akceptacja?

Portale dla kobiet uosabiają bunt kobiet przeciwko stereotypowemu postrzeganiu ich jako słabych kierowców. Idea tychże portali zakłada budowanie wspólnoty, poczucie odrębności i specyfiki żeńskiego świata motoryzacji, a także walkę z utartymi przekonaniami. Wszystkie wymienione w poprzednich fragmentach wypowiedzi kobiet są przejawem chęci przełamywania stereotypowego wizerunku kobiety kierowcy (bardziej znanego jako „baba za kierownicą”) i budowania pozytywnego wizerunku kobiety prowadzącej pojazd (na podstawie ich umiejętności, kompetencji i walki z utartymi przekonaniami).

Bunt ten dość wyraźnie jest także zaznaczony na portalach ogólnych, szczególnie w dyskusjach bezpośrednio dotyczących starcia płci w kontekście prowadzenia pojazdu, np.: ***Ja też mam zamiar trochę powalczyć ze stereotypami, że kobieta kierująca samochodem to „baba za kółkiem”, po której nie można się spodziewać niczego dobrego i na którą trzeba bardzo uważać, bo nie wiadomo, jakiego figla splota.*** [FS – f]; ***Czemu wszyscy faceci uważają że kobiety za kierownicą to zło konieczne? ! :O*** 🙄 [FS – f]. Wypowiedzi kobiet są dowodem irytacji, chęci udowodnienia i potwierdzenia własnych umiejętności, a w wielu przypadkach także żalu z powodu niesprawiedliwego traktowania i niedoceny.

Wyrazem walki kobiet z negatywnymi stereotypami jest ich przekucie na zalety. Nadmierna ostrożność kobiet staje się zatem gwarancją bezpieczeństwa podczas jazdy. Wolniejsze podejmowanie decyzji na drodze jest efektem odpowiedzialności i świadomości. Mniejsza prędkość to mniej zagrożeń.

Walka to jedna z reakcji na panujące krzywdzące przekonania na temat kobiet. Drugą z nich – mniej pozytywną – są kompleksy oraz zrażanie się i unikanie prowadzenia samochodu: ***osobiście nie mam takich doświadczeń ale wiem że nie jedna kobieta ma wstręt do prowadzenia dlatego, że ich mężczyźni myślą że zjedli wszystkie rozумы.*** *Po każdym komentarzu bardziej się stresują przez co popełniają błędy i koło się zamyka...* [KA – k]. Nieustannie pokutujący stereotyp wyzwala w kobietach strach przed potencjalnymi zachowaniami innych kierowców na drodze, a często także współpasażerów. Odczuwana presja społeczna i świadomość negatywnych opinii powodują, że dla kobiet prowadzenie samochodu jest sytuacją stresową, przez co rezygnują one z czynnego korzystania z posiadanego prawa jazdy.

Występowanie u kobiet dwóch odmiennych reakcji, będących odpowiedzią na panujące stereotypy, wynika przede wszystkim z indywidualnych cech osobowościowych i psychicznych, chęci udowodnienia własnych umiejętności, podatności na krytykę, siły woli, ambicji i innych uwarunkowań. Systematycznie zwiększająca się liczba kobiet kierowców oraz proklamacja równouprawnienia „za kółkiem” stają się czynnikiem uzyskiwania równego statusu na drodze wśród kobiet i mężczyzn, przez co można twierdzić, że oddziaływanie tego stereotypu zmniejsza się (choć ciągle występuje i jest społecznie reprodukowane). Wielokrotne podejmowanie tej tematyki w przestrzeni Internetu świadczy o wciąż obecnym, kontrowersyjnym i dyskusyjnym jej aspekcie. Istnienie portali motoryzacyjnych dla kobiet to dowód na to, że motoryzacja przestaje być wyłącznie męskim światem, a walka z negatywnymi opiniami jest potrzebna i przynosi rezultaty.

3.3. Sposoby przełamania stereotypów płciowych – podsumowanie

Jak już zostało zaznaczone, w wypadku portali dla kobiet widoczne jest pewne „odwracanie” stereotypu i wskazywanie za jego pomocą własnej odrębności, przekształcanie go w pozytywny wizerunek kobiety za kierownicą. Dostrzegalna jest także neutralizacja owych przekonań, o czym świadczą artykuły opisujące styl jazdy kobiet (słynna i stereotypowa „baba za kierownicą”) w sposób pozbawiony negatywnej waloryzacji. Podkreślanie odmienności i własnej wartości przez kobiety jest wszakże jednym z głównych założeń ideowych portali motoryzacyjnych. Dostrzeganie problematyki stereotypowego ujęcia kobiet w aspekcie motoryzacji na portalach dla kobiet stanowi zatem czynnik polemiki z mężczyznami, niejakiej walki płci, uosabiającej się dążeniem do uzyskania statusu eksperta w danej dziedzinie, bez jakiegokolwiek uzależniania tego faktu od płci danej osoby. Walka ze stereotypami płciowymi w zakresie motoryzacji jest nieustannie obecnym problemem w obszarze portali motoryzacyjnych. Ze względu na deprecjację i dyskryminację kobiet jako kierowców, ten wątek szczególnie jest widoczny w wypadku portali dla kobiet. Przełamwanie negatywnego wizerunku kobiety kierowcy jest zauważalne w artykułach oraz w wypowiedziach użytkowniczek – w obszarze forum lub w komentarzach.

Oprócz wspomnianych artykułów dotyczących zjawiska seksizmu za kierownicą, powyższy proces jest realizowany za pomocą kilku sposobów. Pierwszy i najbardziej powszechny to wielokrotne i konsekwentne zaprzeczanie podziałom płciowym za kierownicą i w dziedzinie motoryzacji. Próby te są często „wzbogacone” emocjami i zdenerwowaniem. Drugą odsłoną przewycięzania pejoratywnego wizerunku kobiety w samochodzie jest

wskazywanie pozytywnych cech kierowcy płci żeńskiej i dążenie do zbudowania dodatnio waloryzowanego obrazu kobiety kierowcy. Kolejną próbą przełamania stereotypów płciowych jest ignorowanie wszelkich negatywnych opinii i przekonanie o własnych umiejętnościach i możliwościach. Rozpowszechnionym zjawiskiem są również porady dotyczące walki ze złymi opiniami mężczyzn na temat kobiet i ich radzenia sobie w takich sytuacjach stresowych.

Niwelacja stereotypu kobiety kierowcy w dużej mierze dokumentowana jest badaniami i wynikami statystycznymi, mającymi na celu uwiarygodnienie własnych racji i zasadności przejawianego sprzeciwu, np. mniejsza liczba wypadków powodowanych przez kobiety, mniejsza ilość nietrzeźwych kierowców wśród płci żeńskiej. Istotny jest także aspekt historyczny, będący dowodem przemian cywilizacyjnych i społecznych. Najważniejszą zmianą jest możliwość uzyskania dokumentu prawa jazdy przez kobiety oraz sukcesywnie zwiększająca się liczba kobiet kierowców.

Kobiece portale motoryzacyjne uwzględniają istotny wkład kobiet w historię motoryzacji, prezentując aktywny udział płci żeńskiej w dziedzinę dawnego *automobilizmu*, a tym samym budują pozytywny wizerunek kobiety w kontekście motoryzacji. Przykładem tego procesu mogą być artykuły: *Kobiety w sporcie motorowym – przed 1950 rokiem*⁸² [M – a]; *Kobiety w sporcie motorowym po 1950 roku* [M – a; część pierwsza i druga]. Ich zawartość skoncentrowana jest na opisie kobiet uczestniczących w różnorodnych sportach motorowych (aż po uczestniczkę F1), potwierdzającym aktywność i umiejętności kobiet oraz budzącym podziw i wywołującym pochwały. Inną kategorię stanowią różnorodne elementy i dodatki usprawniające funkcjonalność auta, wynalezione przez kobiety, np. wycieraczki samochodowe wymyślone przez Mary Andersen [M – a] czy prototyp obecnego kierunkowskazu – pomysł Florence Lawrence [M – a]. Wartościowymi ciekawostkami są także przypadki, gdy *kobieta była iskrą i motorem działań będących podstawą dla istoty motoryzacji* [A – fe], np. nazwa współczesnej marki Mercedes pochodząca od imienia córki twórcy silnika [A – fe]. Kolejnym sposobem istnienia płci żeńskiej w świecie motoryzacyjnym są kobiety uprawiające zawody związane z motoryzacją. Prezentacja takich przypadków ma na celu oswojenie odbiorcy z tematyką oraz przewyciężanie stereotypowych podziałów związanych z aktywnością zawodową, np. artykuły o kobietach za kierownicą taksówki, tira, cysterny, ciężarówki [M – a]. Najbardziej liczną grupę przykładów stanowi prezentacja sylwetek kobiet związanych zawodowo lub hobbystycznie z motoryzacją. Ze

⁸² Pierwsze wzmianki dotyczą wyścigów pojazdów silnikowych i pochodzą z 1897 roku.

względu na ogromną liczbę takich osób, zarówno twórczyń, jak i użytkowniczek serwisów, szczegółowe przedstawienie tego zjawiska wydaje się zbędne. Portale motoryzacyjne dla kobiet to swoiste skupiska miłośniczek samochodów i motocykli.

Wymienione egzemplifikacje obrazują czynny udział kobiet w różnorodnych aspektach historii motoryzacji, będąc potwierdzeniem predyspozycji i umiejętności kobiet oraz wyrażaniem ich pasji i zamiłowania. Idea upowszechniania takich informacji w szerszej perspektywie ma na celu niwelację stereotypów i rozbudowywanie grona miłośniczek motoryzacji.

Wszystkie przytoczone sposoby przełamywania stereotypów płciowych cechują się różnorodnym i niewymiernym natężeniem skuteczności w walce z negatywnymi opiniami. Rozwój portali dla kobiet, liczba kierowców płci żeńskiej na polskich drogach oraz wielopoziomowe uczestnictwo kobiet w sferze motoryzacyjnej dowodzą sensowności i potrzeby takich działań. Wpływ na zmianę postrzegania kobiety za kierownicą mają także procesy przemian społecznych i światopoglądowych.

3.4. *Babskie auto i męska fura* – stereotypowa kategoryzacja pojazdów

Istotnym polem istnienia stereotypów jest także kategoria tzw. płci produktu, czyli dostosowania go do potrzeb kobiet lub mężczyzn. Najpowszechniejszą realizacją tego różnicowania jest stereotypowy podział na *babskie (kobiece/damskie)* i *męskie auta*. Nacechowaną ekspresywnie i budzącą negatywne konotacje w wypowiedziach wielu mężczyzn jest kategoria *babskich/kobięcych* samochodów, często określanymi deminutywnie – leksemem *autko*. W skład tej grupy wchodzi auta małe (wielkość samochodu jest tutaj kwestią decydującą⁸³), o atrakcyjnej stylistyce i miękkich liniach. Kryterium przynależności do samochodów dla kobiet może stanowić także wygląd wnętrza i karoserii, sylwetka pojazdu (najczęściej opływowa, o zaokrąglonych kształtach) i jego kolorystyka. Jako męskie auta jawią się zatem wszystkie, prócz tych zaklasyfikowanych jako odpowiednie dla kierowców płci żeńskiej. Duża liczba mężczyzn pejoratywnie ocenia auta dla kobiet, uważając przy tym, że mężczyzna nie powinien ich użytkować, np.: *Poza tym cc [Peugeot 206 CC – przypis W.W.] to babskie auta, facet wyglada w nich cieplo....* [FS – f]; *baǳ mężczyznǳ nie kupuj babskich samochodów.* [MO – f]; *Polo i Corsa to typowo "babskie" auta, więc daj sobie*

⁸³ Kwestię tę porusza już nawet Sylva Groszova, w pracy sprzed ponad trzydziestu lat, stwierdzając, że „(...) kobiety preferują mniejsze typy, bardziej użytkowe, mężczyźni zaś sportowe, większe” [Groszova, 1981: 98]. Wieloletnie niezmiennie preferencje stały się głównym źródłem stereotypowych przekonań i nieformalnej klasyfikacji samochodów.

z nimi spokój. Z tych co podałeś to jedynie Astra II jest godna uwagi [FS – f]; Ale co Ci się podoba w Tigrze? Przecież to auto jest **typowo kobiece a nie dla faceta..** [FS – f]; 206 kojący mi się zawsze z **kobięcym autkiem** , pozaty dla mnie za miękie zawiech i siedzenia [MP – f]. Kategoria *babskich/kobięcych* samochodów jest wyraźnie zarysowana i poświadczona wieloma przykładami na forach motoryzacyjnych.

W związku z powyższym rozróżnieniem istotne (oraz częste) są przejawy sprzeciwu wobec tworzenia i utrwalania takich podziałów, np.: *według mnie samochody nie dzielą się na babskie i na męskie. po prostu ludzie dzielą się na takich co dzielą samochody według płci.* [FS – f]; *To że kobieca to už nie raz słyszałem. Takie argumenty że kobieca mnie nie zniechęcają. Jeździć można, ważne żeby dobrze i bezpiecznie jeździć, a czym to sprawa mocno drugo torowa* [FS – f]; *Babskie czy nie , ważne ze jeździ nie pada i mało pali. Nie przejmuję się waszymi opiniami.* [MO – f]; *Przestańmy dzielic samochody na kobiece i te dla facetów. To bardzo często duży błąd.* [FS – f]; *(...) telepie mnie jak słyszę określenie "kobięcy samochód" - kobiece to są szpilki, a samochód to samochód. Ja chciałabym mieć Toyotę Land Cruiser! Jak przystało na drobną blondynkę, która ma tyle wzrostu co Prince albo Madonna!* [KA – k]. Opozycyjne stanowisko miłośników motoryzacji jest przejawem unikania podziałów płciowych w obrębie prezentowanej tematyki. Skłania również do przekonania o przełamywaniu stereotypów, co w dużej mierze podsyca umowność, subiektywizm i jednostkowość opinii na temat zaklasyfikowania pojazdu do konkretnej kategorii płciowej. Z racji tego ustalanie granic między nimi jest przyczyną wielu dyskusji i sporów użytkowników.

3.4.1. Marketing motoryzacyjny dla kobiet. Reinterpretacja stereotypu dotyczącego zakupu samochodu przez kobiety

Wyróżnienie nacechowanej kategorii *kobięcych aut*, będące powszechnym sposobem różnicowania pojazdów, nie uszło uwadze producentów motoryzacyjnych. Kwestia płci produktu zyskuje wymiar praktyczny w obliczu tworzonych marek i modeli samochodów przez koncerny motoryzacyjne. Zagadnienie szeroko pojętego marketingu motoryzacyjnego decyduje o produkcji samochodów przeznaczonych typowo dla kobiet i najchętniej przez nie wybieranych. Kreacja założonego odbiorcy decyduje w ten sposób o jakości produktu.

Kryterium doboru samochodu zależy od indywidualnych potrzeb każdego potencjalnego kierowcy. Decyzja o nadrzędnym kryterium dotyczy przede wszystkim codziennego sposobu użytkowania samochodu, co wyrażone jest przez jego funkcjonalność, np. samochód dla

matki, singielki czy businesswoman, łatwość parkowania, gabaryty, spalanie, ekonomiczność, rozwiązania technologiczne, miejsce zamieszkania. Dużą rolę odgrywa także przeznaczenie samochodu – jazda po mieście, dalekie trasy, teren. Wpływ na decyzję ma stopień zaawansowania jako kierowca i posiadane doświadczenie. Wydaje się, że w przypadku kobiet wymienione czynniki odgrywają jeszcze intensywniejszą rolę.

Należy zwrócić uwagę na ekspansywność marek i modeli dostosowanych do potrzeb płci żeńskiej. Wymagania kobiet uzależnione są od różnych cech ich osobowości, a także stereotypowych przekonań na ich temat, np. pojemny bagażnik na zakupy, małe rozmiary auta ze względu na trudności z parkowaniem, uwzględnienie kwestii rodzinnych itd. Twórcy takich samochodów otwarcie zachęcają grupę docelową, czyli kobiety, do zakupu danego modelu za pomocą celowego nazywania auta *damskim* lub dostosowanym do kobiet: *Szybkie i pakowne auto dla kobiet* [M – a, dot. Opla Astry Sports Tourer]; *Ford Fiesta kobiecym samochodem roku 2013* [M – a]. Wzmocnieniem słownych zapewnień są reklamy prezentujące spełnianie przez auto różnych potrzeb kobiecych [il. 24].

Powyższe procesy i próby dostosowania produktu do płci pozostają w bliskiej relacji ze społeczną zmianą sposobu zakupu auta. Dawniej sfera motoryzacyjna była przedmiotem władzy mężczyzny i to właśnie on miał wyłączność na podejmowanie wszelkich działań związanych z motoryzacją (naprawy, kupno/sprzedaż i inne usługi). Jak podkreślają twórcy jednego z portali kobiecych: *Padają ostatnie bastiony męskiego świata, dziś coraz częściej decyzję zakupową w sprawie nowego samochodu podejmuje kobieta. Dane z 2008 roku mówią o tym, że postanowienie o zakupie dóbr konsumpcyjnych w 80% wychodzi od kobiet (za Marketing and More), a jak ustalił OBOP przeszło połowa z nich decyzję taką podejmuje samodzielnie. Stąd coraz częściej pojawiające się na naszym rynku reklamy pojazdów skierowane tylko do kobiet* [KA – a]. Produkcja kobiecych samochodów jest więc reakcją zwrotną na zapotrzebowanie rynku, umotywowane uczestnictwem kobiet w sferze motoryzacyjnej. Stanowi także odpowiedź na przemiany relacji damsko-męskich.

Funkcjonalność, nowoczesność i walory techniczne prezentowanych aut stanowią czynnik przełamania stereotypowego zakupu samochodu przez kobietę. Jak stwierdzono na podstawie badań: *Przy czym czasy, kiedy samochód dla kobiety miał być po prostu czerwony, już dawno minęły. Obecnie panie odwiedzając salon samochodowy pytają tak samo dociekliwie jak mężczyźni o moc silnika oraz ekonomiczność spalania paliwa – nie tylko z oszczędności, ale także z troski o środowisko naturalne. Ważne jest również tak pomocne wyposażenie dodatkowe auta: radio, czujniki parkowania, dodatkowe poduszki powietrzne i systemy bezpieczeństwa, a także komputer pokładowy i GPS. Naturalnie przy tym wszystkim*

*wcale nie zaszkodzi, żeby auto dla kobiety było zwyczajnie ładne, o ciekawym designie i niebanalnej kolorystyce karoserii.*⁸⁴ [KA – a]. Elementy estetyczne niezmiennie stanowią dużą wagę w procesie decyzyjnym kobiety, jednakże rozbudowywanie wiedzy motoryzacyjnej i zwiększone zainteresowanie przedstawicielek płci żeńskiej tą dziedziną sprawiają, że kobiety orientują się także w innych parametrach technicznych. Oczywiście jest to proces stopniowy i postępujący, gdyż wciąż duża liczba kobiet wyraża swą niewiedzę techniczną i prosi o pomoc mężczyzn [zob. III – 6].

Marketing motoryzacyjny dla kobiet jest zjawiskiem obecnym i wciąż poszerzającym się. Ma swoje umotywowanie ideowe, zakłada konkretnego odbiorcę, dostosowując samochód do jego potrzeb. Powiększanie się grona kobiet w dziedzinie motoryzacji idzie w parze ze zdobywaniem przez nie wiedzy motoryzacyjnej. Stereotypowy wybór samochodu ze względu na kolor powoli jest niwelowany, gdyż potencjalne klientki orientują się w innych kwestiach technicznych. Walory estetyczne są wciąż żywotną i ważną kwestią, aczkolwiek nie jedyną i nie zawsze dominującą.

3.5. *Baba za kierą i król szosy* – dychotomiczna waloryzacja kierowców odmiennej płci

Kolejnym obszarem nierówności płciowej za kierownicą i dyskryminacji kobiet są ekspresywne określenia związane z osobą kierowcy, kategoryzujące przedstawicieli odmiennych płci. Wydźwięk semantyczny użytego wyrażenia związany jest z kontekstem sytuacyjnym i może być rozumiany dwojako, jednakże z reguły określenia dotyczące mężczyzn zawierają większą dozę pozytywnej waloryzacji.

Dowodem powyższej dychotomii może być oczywista wymowa stereotypowych określeń – *baba za kierą* (lub *kierownicą, kółkiem*) i *król szosy*. Samą dysproporcję naświetlają już użyte określenia, odmiennie nacechowane emocjonalnie i znaczeniowo: *baba* i *król*. Pierwsze wyrażenie zawiera w sobie przede wszystkim negatywną ekspresję (bazującą na stereotypach), np. tytuł artykułu powielający panujące stereotypy: "*Baba za kierą*", czyli *styl jazdy kobiet?* [M – a] czy filmik zamieszczony w Internecie pt. *Baba za kierownicą, czyli 8 minut horroru* [www.wgrane.pl]. Powyższe przykłady utrwalają przekonanie o niekompetencji i braku profesjonalizmu kobiet w zakresie motoryzacji. Jeśli semantyka określenia ma wydźwięk pozytywny, jest to zaznaczane przez użytkownika: *tamten kierowca może sobie pomyśleć, że chociaż jedna porządna "baba za kierownicą" (tutaj nie obrażam,*

⁸⁴ Podobne wnioski zostały zaprezentowane w artykule *Kolor samochodu jednak nie najważniejszy* [A – p (~a)].

a piszę w dobrym kontekście) [FS – f]. Wyrażenie *król szosy* potencjalnie zawiera w sobie dwoistą waloryzację. Może być odbierane pozytywnie, ujawniając szereg cech i przymiotów zawartych w leksemie *król*, oznaczającym w tym kontekście⁸⁵ ‘kogoś, kto jest najlepszy w jakiejś dziedzinie lub najważniejszy w jakiejś grupie’ [ISJP]. Wyraz ten jest semantycznie tożsamy z określeniem *władca*, np. *chciałbym (...) od czasu do czasu poczuć jak król szosy wyprzedzając coś szybszego od rowerzysty*. [FS – f]. Często pojawia się także waloryzacja negatywna, obrazująca lekkomyślnego, brawurowego i nieodpowiedzialnego kierowcę⁸⁶ (nawiązująca do określenia *pirat drogowy*), np. nagłówki prasowe: *Król szosy z promilami* [www.dziennikzachodni.pl]; *Kompletnie pijany "władca szos" szalał pod Suwałkami* [www.fakt.pl].

Brak odpowiednika typu „facet za kierownicą”, analogicznego do stereotypowej „baby”, jest potwierdzeniem faktu, że nacechowaną ekspresywnie grupę kierowców stanowią kobiety. Dwoista waloryzacja powoduje, że prezentowane określenia są odwzorowaniem powszechnie panujących opinii na temat kierowców danej płci.

3.6. Mistrz kierownicy, niedzielny kierowca i pirat drogowy – sposoby wartościowania kierowców

Przeciwstawienie – *baba za kierownicą* i *król szosy* – nie oddaje bogactwa wszystkich utrwalonych wyrażen odnoszących się do kierowców. Powszechnie używanymi wyrażeniami w potocznym języku są także: *mistrz kierownicy*, *niedzielny kierowca* oraz *pirat drogowy*. Wszystkie określenia wchodzą w zakres neologizmów znaczeniowych frazeologicznych, czyli nowopowstałych zestawień wyrazów, utrwalonych w polskiej frazeologii. Te neosemantyzmy pełnią funkcję ekspresywną [Grabias, 1981].

Pierwsze z określeń – *mistrz kierownicy* – w pierwotnym znaczeniu wyraża niezwykle wysokie umiejętności kierowcy, zawarte w słownikowej definicji leksemu *mistrz* – ‘osoba doskonała w jakiejś dziedzinie, przewyższająca innych umiejętnościami, zdolnościami, biegłością’ [USJP]. Przekonanie to utrwała także treść filmu *Mistrz kierownicy ucieka*⁸⁷, obrazująca wielki pościg samochodowy za mężczyzną będącym doskonałym kierowcą (ale równocześnie łamiącym przepisy drogowe). Pozytywne znaczenie wyrażenia *mistrz kierownicy* ilustrują następujące przykłady z portali motoryzacyjnych: *Nowoczesne automaty*

⁸⁵ Prócz podstawowej definicji ‘władca koronowany’ [ISJP].

⁸⁶ Określenie *król szosy* bywa używane w slangu policyjnym, szczególnie w oddziałach policji drogowej.

⁸⁷ Pierwsza wersja pochodzi z 1977 roku, reżyseria Hal Needham; film doczekał się kolejnych części. [www.filmweb.pl – dostęp: 26.04.2014]

zmieniają biegi lepiej niż mistrz kierownicy zmienia biegi ręcznie. Technika idzie do przodu (...) [FS – f]; *W szranki z mężczyznami staną waleczne polskie mistrzyni kierownicy, reprezentantki otoMoto Team* [FS – f]. Uosobienie pozytywnego wizerunku kierowcy związane z powyższym określeniem wykorzystują Ośrodki Szkolenia Kierowców, nadając szkołom nauki jazdy taką nazwę, np.: *OSK MistrzKierownicy.pl* z Lublina [ww.mistrzkierownicy.pl]; *Szkoła Jazdy Mistrzowie Kierownicy* z Bydgoszczy [www.mistrzowiekierownicy.pl]; *OSK – Szkoła Mistrzów Kierownicy* z Suwałk [osk-smk.pl]. Powyższe szkoły określają się jako instytucje oferujące doskonale przygotowanie do prowadzenia pojazdu, a także cechujące się wysoką zdawalnością wśród kursantów. Użyta nazwa wyzwała pozytywne korelacje, będąc w swoim założeniu jednocześnie skuteczną reklamą danej firmy.

Jednakże warstwa semantyczna określenia nie jest jednoznacznie pozytywna. *Mistrzem kierownicy* nazywany jest często brawurowy, nieodpowiedzialny kierowca, przekraczający prędkość i nieprzestrzegający przepisów ruchu drogowego. Wyrażenie to jest elementem slangu policyjnego, szczególnie powszechnie występuje wśród patroli drogowych⁸⁸. Można stwierdzić, że rozszerzyło ono swój zasięg na wszystkich użytkowników języka, będąc szeroko rozpowszechnione w nagłówkach prasowych, tekstach informacyjnych i codziennych wypowiedziach/komentarzach, np. *Korek na DK86 Sosnowiec - Katowice: Mistrzowie kierownicy łamią przepisy* [www.dziennikzachodni.pl]. W wielu wypowiedziach użyty termin wyraża słabe umiejętności kierowcy i pełni funkcję ironizującą: (...) *ja nie miałem aż do momentu jak mnie przerysowała i wgniotła z prawej strony mistrz kierownicy - kobieta, która nie umiała wyrobić pod hipermarketem na dużym parkingu VW Lupo* [FS – f].

Można stwierdzić, że określenie *mistrz kierownicy* jest powszechną charakterystyką kierowcy i wykładnikiem jego umiejętności, a sposób użycia wynika z indywidualnego celu komunikacyjnego nadawcy. Dwubiegunowość konotowanych właściwości może stwarzać zagrożenie niewłaściwego odczytania wykorzystanego określenia. Jednakże wśród użytkowników portali motoryzacyjnych dwoistość terminu nie budzi zastrzeżeń i nie wymaga dodatkowych eksplikacji w obrębie własnej wypowiedzi.

Przeważające, ale nie całkowite wartościowanie *in minus* posiada neologizm frazeologiczny *niedzielny kierowca*, zdefiniowany jako ‘niedoświadczony kierowca, jeżdżący samochodem rzadko, zwykle w dni świąteczne’ [USJP], co potwierdzają opinie z forum

⁸⁸ W internetowym Wikisłowniku, pod hasłem *gwara policyjna* (zestawiającym różnorodne wyrażenia charakterystyczne dla policjantów), określenie *mistrz kierownicy* zostało scharakteryzowane jako ‘kierowca istotnie przekraczający przepisy ruchu drogowego’ [pl.wiktionary.org – dostęp: 28.04.2014]

motoryzacyjnego: *Tak zwani niedzielni kierowcy, czyli jest to kierowca z bardzo małym doświadczeniem praktycznym* [FS – f]; (...) (*apeluję do niedzielnych kierowców, do tych, którzy przejeżdżają 100km miesięcznie w korkach, którzy mając PJ od 50lat nie przejechali nawet kilometra...*) (...) [FS – f]. Sama częstotliwość prowadzenia auta nie zawsze oznacza niski poziom techniki i brak doświadczenia, jednakże w przytoczonym wyrażeniu, te dwa wykładniki zyskują najczęściej jednorodny status w wypowiedziach użytkowników portali motoryzacyjnych: *ja wam powiem dlaczego tyle wypadków właśnie na święta. NIEDZIELNI KIEROWCY !!!!! powinno się odbierać prawka osobą, które jeżdżą tylko w święta i niedziele !!!!!* [FS – f]; *leon mi się podoba, jednak zaparkować nim pod blokiem to zapewne byłby problem- niedzielni kierowcy, zajmujący 1,5 miejsca, parkujący krzywo etc wiecie o co chodzi 😊* [FS –f]. Osoby tak określane w wielu przypadkach są przedmiotem zdenerwowania i irytacji innych kierowców, gdyż spowalniają płynność ruchu, a nierzadko są nawet zagrożeniem na drodze.

Miano *niedzielnego kierowcy* przypisywane jest często osobom starszym, niezbyt aktywnie użytkującym samochód: *Na drogach przybędzie samochodów, którymi będą kierowca "niedzielni kierowcy", a zazwyczaj są to ludzie starsi. Większa ilość tych kierowców jeździ w dany region kraju tylko raz w roku - właśnie w ten dzień. Dlatego jadą wolniej, rozglądają się itd, a to jest dla większości kierowców irytujące* [FS – f]. Rzadkie korzystanie z samochodu sprawia, że najczęściej ma on niewielki przebieg. Fakt małej ilości przejechanych kilometrów jest oczywiście zaletą, automatycznie wspartą dobrze utrzymanym i niezniszczonym samochodem, przez co potencjalni kupcy chętnie nabywają takie pojazdy: *Gdzie najlepiej szukać? Na parkingu, na osiedlowych takich tablicach ogłoszeniowych jest dużo informacji danych przez emerytów, kierowców niedzielnych, którzy jeszcze nie potrafią zamieścić ogłoszenia w necie.* [FS –f]; *Jednak przyjeżdżają też autka które od razu wpadają w oko.Sa to z reguły takie które mają b.małe przebiegi,używane przez "niedzielnych" kierowców mimo iż wiekowo wcale nie są młode.Jednak też rzadko kiedy są do sprzedania...* [FS – f]. W tym przypadku powyższe określenie nie ma jednoznacznie negatywnych konotacji, odnosi się raczej do informacji dodatkowych, niezwiązanych z umiejętnościami kierowcy na drodze.

Sklasyfikowanie osoby kierującej jako *niedzielny kierowca* nie zawsze ma negatywne skojarzenia, brak doświadczenia czy mała liczba przebytych kilometrów nie jest stałą cechą kierowcy i może wynikać z różnorodnych okoliczności, przez co obwinianie prowadzącego pojazd za ten fakt może okazać się bezpodstawne. Niektórzy autorzy wypowiedzi i artykułów

apelują o wyrozumiałość i wsparcie dla takich osób, np. kampania społeczna *Równi na drodze: Ciepłe dni to czas weekendowych wyjazdów za miasto, co sprzyja zasiadaniu za kółkiem większej liczby tzw. „niedzielnych kierowców”*. Kampania propaguje pozytywne zachowania wśród wszystkich kierowców i zachęca do respektowania ogólnych zasad ruchu drogowego. [M – a] lub indywidualne wypowiedzi użytkowników, pozbawione negatywnego wartościowania: *Pozdrawiam wszystkich NIEDZIELNYCH kierowców trzymajmy się !!* [FS – f]. Można zatem stwierdzić, że kontekst użycia wyrażania *niedzielny kierowca* w znacznym stopniu decyduje o jego semantyce, a także zabarwieniu emocjonalnym.

Wyrażeniem wyzyskującym zdecydowanie negatywne konotacje jest *pirat drogowy*, czyli według słownikowej definicji leksemu ‘kierowca, który jeździ tak szybko, że może spowodować wypadek’ [ISJP]. Znaczenie to bywa uzupełnione także łamaniem przepisów drogowych [USJP]. Definicję tę potwierdzają wypowiedzi użytkowników portali motoryzacyjnych, a samo określenie jest nieodłączne w przypadku zagrożenia bezpieczeństwa drogowego spowodowanego przez kierowcę: *Aż 40 punktów karnych zbierał w ciągu kilkunastu minut 25-letni pirat drogowy z Bełchatowa (Łódzkie), który kilkakrotnie naruszył przepisy ruchu*. [FS – f]; *Nie wychowujemy piratów drogowych*⁸⁹ [M – a]; *Automatyczny system fotoradarów przeciw piratom drogowym* [FS – f]. Cechą konotowaną przez powyższe wyrażenie jest przede wszystkim nadmierna prędkość pojazdu: *Policja namierzyła na YouTube pirata drogowego. Piratem okazał się 15 latek., który telefonem komórkowym sfilmował licznik samochodu, gdzie na autostradzie A4 rozpędzał się do 230 km/h* [FS – f]. Niebezpieczna szybkość samochodu stereotypowo wiązana jest z młodymi kierowcami, będąc wyrazem popisywania się, szpanu i efektem niedoświadczenia za kierownicą: *(...) i tu te przepisy mogą nam częściowo pomóc w zmniejszoj liczbie piratów drogowych (szpanujące dzieci ujeżdżające pojazdy rodziców)* 🤪 [FS – f]. Bezmyślność i brawura w czasie jazdy statystycznie dotyczą wszystkich kierowców, a informacyjne doniesienia o piractwie drogowym przekonują o uniwersalności tego określenia.

Powyższe wyrażenia, mimo że ich językowym wykładnikiem jest rodzaj męski, nie odnoszą się wyłącznie do kierowców płci męskiej, ale zostają rozszerzone na wszystkie osoby prowadzące pojazdy. Kategoria gramatyczna jest w tym przypadku mocno zakorzeniona w świadomości społecznej i języku, przez co forma żeńska wydaje się bezpodstawna i nieumotywowana logicznie, a więc jest właściwie nieobecna (dopuszczalną formą jest jedynie *mistrzyni kierownicy*). Sposób wartościowania kierowców związany z opisywanymi

⁸⁹ Tytuł artykułu dotyczącego niewskazanych zachowań rodziców podczas jazdy z dziećmi.

określeniami prezentuje dwoistą waloryzację, częściej negatywną, ale posiadającą także pozytywne odcienie znaczeniowe. Różnorodność wykorzystywania powyższych wyrażeń decyduje o ich uniwersalności i wielofunkcyjności, umieszczając w wielu przypadkach kontekst jako najistotniejszy czynnik interpretacji treści wypowiedzi.

3.7. Kwestia nazwy kobiety kierowcy

Zagadnienie obrazujące androcentryzm językowy, będące przejawem degradacji semantycznej, stanowi również kwestia nazwy kobiety kierowcy. Brak żeńskiego odpowiednika leksemu *kierowca* bywa tematem problematycznym dla użytkowników portali motoryzacyjnych (szczególnie dla kobiet). Nie jest to jednak problem priorytetowy dla internautów, gdyż w większości przypadków użycie formy męskiej nie budzi żadnych zastrzeżeń.

Wyrazem poczucia braku odpowiedniej nazwy są próby poszukiwania najlepszego określenia. Ich przykładem może być konkurs ogłoszony na portalu www.motocaina.pl⁹⁰, mający na celu wyłonić najbardziej trafne określenie: *Wymyśl nazwę dla zawodu kobiety-kierowcy. Kierowniczka, kierowczyni, kierownica? Kombinacji jest wiele, ale sporo z nich się nie przyjmie, bo brzmią po prostu dziwnie* [M – a]. Dokładny opis przebiegu konkursu, wszystkich nadsyłanych odpowiedzi i analizę zaproponowanych przez uczestników określeń przedstawiła Magdalena Bartłomiejczyk w artykule pt. *O kierowcach płci żeńskiej: próby zapelnienia luki leksykalnej* [Bartłomiejczyk, 2012b]. Sama różnorodność i wielość wymyślonych terminów świadczy o niejednorodności i indywidualnym podejściu do tematu, a tym samym braku szerszej powszechności którejkolwiek z zaproponowanych nazw.

W konkursie zwyciężyło określenie *kierowczyni*, ale wśród propozycji pojawiały się m.in.: *kierowniczka, szoferka, Jeździec Apokalipsy, busiarka, drajwerka, MPK (Może Prowadzić Kobieta), busia, prowadnica, wo-bus* [M – k; www.mmpoznan.pl; Bartłomiejczyk, 2012b]. Różnorodność prezentowanych określeń dowodzi kreatywności użytkowników, jest także sygnałem podkreślenia roli kobiet jako kierowców. Nazwy te nie są jednak szeroko rozpowszechnione i utrwalone w języku, gdyż w obrębie portali motoryzacyjnych najczęstszymi nominacjami są: po prostu *kierowca*, ewentualnie *kobieta kierowca* lub *kierująca*.

⁹⁰ Konkurs został oficjalnie ogłoszony przez Stowarzyszenie No Women No Art i Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne Poznań. W swych założeniach dotyczył nazwy zawodowej, odnoszącej się do kierujących autobusami i ciężarówkami, ale jego przedmiot można rozszerzyć na prowadzącą każdy pojazd.

Kwestia nazwy kobiety kierowcy pojawiła się także w obszarze Facebooka, gdzie zostało sproblematyzowane pytanie: *Jak nazwać kobietę, która pracuje jako kierowca tira?* [facebook.com]. Użytkownikiem pytającym jest *słownik polsko@polski*, czyli oficjalne konto programu o tym tytule (emisja w TVP Polonia), w którym bierze udział prof. Jan Miodek. Oficjalna odpowiedź Profesora brzmi po prostu *kierowca tira*, wraz z uzasadnieniem nieadekwatności innych określeń. Komentujący użytkownicy w małym stopniu proponują inne rozwiązania, np. *A może nazwijmy: kierowacz i kierowaczka. Owacz pasuje do kierowania pojazdem, bardziej niż owca.; kierownicza; Laska za kierownicą* [facebook.com]. Większość wypowiedzi to zgoda z autorem, a najczęściej podkreślenie braku potrzeby tworzenia nazwy żeńskiej i uniwersalności leksemu *kierowca*: *kierowca tira, podział na zawody damskie i męskie, dziś jest często nieaktualny.; Skąd u ludzi przekonanie, że koniecznie wszystkie nazwy zawodów, stanowisk itd. muszą mieć zarówno męski, jak i żeński odpowiednik? Po co na siłę coś wymyślać? Czy naprawdę kogoś się obraża mówiąc po prostu prezes (pomimo tego, że jest kobietą)?; W naszej tradycji wiele określeń ma tylko męski rodzaj, a żeński musi się posilać dodatkowym słowem. Nasz język zakłada, że kobieta nie może być np. strażakiem, ale i... draniem :-)* *Może czas na "gender"?* [facebook.com]. Powyższy przykład pokazuje, że chociaż problem bywa obecny wśród użytkowników, to wiele z nich kwestionuje jego zasadność, uznając formę męską jako obejmującą przedstawicieli obu płci. Rodzajowe doprecyzowanie terminu (za pomocą zaimka, dodania nazwy osobowej itd.) wydaje się zatem zabiegiem wystarczającym.

Nazwa kobiety kierowcy w kontekście coraz większej liczby kierujących pojazdami jest problemem zauważalnym na portalach motoryzacyjnych, ale nie nagminnym. Przyzwyczajenie do wyłącznie męskiej formy wielu rzeczowników w języku polskim ustanawia kwestię gramatyczności języka jako nadrzędną i nie budzącą żadnych kontrowersji. Wzmocnieniem braku potrzeby nadania nowej nazwy są inne przykłady z życia społecznego, próbujące wprowadzić „równouprawnienie” terminologiczne. Mowa tu o leksemach *psycholożka, socjolożka, ministra*, które budzą nie tylko wiele dyskusji, ale wciąż dla znacznej liczby użytkowników są po prostu objawem deprecjonowania płciowego i funkcjonują jako wyrażenia budzące śmieszność.

4. Tematyka stereotypowo kojarzona z płcią żeńską. Specyfika portali dla kobiet

*Człowiek staje się takim, jakim widzą go inni,
trzeba więc wyjątkowej odwagi, by przeciwstawić się
stereotypom i walczyć o swoją tożsamość.*

Lidia Helena Zelman (*Tożsamość anioła*)

Pasja motoryzacyjna w ujęciu kobiecym zyskuje inny wymiar niż w perspektywie męskiej. Wyrazem podziałów płciowych, prezentowanych na portalach motoryzacyjnych, jest sfera zagadnień związanych z kobietami, głównie w sposób stereotypowy (np. moda, dbałość o szczegóły, wykorzystywanie lusterka przez kobiety). Zbiór poniższych elementów jest przedstawieniem kilku najbardziej charakterystycznych tematów i części składowych stron motoryzacyjnych dla kobiet, będących jednocześnie wyróżnikiem żeńskiej strony motoryzacji. Niektóre punkty odnoszą się do stereotypowego postrzegania kobiet na gruncie tematyki samochodowej i motocyklowej (np. kolorystyka), inne obrazują realne potrzeby i zainteresowania kobiet za kierownicą (np. działy związane z dziećmi). Składniki wizualne i tematyczne stanowią odpowiedź na pytania: **co decyduje o specyfice portali motoryzacyjnych dla kobiet w kontekście portali ogólnych?** Jakie są wyznaczniki (na różnych poziomach) kobiecego świata motoryzacji? W jakich dziedzinach życia codziennego i społecznego może potencjalnie funkcjonować pasja motoryzacyjna kobiet? Wyróżnienie cech wizualnych i składowych portali kobiecych jest związane z traktowaniem języka (a w szerszej ujęciu świata) kobiet jako nacechowanego i odbiegającego od naturalnego wzorca męskiego. W rozszerzonej perspektywie można uznawać żeński świat motoryzacji jako specyficzną kategorię na tle ogólnej tematyki motoryzacyjnej, będącej domeną mężczyzn.

Istotną rolę w kontekście sfery motoryzacyjnej odgrywa zogniskowanie jej wokół kategorii tzw. płci produktu, odnoszącej się nie tylko do konkretnego przedmiotu użytkowego czy samochodu, ale również do portali jako całości. Sam portal można uznać jako produkt, będący efektem: strategii marketingowej, odpowiedzi na istniejące stereotypy (gra z konwencją lub próby zaprzeczenia), indywidualnej aktywności użytkowników i twórców, a w niektórych przypadkach zatarcia grupy nadawczej i odbiorczej. Założenie chęci jak najlepszego dotarcia do odbiorcy uzasadnia dobór repertuaru środków językowych

i wizualnych, mających za zadanie ten cel zrealizować. Fakt obecności takich wątków wzmaga uwypuklanie kreacji założonego adresata przedstawianych treści i podkreśla niejednorodność płciową w aspekcie motoryzacji. Skłania do przekonania o istnieniu kobiecego świata motoryzacji, w którym pewne elementy w sposób jednoznaczny definiują płć żeńską. Jest także bezsprzecznym potwierdzeniem i realizacją kategorii stereotypu w obrębie portali kobiecych.

4.1. Sfera wizualna jako wyznacznik portali kobiecych

Pierwszym stereotypowym sygnałem kobiecości jest **kolorystyka portali**. Sfera wizualna zyskuje status wyznacznika adresata. Ważnym i podstawowym elementem na tej płaszczyźnie jest dominująca barwa, często silnie nacechowana stereotypowo. Każdy z analizowanych portali dla kobiet jest utrzymany w pewnej konwencji kolorystycznej, mniej lub bardziej wskazującej na żeńską płć odbiorcy. Portal www.autopolki.pl [A] potwierdza panujące stereotypy, gdyż kolorem wszystkich tytułów i nagłówek oraz prezentowanych kategorii składowych, umożliwiających nawigację po portalu, jest kolor różowy [il. 3]. Pozostałe, z założenia mniej ważne, elementy zostały przedstawione w pastelowych barwach – w gamie odcieni żółto-pomarańczowych oraz tonacji jasnoniebieskiej [il. 26 i 27]. Jasna, pastelowa kolorystyka z przewagą koloru różowego to także ważny składnik wizualnego kształtu portalu www.kobietaiauto.pl [KA, il. 15 i 16]. Podobnie jak w poprzednim przypadku – w tym kolorze prezentowane są wszystkie tytuły artykułów i wiadomości, poszczególne działy portalu itd. Dwa pozostałe portale: www.motocaina.pl [M] oraz www.speedladies.pl [SL] obrazują odejście od stereotypu w zakresie kolorystyki. W wypadku pierwszego z wymienionych portali, sfera wizualna pozostaje neutralna, w żaden sposób nie wyznaczając żeńskiego sprofilowania odbiorcy [il. 10]. Świadczyć może o tym fakt, że jest to rozbudowany portal, skupiający zarówno miłośniczki samochodów, jak i motocykli, przez co można wnioskować o jego uniwersalności i profesjonalizmie. Drugi portal – www.speedladies.pl – charakteryzuje się w wielu elementach składowych (przede wszystkim w nagłówku) czarną kolorystyką, która w moim przekonaniu posiada nacechowanie semantyczne, wyzwalające tajemnicę, mroczność, a zarazem prezentujące dwie autorki tworzące portal jako kobiety niezależne, zdecydowane i pełne profesjonalizmu [il. 4]. Wymienione przykłady pokazują różnorodność wykorzystywania kolorystyki w zakresie próby dotarcia do odbiorcy i wpłynięcia na niego. Barwa staje się tym samym sposobem

prezentacji treści oraz wykładnikiem wzmocnienia przekazu tekstowego i czynnikiem pomocnym w reinterpretacji stereotypu.

Intensyfikacją warstwy wizualnej (dotyczącej głównie koloru) są **elementy eksponujące żeńską płęć**, a zarazem kobiecość adresata portalu internetowego. Przykład w tym względie może stanowić symbolika atrybutu kobiecego, np. **szpilki** wykorzystane jako logo portalu www.autopolki.pl [A] czy **samochód przypominający torebkę**, pełniący tę samą funkcję na portalu www.kobietaiauto.pl [KA] – obydwie elementy w dominującej różowej kolorystyce [il. 3 i 15]. Wzmocnienie tego faktu potęgują wypowiedzi użytkowniczek, odnoszące się do wyglądu strony i czasami apelujące o kolorystykę dostosowaną do kobiet. Można stwierdzić, że kolor i warstwa wizualna to dwie istotne kategorie, służące kreacji portalu i eksponowania jego adresata (przede wszystkim w zakresie płci).

4.2. Dbalność o urodę jako domena kobiet

Tematyka kobieca realizowana jest na różnych płaszczyznach i w rozmaitych odsłonach. Powszechna i mocno utrwalona społecznie cecha kobiet, jaką jest **przywiązywanie wagi do wyglądu i dbalność o szczegóły wizerunku** [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 19], znajduje swoje odzwierciedlenie w zagadnieniach związanych z motoryzacją. Kwestię wyglądu podczas kierowania pojazdem uobecnia tematyka artykułów stereotypowo kojarzona z kobietami, np. *idealna fryzura do auta* [A – po (~a)] czy „*damskie ciuszki*” na *motocykl żużlowy* [M – a]. Sposób docierania do odbiorcy i prezentowania treści, a także brak podobnych wątków na portalach ogólnych (odwiedzanych głównie przez mężczyzn) decydują o skonkretyzowanej grupie odbiorczej i wyraźnych podziałach tematycznych w zakresie płci. Wiele podejmowanych kwestii funkcjonuje na zasadzie problemu, np. fragment artykułu pt. *Metody na włosy, które nie lubią kasku: Podróżowanie na motocyklu to wspaniała sprawa, jednak dla nas - kobiet, wiążą się z tym pewne problemy. Pomijając już sprawy spódnicowo-obcasowe, o których już kiedyś pisałyśmy, istnieje jeszcze jeden bardzo istotny dla wielu z nas problem, mianowicie włosy* [M – a]. Z tego powodu kwestia porady pełni istotną funkcję we wzajemnych interakcjach użytkowniczek i budowaniu wspólnoty, zogniskowanej na poszukiwaniu optymalnych rozwiązań. Powtarzalnym gadżetem związanym z motoryzacją są perfumy sygnowane marką pojazdu. Większość z nich to produkty przeznaczone dla mężczyzn, a ich obecność na portalach dla kobiet jest umotywowana możliwością sprezentowania takiego kosmetyku, np.: *Wyścigowe perfumy od Avon* [il. 28, M – a]; *Twój mężczyzna może pachnieć Mercedesem* [il. 29, M – a].

Istotną rolę odgrywają w tym zagadnieniu porady związane z kwestiami kosmetycznymi i dbaniem o wygląd. Przykładem mogą być tutaj artykuły: *Jak zadbać o urodę w podróży – poradnik* [M – a]; *Kosmetyki, które trzeba zabrać w podróż* [M – a] lub *Poradnik: jak jeździć na motocyklu i zachować kobiecość* [M – a]. Ich przedmiotem są nowinki kosmetyczne ułatwiające podróżowanie (szczególnie na długich trasach) motocyklem lub samochodem, praktyczne zabiegi dotyczące urody czy przydatne wskazówki dla kobiet jeżdżących motocyklem do pracy.

Ciekawą odśloną tej tematyki są także gadżety związane z kobiecym podejściem do problemu wyglądu. Można tutaj wspomnieć o kosmetyczce od Jaguara [il. 30], określonej jako *motoopakowanie* [M – a]. Przedmiot przypomina wyglądem standardową kosmetyczkę – o sferze motoryzacji decyduje nazwa producenta. Tematyka związana z samochodami może także przejawiać się w postaci konkretnego kosmetyku. Przykładem może być tutaj lakier do paznokci dopasowany do koloru samochodu: *Tego jeszcze nie było! Chcesz, aby kolor Twoich paznokci idealnie współgrał z barwą nadwozia Volvo S60? Szwedzki producent oferuje trzy odcienie lakierów w ciekawych kompozycjach metalicznych, które świetnie harmonizują z zabarwieniem karoserii.* [il. 31, M – a]; *Mercedes również do paznokci (...) Pakiet dostępnych akcesoriów obejmuje aż 170 elementów, wśród których można znaleźć nawet dobrany kolorem do przeszyci foteli żółty lakier do paznokci* [il. 32, M – a]. Ta nowatorska idea sprawia, że element dbałości o wizerunek, związany typowo z potrzebami kobiet, może zataczać coraz szersze kręgi. Możliwość powstawania dalszych gadżetów motoryzacyjnych wyraża fragment artykułu: *Czy należy sądzić, że niebawem w "sklepach" z akcesoriami różnych marek samochodowych znajdziemy np. kosmetyki idealne do używania w określonym typie auta, a może dedykowaną określonemu modelowi linię biżuterii? Dlaczego by nie?* [M – a]. Popularność i rozwój pasji motoryzacyjnej u kobiet może świadczyć o dużym prawdopodobieństwie rozszerzenia takich inicjatyw.

Elementem dbałości o wizerunek jest **lusterko** i stereotypowy sposób jego wykorzystywania przez kobiety. Sposób ten obrazuje artykuł pt. *Lusterko – najlepszy przyjaciel kobiety-kierowcy?*, w którym dominuje powielany, negatywny dla kobiet stereotyp: *Lusterko wsteczne nie służy tylko do przypudrowania noska i poprawy fryzury. Informuje nas co się dzieje za pojazdem, czy na tylnej kanapie. (...)Utarła się opinia, że kobiety używają wewnętrznego lusterka wstecznego w samochodzie jedynie do poprawiania swojej urody* [M – a]. Prawidłowe użycie wstecznego lusterka jawi się w nim jako podrzędna, czasem nawet nieobecna jego właściwość. Umocnieniem stereotypu jest brak powyższych zachowań u mężczyzn, przez co w przypadku kobiet zjawisko to jest silnie przejawione.

4.3. Moda jako istotny element pasji motoryzacyjnej

Nie sposób pominąć ważnego składnika stereotypu kobiety, jakim jest **zagadnienie związane z szeroko pojętą modą**. Jest to jeden z najbardziej stereotypowych aspektów kobiecego wyglądu [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 18]. Kategoria mody i przedmiotów z nią związanych obecna jest na wszystkich kobiecych portalach motoryzacyjnych, czasem nawet wyróżniona osobnym działem, np. *Moda i gadżety (samochodowe i motocyklowe)* [M] czy *Gadżety* [A]. Dyktat bycia modną przyświeca twórcom portali motoryzacyjnych dla kobiet, jak również koncernom motoryzacyjnym produkującym różnorodne gadżety inspirowane i związane z motoryzacją. W ich przypadku możemy zaobserwować wspomniane już uzyskiwanie płci produktu, czyli dostosowywanie przedmiotu do konkretnego odbiorcy (w tym przypadku do kobiety). To sprofilowanie płciowe ma zachęcać do zakupu danego produktu z przekonaniem, iż ów przedmiot jest wyłącznie i specjalnie dla pań. W bogatej ofercie takich gadżetów prezentowanych na portalach motoryzacyjnych (a tym samym reklamowanych) są nie tylko przedmioty związane z motoryzacją, wykorzystywane i pojawiające się w samochodach (np. kolorowe kanistry na paliwo – il. 33, tapicerki w samochodzie – il. 34), ale także przedmioty codziennego użytku, np.: dzinsy Alfa Romeo (ze skórzanymi wstawkami wzorowanymi na tapicerce tego samochodu) [il. 35], samochodowe kolczyki [il. 36 i 37], bombki choinkowe dla pasjonatów motoryzacji [il. 38 i 39], kolekcja butów inspirowana samochodami [il. 40] czy szpilki, które uchronią przed mandatem [il. 41] (wzorowane na policyjnym radiowozie) [M – a]. Takie rozszerzanie tematyki motoryzacyjnej na inne sfery życia, przekonuje o ekskluzywności marki, a jednocześnie wyjątkowości i elitarności właścicielki przedmiotu. Sygnowanie produktu logo słynnej marki samochodowej decyduje w ten sposób o jego wartości (zarówno finansowej, jak i budującej kategorię prestiżu). Ważnym elementem decydującym o modzie kobiety jest kolor [Zalewska, 2004: 224], co znajduje swoje potwierdzenie w wielu przytoczonych przykładach.

Część oferowanych produktów ma funkcję użyteczną i praktyczną, przez co ich zadaniem jest ułatwienie prowadzenia samochodu oraz innych czynności z nim związanych. Duża liczba przedmiotów zaspokaja przede wszystkim poczucie estetyki i zindywidualizowania właściciela, spełniając przy tym założenia mody i dobrego stylu. Pojawiają się również takie elementy, które odgrywają rolę wyłącznie klasyfikującą i identyfikującą, mające za zadanie wyróżnić i określić płeć właściciela samochodu. Przykładem w tym ujęciu mogą być *Rzęsy zdobiące reflektory* [M – a, Il. 42], w sposób jednoznaczny będące wyrazem wskazania

kobiecości kierowcy i bycia zauważalnym na drodze. Takie gadżety są jednak w przekonaniu większości uosobieniem snobizmu i wywyższania się, przez co zachowanie to jest przedmiotem krytyki: *Kobiety, choć warto podkreślić, że Amerykanki, wpadają czasem na przedziwne pomysły ozdobienia swoich samochodów. Jednym z nich jest doklejanie rzęs do reflektorów. Proste skojarzenie z bajkami Disneya i autami, które mają wygląd podobny do człowieka nasuwa się samo... Żałujemy, ale to nie jest żart. Czy Amerykanki są aż tak infantylne? Widocznie tak, jeśli za wielką wodą powstała nawet firma, produkująca różnej długości i stylizacji rzęsy (...)* [M – a]. Jak się okazuje, wyrażanie pasji motoryzacyjnej ma swoje granice, których przekroczenie może oznaczać po prostu śmieszność. Jednakże większość reklamowanych gadżetów spotyka się z uznaniem, przychylnością i zainteresowaniem pasjonatek motoryzacji. Świadomość możliwości dwojakiego oddziaływania na odbiorcę mają twórcy konkursu na portalu www.motocaina.pl na najciekawszy gadżet reklamowy: *W tym pędzie po przywiązanie klienta do jakości związanej z konkretną firmą, czasem powstają rzeczy śmieszne, a czasem unikatowe* [M – a].

Warto również wspomnieć o artykule dotyczącym wernisazu fotografii modowo-motoryzacyjnej: *Jak twierdzą organizatorzy, "XXLMotoShoot to wydarzenie dla środowiska fotograficznego jakiego jeszcze w Polsce nie było". 16 marca, w profesjonalnym studiu stanął przygotowany do sesji zdjęciowej samochód, który w błyskach fleszy, otoczony modelkami ubranymi w najnowsze kolekcje młodych polskich projektantów stanowił obiekt twórczej pracy wszystkich uczestników sesji* [M – a]. Samo wydarzenie zakłada wkraczanie tematyki motoryzacyjnej w świat artystyczny i sferę mody.

4.4. Obecność elementów motoryzacyjnych w codziennym życiu

Powtarzającym się i częściowo wspomnianym zagadnieniem jest **przenoszenie sfery motoryzacyjnej na życie codzienne**. Założenie przez twórców portali dla kobiet bycia miłośnikiem motoryzacji, przekonuje o funkcjonowaniu tej pasji w życiu użytkowniczek (nie jest zatem tylko wyrazem aktywności internetowej związanej z odwiedzaniem danego typu stron). W związku z tym portale motoryzacyjne prezentują możliwości „wykorzystywania” omawianej tematyki na co dzień. W tej kategorii (oprócz elementów ubioru i mody) warto wspomnieć o różnych gadżetach inspirowanych motoryzacją, wykorzystywanych w domu. Wśród nich możemy zaobserwować kategorię mebli inspirowanych markami motoryzacyjnymi, np. sofy wyglądające jak Cadillac [il. 43 i 44], samochód Jaguar w charakterze półki na książki [il. 45, M – a] czy kolekcję mebli Bentleya [il. 46]. Inną grupą

gadżetów są elementy wyposażenia związane z artykułami gospodarstwa domowego, np. ekspres do kawy inspirowany modelami silników wyścigowych [il. 47, M – a] lub suszarka do włosów marki Ferrari [il. 48, M – a]. Ciekawym przykładem jest artykuł *Jak upiększyć drzwi garażowe?* [M – a], będący zbiorem pomysłów na oryginalny wjazd do garażu [il. 49, 50 i 51]. Istotny jest tutaj przede wszystkim dobór środków językowych – *upiększyć* jawi się jako czasownik z rezerwuaru wyrazów kobiecych i związany jest z wyłącznie kobiecą aktywnością (np. *zabiegi upiększające, kosmetyki upiększające*).

Popularnym gadżetem nieodłącznym w codziennym życiu jest telefon. Firmy motoryzacyjne zaczęły produkować takie przedmioty sygnowane ich logo, czemu poświęcone są osobne artykuły, np. *Telefon Porsche* [il. 52, A – a] czy *Telefon Lamborghini* [il. 53, M – a]. Posiadanie takiego gadżetu jest wykładnikiem elegancji i bycia w prestiżowym gronie właścicieli, o czym przekonują twórcy artykułów: *Są na świecie gadżety, tak unikalne, tak luksusowe, że tylko garstka ludzi może je posiadać. Nawet nie ze względu na niebotyczną cenę, ale także na limitowaną liczbę sztuk. Taki jest najnowszy telefon sygnowany markami Lamborghini i Tag Heuer* [M – a]. Prócz przywołanych właściwości telefonu, może on spełniać inne funkcje kojarzone z marką samochodu. Można tutaj wspomnieć o produkcie firmy Land Rover, którego dotyczy artykuł pt. *Telefon od Land Rovera – odporny na wszystko* [M – a]. Kontekst producenta samochodów terenowych, przystosowanych do funkcjonowania w trudnych warunkach, wzmacnia przekonanie o wytrzymałości aparatu: *Ciągle obijasz swój telefon komórkowy, zdarzyło Ci się podczas wakacyjnej przygody utopić aparat, a może notorycznie zbijasz szybkę? Teraz producent telefonów wraz z Land Roverem opracowali aparat odporny na Twoje pomysły* [M – a]. Argumentacją tę dopełnia wygląd telefonu [il. 54].

Wielość przedmiotów codziennego użytku inspirowanych motocyklami i samochodami uosabia dążność do wszechstronnej obecności własnych zainteresowań i funkcjonowania pasji motoryzacyjnej w życiu. Uwidacznia także możliwości i nowe pomysły producentów motoryzacyjnych, tworzących coraz bardziej oryginalne gadżety.

4.5. Panna młoda w wersji moto

Istotnym motywem prezentowanym na portalach jest **ślub**, traktowany jako ważny i doniosły moment w życiu kobiety. Przykładem może być tutaj artykuł *inspiracje ślubne dla motocyklistki*, zachęcający do uobecnienia pasji motocyklowej w dniu ślubu: *Nigdzie nie jest powiedziane, że twój ślub i wesele muszą być niewolniczo podporządkowane tradycji. Jeśli*

motocykle są twoją pasją, możesz znaleźć sposób, by dać temu wyraz podczas tego, bądź co bądź, jednego z najważniejszych dni w życiu. [M – a] czy artykuł pt. *Motocyklem do ślubu* [SL – a], wskazujący istotne miejsce opisywanej problematyki w życiu kobiety: *Temat i dylemat iście kobiecy...jak w połączyć piękną, białą suknię z jazdą motocyklem? Bo chyba nie wyobrażacie sobie motocyklistów jadących do ołtarza samochodem?* [SL – a]. Odzwierciedlenie pasji motoryzacyjnej podczas wspomnianej ceremonii to różnorodne dodatki i szczegóły związane z motywem motocyklowym. Mogą to być m.in. obrączki ze wzorem bieżnika opony [il. 55], tort weselny z elementami dotyczącymi pasji [il. 56] czy kieliszki dla pary młodej z motocyklowym nadrukiem [il. 57]. Są to tylko niektóre z wielu możliwości wyboru oryginalnych dekoracji.

Odpowiednikiem na gruncie samochodów są rozważania na temat wyboru auta wiozącego młodą parę, zarówno w formie artykułów, np. *Samochód do ślubu* (w kategorii rankingi) [A – p] czy wątków na forum, np. *Jakim autem do ślubu* [A – f]. Problem wyboru samochodu jawi się jednak jako uniwersalny element przygotowań weselnych i w odróżnieniu od zagadnień motocyklowych, często nie stanowi wątku specjalnego na tle wszystkich młodych par. Ta problematyka wielokrotnie pojawia się na portalach motoryzacyjnych dla kobiet, gdyż dotyczy praktycznie każdej pary. Wagę wyboru pojazdu do ślubu podkreślają autorzy artykułów, np. *Piękny, niebanalny, romantyczny, dostojny, zwracający na siebie uwagę. Taki powinien być... samochód, który zabierze cię w najważniejszą podróż w życiu.* [KA – a]; *Oprócz weselnej sali, sukni i fotografa bardzo ważnym elementem organizacji ślubu jest znalezienie odpowiedniego samochodu, który zawiezie Państwa Młodych pod kościół lub Urząd Stanu Cywilnego, a następnie do restauracji* [KA – a]. Twórcy prezentują także różnorodność wariantów i możliwych wyborów, dostosowanych do gustu i marzeń przyszłych małżonków. Każda z propozycji ma na celu podkreślenie wyjątkowości i rangi wydarzenia. Powszechnym elementem są także tabliczki i magnesy naklejane na samochód w dniu ślubu [il. 58 i 59].

Obecność tematyki ślubnej na portalach dla kobiet jest wyrazem rangi tej uroczystości w życiu kobiety. Prezentowane zagadnienia mogą dotyczyć wyboru samochodu do ślubu, czyli kwestii dotyczącej potencjalnie każdej pary młodej. Wzmocnieniem istoty tematyki motoryzacyjnej w tym wyjątkowym dniu jest uobecnienie pasji, głównie motocyklowej, w postaci dodatków ślubnych z tematycznymi motywami.

4.6. Motomama i jej pociechy – połączenie pasji motoryzacyjnej z macierzyństwem

Tematem silnie związanym z kobietami jest **kwestia wychowywania dzieci**. W badaniach nad stereotypem kobiecym prymarną rolą kobiety jest macierzyństwo [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 19]. Fakt bycia rodzicem nie jest specjalnie zaznaczony na portalach ogólnych, stereotypowo męskich. Przeciwnie stanowią portale dla kobiet, gdzie macierzyństwo jako rola życiowa jest ważnym elementem pasji motoryzacyjnej. Mama, która jest motocyklistką lub miłośniczką samochodów, może znaleźć tam działy motoryzacyjne związane z dziećmi. Większość z analizowanych portali zawiera kategorię odnoszącą się do tych zagadnień, np.: *Dziecko w samochodzie* [A]; *Dziecko* (podkategorie: *W samochodzie* lub *Na jednoślądzie*) [M]; *Maluch w samochodzie* [KA], działy na forum: *Motobrzdąc* [M – f]; *Mama i dziecko* [A]. Jest to zatem istotny składnik zainteresowania motoryzacją, uobecniany przede wszystkim w treściach kierowanych do kobiet, co wydaje się potwierdzeniem naturalnego i uniwersalnego wzorca. Również w książce Sylvy Groszowej znajduje się rozdział pt. *Sprawy dziecięce, ale nie dziecinne*, podejmujący problematykę dzieci w samochodzie i wspomagający różnymi wskazówkami mamy za kierownicą [Groszowa, 1981: 56-63]. Kobięca perspektywa motoryzacji w zakresie rodzicielstwa nie traci swej aktualności, a dzięki rozwojowi motoryzacji i nowinkom technicznym wciąż jest rozwijana i polepszana.

Wymienione działy tematyczne na portalach motoryzacyjnych są zbiorami porad dotyczących prowadzenia pojazdu w czasie ciąży, jazdy z dziećmi, wyboru akcesoriów samochodowych dla dzieci i bycia dobrym zmotoryzowanym rodzicem, np.: *Z brzuszkiem za kółkiem* [KA – po (~a)]; *Jak rozmawiać z dzieckiem, które boi się jeździć samochodem?* [A – a]; *Jak zamontować fotelik dla dziecka?* [M – a]. Dodatkowym elementem są zabawki i akcesoria dla dziecka, związane z motoryzacją, np. *Niemowlaki lubią Kawasaki*, czyli seria śpioszków, talerzyków, smoczków i bucików w klimacie podanej marki [il. 60], *super-męski wózek Skody* (stworzony w celu przełamania przekonania o niemęskości wózków i płynącej z tej opinii niechęci ojców do spacerów) [il. 61 i 62], zmotoryzowane wersje lalki Barbie [il. 63 i 64] czy Ferrari dla malucha [il. 65, M – a]. Jest to swoista reklama produktów, a także próba zaszczepienia w pociechach pasji motoryzacyjnej (właściwie już od urodzenia). Tę marketingową tendencję wyraża m.in. opinia: *Sposobów dotarcia do świadomości ludzi jest wiele; coraz więcej marek decyduje się na przywiązywanie osób do firm już od małego. Tą metodą, dobre, miłe, kolorowe skojarzenia dziecka, mogą się w przyszłości przerodzić w lojalność klienta do określonego brandu* [M – a]. Zakup danego gadżetu okazuje się zatem

nie tylko przejawem pasji rodziców, ale w założeniu miewa dalekosiężne cele w stosunku do dziecka.

Pewne ostrzeżenie stanowią artykuły o dzieciach za kierownicą, opisujące przypadki samodzielnego uruchomienia samochodu przez najmłodszych (w różnych, często dramatycznych, okolicznościach i odmiennych skutkach). Przykłady te są przestrożą, ale w niektórych przypadkach obrazują także niezwykle panowanie nad kierownicą: *Sześciolatka z Pittsburgha samodzielnie uruchomiła należące do matki BMW i przejechała dobrze ponad kilometr. (...) Przygoda sześciolatki zakończyła się w momencie, gdy potrąciła po kolei trzy zaparkowane pojazdy i ostatecznie wjechała na słup. To prawdziwy cud, że nikt (i nikomu innemu) nic się nie stało.* [M – a]; *Epidemia dzieci prowadzących samochody, które należą do ich rodziców (bez ich wiedzy, ale również za przyzwoleniem) wreszcie przyniosła skutki. w Indiach nieodpowiedzialny ojciec wylądował w areszcie za dopuszczenie dziewięciolatka za kierownicę Ferrari* [M – a]. Powyższe przykłady sygnalizują niebezpieczeństwo na drodze, sytuując opisane zjawisko jako temat ważny społecznie.

4.7. Kobiecte plotkowanie

Językowym uzupełnieniem powyższych punktów jest właściwość przypisywana kobietom, czyli **plotkowanie** [Mandal, Gawor, Buczny, 2010: 19]. Jak stwierdza Deborah Tannen: „Chociaż plotka może mieć destrukcyjne skutki, nie dzieje się tak zawsze. Może też ona spełniać zasadniczą funkcję w budowaniu zażyłości – szczególnie jeśli nie jest to »mówienie przeciwko komuś«, lecz po prostu »mówienie o kimś«” [Tannen, 1999: 95]. Takie ujęcie czynności plotkowania traci swój pejoratywny wydźwięk. Można stwierdzić, iż właśnie w takim kontekście słowo to jest używane na portalach motoryzacyjnych. Wymiana myśli i informacji między użytkowniczkami w dużej mierze dotyczy tematyki motoryzacyjnej, a zagadnienia spoza tego obszaru są czynnikiem budowania wspólnoty i wzajemnej asymilacji uczestników interakcji.

Kluczowe w tym ujęciu jest nazewnicze sprecyzowanie tego zjawiska – np. rozszerzenie opisu forum – *Tematy ogólne, rozmowy o wszystkim, plotki i ploteczki* [M – f]. Hasło ma jednak wartość wyłącznie identyfikującą i indeksującą, gdyż rozmowy na forum zasadniczo nie odbiegają od tematów męskich (uwzględniając wielostronne ujęcie motoryzacji). Osobnym i częstym zjawiskiem są artykuły podejmujące tematykę obecności stereotypów na temat kobiet za kierownicą oraz dyskusji z nimi i prób ich przezwyciężania. Należy także wspomnieć o przenoszeniu pasji motoryzacyjnej, szczególnie motocyklowej, do

rzeczywistości pozawirtualnej. Użytkowniczkę aktywnie uprawiającą motocyklizm spotykają się na zlotach i umawiają na wspólne przejażdżki. Spotkania te wzmagają integrację kobiet jeżdżących na motocyklach. Oczywiście wspólna jazda uniemożliwia wzajemną rozmowę, ale warto w tym miejscu wspomnieć o powstaniu *Kawiarni motocyklowej Ducati*. Znajduje się ona w Bangkoku, jednakże na portalu dla kobiet zamieszczono artykuł dotyczący tego przedsięwzięcia, wyrażający zarazem perspektywę istnienia takiego miejsca w Polsce: *Czy nie fajnie byłoby spotkać się w gronie damskim na kawę w otoczeniu pięknych motocykli na małe motoryzacyjne plotki? W Bangkoku Ducati właśnie otworzyło swoją kawiarnię* [M – a]. Użyte wyrażenie – *motoryzacyjne plotki* – wzmacnia kobiecą perspektywę i uwydatnia możliwość miłego spędzenia czasu.

Plotkowanie jako typowo kobieca właściwość pojawia się w kilku przypadkach na portalach motoryzacyjnych dla kobiet. W przytoczonych kontekstach posiada jednakże pozytywne nacechowanie, skojarzone z budowaniem wspólnoty i czynnością opartą na przyjemności.

4.8. Portale dla kobiet – podsumowanie

Powyższe zagadnienia i przykłady stanowią reprezentatywną egzemplifikację tematyki stereotypowo związanej z kobietami. Okazuje się, że pasja motoryzacyjna funkcjonuje w wielu dziedzinach istotnych dla płci żeńskiej. Siła koloru, ogromna ilość przedmiotów związanych z motoryzacją, przejawów mody i stylu czy tematów związanych z dziećmi przekonują o ściśle wyznaczonej płci odbiorcy, skategoryzowanej według stereotypowych przekonań i funkcjonowania w codziennym życiu społecznym. Oczywiście, autorzy i twórcy starają się w niektórych przypadkach przekraczać granice płciowe, proponując rozwiązania dla obu płci, pozostając w dziedzinach życia charakterystycznych dla kobiet (np. męski wózek dla dzieci). Wymienione elementy i zagadnienia zamieszczone na portalach motoryzacyjnych mają na celu przyciągnięcie uwagi użytkownika, rozszerzenie jego pasji i zainteresowań, zyskanie wrażenia dopasowania portalu do profilu i osobowości odbiorcy.

Zogniskowanie różnorodnych elementów motoryzacyjnych na sferze kobiecej jest z jednej strony umotywowane względami marketingowymi i promocyjnymi, których wynikiem jest prześciganie się najsłynniejszych marek w tworzeniu gadżetów nawiązujących do tematyki zainteresowań. Natomiast z drugiej strony wszelkie porady i problematyka istotna dla kobiet mają na celu wykreowanie i ugruntowanie żeńskiego świata motoryzacji, czasem w dużej

mierze różniącego się od męskiego, a czasem „przekładającego” zagadnienia męskie na „język” kobiecy i żeńską perspektywę.

5. Zjawisko anonimowości i weryfikacja płci – wybrane przykłady

*Internet: nieograniczona komunikacja,
nieograniczona izolacja.*

Paul Carvel

Kontekst komunikacji internetowej decyduje o jakości i specyfice kontaktu między użytkownikami. Właściwość **anonimowości** to podstawowa cecha komunikacji zapośredniczonej komputerowo [Mazurek, 2006b]. Funkcjonowanie użytkowników portali internetowych, w tym motoryzacyjnych, w dużej przewadze stanowi potwierdzenie wymienionej właściwości. Oprócz danych osobowych, jednym z istotnych elementów możliwych do ukrycia jest płeć. Należy jednak podkreślić przypadki weryfikacji płci, a nawet osoby internauty. Szczególnie na portalach dla kobiet można zaobserwować rozmaite przykłady realizacji potwierdzenia zamieszczonych danych w rzeczywistości.

Zagadnienie tożsamości, realizowane na portalach motoryzacyjnych, funkcjonuje w podstawowych zakresach. Po pierwsze należy wymienić tożsamość płciową, prezentowaną za pomocą własnego „ja”, statusu użytkownika, nicków i wypowiedzi. Kolejnym poziomem tożsamości jest tożsamość genderowa, skupiona na kulturowych wyznacznikach tożsamości. Sama tematyka motoryzacyjna wyzwała pryzmat genderowej perspektywy, skupionej przede wszystkim na funkcjonowaniu kobiet w sferze samochodowej i motocyklowej. Społeczny poziom ról i aktywności danej płci sytuuje świat motoryzacji jako domenę wyłącznie męską (i tak przedstawianą od jej początków). Wkroczenie kobiet do świata motoryzacji i zrównywanie statusu miłośników motoryzacji z mężczyznami powodują, że możemy obserwować proces przełamywania stereotypów płciowych. Tworzenie portali motoryzacyjnych przez kobiety oraz ich zwiększający się udział w kwestiach związanych z autami i motocyklami, sprawiają, że możemy mówić o tworzeniu nowej kultury – kultury motomaniaczek, motonitek, zmotoryzowanych kobiet, pasjonatek motoryzacji... To właśnie dziedzina zainteresowania i pasji określa kolejny poziom tożsamości, czyli tożsamość kierowcy właściwego dla siebie pojazdu, objawiająca się konkretnymi działaniami (zakup, eksploatacja, naprawy, udział w zawodach itd.), będącymi realizacją własnych zainteresowań.

Nie sposób zapomnieć o tożsamości internauty, która jest kształtowana przez szereg właściwości specyficznych dla komunikacji internetowej.

Zaprzeczeniem zjawiska anonimowości są dane autorów portali (głównie autorek), często wraz ze zdjęciami oraz opisem przygody z motoryzacją i zainteresowaniem tą tematyką. Dzielenie się własną pasją i wizualna prezentacja swojego hobby to powód do dumy, a fachowa i techniczna znajomość branży motoryzacyjnej, prezentowana np. w artykułach, buduje status eksperta oraz stanowi istotny czynnik przełamania stereotypów związanych z kobietami i dominacją mężczyzn w dziedzinie motoryzacji. Portal tworzony przez kobiety w założeniu zyskuje wiarygodność innych kobiet i budzi podziw mężczyzn.

Wiele z zamieszczanych artykułów, testów i wywiadów jest sygnowanych imieniem i nazwiskiem autora. Większa ilość artykułów napisanych przez jedną osobę buduje pewien wizerunek twórcy, związany z jego spektrum zainteresowań, podejmowaną tematyką i wiedzą. Zdominowane przez mężczyzn w świecie motoryzacji kobiety, mają za cel chęć przebicia się przez sztywną ramę społecznych kategoryzacji i udowodnienie własnych umiejętności. Część z portali kobiecych oferuje możliwość aktywnego uczestnictwa w tworzeniu i rozbudowywaniu strony, zapraszając osoby zainteresowane do redagowania tekstów motoryzacyjnych związanych z wiedzą i pasją internatek.

Również użytkownicy portali dla kobiet nie pozostają do końca anonimowe. Część z nich spotyka się w rzeczywistości pozawirtualnej, a także uczestniczy w zlotach motocyklowych (lub samochodowych), rajdach i pucharach. Dzięki temu możemy mówić o częściowej weryfikacji płci internauty, niwelującej jego anonimowość. Świat miłośniczek motoryzacji to w dużej mierze skondensowane środowisko skupione na własnej pasji motoryzacyjnej, to grupa osób wzajemnie sobie życzliwych i chętnie korzystających z możliwości wspólnych przejażdżek.

Należy podkreślić fakt, iż część portali dla kobiet ma również swoje profile na Facebooku, przez co krąg jej fanów się powiększa, np. portal www.motocaina.pl – ilość osób lubiących profil 10 457 osób, portal www.autopolki.pl – 5 525 osób⁹¹. Świadczy to również o tym, że użytkownicy, wpisując się na listę „znajomych”, upubliczniają własne dane osobowe, tracąc niejako anonimowość ze względu na specyfikę i powszechne, szerokie rozpowszechnianie materiałów na temat własnej osoby na portalu społecznościowym. Faktem jest, że w wielu przypadkach funkcjonowanie portali motoryzacyjnych „przenosi” się w obszar Facebooka, co jest umotywowane ilością jego użytkowników i nieodłącznością tego portalu w codziennej

⁹¹ Stan na dzień 10.03.2014.

egzystencji wielu osób. Efektem takich przemian może być słabo rozbudowane forum internetowe na portalach dla kobiet (np. portal www.speedladies.pl – tylko 22 wiadomości zgrupowane w 9 tematów⁹² w dziale forum; portal www.motocaina.pl – 1516 postów i 325 tematów⁹³), gdyż większość osób wypowiada się w komentarzach zamieszczanych na Facebooku, co uskutecznia proces komunikacji i ułatwia dotarcie do masowego odbiorcy. Sfera Internetu w ten sposób także podlega płynnym przekształceniom, uwarunkowanym zmianami społecznymi, kulturowymi i technicznymi. Formy istnienia treści i komunikacji w Internecie nieustannie ewoluują, poddając się procesom unowocześniania oraz dostosowania do obecnej mody i popularności.

Proces weryfikacji płci i utrata anonimowości są bezpośrednio związane z rozszerzaniem działalności portalu internetowego – np. istnienie klubów zrzeszających użytkowniczki portali, funkcjonujących w rzeczywistości pozawirtualnej i decydujących o asymilacji internetek odwiedzających stronę i budujące poczucie wspólnoty. Przykładem może być *Klub Autopolek*, prowadzący swą działalność na portalu www.autopolki.pl lub *Klub Ladies Bemo Motor Club* obecny w serwisie www.motocaina.pl. Jest to przeniesienie relacji i zainteresowań prezentowanych na portalach do świata rzeczywistego, niwelujące kategorię anonimowości i umożliwiające weryfikację płci użytkownika.

Zatem weryfikacja płci, jak również w niektórych przypadkach danych użytkownika, jest możliwa do zaobserwowania na portalach motoryzacyjnych, co zostało zilustrowane powyższymi przykładami. Warto jednakże wspomnieć nie tylko o możliwości pozostania anonimowym, ale również sposobności tzw. wirtualnej zmiany płci (*gender-switching*) [Lipińska, 2008]. Proces ten jest możliwy na gruncie Internetu, jednakże nie można go zweryfikować na podstawie przykładów. Należy jedynie zaznaczyć świadomość jego potencjalnej obecności na portalach motoryzacyjnych oraz wskazać prawdopodobne kierunki i motywacje przekraczania własnej płci.

Pierwszym z nich może być ukrywanie płci żeńskiej na portalach ogólnych, z obawy przed stereotypowym i pobłażliwym traktowaniem kobiet oraz męską hegemonią w kontekście tej tematyki. Daje to możliwość swobodnego wypowiedzenia własnych opinii oraz budowanie statusu znawcy i miłośnika motoryzacji. Drugi możliwy kierunek zmiany płci to przemilczenie płci męskiej na portalach adresowanych do kobiet. Motywacją dla niego może być chęć wejścia w skondensowane środowisko użytkowniczek, uniknięcie pomówień

⁹² Należy jednak podkreślić, że jest to forum powstałe niedawno. Stan na dzień 10.03.2014.

⁹³ Ta ilość nie jest imponująca, z uwagi na kilkuletnie istnienie portalu www.motocaina.pl – od 2009 roku – i porównanie do rozbudowanej kategorii forum na portalach męskich (niektórzy użytkownicy mają kilkanaście tysięcy napisanych wiadomości). Stan na dzień 10.03.2014.

o stereotypowe traktowanie przedstawicielek płci żeńskiej oraz brak wyróżniania się i dostosowanie do profilu odbiorcy. Nadrzędnym pryzmatem takich działań może być potrzeba zweryfikowania sądów o kobietach oraz bycie ciekawym rozmów o motoryzacji z kobietami.

Można stwierdzić, że kategoria anonimowości jest obecna na portalach motoryzacyjnych, co jest oczywistym uwierzytelnieniem właściwości komunikacji internetowej. Warto jednak podkreślić ujawnianie i potwierdzanie swojej tożsamości (w tym kategorii płci) w realnym świecie, co jest dowodem wielowymiarowego funkcjonowania pasji motoryzacyjnej użytkowników portali.

6. Czy płeć jest przeszkodą w komunikacji? Przykłady dostrzegania kategorii płci na portalach motoryzacyjnych

*Mężczyźni i kobiety znają o jeden język więcej,
o którym nie wiedzą – mowę płci przeciwnej.*

Dlatego się porozumiewają.

Aleksander Świętochowski

Kategoria płci w wielu przypadkach komunikacji międzyludzkiej funkcjonuje jako bariera komunikacyjna, zjawisko to dostrzegalne jest np. w sferze prywatnej i zawodowej [por. Tannen, 1999; Buczkowski, 1999; Szpyra-Kozłowska, Karwatowska, 2005]. Istotnym odwołaniem jest w tym miejscu poziom biologiczny i neurologiczny, uwidoczniający tzw. kategorię płci mózgu i wynikające z niej zróżnicowanie języka i sposobów zachowania. Zasadna pozostaje kwestia: **czy również w tematyce motoryzacyjnej, prezentowanej na portalach, kategoria płci jest silnie wyodrębniona we wzajemnej komunikacji użytkowników?** Czy może wspólnota miłośników motoryzacji sytuuje się ponad podziałami płciowymi wynikającymi z uwarunkowań biologicznych? Przytoczenie kilku najbardziej wyrazistych odwołań do kategorii płci zakreśli sposoby jej funkcjonowania na gruncie tematyki związanej z samochodami⁹⁴. Głównym celem jest wskazanie wybranych aspektów językowych interakcji damsko-męskich, podczas których różnica płci jest zauważana, komentowana i stanowi potencjalną przeszkodę w zogniskowaniu uwagi na merytorycznej warstwie przekazu.

⁹⁴ W wyborze zagadnienie to opisuję w swoim artykule [Wilczek, w druku a].

Podstawowym widocznym wskazaniem płci rozmówcy jest **używanie wołacza apelatywnej formy *kobieto (babo)***. Bezpośredni zwrot do odbiorcy płci żeńskiej zazwyczaj wiąże się z negatywnym kontekstem wypowiedzi lub wyrażeniem językowej dezaprobaty motywowanej brakiem orientacji w problematyce motoryzacyjnej, np.: ***Kobieto rusz głową 14letnie Audi od handlarza z przebiegiem 189tys.km?Tam spokojnie będzie z 350tys.km zrobione.*** [FS – f]; *profanacja Mondziaka... **bez takich porowan Kobieto*** 😊 [MP – f]; *No i co z tego? Kreca cie 4 polaczone ze soba kolka a nie blyskawica w nim? **Ojj Kobieto dlakego nie zajedziesz*** [FS – f]. Mocniejszy semantycznie i pragmatycznie jest zwrot *babo*, pojawiający się jednak rzadko w wypowiedziach mężczyzn. Warstwa znaczeniowa leksemu *baba*, zakorzeniona w polszczyźnie ogólnej, w części przykładów z portali zostaje nieznacznie zneutralizowana, zachowując jednakże pejoratywne nacechowanie: *witaj babo :mrgreen: na autkach może się nie znasz ale opcję szukaj chyba potrafisz obsługiwać?* [FS – f]. Powyższe przykłady odnoszą się do niekompetencji kobiet, jeśli chodzi o tematykę samochodową i uwidoczniają przewagę mężczyzn w zakresie profesjonalizmu. Sposób wypowiedzi mężczyzn w komunikatach adresowanych do kobiet (szczególnie tych nie znających się na motoryzacji) ulega diametralnej metamorfozie, najczęściej eksponując ironię oraz język pełen zdrobnień, będących wykładnikiem ironii. Z jednej strony takie zachowanie buduje obraz wyższości mężczyzn za kierownicą i pretenduje do uzyskania przez nich statusu eksperta w zakresie tematyki motoryzacyjnej, natomiast z drugiej – jest to przykład językowej ekspresji deprecjacji i dyskryminacji kobiet w typowo męskiej branży.

Kolejnym ważnym przejawem różnicy płciowej jest **przyznawanie się kobiet do braku wiedzy samochodowej i nieznamości kwestii technicznych**. Liczne przykłady tego zjawiska obecne na portalach motoryzacyjnych są dowodem utrwalania i powielania stereotypów na temat kobiet kierowców i ich braku znajomości problematyki dotyczącej samochodów. Takie wypowiedzi są niezaprzeczalnym czynnikiem stereotypowego postrzegania kobiet, wzmacniającym różnice płciowe w obszarze tematycznym motoryzacji. Egzemplifikacją mogą być następujące wypowiedzi: *Jeszcze gdybym wiedziała gdzie jest amortyzator to byłoby miło* 😊 *Trudno jest to wytłumaczyć ; jak jest koło nad kołem . Nie wiem czy wiesz o co mi chodzi, ale **nie znam się zupełnie na samochodach, typowa kobieta.*** [FS – f]; (...) *te poszukiwania mi coś marnie wychodzą dodam że **jestem kobietą**(piszę pod nickiem męża bo on jest zarejestrowany)więc proszę o w miarę jasne wypowiedzi.*[MP]; ***jestem kobieta i sie nie znam,prosze o pomoc!*** [MP – f]. Ukazywanie własnej niewiedzy warunkowanej płcią bywa przyczyną traktowania kobiet przez mężczyzn z ironią

i przymrużeniem oka, o czym świadczy np. riposta mężczyzny na informację kobiety o porysowanym błotniku: *No i jeszcze zapomniałaś dodać, że twoimi pazurkami!* 😏 [FS – f]. Stopień nasycenia ironią wypowiedzi mężczyzn bywa zróżnicowany, w zależności od kontekstu wypowiedzi, charakteru interakcji oraz indywidualnych przekonań i stereotypów na temat kobiet kierowców.

Kobiece pytania i prośby o pomoc nie zawsze jednak są przedmiotem ironii i pobłażliwego traktowania. Obecność i pytania kobiet na forum wzmagają troskę mężczyzn wobec nich, próby wytłumaczenia i doradzenia, a także podtrzymania statusu mężczyzny jako eksperta w branży motoryzacyjnej. Fakt ten bywa zauważany przez użytkowników, będąc niejako powodem oburzenia: *Masakra. Z tego co zauważyłem to najwięcej odpowiedzi bo aż po 50 nawet mają posty zamieszczone przez dziewczyny. Chyba zaraz założę drugie konto o nazwie słodka Basia albo Cycata Gosia. Wtedy na pewno będzie cały sztab pomocników i ekspertów* 😏 [FS – f]. Ta wypowiedź powieliła stereotyp kobiety jako laika motoryzacyjnego, a jednocześnie nakreśliła relacje damsko-męskie, nierzadko seksistowskie, przeniesione z życia w sferę Internetu.

Nie sposób pominąć istotnego aspektu komunikacji między kobietami i mężczyznami, jaką jest **upomnienie się o właściwą kategorię płci**, następujące po pomyłce rozmówcy w zwrocie do adresata. Proces ten dostrzegalny jest wyłącznie u kobiet, co jest umotywowane w większym stopniu męskim sprofilowaniem komunikacji i zdecydowaną liczebną przewagą użytkowników nad użytkowniczkami. Dominującym zjawiskiem jest zwracanie się do drugiej osoby jak do mężczyzny, ale kobiety zauważają niedostosowanie formy przekazu do ich płci: *dzięki za pomoc a tak przy okazji to jestem kobietą, nie facetem* 😊 [FS – f]; *Z mojej poprzedniej wypowiedzi wynika, że jestem kobietą ("Jeśli nie jest bezpośredni to proponowAŁABYM instalacje:")* [FS – f]. Czasami wytknięcie błędu wiąże się z eksponowaniem własnej wiedzy i umiejętności, np. *Nie jeździles a jeździlas!! Mam na imie Kamila. Nie tylko jeździłam taka fura, ale nawet zrobiłam praktykę roczna w AMG w Merzig, o ile wiesz co to jest AMG...Nie chciałam nikogo obrazić, po prostu merce mi sie nie podobają i tyle! Może i jest klasa, ale nie jakies przerdzewiale okularniki....* [FS – f]. Najczęstszą reakcją mężczyzn jest przeproszenie i wyjaśnienie powodu pomyłki: *Skadł mogłem wiedziec czy kobieta czy mezczyzna* 😏 *ok sorki ity mnie w tym momencie nie obrażaj bo akurat fan mercedesa wie co to amg.* [FS – f]; *DarGaz wybacz za pomylenie płci - niestety w powyższej treści ona nie wynika a NICK bardziej kojarzy się z facetem.* [FS – f]; *o przepraszam bardzo :] * *Mało kobiet tutaj na forum i z przyzwyczajenia. Tym bardziej*

jeszcze raz jak najmocniej przepraszam :] [FS – f]. Brak zorientowania ze strony mężczyzn, że jakiś użytkownik jest kobietą świadczy o płynności budowania treści i hipertekstu przez internautów, funkcjonujących niejako automatycznie i utrwalających stereotyp męskiego świata motoryzacji.

Na portalach motoryzacyjnych można zaobserwować wiele dyskusji, podczas których istnieje **pozytywna**, czyli przebiegająca bez barier i zakłóceń, **komunikacja między kobietami i mężczyznami**, a kwestie związane z płcią nie są w takich wypowiedziach uwidocznione. Udana komunikacja między płciami jest warunkowana w dużej mierze profesjonalizmem kobiet i znajomością branży motoryzacyjnej, dzięki czemu również użytkowniczkami portali mogą uzyskiwać status eksperta i znawcy. Ze względu na pokaźną liczbę takich przykładów oraz ich rozbudowanie, reprezentatywnym przedstawicielem tego zjawiska może być następująca sytuacja: (pytanie mężczyzny) *Witam. Mam pytanie, chcę wymienić u siebie w lagunie 2000 r 1.9 dti rozrząd, tarcze, klocki hamulcowe, bębny i szczęki. proszę mi poradzić jakiej firmy najlepiej kupić i żeby nie były zbyt drogie.* (odpowiedź kobiety) *Wchodzisz na allegro, wpisujesz limit cenowy i masz 🤖 Po co Ci konkretna firma? To są rzeczy tak podobne do siebie technicznie, że firma raczej tu za wiele nie robi w tańszych modelach* [FS – f]. W tym i większości innych przypadków następuje skupienie uwagi interlokutorów na merytorycznej treści komunikatu, przez co wypowiedzi kobiet nie są w żaden sposób podważane przez męskich fachowców. Częste przeplatanie się bez żadnych zakłóceń wypowiedzi kobiet i mężczyzn świadczy o niewidzialności kategorii kobiecości i równym statusie przedstawicieli obu płci. Należy jednak pamiętać, że na fortunność aktu komunikacji wpływa wiele czynników, niezależnych od uwarunkowań płciowych użytkowników, np. używany język, poziom wiedzy i znajomości tematyki rozmowy, okazywane emocje, kompetencje komunikacyjne nadawcy i odbiorcy. Kontekst komunikacji internetowej dodatkowo powiększa ich liczbę. Zapośredniczenie kontaktu między ludźmi, cecha anonimowości oraz możliwość kreacji dowolnej tożsamości internauty mogą decydować o wzajemnym postrzeganiu i jakości interakcji między użytkownikami.

Można stwierdzić, że właściwości językowe kobiet i mężczyzn nie stanowią przeszkody samej w sobie w ich komunikacji. Wszelkie trudności komunikacyjne na portalach motoryzacyjnych skupione są przede wszystkim na przedmiocie zainteresowania użytkowników, czyli tematyce motoryzacyjnej. Brak zrozumienia między nadawcą i odbiorcą, zróżnicowanie poglądów i opinii, bazowanie na własnych doświadczeniach, kompetencja komunikacyjna oraz fachowość i wiedza techniczna wpływają na jakość

kontaktu między użytkownikami. Kwestie związane z samochodami stają się nadrzędną problematyką na portalach (szczególnie forach motoryzacyjnych).

Wszystkie wymienione przykłady uwypuklania kategorii płci i trudności komunikacyjnych z nią związanych jednoznacznie wskazują na kategorię żeńską jako nacechowaną. Bariera płci skupiona jest na niższym statusie kobiety jako kierowcy, przez co wypowiedzi kobiet bywają niezauważane na tle dyskusji mężczyzn lub bywają wyróżniane (przez ujawnianie braku wiedzy u kobiet oraz ironię i stereotypowe nastawienie mężczyzn). Powyższe przejawy podkreślania kategorii płci są najbardziej widoczne, ale nie dominujące na tle całej komunikacji w obrębie portali motoryzacyjnych.

7. Typowe językowe wykładniki wypowiedzi

Podsumowując wszystkie dotychczasowe rozważania, należy uwzględnić i uwypuklić także poziom językowy omawianych zjawisk i przytoczonych egzemplifikacji. Istotnym elementem budowania wizerunku użytkowników portali motoryzacyjnych i ich wypowiedzi sprofilowanych płciowo jest odpowiedź na pytania: **Jakimi środkami językowymi wyrażona została powyższa problematyka (język kobiet i mężczyzn, teoria stereotypu, specyfika portali dla kobiet, komunikacyjne bariery płciowe)? W jaki sposób podejmowane kwestie są werbalizowane?** Produktywność i powtarzalność wybranych środków językowych kształtuje sposób wypowiedzi uczestników interakcji, decydując jednocześnie o powszechności, a zarazem użyteczności wybranych zabiegów językowych na gruncie tematyki motoryzacyjnej.

Wachlarz środków językowych uobecnianych na portalach internetowych dotyczących motoryzacji, jest bardzo szeroki, ze względu na znaczną objętość portali motoryzacyjnych, ich różnorodność, dużą liczbę użytkowników i ilość zamieszczanych przez nich wypowiedzi. Dodatkowo, dobór repertuaru językowego jest indywidualną właściwością każdego użytkownika (zarówno anonimowego, jak i spersonalizowanych twórców stron). W obliczu tych wszystkich czynników zasadne będzie wskazanie kilku najczęściej występujących i najbardziej wyrazistych środków językowego wyrażania. Część z nich została zawarta w części drugiej tegoż rozdziału, traktującej o właściwościach językowych każdej z płci.

Zauważalnym zabiegiem językowym, przewijającym się przez wszystkie zagadnienia podejmowane w niniejszym rozdziale, jest **wartościowanie**. Ze względu na przedmiot aksjologizacji, może ona być nacechowana pozytywnie lub negatywnie [zob. np. Puzynina, 1992; Karwatowska, Siwiec, red., 2012]. Zdecydowane pejoratywne wartościowanie dotyczy

wizerunku kobiety za kierownicą. Kobieta kierowca jest waloryzowana negatywnie za pomocą leksyki – np. szeroko rozpowszechnione określenie *baba*; porównania (zawarte w dowcipach i utartych powiedzeniach); opis zachowań na drodze i sposobu jazdy; funkcjonujące stereotypy płciowe, metafory i porównania, apelatywne wykrzyknienia.

Sferą pozytywnej waloryzacji są pojazdy użytkowników oraz różnorodne sposoby wyrażania własnego zainteresowania samochodami lub motocyklami. Werbalizacja pasji motoryzacyjnej, wyrażona jest najczęściej przez **sferę leksyki**, związaną ze znajomością terminologii z tej dziedziny. Ta problematyka jest bardziej widoczna i dokładniej zanalizowana w części pracy dotyczącej socjolektów motoryzacyjnych [rozdział IV].

Tematyka motoryzacyjna jest w dużej mierze werbalizowana za pomocą **słownictwa potocznego i kolokwialnego**. Nasylenie wypowiedzi leksyką potoczną ma dualną motywację. Z jednej strony jest efektem charakteru medium i sposobu wzajemnych interakcji użytkowników, które wyzwalają bezpośredniość kontaktu między uczestnikami dyskusji, zrównoważenie statusu nadawcy i odbiorcy, wspólnotowość wszystkich interlokutorów oraz mówioność i nieoficjalność języka Internetu. Wymienione cechy dominują u zalogowanych internautów i wskazują na dominację funkcji komunikatywnej. Z drugiej strony właściwości te uosabiają również twórcy portali, autorzy felietonów i artykułów, którzy często przekraczają formalne granice norm tekstów użytkowych. Celowość takiego zabiegu polega przede wszystkim na zbliżeniu do odbiorcy, „złamaniu” granicy oficjalności i stworzeniu poczucia bliskiego kontaktu z użytkownikiem. Wymienione procesy ze strony twórców portali objawiają się głównie w:

1. **bezpośrednich zwrotach do adresata**, np.: *Wszystko, co powinnaś wiedzieć o prawie jazdy* [A – po (~a)]; *Konie mechaniczne, kilowaty, mile, moment obrotowy... czy wiesz co to znaczy?* [A – f]; *Chcesz testować samochody i mieć darmowe przeglądy?* [M – a]; *Kupujesz używany samochód? Przygotuj się na wydatki* [AC – a];
2. **eksklamacjach**, np.: *Polacy, ręce na kierownicę!* [A – p (~a)]; *Baba za kółkiem to mit!* [A – fe]; *Kable rozruchowe - tylko awaryjnie!* [AC – a];
3. **formalnym zawężaniu grona odbiorców**, np.: *Kobieto, ubierz się prawidłowo na motocykl* [M – f]; *Mercedes ML 350 CDI - auto idealne dla kobiety!* [A – t (~a)]; *Rolls-Royce Wraith - Gran Turismo dla gentlemana* [AC – a];
4. **pytaniach do odbiorcy**, np.: *Jak uczyć dzieci bezpieczeństwa na drodze?* [A – a]; *Jak rozmawiać z dzieckiem, które boi się jeździć samochodem?* [A – a]; *Konie mechaniczne, kilowaty, mile, moment obrotowy... czy wiesz co to znaczy?* [A – a];

5. **zachęcaniu do aktywności przez zastosowanie form imperatywnych**, np.: *Odśwież wnętrze samochodu na wiosnę* [A – p (~a)]; *Polacy, ręce na kierownicę!* [A – p(~a)]; *Poczuj zapach kwiatów w aucie* [M – a]; *Sprawdź, w jakim stanie są Twoje opony* [AC – a];
6. **używaniu pierwszej osoby liczby pojedynczej lub mnogiej (unifikacja z odbiorcą)**, np.: *Na co zwracamy uwagę przy doborze opon* [MP – a]; *Te wartości będą nam potrzebne, kiedy silnik będzie się przegrzewał.* [A – f]; *Miałam stłuczkę. I co dalej?* [KA – a].
7. **apelach podkreślających perswazyjność wypowiedzi**, np.: *26 kwietnia Motoserce 2014 - przyjdź i wesprzyj akcję!* [M – a]; *Nie masz zimówek? Jedź tramwajem!* [M – f]; *Na majówkę do sąsiada? Ale tylko na trzeźwo!* [AC – a]; *Pasażerowie! Nie denerwujcie kierowcy.* [M – f]; *Uwaga, palenie gumy szkodzi!* [M – a].

Wiele przykładów wykorzystuje różnorodne konfiguracje wymienionych kategorii, co jest próbą jak najlepszego dotarcia do odbiorcy, np. wiele z bezpośrednich zwrotów do odbiorców to pytania, wykrzykniki i wypowiedzi perswazyjne.

Opis własnej pasji motoryzacyjnej i prezentacją własnych przekonań, opinii związany jest także często z:

1. używaniem dużej liczby **przymiotników, rzeczowników i czasowników**, dookreślających najczęściej własny pojazd, np. *ukochany, wyjątkowy, najwspanialszy, niesamowity, skarb, cudo, uwielbiać, kochać*;
2. nasycenie wypowiedzi **słownictwem technicznym, branżowym**, będącym wyrazem profesjonalizmu, np. elementy pojazdu, parametry techniczne itd.;
3. stosowaniem **zdrobnień i spieszceń**, sygnalizujących emocjonalność i ekspresywność języka, np.: *autko, auteczko, silniczek, wózeczek*;
4. **metaforyzacją wypowiedzi**, pełniącą często funkcję perswazyjną i reklamową – por. animizacja i antropomorfizacja pojazdów [IV – 6];
5. występującymi zabiegami **semantyczno-leksykalnymi** (w sferze socjolektów) [por. rozdział IV];
6. **stereotypowymi porównaniami**, zaczerpniętymi z języka potocznego i z utartych sądów, np. stereotypowy wizerunek kobiety za kierownicą;
7. **onomatopejami** (na poziomie fonetycznym), będącymi werbalizacją dźwięków naśladujących samochód, np. *brum brum, kle kle, wrr, buu*.

Można stwierdzić, że pod względem językowym na portalach motoryzacyjnych obserwowalny jest różnorodny repertuar środków językowych. Wszystkie sposoby wyrażania pełnią funkcję komunikacyjną, często identyfikując członków wspólnoty osób zainteresowanych motoryzacją. Nasycenie wypowiedzi konkretnymi środkami językowymi (np. zdrobnieniami czy metaforami) jest odzwierciedleniem głównych kategorii tematyki motoryzacyjnej, funkcjonujących stereotypów i bogatej sfery leksyki.

8. Wnioski

Zagadnienie języka płci jest zjawiskiem dynamicznym w polskiej myśli językoznawczej, kulturoznawczej, socjologicznej i innych. Portale motoryzacyjne jako pole badawcze języka kobiet i języka mężczyzn stanowią potencjalny obszar potwierdzenia odmienności płciowej w jego obszarze, będącej przejawem androcentryzmu językowego, a także obecności i prób przekraczania stereotypowych poglądów na temat kobiet i mężczyzn w zakresie kultury, życia społecznego i zainteresowań – szczególnie pejoratywnie obrazujących płć żeńską. Kontekst rzeczywistości internetowej, możliwość anonimowości i zmiany płci wpływają na sposób postrzegania aktywności użytkowników portali. Powyższe przykłady dotyczące cech językowych i stereotypów skłaniają do przekonania o tworzeniu się i budowaniu jednorodnego języka motoryzacji, skupionego wokół przedmiotu zainteresowania, a nie płci osoby wypowiadającej się.

Wiele cech językowych w kontekście tematyki motoryzacyjnej występuje ponad podziałami płciowymi, co zostało poświadczane przykładami występowania danej właściwości u płci przeciwnej, a więc stanowi przekroczenie rozróżnień językowych w zakresie lingwistyki płci. Specyfika komunikacji miłośników motoryzacji w dużej mierze zakłada zaangażowanie i zamiłowanie użytkownika dotyczące tematyki samochodowej i/lub motocyklowej. Skupienie na wąskiej dziedzinie zainteresowania potwierdzone jest przede wszystkim emocjonalnym i ekspresywnym stosunkiem do pojazdów (własnych lub innych). Drugą podstawową kwestią jest fachowość i znajomość techniczna zagadnień z kręgu motoryzacyjnego, co jest szeroko prezentowane w wypowiedziach użytkowników portali. Celem nadrzędnym staje się tutaj dążenie do uzyskania statusu eksperta i znawcy, przedstawienie własnej wiedzy oraz zainteresowań, a w wielu przypadkach chęć udzielenia porad i wskazówek innym użytkownikom, niemotywowana ukazaniem przewagi wiedzy, ale próbą pomocy. Specyfika komunikacji internetowej nakłada na użytkowników naddane właściwości, które skoncentrowane są przede wszystkim na dowolnej aktywności

internautów, możliwości kreacji własnej tożsamości i wirtualnej zmiany płci. Cecha anonimowości i zapośredniczenia procesu komunikacji jest istotnym czynnikiem jakości i treści kontaktu między użytkownikami.

Podsumowując niniejsze rozważania, można stwierdzić, że zagadnienie płci jest wielowymiarowo obecne na portalach motoryzacyjnych. Mocnym sprofilowaniem tematycznym wszystkich przykładów jest kwestia stereotypu, związana nie tylko z negatywnym i wciąż żywo dyskutowanym wizerunkiem kobiety za kierownicą, ale także wszelkimi stereotypowymi podziałami płciowymi. Portale motoryzacyjne dla kobiet są w dużej mierze wyrazem kulturowego postrzegania płci żeńskiej, gdyż zawierają różnorodne wizualne i werbalne elementy wyróżniające kobiety (kolorystyka, kwestie macierzyństwa, mody, przełożenie pasji na codzienne życie itd.). Walka ze stereotypem kobiety kierowcy jest ważnym założeniem ideologicznym portali kobiecych, jednakże trzeba podkreślić, że zarówno portale kobiece, jak i portale ogólne są wielokrotnym potwierdzeniem stereotypowych przekonań i opinii na ten temat. Motoryzacyjna aktywność wielu pań (zwłaszcza w sferze motocyklowej) skłania do przekonania o przewyżnianiu przypisanego wzorca przez coraz większą liczbę przedstawicielek płci żeńskiej. Równocześnie, niezakłócone interakcje na forach internetowych między kobietami i mężczyznami decydują o możliwości unifikacji płci w domenie motoryzacji. Sposób postrzegania kobiet w dużej mierze jest zależny od indywidualnych doświadczeń i nastawienia użytkownika, przez co jakakolwiek generalizacja wydaje się utrudniona, a zasadne jest jedynie wskazanie najbardziej charakterystycznych zaobserwowanych tendencji. Należy podkreślić, że płęć w obrębie portali motoryzacyjnych zyskuje specyficzny wymiar, zróżnicowany i wieloaspektowy, a wszelkie zagadnienia związane z kwestiami motoryzacyjnymi dotyczącymi kobiet zapewne będą jeszcze przedmiotem wielu dyskusji. Zaobserwowane zjawiska pozwalają jednak sądzić, że w wyniku następujących przemian społecznych (obecnych i przyszłych) unifikacja płci na gruncie tematyki samochodowej i motocyklowej jest możliwa i prawdopodobna.

IV. CHARAKTERYSTYKA LEKSYKI DOTYCZĄCEJ SOCJOLEKTU MOTORYZACYJNEGO NA PODSTAWIE PORTALI INTERNETOWYCH

Nadrzędnym celem tego rozdziału jest **wyodrębnienie najważniejszych kręgów tematycznych socjolektu motoryzacyjnego**, obecnego na portalach internetowych dotyczących tej tematyki. Wskazanie głównych obszarów tematycznych ustanowi wykładnik charakterystyki leksyki socjolektalnej dotyczącej motoryzacji⁹⁵, jej ogólnych właściwości, a także popularności określonych leksemów. Zasadne będzie wzbogacenie opisu leksykalnego informacjami gramatycznymi, ukazującymi związki międzywyrazowe czy produktywność formantów i kategorii słotwórczych.

Problematyka leksyki motoryzacyjnej w dużym stopniu wiąże się z zagadnieniami opisanymi w rozdziale empirycznym dotyczącym lingwistyki płci [rozdział III]. Wiele cech i właściwości językowych funkcjonuje właśnie jako wykładniki leksyki socjolektalnej (np. deminutywność i ekspresywność języka). Zamierzeniem badawczym w niniejszym rozdziale nie jest jednak różnicowanie płciowe użytkowników socjolektu. Słownictwo to zostało potraktowane jako charakterystyczna właściwość użytkowników odwiedzających portale motoryzacyjne, prezentująca ich kompetencję językową, przynależność do grupy osób hobbystycznie związanych z motoryzacją, a zarazem poziom znajomości przedstawianej dziedziny.

Leksyka motoryzacyjna została określona mianem socjolektu, a użytkownicy portali motoryzacyjnych utożsamieni z grupą społeczną. Z powodów stylistycznych oraz w celu uniknięcia nadmiernej redundancji wymiennymi określeniami dla socjolektu będą: *słownictwo*, *język*, *leksyka*. Z racji częstego występowania w pracach naukowych terminu *slang motoryzacyjny*, jego użycie także można uznać za uzasadnione. Nie można pominąć świadomości dotyczącej formalnych wyznaczników różnorodnych sposobów określania języka scharakteryzowanego jako właściwego dla danej grupy i niejednorodności terminologicznej.

Odwiedzanie opisywanych portali internetowych ma w dużym stopniu wymiar hobbystyczny, jednakże nie każdy użytkownik pasjonuje się samochodami czy motocyklami. Niemniej wielu spośród nich tworzy wspólnotę, skupioną na przedmiocie zainteresowania, asymilującym ich jako grupę komunikacyjną. Motoryzacja traktowana jest przez nich jako swoiste hobby i pasja, o czym świadczą nie tylko rozbudowane dyskusje, rozległa wiedza

⁹⁵ Z uwagi na socjolingwistyczny charakter analizy: formalną i semantyczną przeprowadzam wspólnie.

techniczna i szczegółowe wyjaśnienia w poradach udzielanych innym, ale także emocjonalny stosunek do tej tematyki, eksplicytnie wyrażany i podkreślany w wielu wypowiedziach.

Zaprezentowana poniżej leksyka motoryzacyjna jest zbiorem elementów wyróżniających język miłośników motoryzacji na tle języka ogólnego⁹⁶. Wiele przytoczonych leksemów nie funkcjonuje wyłącznie na portalach motoryzacyjnych, ale jest odzwierciedleniem ich używania na gruncie motoryzacji w rzeczywistości pozawirtualnej, dowodząc tym samym w wielu przypadkach jednorodności socjolektu motoryzacyjnego bez względu na kontekst komunikacyjny.

1. Przedmiot i charakter badań

Użytkowników portali motoryzacyjnych traktuję jako grupę społeczną, posiadającą wspólne zainteresowania i tworzącą wspólnotę komunikacyjną, warunkowaną pasją i zainteresowaniem motoryzacją. Miłośnicy motoryzacji posługują się określeniami i zwrotami dla nich właściwymi, decydującymi o przynależności do grupy i jej specyfice. Ma to wpływ na strategie komunikacyjne jej członków, wzbogacając jednocześnie sferę językową, dotyczącą języka motoryzacyjnego. Słownictwo właściwe dla użytkowników portali motoryzacyjnych traktuję jako element **socjolektu**, wyróżniającego i określającego grupę jego użytkowników. Warto jednak zaznaczyć, iż „W słownictwie odmian tworzonych przez »hobbystów« dominują elementy o funkcji komunikatywnej, przy czym określenia te, na początku nacechowane emocjonalnie, stają się później neutralnymi znakami pojęć” [Pędzich, 2012: 77]. Wydaje się, iż w kwestii słownictwa motoryzacyjnego znajduje to swoje potwierdzenie – nie można zaprzeczyć ekspresywności języka miłośników motoryzacji (co jest uwidocznione w wielu prezentowanych leksemach), lecz dużo terminów używanych jest ze względu na wzajemną komunikację członków tej grupy społecznej, a ich ekspresywność (poprzez ilość użyc) zostaje niejako zatarta.

Moim celem jest wskazanie najbardziej charakterystycznych i powszechnych elementów socjolektu, w moim przekonaniu identyfikujących grupę użytkowników portali tematycznych związanych z motoryzacją. Skupienie na kręgach tematycznych dotyczących motoryzacji pozwoli zaobserwować najbardziej rozbudowane i widoczne subpola leksyki motoryzacyjnej. Wzbogacenie o kontekst gramatyczny uwidoczni najpowszechniejsze dla użytkowników portali motoryzacyjnych środki językowe (m.in. produktywność formantów i przedrostków,

⁹⁶ Kilka kwestii sygnalizujących problematykę rozdziału IV przedstawiam w swoim artykule [Wilczek, 2014b].

neologizmy znaczeniowe, uniwerbizmy, deminutywność i augmentatywność, ekspresywność, wieloznaczność).

Materiał wyekscerpowany z tekstów zawartych na portalach motoryzacyjnych, to przede wszystkim leksyka z wypowiedzi zamieszczanych przez użytkowników, ale również słownictwo używane przez twórców portali. Istotne w tej kwestii jest oznaczenie źródła pochodzącego materiału. Pierwsza grupa określeń jest zdecydowanie bardziej rozbudowana, z tego względu większość zanalizowanego materiału pochodzi z forów internetowych. Taki gatunek internetowy jest dowodem znaczącej wagi wzajemnej komunikacji użytkowników, a ze względu na rozbudowanie tematyczne – stanowi ogromną bazę słownictwa socjolektalnego.

Różnorodność użytkowników obecnych na portalach motoryzacyjnych sprawia, że występujące leksemy mogą pochodzić z języka potocznego, slangu młodzieżowego itd. Warto mieć także na uwadze wpływ wielu czynników na istniejące słownictwo (wiek, miejsce zamieszkania, środowisko społeczne, grupa zawodowa). Należy także podkreślić fakt, że dla wielu wyrazów kontekst portalu motoryzacyjnego nie jest jedyny i specyficzny. Wiele z nich to stałe i wieloaspektowe elementy języka motoryzacyjnego. Część wyrazów funkcjonuje w języku ogólnym, pochodzi z innych dziedzin lub należy do potocznej warstwy słownictwa. Ważna jest także świadomość wieloznaczności wielu określeń, w zależności od użytego kontekstu. Język motoryzacji czerpie z innych warstw leksyki, lecz sam może także stawać się inspiracją, rozszerzając zasięg słownictwa *stricte* motoryzacyjnego. O różnych kierunkach przemian leksykalnych mogą świadczyć słownikowe definicje wielu leksemów, na portalach pokrywające się z ich semantyką lub poddane przemianom znaczeniowym. Ciekawym kontekstem są inne prace z zakresu języka motoryzacji, a także socjolekty wybranych grup społecznych (paralotniarze, marynarze). Wielorakość ścieżek motywacyjnych i sposobów pozyskiwania słownictwa jest przejawem dynamiki i żywotności języka.

Kryterium podziału stanowiło wyekscerpowanie pól semantycznych, które są istotne z punktu widzenia dziedziny motoryzacji i tematyki poruszanej przez użytkowników portali. Taki sposób analizy pozwoli wskazać najbardziej rozbudowane kręgi tematyczne – szczególnie charakterystyczne i produktywnie językowo, a także uzmysłowi różnorodność procesów i źródeł prezentowanego słownictwa. Badanie sfery leksyki dostarczy ogólnego obrazu kategorii tematycznych dotyczących samochodów i motocykli oraz wielopłaszczyznowej eksploatacji wielu leksemów.

Analiza słownictwa portali motoryzacyjnych wskazuje i zakreśla najbardziej produktywnie nazewnictwo zakresy tematyczne związane z leksyką, m.in. określenia właścicieli pojazdów,

nazwy pojazdów, derywaty oparte na marce lub modelu pojazdu, przymiotniki, rzeczowniki oraz wyrażenia wartościujące samochody, a także całe środowisko motoryzacyjne, elementy samochodów i motocykli, nazwy związane z użytkowaniem pojazdu i „rzeczywistością” drogową. Przedmiotem mojej analizy będą wybrane elementy socjolektu, świadczące o unifikacji grupy i tworzeniu przez nią wspólnoty, a także podkreślające pasję i zainteresowanie motoryzacją, wskazując tym samym nacechowanie hobbystyczne użytkowników portalu.

Kontekstem wyodrębnionej leksyki będzie również jej sposób ujęcia w słownikach (słownictwo ogólne, potoczne i młodzieżowe) oraz prace dotyczące socjolektu innych grup społecznych, np. socjolekt paralotniarzy [Pędzich, 2012], gwara marynarzy [Kołodziejek, 1994], w przypadku których dany leksem występuje w innej funkcji znaczeniowej. Niniejsza praca nie ma jednak na celu analizy porównawczej, przywołanie innego kontekstu występowania niektórych wyrazów, jest jedynie ilustracją bogactwa obrazu języka motoryzacji. Taką samą funkcję pełnią odwołania do wcześniejszych prac z zakresu motoryzacji [Starzec, 1984; Żydek-Bednarczuk, 1987], świadczące o ciągłości funkcjonowania leksyki lub zmianach znaczeniowych, a także korelacji słownictwa profesjonalnego i środowiskowego.

Należy dodatkowo podkreślić dychotomiczność funkcjonowania wielu określeń. Pierwszą grupę stanowią leksemy powszechne wśród wielu użytkowników portali, charakteryzowane jako właściwy socjolekt i wyznacznik przynależności do grupy hobbystów związanych z motoryzacją. Drugim zbiorem są leksemy będące jednostkowymi nominacjami (nie są one przedmiotem właściwej analizy, ale w niektórych kontekstach zostały wskazane jako przykładowe), mające szansę na uzyskanie statusu słownictwa socjolektalnego w przyszłości. Takie elementy leksyki są wyrazem kreatywności i inwencji twórczej użytkowników portali, a także sygnałem nieustannego powiększania się zasobu słownego związanego z opisywaną dziedziną. Na tle upowszechnionej leksyki motoryzacyjnej wskazują kierunki rozwoju nominacyjnego i dalszego możliwego rozbudowywania warstwy słownej.

2. Podstawowe i wszechobecne określenie – *moto*

*Zamiast krwi benzyna,
zamiast serca turbina.*

(anonimowe)

Nie sposób pominąć uniwersalnego określenia używanego przez miłośników motoryzacji, jakim jest wyraz (funkcjonujący także jako prefiksoid) *moto*. Może to być skrót pochodzący od słowa *motoryzacja/motoryzacyjny* lub *motor/motorowy*. Dwoistość tę zauważa Krystyna Waszakowa, lokalizując powyższy element wśród struktur z powtarzalnym pierwszym członem obcym o postaci skróconej [Waszakowa, 2005: 77]. Częstka stanowi swoiste odesłanie do kategorii tematycznej związanej z motoryzacją, indeksując w ten sposób nazwy portali, nagłówki, tytuły artykułów i wiele innych. Zauważalna bywa dwupłaszczyznowość użycia leksemu – bądź jako określenie odnoszące się do całego zagadnienia motoryzacji, bądź różnicowanie na *auto i moto*, gdzie *moto* oznacza sferę motocykli [M]. Często też funkcjonuje jako skrót od słowa *motocykl: ja chce na moto!!!* [M – f]⁹⁷. Wskazuje to jednoznacznie na wielorakość i powszechność użycia powyższej jednostki.

Wspomniana częstka *moto* nie występuje jedynie jako pojedyncza jednostka leksykalna, ale może także odgrywać rolę bardzo produktywnego elementu tworzącego złożenia, indeksującego kategoriałnie powstające w ten sposób neologizmy znaczeniowe. Analogiczną funkcję pełni np. w paralotniarstwie częstka *para* [Pędzich, 2012: 159 i n.]. Odwołanie do całej klasy zagadnień motoryzacyjnych za pomocą jednego elementu formalnego świadczy o jego produktywności i możliwości rozbudowywania leksyki związanej z samochodami i motocyklami.

Należy podkreślić różnorodność leksemów z częstką *moto*. W grupie zaobserwowanych wyrazów możemy wyróżnić nazwy miłośników motoryzacji lub osób w jakikolwiek sposób związanych z motoryzacją [zob. IV – 3.]. Warto również wspomnieć o połączeniu tej częstki z ważną rolą życiową u kobiet, czego efektem jest leksem *motomama/motomamusia*⁹⁸: *Ten rok stal się przełomowy - zrobią upragnione prawo jazdy i jestem już w 100% **Motomamą**.* [M – f]; ***Motomamusie** Dolny Śląsk łączmy się!!!* [M – f]. W korelacji do tych określeń

⁹⁷ W odniesieniu do analizowanych przeze mnie portali internetowych stosuję skróty (zamieszczone w wykazie stron internetowych). Wszystkie cytowane fragmenty podaję w oryginalnej pisowni, bez poprawy jakichkolwiek błędów, co lepiej obrazuje język miłośników motoryzacji (zwłaszcza w kontekście komunikacji internetowej).

⁹⁸ O popularności tych wyrażenia w istotnym stopniu decyduje profil na Facebooku *MotoMamusie*, opisany w artykule http://www.motocaina.pl/MotoMamusie_opanowuja_Polske,0,14549,0.html [dostęp: 10.07.2014].

pozostaje określenie dziecka mianem *motobrzdąc* (odnotowanym jako osobna kategoria niektórych portali motoryzacyjnych dla kobiet – zob. III – 4.6.). Wśród określeń z elementem *moto* można jeszcze wymienić leksemy *motomaniak/motomaniaczka*, scharakteryzowane w kolejnym podrozdziale. Warto wspomnieć także o *motonitach* (czyli innymi słowy motocyklistach), *motobabkach* i *motofanach* [IV – 3]. Na zasadzie utworzenia neologizmu dodanie cząstki *moto*, jest możliwe w wielu wyrazach. Taki proces słowotwórczy uruchamia przynależność powstałego wyrazu do sfery motoryzacyjnej.

Przywołany wyraz i prefiksoid *moto* zyskuje status uniwersalnego elementu, informującego o motoryzacyjnym sprofilowaniu tła komunikacyjnego. Należy jednak uwzględnić fakt, że w wielu kontekstach portali motoryzacyjnych, precyzowanie charakteru komunikatu jest zbędne, przez co wiele dyskusji użytkowników, artykułów jest skupionych na samym przedmiocie wypowiedzi.

3. Nazwy kierujących i miłośników motoryzacji

To prawda, że większość ludzi zmienia się za kierownicą.

Silnik ma niesamowitą władzę nad duszą człowieka.

Jean Baptiste Delacour

Najbardziej uniwersalnym i powszechnym leksemem oznaczającym kierującego pojazdem jest leksem *kierowca*. W odniesieniu do płci żeńskiej kwestia ta jest bardziej skomplikowana. Brak formalnego odpowiednika rodzaju żeńskiego nastręcza pewne trudności nazewnicze i w wielu przypadkach jest sprawą wciąż dyskusyjną [zob. III – 3.7]. Analizę nazw kierowcy, zestawiającą słownictwo z XX i XXI wieku (leksyka zaobserwowana przez Annę Starzec [Starzec, 1984] i skonfrontowana z portalami motoryzacyjnymi), opisuję w artykule *Automobilista, kierownik, szofer... Nazwy kierowcy jako element leksyki motoryzacyjnej XX i XXI wieku* [Wilczek, 2014a]. W przywołanym artykule materiał z portali i współczesne funkcjonowanie leksemów kontrastują z określeniami zaobserwowanymi przez Annę Starzec [Starzec, 1984], które w ciągu lat rozszerzyły lub zawężyły swoje znaczenie, przestały funkcjonować w pierwotnym znaczeniu lub wyszły z użycia. Wśród wyrazów poddanych procesowi specjalizacji wyróżnić można leksem *automobilista*, pierwotnie będący podstawową nazwą kierowcy. Współcześnie *automobilizm* to ‘dziedzina sportu obejmująca rajdy i wyścigi samochodowe’ [ISJP], a określenie *automobilista*: ‘ktoś, kto uprawia

automobilizm' [ISJP]. Wyrazem, który przestał funkcjonować w kontekście motoryzacyjnym jest *kierownik*, czyli poprzednik leksemu *kierowca*. Badaczka wskazuje sporadyczne występowanie określeń *kierowiec* i *autokierowiec*. Współcześnie w leksyce motoryzacyjnej pojawia się zbliżone określenie *autokierowca*, oznaczające urządzenie do automatycznego kierowania pojazdem, bez udziału człowieka, por.: *Czy możliwe, że kierowcę w samochodzie zastąpi autokierowca tak jak w samolocie autopilot? Otóż tak, już niedługo otrzymamy auto, które samo, bez pomocy prowadzenia przez człowieka zawiezie nas do celu.* [www.lhp.com.pl]; *Google opatentował własny system tzw. „autokierowcy”* [www.motofakty.pl]. Również w tej funkcji znaczeniowej na portalach internetowych używa się wyrazu *autokierowiec*. Ten przykład stanowi przesunięcie semantyczne, będące egzemplifikacją częstej zmiany znaczeniowej. „Powoduje je bowiem czynnik działający nieustannie: potrzeba nazwania nowych realiów, która bywa przecież zaspokajana nie tylko w drodze zabiegów słowotwórczych, ale i przez wyzyskanie istniejących już wyrazów w nowych funkcjach semantycznych” [Buttler, 1978: 87]. W tym konkretnym przypadku istniejący wyraz uzyskał nowe znaczenie pod wpływem rozwoju techniki i wynikającego zeń zapotrzebowania na proces nominacji.

Kolejnym terminem występującym w leksyce motoryzacyjnej jest *szofer* (z franc. *chauffeur*). Pierwotnie oznaczał ‘palacza w samochodach parowych’, a później ‘człowieka wynajmowanego do prowadzenia samochodu’ [Starzec, 1984: 36]. Obecnie wyraz *szofer* odnosi się do ‘osoby zawodowo prowadzącej samochód’ i określany jest jako termin przestarzały [ISJP]. Przesunięciem semantycznym w tym zakresie jest leksem *szoferka*. Warto także wspomnieć o określeniach *samochodziarz* i *auciarcz*, które nie oznaczają już kierowcy, ale posiadają bardziej hobbystyczne nacechowanie, wiążące się z byciem miłośnikiem motoryzacji. Przywołane nazwy wskazują różnorodne zmiany semantyczne i zakreślają pewien krąg tematyczny. Należy jednak podkreślić uniwersalność leksemu *kierowca* i brak jego ekwiwalentów znaczeniowych, podyktowany kwestiami praktycznymi. Odpowiednikiem leksemu *kierowca* w sferze motocyklowej jest *motocyklista*⁹⁹.

Grupą tematyczną wyrazów często wykorzystujących opisany powyżej element *moto* są nazwy miłośników motoryzacji. Najpopularniejszym określeniem, powszechnie funkcjonującym w języku ogólnym, jest *motomaniak*, czyli nazwa bazująca na leksemie *maniak* – w znaczeniu pozytywnym: ‘osoba mająca jakąś pasję, bez reszty nią pochłonięta; zapaleniec’ [USJP] (por. np. strona www.motomaniacy.com, opisana w rozdz. II – 5.2.). Na

⁹⁹ Grupa ta bywa różnicowana środowiskowo na *motocyklistów* i *użytkowników motocykli* [zob. Gizińska, 2011: 7 i n.].

kobiecych stronach motoryzacyjnych pojawia się żeńska forma tego określenia – *motomaniaczka*. Użycie obydwu leksemów potwierdzają przykłady: *Witam wszystkich motomaniaków 😊*, *właśnie minął tydzień od mojego zalogowania na tym forum i już mi sie podoba 😊* [FS – f]; *Dla ambitnych motomaniaków przygotowaliśmy nie lada atrakcję - dla wszystkich chcących sprawdzić swoje auto pod względem osiągnięć na zlocie zagości hamownia!* [AC – f]; *Eugenia Capanna, motomaniaczka od zawsze Miała jedenaście lat, gdy po raz pierwszy zasiadła za kółkiem* [M – a]. Użyte wyrażenie w większości przypadków jest nacechowane pozytywnie, związane z pasją motoryzacyjną.

Inne leksemy zawierające częstkę *moto*, to m.in. *motobabki*, *motofan* czy *motonita/motonitka*¹⁰⁰: *witam motobabki ;)* [M – f]; *Witam wszystkich serdecznie jestem nowy na forum i mam taki mały problem jako niedoświadczony motofan.* [FS – f]; *Miejmy jednak nadzieję, że sytuacja ta wynika z tego, że najczęściej motocykla nie zmienia się co sezon, motonici są zwyczajnie wierni swoim maszynom, a rozwój rynku nastąpi wraz z najbliższymi latami.* [M – a]. Można stwierdzić, że określenie to jest nieustannie produktywne.

Nazwy kierujących i miłośników motoryzacji nie stanowią w dużym stopniu wyspecjalizowanej grupy leksyki – opierają się na leksemach *maniak*, *fan*, *miłośnik*, na podstawie których tworzone są derywaty lub dodawane dopełnienia precyzujące istotę hobby (np. *fan marki*, *miłośnik motoryzacji*). Sfera leksyki odnosi się przede wszystkim do przedmiotu zainteresowania użytkowników portali motoryzacyjnych.

4. Określenia samochodów i motocykli

Japończycy mają wyrafinowaną metodę szmuglowania stali do USA. Malują ją, montują cztery koła i nazywają całość samochodem.

Henry Ford

Niezwykle obszerną grupę tematyczną stanowią określenia samochodów lub motocykli¹⁰¹. Zasób leksykalny tego pola zawiera określenia używane przez większą liczbę użytkowników,

¹⁰⁰ Jest to powszechne określenie w środowisku motoryzacyjnym, jednakże ze względu na przewagę treści dotyczących samochodów, na analizowanych portalach występuję niezbyt często. Pisze o nim w swojej pracy Katarzyna Gizińska [Gizińska, 2011].

¹⁰¹ Powodem dużej produktywności tej kategorii tematycznej jest dynamiczny rozwój motoryzacji. W 2008 roku w Polsce było zarejestrowanych 17.197 tys. sztuk samochodów ogółem (co daje 14 miejsce na świecie) i 825

niejako uniwersalne, a także indywidualne sposoby nominacji wśród poszczególnych miłośników motoryzacji, będące przejawem własnej kreatywności właściciela pojazdu. Tendencje nazewnicze oscylują wokół kilku grup sposobów tworzenia nazw, np. przeznaczenie, wygląd, właściwości czy pochodzenie pojazdu. Ponadto, zarysowują się dwa przeciwne typy kreowania określeń: deminutywność lub augmentatywność (o funkcji neutralizującej i spieszczającej) powstających nazw. Wiele leksemów wyraża emocjonalny stosunek właściciela do pojazdu i łączącą ich więź.

Materiał ilustracyjny został podzielony na trzy główne grupy:

1. synonimiczne odpowiedniki leksemu *samochód* lub *motocykl*;
2. określenia bazujące na markach i modelach pojazdów;
3. nazwy, których inspiracją jest logo pojazdu.

Wewnętrzna niejednorodność grup i wielomotywacyjność leksemów wchodzących w ich skład jest sygnałem dalszych podziałów na mniejsze zbiory. Różnorodność procesów nazewniczych świadczy o produktywności i możliwości dalszego rozrostu wymienionych grup tematycznych. Ich zawartość jest przedstawiona w poniższych fragmentach.

4.1. *Fura, bryka, igła czy muł, padaka, złom?* Różnorodność ekwiwalentów leksemów *samochód* oraz *motocykl*

Pierwszą grupę tematyczną stanowią określenia pojazdów, funkcjonujące jako ekwiwalenty znaczeniowe leksemów *samochód* lub *motocykl*¹⁰². Wielość i różnorodność występujących nazw skłania do przekonania o dużej produktywności tej grupy tematycznej oraz możliwości jej dalszego rozwoju. Sama charakterystyka zbioru wszystkich leksemów została podzielona na kilka mniejszych grup. Jednostkowe przykłady użycia mogą się różnić w ich obrębie, jednakże klasyfikacja została stworzona na podstawie ogólnych tendencji. Dodatkowym źródłem sprofilowania semantycznego wyrazów były słowniki [SPP, NSGU, SJP, IJSP, USJP] oraz analiza przeprowadzona przez Rafała Zimnego [Zimny, 2008: 140-146]. Wszystkie opisane nazwy są poświadczane licznymi egzemplifikacjami, funkcjonują jako określenia popularne w obrębie socjolektu motoryzacyjnego. Zbiór odpowiedników pojazdów został podzielony na cztery podstawowe grupy. Należy zaznaczyć, że źródłem

tys. pojazdów jednośladowych [Menes, 2009: 10]. Liczba ta nieustannie wzrasta, przez co motoryzacja staje się nieodłącznym elementem codzienności wielu ludzi.

¹⁰² Ze względu na przewagę liczebną tematyki samochodowej nad motocyklową na prezentowanych portalach motoryzacyjnych, naturalną konsekwencją jest wspomniana już większa liczba określeń z grupy leksyki samochodowej.

podziału były konteksty sytuacyjne na portalach oraz zestawienie ze słownikowymi definicjami. Pierwsza grupa zawiera określenia waloryzujące pozytywnie, będące wykładnikiem docenianych właściwości technicznych, mocy lub prędkości pojazdu. Warto zwrócić uwagę, że część zaobserwowanych przykładów uległa w wielu poświadczeniach procesowi generalizacji, gdyż stanowią jedynie synonim *samochodu*, bez dodatkowych konotacji. Jednakże, z racji dodatniej aksjologizacji tych wyrazów w języku ogólnym, zostały one umieszczone w tym zbiorze. Drugą przeciwstawną grupą są leksemy potwierdzające negatywne cechy pojazdu. W skład tej grupy możemy wpisać wyrazy dotyczące wieku pojazdu, stanu eksploatacji, bezużyteczności, złej pracy silnika czy niezbyt atrakcyjnego wyglądu. Przenikanie się konkretnych właściwości w obrębie zbliżonych znaczeniowo nazw świadczy o ich wymienności. Kolejna grupa dotyczy neutralnych określeń opisywanych pojazdów, nacechowanych w danym kontekście sytuacyjnym. Ostatni wyróżniony zbiór zawiera leksemy, które za pomocą nazwy wyrażają dominującą funkcję pojazdu. Nie oznacza to wyłączości przeznaczenia, lecz wskazanie pewnej właściwości przez użytą nazwę. W tym zbiorze możemy zaobserwować największą liczbę neologizmów. Charakterystykę i zawartość poszczególnych grup prezentują poniższe podrozdziały [IV – 4.1.1.-4.1.4.].

4.1.1. Określenia wartościujące pozytywnie

Leksemy charakteryzujące pozytywnie właściwości pojazdu, w dużej mierze są używane jednostkowo. Prezentują tym samym rozbudowaną grupę nazw, która jest efektem różnorodnych inspiracji użytkowników oraz potencjału kreatywnego i wieloaspektowego, w dużym stopniu zmetaforyzowanego, funkcjonowania słownictwa. Można jednak wskazać grupę powtarzalnych określeń, odwołujących się do konkretnych zalet pojazdu. Część z nich w wielu użyciach dotyczy samego silnika, traktowanego często na równi z samochodem, przez co wszystkie nazwy analizuję w sposób zbiorczy (określenie pojazdu lub określenie silnika).

Popularnym określeniem samochodu, znanym z języka ogólnego, jest *bryka*, występująca także w postaci zdrobniałej – *bryczka*. W słownikowej eksplikacji *bryka* oznacza potocznie ‘samochód osobowy (najczęściej sportowy)’ [SPP] lub ‘samochód, zwłaszcza duży, elegancki i drogi’ [ISJP]. Jednakże w USJP rozumienie obydwu leksemów jest sprecyzowane za pomocą dwóch przeciwstawnych emocji: ‘z podziwem albo z politowaniem o samochodzie osobowym’ [USJP]. W kontekście portali motoryzacyjnych duża liczba desygnatów ulega generalizacji i potencjalnie obejmuje swoim zakresem każdy pojazd, nie tylko w wersji

sportowej, np.: *Piękna **bryka**, zwłaszcza w wersji kombi, którą biorę na celownik.* [FS – f]; *Dlatego nie czekaj na wiosnę odpicuj swoją **brykę** już dziś i poczuj się w aucie jak na zielonej łące pełnej kwiatów.* [M – a]; *Mi osobiście moja **bryczka** się bardzo podoba choć trapi ją kilka kłopotów (DPF grrr..)* [AC – f]; *Naprawde ładna **bryczka**, ale stylistyką trochę za bardzo mercedesa udaje* [MP – f]; *Boje sie marki Reno, ale Scenic to niebanalna **bryczka**...* [FS – f]. Wszystkie przykłady doprecyzowane są określeniami waloryzującymi dodatnio, np. przymiotnikami *piękna*, *ładna*, *niebanalna*. W sposób jednoznaczny zatem można zaklasyfikować ten leksem do opisywanej grupy. Ilość kontekstów użycia świadczy o jego uniwersalności.

Przedmiotem pozytywnej waloryzacji jest także leksem *fura* wraz z formą deminutywną *furka*. W słowniku *fura* jest ekwiwalentem samochodu [SPP]; chociaż w obszarze słownictwa młodzieżowego pojawia się dookreślenie – ‘zwłaszcza drogi, dobry’ [NSGU¹⁰³]. Kontekst użycia na portalach internetowych pokrywa się z tą generalizacją, jednakże zdecydowana większość przypadków to przykłady pozytywnego nacechowania leksemu, por.: *Jak każda większa **fura** jest wrażliwy na podmuchy wiatru* [AC – o(~t)]; *Spoko **fura**, ile zapłaciłeś z tym silnikiem 1.8 to chyba z 9l spali* 🤔 [MO – f]; *Peugeot 306ka dobra **furka**, ale jaki silnik dokładnie Ci "wpadł w oko" ?* [FS – f]; *Samochód typowo miejski, posiada mały silnik za to przy niewielkiej masie jest niezwykle dynamiczny - na światłach można wykosić nie jedną lepszą **furkę*** [MO – f]. Dodatkowo posiada także leksem *gabłota*, wskazujący przede wszystkim na wielkość i jakość pojazdu. W słowniku zostało to ujęte jako ‘samochód (najczęściej duży, elegancki)’ [SPP] lub ‘samochód dobrej marki’ [NSGU]. Co ważne, ISJP oraz USJP objaśniają ten termin wyłącznie jako samochód osobowy. Tę semantykę zasadniczo potwierdza materiał z portali motoryzacyjnych: *to naprawde niewiele jak na taka **gabłote** (1,5t) moc i zdolnosc do przyspieszania* 😊 *za to prowadzi sie miodzio* 😊 [MO – f]; *Przecież ta **gabłota** nie wyróżnia się sportowym prowadzeniem i lekkością Jaguara XJ, niezawodnością Lexusa LS430 czy ultra- nowoczesną techniką VW Phaetona (...)* [FS – f]. Wykładnikiem elegancji i stylu jest określenie *limuzyna*¹⁰⁴, wywołujące pozytywne skojarzenia z pojazdem, np.: *Aktualnie w salonie Cadillaca najbardziej luksusową **limuzyną** jest XTS, kosztujący blisko 45 tys. dolarów sedan o długości ponad 5,1 metra.* [AC – a]; (...) *to nie **limuzyna!** i jest zaskakująco dużo miejsca jak na stare autko o tych wymiarach* [AC –

¹⁰³ W innych przytaczanych słownikach [ISJP, SJP, USJP] nie występuje w znaczeniu motoryzacyjnym.

¹⁰⁴ Słownikowa definicja *limuzyny* odbiega niejednokrotnie od sposobu użycia na portalach – ‘samochód osobowy o podwyższonym komforcie jazdy, z częścią dla pasażerów złożoną z co najmniej czterech miejsc, oddzieloną stałą przegrodą od kierowcy’ [USJP]. W materiale z forów motoryzacyjnych *limuzyną* (w znaczeniu samochód, nie typ nadwozia) określa się duży, przestronny samochód. W tym rozumieniu bliższa jest definicja – ‘elegancki, czterodrzwiowy samochód osobowy’ [ISJP].

o(~t)]. Należy podkreślić, że to słowo funkcjonuje jeszcze w drugim znaczeniu w kontekście motoryzacji, mianowicie oznacza typ nadwozia. Taki kształt nadwozia to „wydłużony sedan, o luksusowo-reprezentacyjnym charakterze, często z dodatkowym rzędem siedzeń, mieszczący więcej niż pięć (do siedmiu) osób” [Łęgiewicz, 2006: 12]. Takie rozumienie w opozycji do innych typów zostało zawarte w przykładzie: *Witam potrzebuje porady, poszukuje samochodu najlepiej sedan/limuzyna typu (omega) z tylnym napędem lub w quattro* [FS – f]. Dwuaspektowe funkcjonowanie leksemu jest potwierdzeniem różnorodności kontekstów wypowiedzi.

W grupę powyższych określeń można wpisać leksem *maszyna*, zaobserwowany również w formie zdrobniałej – *maszynka*. W słowniku zawierającym słownictwo potoczne podstawowa forma derywatu określona jest jako ‘dobry samochód, motor, rower, komputer itp.’ [SPP]. Użycie tego terminu w stosunku do wielu różnych przedmiotów świadczy o jego uniwersalności. W słownikach języka polskiego rozumienie leksemu skupia się na innym środku transportu – ‘pojazd mechaniczny, zwłaszcza samolot’ [ISJP, USJP]. W kontekście motoryzacji zdecydowana większość przykładów oscyluje wokół pozytywnego wizerunku pojazdu, zdarzają się jednak przypadki neutralnego odpowiednika leksemu *samochód/motocykl*. Różnorodność odniesień semantycznych obrazują przykłady: *Powinnaś nastawić się na częste wycieczki po komisach. Przed ostateczną decyzją dokładnie sprawdź i przetestuj potencjalną **maszynę***. [A – p(~a)]; *wow co za **maszyna** 😊 piękne cacko super moc 😊* [AC – p]; *No niezła **maszynka** a co uważasz o tej Hondzie CRX z lat 1983-91 którą zaproponowałem wcześniej* [FS – f].

Ważnym sposobem nazywania pojazdu jest wyraz *wóz* oraz jego formy deminutywne: *wózek* i *wozik*. Słownikowe definicje pokazują jego specyfikę: *wóz* to ‘samochód osobowy’¹⁰⁵ [SPP], *wózek* – ‘samochód osobowy, najczęściej sportowy’ [SPP] lub ‘samochód, zwykle dobrej marki’ [NSGU], *wozik* występuje wyłącznie jako ‘samochód’ [NSGU]. Należy podkreślić neutralność niektórych eksplikacji, chociaż uznawany za neutralny leksem *wóz* może być także wykładnikiem funkcji auta, por. *wóz/wózek sportowy* [zob. IV – 3.1.4.]. Cecha sportowej jakości, a także prestiż marki są realizowane w części przykładowych użyć: *Bugatti Veyron 16.4 z silnikiem W16 8.0. To dopiero **wóz**! A tak z przyziemnych aut to BMW 760i*. [FS – f] *Poczytałem troche o tym modelu hondy i większość użytkowników tego **wozu** chwali go sobie*. [FS – f]; *Nie jest to zły **wóz**. Może sam sie porozgladam* [MP – f]; *Niezły **wozek**, tylko troche kosztuje 😊* [FS – f]; *czerwony sportowy **wozik** to mała nie*

¹⁰⁵ Również takie generalizujące znaczenie, bez doprecyzowania konkretnymi właściwościami, zawierają słowniki ISJP, SJP, USJP.

funkcjonalna zabawka... Honda to komfort i bezpieczeństwa a i od czasu do czasu pobawić się można... [AC – k]. Przytoczony materiał pokazuje, że warianty leksemu mogą być uniwersalnymi określeniami pojazdu, najczęściej jednak kontekst ich występowania jest związany z ich pozytywnymi właściwościami.

Nacechowanymi ekspresywnie formami *auta* są deminutywa i hipokorystyka, wyrazy *autko* oraz (występujące rzadziej) *auteczko*. Zdrobniałość formy wzmacniająca wydźwięk semantyczny nawiązuje w części przypadków do pozytywnego nastawienia mówiącego w stosunku do przedmiotu, por.: *Polecam bo to nawet udane autko*. [AC – o(~t)]; *auteczko jest super, nie wiem jaka cena ale ja patrze na samochod jest rewelacja po prostu same plusy* [FS – f]. Pozostałe przykłady związane są z określeniem niewielkich rozmiarów pojazdów, przez co niekiedy nasycone są ironią: *A z coltem dobra zrobie mu silnik i całą mechanikę ale nie chce mieć małego autka z malutką maseczką*. [FS – f]; *część wszystkim kolega prosi mnie o porade w zakupie małego autka* 😊 [AC – f]. Ze względu na rozpowszechnienie tego wariantu zyskuje on status neutralności: *napisz do czego ma służyć autko* 🤔 [FS – f].

Przykładem przesunięcia znaczeniowego jest wyraz *bolid*, czyli ‘szybki samochód wyścigowy’ [USJP]. Niezmiennosc słownikowej definicji leksemu *bolid* potwierdza jego występowanie w słownictwie przedwojennym. Anna Starzec odnotowuje go jako ‘samochód wyścigowy’ [Starzec, 1984: 75]. Należy jednak zaznaczyć, że w SJP leksem w tym kontekście nie występuje. Określenie występuje na portalach zarówno w nawiązaniu do znaczenia słownikowego, jak i generalizującego: *Nie ma nic gorszego, niż jeździć czymś, co wygląda jak bolid, jednak rozpędza się do setki w 2 minuty a po drodze wypuszcza kulę czarnego dymu*. [M – a]; *Oszczędności panowie z Lamborghini szukali również projektując wnętrze Urraco, najsłabszy punkt kultowego bolidu*. [AC – a]; *A dziś oglądam i podziwiam Twój bolid z zewnątrz i wewnątrz. Cudeńko* [AC – k]. Podobny proces rozszerzenia znaczenia dotyczy określenia *wehikuł*. W słownikowym ujęciu to ‘środek lokomocji (zwłaszcza niezwykły, osobliwy, nienowoczesny); pojazd’ [SJP]. Użycie leksemu często bywa przejawem żartobliwości. Na portalach motoryzacyjnych leksem stanowi synonim *samochodu*, nie posiada dodatkowej warstwy znaczeniowej. Kontekst wypowiedzi w wielu przypadkach świadczy o pozytywnym nacechowaniu leksemu, często dotyczy planowania zakupu nowego pojazdu, por.: *Witam, po wakacjach będę przymierzał się do kupna jakiegoś wehikułu do 15 tyś*. [AC – f]; *Z góry zaznaczam, że jestem zarówno świeżym użytkownikiem tego forum, jak i polskich dróg* 😊 *Trzeba więc zaopatrzyć się w jakiś przyzwoity wehikuł* [FS – f]. W dyskusjach forumowicze nawiązują do skojarzenia

z wehikułem czasu, szczególnie znanym z serii filmów *Powrót do przyszłości: Chciałbym poruszyć temat dość kontrowersyjnej gwiazdy hollywood. DMC DeLorean jest uznawany za najpaskudniejszy samochód wszech czasów, z czym akurat zupełnie się nie zgadzam. Samochód znany jest pewnie większości z filmu "Powrót do przyszłości", jako wehikuł czasu. Podawajcie swoje zdanie na temat tego wozu, jakiegokolwiek ciekawostki mile widziane* [FS – f].

Wszystkie opisane powyżej nazwy w części kontekstów funkcjonują jako neutralny synonim zastępowanego pojazdu. Ze względu na definicje słownikowe i ogólne funkcjonowanie leksemów w języku, wpisuję je w obszar pozytywnego wartościowania samochodu. Sportowe sprofilowanie, wielkość czy wyrażona deminutywność są przedmiotem dodatniej waloryzacji.

Niezwykle powszechnym sprecyzowaniem pozytywnych właściwości samochodu jest leksem *igła*, często występujący także jako *deminutivum* – *igielka*. Określenie wyraża najczęściej dobry stan techniczny pojazdu, niewielki przebieg, bezwypadkowość i młody wiek. Potwierdzeniem tych właściwości są następujące przykłady: *A za rok trafi na otomoto: prawie nówka od kobiety, igła, niemalowana, nieszpachlowana, nic nie stuka, nic nie puka, bez wkładu finansowego, tylko wsiadac i jeździć.* [FS – f]; *Samochodzik igła 😊 Pozdrawiam*[AC – k]; *Z drugiej strony te auta wkrótce mogą trafić na allegro jako igielki z przebiegiem 190k i rzewną historią płaczącego Niemca, będziesz mieć przynajmniej świadomość że siedzisz na minie* [FS – f]. Podobny sposób wartościowania i zakres właściwości posiada leksem *żyleta*, pochodzący ze słownictwa młodzieżowego: *Silnik generalnie żyleta jak włożysz trochę chęci i zadbasz, ok 190km/h 1.6 16v 90km benzyniak.* [FS – f]; *Co do Alfy: porozmawiajcie osobiście z ludźmi, którzy rzeczywiście jeżdżą tymi autami, a nie przepisujcie jakichś bzdur wyczytanych w internecie, szczególnie na stronach, gdzie zwykle żalą się obrażeni właściciele tzw. igieł lub żylet* [FS – f]. Można stwierdzić, że to właśnie leksyka motoryzacyjna stała się źródłem zapożyczenia tego słowa w socjoleksie parolotniarzy. Barbara Pędzich precyzuje jego ogólne znaczenie na gruncie motoryzacji jako „pojazd poruszający się szybko, wymagający wprawy od kierowcy” [Pędzich, 2012: 80]. Określenie używane jest zwykle w kontekście podziwu i uznania. Wymiennosc i wzajemne inspiracje funkcjonującą leksyką przekonują o wielorakiej możliwości interpretacji znaczeń i dostosowywania do konkretnych realiów.

Dowodem wyjątkowości i niezwykłości pojazdu jest leksem *perelka* (lub czasem: *perelecza*): *Jak dla mnie E46 za 12 tysięcy to też nie bardzo. Ledwo starczy na R6 i raczej nie będzie to silnik ze świetnej serii M54, a w drzwiach będą korbki i może klima manualna.*

*Bieda jednym słowem. Chyba faktycznie lepiej poszukać **perelki** E36 (powodzenia 🤔) [FS – f]; *Moi faworyci to dwie poniższe **perelki** 😊 zaraz dzwonię [FS – f]; *Nom **perelecza** tylko kolor jest taki sobie(ciemna zielen) ale coż kolor to mało ważna rzecz oby silniczek cykał i żeby blacha się trzymała 😊 [MP – f].* Podstawę nominacji stanowi odwołanie do sematyki użytego określenia – *perelka* to ‘coś wyjątkowo wartościowego, pięknego’ [USJP]. Taki sposób nazewniczy odnosi się do niepowtarzalności auta, przez co niewiele egzemplarzy można określić tym mianem. Podobne właściwości semantyczne konotują leksemy *cudo* oraz *cacko*¹⁰⁶, por.: *Od siebie dodam Hondę S2000 to jest po prostu **cudo** 😊 [FS – f]; *Czas sprzedać moje **cacko** [FS – f]; *Od tamtego czasu musiałem zainwestować w to **cacko** dość sporo gotówki. [FS – f]; *mmmm przydałoby się takie **cacko** 😊 Pierwsza trasa : kierunek Londyn Zachodni 😊 😊 😊 [MP – f].* Należy dodać, że pierwsze z określeń – *cudo* – bywa osadzone w negatywnym kontekście, jako wyraz ironii (coś dziwnego, nienaturalnego): *Scenik tdi 1998 słabe auto awaryjne.zawieszenie słabe,od trzech lat mam to **cudo** [AC – t].* Taki sposób interpretacji zawarty jest w słownikowej definicji wyrazu. Pomimo pozytywnego wartościowania – *cudo* możemy powiedzieć ‘o osobie, rzeczy, zjawisku niepospolicie pięknym, nadzwyczajnym’ [USJP] – ujawniona jest cecha żartobliwego użycia słowa. Wyrazem dużego nacechowania emocjonalnego, swoistym spieszczaniem, jest określenie *maleństwo*, np.: *w lutym dokupiłem wymarzoną siatkę ochronną tłumik i jego uchwyt i **maleństwo** zaczyna nabierać kształtów [MO – f]; w końcu po 10miechach od zrobienia prawka i jeździe na "pożyczonym" brudasio dosiadłam swoje **maleństwo**;:-))) [M – f]; *Mimo wszystko, najbardziej irytującą rzeczą w moim **maleństwie** jest zacinająca się turbina co wiąże się z brakiem przyspieszenia w najmniej oczekiwanym momencie..moje przywiązanie jednak bierze górę i na samą myśl o sprzedaży audiczk, łza się w oku kręci 😊 [M – f].* Kontekstem użycia wyrazu jest najczęściej charakterystyka własnego pojazdu. Określenie może także wyrażać niewielkie gabaryty pojazdu, np. *Smart to **maleństwo**, ale miałem Punto I i było bardzo fajne 😊 [MP – f].* Ogromny ładunek więzi emocjonalnej i wartości przedmiotu posiada leksem *skarb*, czyli ‘osoba lub rzecz bardzo przez kogoś ceniona, kochana’ [USJP]. Jest on używany w zdecydowanej większości przykładów w odniesieniu do własnego samochodu, ważnego i wyjątkowego dla właściciela, np.: *Ile może kosztować w tej chwili mój **skarb**? [MO – f]; *W sobotę odebrałem mój **skarb** od mechanika. [AC – p]; *Też miałem taki **skarb**, ale w dieslu [AC – k].* W części przypadków dodany jest zaimek********

¹⁰⁶ Używane w pewnym nawiązaniu do słownikowego rozumienia – ‘o czymś, rzadziej o czymś delikatnym, wypieszczonym, wykwiutnym’ [USJP].

dzierżawczy *mój*, informujący o posesywności. Do grupy wyrazów waloryzujących pozytywnie pojazd możemy zaklasyfikować określenie *ślicznotka*, odnoszące się do warstwy wizualnej i estetycznej pojazdu¹⁰⁷, np.: *Ślicznotka piękna* [M – f]; *Jestem ciekaw czy ta ślicznotka warta jest takiej kasy.* [FS – f]; *Opel Corsa C "ślicznotka" ;)* [AC – t]. Użycie określeń zestawionych w tym akapicie jest nieodłącznie związane z pryzmatem wyjątkowości pojazdu, a także silnej więzi właściciela z pojazdem. Może być także wykładnikiem ogólnej charakterystyki danego samochodu czy motocykla, prezentującej jego wielką wartość, moc, walory techniczne i wygląd.

Nawiązaniem do *koni mechanicznych* pod maską pojazdu [zob. IV – 4.3.1.] jest leksem *rumak*, konotujący wysokie walory samochodu, np.: *jak przystało na znakomitego rumaka zawsze dotrze cały i zdrowy na miejsce* [AC – o (~t)]; *W kwestii używanego rumaka rozejrzyj się za czymś popularnym* [A – p]. Pozytywne wartościowanie pojazdu związane jest z jego mocą i siłą. W pewnych kontekstach użycie tego określenia jest sposobem ożywienia samochodu. Wyrażeniem dużej szybkości, możliwości układu jezdnego i mocy pojazdu są określenia: *rakieta* i *strzała*, np.: *Ja na początku śmigiałem Pugiem 205 1.1 60KM, później się przesiadłem do małej rakiety 106 1.4 94KM, później 1.6 90KM w 306, następnie, 106 nowsza 1.0 50KM, później 405 1.6 90KM (...)* [FS – f]; *Orientacyjnie chcę wiedzieć ile moja nowa strzała pali* [FS – f]. W wypadku drugiego z określeń możemy doszukiwać się związków z wyrażeniem *popędzić, polecieć, pomknąć itp. jak strzała* – ‘przemieścić się bardzo szybko’ [USJP].

Obszerną grupę nazw stanowią określenia wyrażające wielkość, potęgę lub moc pojazdu. Ta kategoria jest niezwykle istotna w oczach miłośników pojazdów. Jej językowymi realizacjami mogą być leksemy: *kolos* i *machina*, których występowanie ilustruje materiał z portali: *Podniesienie go ze stopki to jedno, a manewrowanie kolosem na małych prędkościach to inna kwestia.* [M – f]; *Samochód był bardzo dynamiczny, dobrze się rozpędzał i jak na takiego kolosa naprawdę dawał radę tak w ruchu miejskim, na trasie oraz w bardziej wymagającym terenie.* [A – t]; *To dopiero sportowa machina.* [FS – f]; *Ktoś by musiał mieć Sierrę złożoną specjalnie na 1/4 i pokazać co ten wózek potrafi i ile go kosztowała taka machina* [FS – f]. Obydwa określenia odnoszą się przede wszystkim do pryzmatu rozmiaru – *kolos* to ‘coś bardzo wielkiego, olbrzymiego’ [USJP], natomiast *machina* to ‘wielka ciężka maszyna’ [USJP]. Nacechowanie ekspresywne użytych leksemów

¹⁰⁷ Jest to przykład personifikacji, czyli przeniesienia elementu świata nieożywionego w świat ludzi. Potwierdzeniem tego wniosku jest znaczenie leksemu – ‘o młodej, ślicznej kobiecie, dziewczynie’ [USJP].

i ich metaforyzacja mają na celu hiperbolizację tych przedmiotów, potęgującą opisywane właściwości samochodu czy motocykla.

Kolejną istotną i rozbudowaną grupę stanowią określenia w języku ogólnym pejoratywne, przez miłośników motoryzacji używane w funkcji pozytywnej. Ich użycie jest uzasadnione chęcią wyrażenia mocy i potęgi pojazdu, przez co często są one wykładnikiem jego hiperbolizacji. W obręb tej grupy możemy zaliczyć następujące jednostki leksykalne: *bestia*¹⁰⁸, *potwór*¹⁰⁹, *diabeł*, *szatan*, *smok*, *krowa/krówsko*¹¹⁰, *kobyła*¹¹¹. Dodatkowo nacechowany kontekst występowania ilustrują następujące wypowiedzi: *No cóż troszkę to było a jak wspomniałem ten samochód to **bestia** więc adrenalina podskoczyła mi troszeczkę* [FS – f]; ***Bestia!** i to jej spojrzenie 😊 Niesamowita* [AC – k]; *(...) na pierwszy rzut oka wydaje się być niegroźny. Ale to tylko złudzenie. To prawdziwy **potwór**.* [FS – f]; *Ale warto też zapoznać się z Toyotą Corollą, E9 - E11, są praktycznie niezniszczalne, i może nie są to **potwory**, dają dużo radości głównie ze względu na świetne zawieszania, dość precyzyjne skrzynie no i układ kierowniczy 😊* [MP – f]; *mały **diabeł**, miałem okazje takim jeździć i naprawdę świetne auto.* [FS – f]; *(...) teraz 106 120KM, to już mały **szatan** dający radę temu z filmiku, a też trzeba uważać, bo czasem to strach jak to przyśpiesza. 🚗* [FS – f]; *Ale jeśli chodzi o przyjemność z jazdy i prowadzenia "smoka" ... zarówno w mieście, na trasie jak i w terenie - poprostu rewelacja;)))* [AC – o(~t)]; *Niezła **krowa**, jakie to ma koła, ile cali? wyglądają na duże 😊* [MO – f]; *Prawda, Omega mimo, że to **krówsko**, to ładnie ciągnie, nie spodziewałem się takich wrażeń jak po takim szarym aucie* [FS - f]; *wygodna **kobyła**, to jeszcze ekonomiczna bo każdy gaz tam włożysz i to pojedzie* [FS – f]; *Silniki od 2l w górę bo coś musi ciągnąć tę **kobyłę** 😊* [FS – f]. Warto również wspomnieć o leksemach spieszczających, czyli deminutywnych formach powyższych nazw – np. *bestyjka* i *potworek*, por.: *oj miała bestyjka kopyto, a mój pierwszy własny motocykl to GS 500 😊* [M – f]; *W konsekwencji okazać się może, że ważący 240 kg potworek będzie nie do utrzymania już przy 80 st pochyleniu* [M – f]. Ich występowanie nasycone jest hipokorystycznością, lecz

¹⁰⁸ Słowo *bestia* odnosi się m.in. do ‘urządzenia, które wywołuje u nas podziw, strach lub inne emocje’ [ISJP]. Leksem nasycony dużą dozą ekspresywności.

¹⁰⁹ W przypadku tego leksemu najbardziej wyrazista jest emocja negatywna – ‘istota o niesamowitym wyglądzie, budząca strach’ [ISJP].

¹¹⁰ To określenie w znaczeniu obraźliwego charakteryzowania kobiety, konotuje cechy: *niezgrabna, ociężała* [ISJP, USJP]. Umieszczenie wyrazów *krowa/krówsko* oraz *kobyła* w tej grupie określeń nie do końca spełnia założone kryteria podziału. Jednakże niemożliwe jest zaklasyfikowanie tych określeń jako słownictwa neutralnego w aspekcie semantycznym. Wyrażenia bezsprzecznie należą do zbioru wyrazów pejoratywnych (na równi z innymi przytoczonymi przykładami), a część poświadczeń utrzymana w pozytywnym charakterze, stała się czynnikiem decydującym o ustaleniu przynależności wymienionych leksemów do tej grupy tematycznej.

¹¹¹ Najbardziej oczywiste doprecyzowanie znaczeniowe ewokuje cechę wielkości – por. ‘o czymś, zwłaszcza o utworze literackim, mającym wielkie rozmiary’ [SJP, USJP].

w większości przykładów jest skorelowane z mocą i dynamiką pojazdu. Wszystkie wymienione pejoratywne określenia funkcjonują jako ekspresywizmy, podkreślające i uwypuklające właściwości samochodu czy motocykla.

Używane zdrobnienie – *dziadek* – kładzie nacisk na zaawansowany wiek samochodu: *fakt jest to stare auto można powiedzieć że **dziadek** ale gwarantuję pełną satysfakcję z niego* [FS – f]. Podobne właściwości semantyczne zawiera wyraz *staruszek*: *auto mimo że **staruszek** ale oferuje pełną elektrykę która działa niezawodnie* [FS – f]; *Ten passacik to już troszku **staruszek*** 😊 [FS – f]; *Auto ma już ładnych kilkanaście lat, ponieważ z fabryki wyjechało w roku 1997, a więc to już **staruszek*** [FS – f]. Formy deminutywne neutralizują warstwę semantyczną pojęcia, często wskazując na dobre funkcjonowanie pojazdu mimo jego wieku. Z tego względu zostały umieszczone w tej grupie wyrazów.

Wszystkie wymienione przykłady pozytywnego wartościowania pojazdu skupiają się wokół kilku grup zagadnień. Pierwsza z nich dotyczy innych określeń samochodu czy motocykla powszechnych w języku ogólnym i stereotypowo kojarzonych z dodatnimi cechami przedmiotu (np. *fura*, *bryka*, *wóz*). Kolejna grupa to leksemy, będące wykładnikiem aksjologizacji *in plus*, które funkcjonują w języku ogólnym w innych kontekstach (np. *skarb*, *maleństwo*, *ślicznotka*). Większość z nich to ekspresywizmy, posiadające duży ładunek emocjonalny. Ważnym zbiorem są także określenia pejoratywne, o zneutralizowanej negatywnej warstwie semantycznej. Odnoszą się one przede wszystkim do mocy, szybkości, dynamiki czy wyglądu pojazdu (np. *bestia*, *potwór*, *szatan*). Pozostałe leksemy opisują konkretne właściwości pojazdu. Jeszcze raz warto podkreślić przedstawione zmiany znaczeniowe oraz możliwość użycia wielu określeń jako nienacechowanych ekwiwalentów *samochodu* lub *motocykla*.

4.1.2. Określenia waloryzujące negatywnie

Pejoratywne nazwy samochodów stanowią rozbudowaną grupę leksemów. Podobnie jak w poprzednim przypadku, proces nazewniczy odnosi się do całego pojazdu lub do samego silnika. Różnorodność i powszechność używanych wyrazów, także w języku ogólnym, przekonuje o ich uniwersalności i funkcjonowaniu w wielu kontekstach. Zbiór przedstawionych określeń można podzielić na mniejsze grupy, odwołujące się do pewnej charakterystyki/właściwości pojazdu. Zaprezentowany poniżej podział jest w pewnym stopniu umowny i intuicyjny, wyraża ogólną tendencję, nie zaś całkowitą realizację wszystkich kontekstów sytuacyjnych. Niektóre leksemy mogą funkcjonować w kilku

znaczeniach szczegółowych i konotować większą ilość negatywnych cech. Uwypuklenie jednej, konkretnej właściwości jest możliwe do zdefiniowania w części przedstawionych przykładów.

Pierwszą grupę nazw stanowią leksemy wyrażające zły stan techniczny pojazdu, uwzględniający jego nadmierną eksploatację. Popularnym określeniem konotującym jednoznacznie negatywne właściwości pojazdu jest leksem *szrot*, w polszczyźnie potocznej oznaczający ‘coś zniszczonego, bezużytecznego, bezwartościowego (zwykle o starym, wyeksploatowanym samochodzie); grat, rupieć, rupiecie’ [SPP]. Kontekst motoryzacyjny jest dominującym przedmiotem słownikowego opisu. Nazywanie pojazdu w ten sposób stanowi realizację kondensacji złego stanu technicznego pojazdu w obrębie portali motoryzacyjnych, np.: *Escort za 2k to też niezły szrot*. [FS – f]; *Nie mam pojęcia co motywuje do poświęcenia całej zimy na przygotowanie takiego szrota..* [M – a]; *Od średniej ceny wyższa, ale wiadomo, że sporo aut zaniżających cenę to sprowadzony na handel powypadkowy, zajechny szrot* [FS – f]; *Nie chce Cię załamywać, ale według mnie za te pieniądze to będą szroty* [FS – f]. Drugim utrwalonym znaczeniem leksemu *szrot*, obecnym w słowniku, jest: ‘złom, złomowisko, zwłaszcza samochodów’ [SPP]. Liczba przykładów takiego użycia w analizowanym materiale również jest znaczna: *co do vectry A to z silniczkiem 2.0 spala 9 litrow lpg w miescie a czesci sa naprawde tanie choc co niektore juz trzeba ze szrota zdobywac* 😊 [FS – f]; *Dlaczego akurat te autka? Ponieważ są tą powszechnie samochody na polskich drogach, wszędzie w sklepach, serwisach a także na szrotach pełno części więc nie będzie problemu z ewentualnymi "remontami" a i ceny całkiem przystępne*. [M – f]. Polisemia nazewnicza i dwufunkcyjność nazwy zgodna ze słownikowymi definicjami potwierdzają uniwersalność leksemu i jego zastosowanie w szerszym kontekście motoryzacyjnym.

W podobnej konwencji znaczeniowej utrzymany jest wyraz *rzęch*, również popularny w innych kontekstach użycia i języku ogólnym. Jest to ‘stary, zdezelowany mechanizm lub pojazd’ [USJP]. Komponent znaczeniowy niskich właściwości technicznych pojazdu realizują następujące przykłady: *Bravo HGT do drobnych poprawek technicznych: czytaj- kompletny rzęch, do którego należy dolożyć co najmniej 2-3 razy tyle by choćby przeszedł przegląd*. [FS – f]; *Może nie chciał się przyznać że kupił rzęcha i wydał jeszcze 3 tysiące na remont silnika* [MP – f]. Takie same właściwości semantyczne posiada określenie *trup*, którego słownikowa definicja wyraża podobny stan zużycia: ‘bardzo mocno lub całkowicie wyeksploatowany, zniszczony przedmiot, urządzenie, najczęściej o pojeździe mechanicznym’ [SPP¹¹²].

¹¹² W kontekście pojazdu mechanicznego leksem pojawia się także w USJP i ISJP.

Negatywny kontekst użycia określenia ilustrują przykłady: *ty kupujesz starego trupa, wszystko się może zepsuć, patrz tylko na stan techniczny danego egzemplarza* [FS – f]; *Lepiej kupić np. jakiegoś Peugeota 306 niż trupa z "bardziej uznanym znaczkiem na masce"*. [FS – f]; *Czasami widziałem ładne okazy nawet za 1800zł, ale to rzadkość. Poniżej tej kwoty kupimy zwyczajnego, zajeżdżonego trupa bez progów i takich Tico nie polecam!* [MO – f]. Niemal takie same właściwości pojazdu wyraża *złom*, czyli ‘mocno wyeksploatowany samochód’ [SPP]: *Mazdy owszem i rdzewieją a w to złomy przynajmniej te nowe* [FS – f]; *Mam ten złom od nowości i po 2 latach i 10 miesiącach to samo - chyba potraficie sobie wyobrazić jaki jestem wściekły* [AC – p]; *No nie wiem, chyba że się mylę ale koleś sprowadza i raczej za ceny, powiedział coś co mnie troszki zmartwiło mianowicie to że to są "złomy" że lepiej 320 :?* [MP – f]. Nacisk na dużą eksploatację pojazdu staje się dominantą znaczeniową powyższych leksemów, jednoznacznie pejoratywnie obrazując pojazdy nazwane w ten sposób.

Następna grupa określeń nawiązuje do poprzedniej, ale zawiera w swojej warstwie znaczeniowej kilka wymiennych właściwości, funkcjonujących jako całość lub sprecyzowanych kontekstowo. Należą do nich: zaawansowany wiek samochodu, wyeksploatowanie i zużycie pojazdu, tendencja do psucia się, zniszczenie i bezużyteczność. Za wymiennością cech przemawia także fakt bezpośredniej korespondencji między nazwami w źródłach leksykograficznych. W wielu przypadkach to słownictwo funkcjonuje w szerszym kontekście komunikacyjnym, często także w języku ogólnym. Do przedstawionej grupy pojazdów należą leksemy *grat* i *gruchot*, posiadające jednakową definicję – ‘stary przedmiot często się psujący lub zepsuty, bezużyteczny (najczęściej o samochodzie)’ [SPP], np.: *Przejechałam 52 tysiące i już boję się wsiadać do tego grata*. [AC – k]; *Z aut segmentu D to chyba najtańszy będzie Passat, bo to już stary gruchot jest*. [FS – f]; *Citroeny BX to największe gruchoty pod słońcem. Cały czas się psują!* [AC – k]. Synonimem powyższych nazw jest *rupień* – ‘stary, zdezelowany samochód; grat’ [USJP]: *Plastikowy rupień na kołach. Nagminnie drobne usterki, tworzywa to koszmar..* [KA – o(~t)]; *Czy Galant z 93 mający 220 000 to już rupień czy może da się nim pojeździć jeszcze z 5 lat?* [FS – f]. Dominantą znaczeniową staje się tutaj stan lub wiek pojazdu. W podobnej konwencji utrzymany jest *klamot*, nieodnotowany w ujęciu motoryzacyjnym, ale w ogólnej charakterystyce konotujący podobne cechy: *Nie wiem czemu wszyscy podniecają się tymi klamotami na rope, czemu nikt nie pokazuje jak te czipowane dizle dymią jak dają całym ogniem* [FS – f]; *Drogi, psujący się KLAMOT!!!* [KA – o(~t)]. Negatywne skojarzenia, wiążące się z psującym się pojazdem wyzwala określenie *dziad*, por.: *iskra biała, i silna, paliwko dochodzi i dziad nie pali* [MO –

f]. Rafał Zimny wymienia jeszcze leksem *dezel*, konotujący podobne właściwości wyeksploatowania pojazdu [Zimny, 2008: 141], jednakże w obrębie portali motoryzacyjnych wyraz ten nie posiada zbyt wielu poświadczeń.

Nie sposób pominąć leksemu obrazującego konieczność dużych wkładów finansowych - jest to określenie *skarbonka*. W wypadku tego wyrazu nastąpiła zmiana semantyczna – Rafał Zimny odnotowuje leksem *skarbona* jako przykład słownictwa biernego, używanego w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych. Tą nazwą mianowano ‘duże milicyjne samochody marki Star z nadwoziem w postaci okratowanej kabiny służącej do transportu zatrzymanych przez milicję osób’ [Zimny, 2008: 145]. Leksem funkcjonuje w tym ujęciu jako forma augmentatywna. Na portalach motoryzacyjnych wyraz odnosi się w większym stopniu do jego słownikowego rozumienia – ‘puszka (...) z małym otworem do wrzucania pieniędzy’ [USJP]. Przywołany materiał sygnalizuje kontekst licznych wydatków, np.: *Jestem początkującym kierowcą. Czy oplaca mi się kupić ex-taxi do 10000zł. Czy te auta to okazje czy skarbonki bez dna* [FS – f]; *Ja bym osobiście się w to nie pchała . SKARBONKA* [FS – f]; *Nie chce też mieć w garażu skarbonki bez dna więc zależy mi na tym roku* [FS – f]. Bezspornie należy zaklasyfikować ten ekwiwalent samochodu jako negatywny.

Wyłącznie cechę zaawansowanego wieku pojazdu konotuje wyraz *starość*, w słowniku odnotowany jako ‘rzecz stara, niemodna, zwykle już nieużyteczna, choć czasem dla niektórych wartościowa’ [USJP]. Pejoratywną ocenę tak nazwanego pojazdu ilustrują przykłady: *M3 E36 to już niestety starość* [FS – f]; *Daruj sobie seata toledo, do 7 tys kupisz starość a jest to samochód dość przygodny* [AC – f]. Drugi element przytoczonej definicji w praktyce może odnosić się do miłośników zabytkowych samochodów, dla których wiek pojazdu jest wykładnikiem jego wartości. Takim pasjonatom dawnej motoryzacji poświęcone są osobne strony i portale internetowe, które nie są przedmiotem analizy w tych rozważaniach.

Popularnym określeniem samochodu, generalizującym jego negatywny obraz, są synonimiczne leksemy: *padaka/padaczka, padło* oraz *padlina*. W zależności od kontekstu użycia służą one wyrażeniu złych właściwości technicznych pojazdu, jego wyeksploatowania, słabej mocy silnika, przebytych napraw, dużej awaryjności itd. Różnorodne możliwości sytuacyjnego wykorzystania leksemów prezentują przykłady: *Uwierz mi że miałem dużo czynienia ze starymi Escortami, Mondeami i to jest padaka...* [MO – f]; *Nie bierz tylko 2.0 diesla, to straszna padaka, w silniku psuje się wszystko, łącznie z tym że potrafi pęknąć wał korbowy* 🙄 [FS – f]; *Corsa z 2006 roku za 10koła to na 90% padaka.* [FS – f]; *Boli cię,*

że młody chłopak i ma trochę pieniędzy? Że kupi sobie fajny samochód, a Ty musisz jeździć **padaczką**? [FS – f]; Rozmawiałem z posiadaczami Mercedesa E 250 i 350 CDI i z silnikiem i zawieszeniem jest straszna **padaczka**. 😞 [FS – f]; **padło padło** jeszcze raz **padło** 😊 z takimi mankamentami to wg mnie nie opłacało się kupować [MO – f]; jak nie kupisz **padła** to będzie śmigał aż miło i w fordach trochę bierze rdza ale da się to wyleczyć [FS – f]; Nie musisz się po raz kolejny tłumaczyć że jeździsz **padliną**. Rozumiemy to i szanujemy Twój wybór [MP – f].

Materiał z portali przekonuje o synonimicznej wymienności wszystkich leksemów, bez dodatkowego nacechowania ekspresywnego ze względu na formę. W slangu młodzieżowym wyraz *padaka* funkcjonuje m.in. jako ‘nieużyteczny przedmiot’ [NSGU] lub ‘w języku hiphopowców – niezręczna sytuacja, gafa, wstyd; także coś nieudanego, klęska’ [SPP]. Mimo rozbieżności znaczeniowych leksem kategoryzowany jest wyłącznie negatywnie. Określenie to obecne jest także w socjolekcie paralotniarskim, w którym wyraża warunki pogodowe uniemożliwiające latanie paralotnią [Pędzich, 2012: 81]. Autorka monografii o tym socjolekcie, podkreśla wyjątkową pojemność tego leksemu, którego nadrzędną specyfiką jest ujemna ocena rzeczywistości [Pędzich, 2012: 82]. W NSGU występuje również zdrobnienie – *padaczka* – jako ‘określenie czegoś bezużytecznego’ [NSGU]. W słownikach odnotowany jest także leksem *padło* – ‘rzecz stara, zużyta, rozklekotana, np. samochód, tramwaj’ [NSGU] oraz ‘o czymś starym, przestarzałym lub zniszczonym, niefunkcjonującym; grat, rupieć, trup’ [SPP]. Doprecyzowanie kontekstu motoryzacyjnego, a także wskazana wymiennosc leksemów przekonują o ich uniwersalności i rozprzestrzenieniu slangu charakterystycznego dla młodzieży.

Kolejną grupę nazw stanowią określenia kładące nacisk na negatywne właściwości związane z silnikiem pojazdu. W skład tego zbioru tematycznego wchodzi leksem *muł*, odwołujący się do samochodu, który wolno się rozpędza i najczęściej spala dużo paliwa, np.: *No i owszem nada się ale od razu trzeba ładować LPG bo to jest **muł** i pali około 10 litrów na 100 km w mieście*. [FS – f]; *Tylko nie kupuj automata bo to istany **muł** (no chyba że nie zależy ci na osiagach)* 😊 [MO – f]; *1,9 tdi tak ale 1,6 8V 102 i 105 KM nieeeee... bo to paliwożerny **muł** jak co to bierz 1,8 lub 1,8 turbo* [FS – f]. W warstwie słownikowej powyższy wyraz w znaczeniu przenośnym i pogardliwym, jest zdefiniowany jako ‘osoba powolna, mało rozgarnięta, uparta’ [USJP]. Wykładnikiem tych samych cech jest derywowany leksem *zamulacz*: *Zależy mi oczywiście na ekonomiczności auta, ale nie na totalnym zamulaczu* 😊 [FS – f]; *To jest inny silnik, który potrzebuje lepszego gaźnika od tego zamulacza z komarka i podobnych* [MO – f]. Sygnałem podobnych właściwości związanych z silnikiem jest słowo

zdechlak: Świetna sprawa, mój **zdechlak** postawiony na nogi za niewielką kasę. [FS – f]; *Boje się, że tra fie na jakiegoś zdechlaka i będę musiał dokładać, a tego nie chce* [FS – f]. W niektórych kontekstach jednak odnosi się do predyspozycji technicznych całego pojazdu. Jest to zgodne z potocznym słownikowym odwzorowaniem – *zdechlak* to ktoś ‘słaby fizycznie, chorowity, osłabiony’ [SJP]. Popularność tego określenia na gruncie motoryzacji umotywowana jest w pewien sposób czasownikiem funkcjonującym w tym kontekście komunikacyjnym – ‘(...) silnik zdechł, jeśli przestał pracować lub stracił moc’ [ISJP].

Poza wymienionymi grupami znalazły się leksemy, które w słownikowych definicjach w żaden sposób nie są związane z pojazdami mechanicznymi i ww. ogólnymi właściwościami przedmiotów, lecz stanowią przykład przeniesienia leksyki z innych dziedzin. Można tutaj zaklasyfikować leksemy *gniot*, *hebel*, *paździoch*, *sztrucel*, *śmietnik*. Użyte określenia mogą być wykładnikami różnych właściwości pojazdu: złego stanu technicznego, wyglądu, słabego stanu blachy, możliwości jezdnych itp. Występowanie leksemów potwierdzają przykłady: *A tak, to jest gniot którego trzymam tylko dlatego, że sprzedając go w tej chwili, dostałbym za niego grosze.* [AC – t]; *za 3000zł spokojnie znajdziesz Punto z początku produkcji więc nie przesadzajmy że to będzie jakiś hebel.* [FS – f]; *Współczuję zakupu paździocha.* [FS – f]; *Więszego "paździocha" nie znajdziecie. Wykończenie wnętrza, to żart- wszystko skrzypi i trzeszczy.* [AC – o(~t)]; *Sztrucel. Pordzewiały, zgnity, prawdopodobnie auto po powodziowe.* [AC – t]; *Przecież Scenic w tym budżecie to będzie jeden wielki śmietnik..* [FS – f]. Wszystkie wymienione określenia są przejawem negatywnego obrazowania pojazdu, lecz decydującym znaczeniem szczegółowym jest kontekst ich użycia.

Podkreśleniem nieatrakcyjnej sfery wizualnej pojazdu są leksemy *kanciak* i *kloc*. Pierwszy z nich jest wyrażeniem stylistyki pojazdu, w słowniku przymiotnik *kanciasty* oznacza ‘mający kanty, załamujący się ostro, niezaokrąglony, niewygładzony’ [USJP]. Kontekst portali wyzwała także przenośne słownikowe użycie: ‘niezgrabny, nieforemny’ [USJP]. Odniesienia te są zawarte w wypowiedziach użytkowników: *Auto wygląda solidnie i bezpiecznie, marka Volvo ma swój urok odkąd przestała produkować "kanciaki".* [AC – o(~t)]; *Z tym, że za stosunkowo wysokie pieniądze dostajesz samochód który w ogóle nie wygląda. Kanciak itp.* [FS – f]. W przypadku określenia *kloc*, należy się odwołać do znaczenia – ‘o czymś dużym, niezgrabnym, ciężkim’ [USJP]. Jednoznacznie negatywne konotacje, związane z wyglądem, a poniekąd również jazdą samochodu, eksplikują następujące przykłady: *Jeśli to ma być auto do miasta to po co Ci wielki kloc klasy średniej?* [FS – f]; *Z kolei nadwozie tego wozu to jednobryłowy, ociosany kloc* [AC – a]. Sposobem deprecjonującej oceny pojazdu jest wyrażenie *wyrób samochodopodobny*, np.: *Toyotę Yaris 1.0, reszta podana przez ciebie to*

wyroby samochodopodobne. [FS – f]; pojazd samochodopodobny (:F) o silniku pojemności 50cm³ rozpędzający się do około 65 km/h (z tego co słyszałem 🤔) (...) [MO – f]. Powstanie tego neologizmu może być oparte na analogii słowotwórczej do wyrażenia *wyrób czekoladopodobny*. Jak stwierdza Beata Milewska: „Wyśmiewany przez ludzi ersatz czekolady, ochrzczony nazwą *wyrób czekoladopodobny* okazał się desygnatem na tyle ważnym, że zmienił stosunki semantyczne w obrębie całego typu słowotwórczego. Ujemny ładunek ekspresywny związany z przymiotnikiem *czekoladopodobny* wtórnie narzucony został innym formacjom z członem *-podobny*” [Milewska, 2011: 295]. Przeniesienie utrwalonego znaczenia można zaobserwować w wielu wyrazach, a *wyrób samochodopodobny* jest jednym z przykładów słowotwórczej deprecjacji znaczenia.

Pejoratywne ekwiwalenty leksemu *samochód* skupiają się na rozmaitych cechach pojazdów. Wiele wyrazów funkcjonujących w leksyce ogólnej, używanych w odniesieniu do pojazdów mechanicznych lub nie, przekonuje o wymienności nazw i bogatym zbiorze właściwości, które te nazwy zawierają (np. *grat, rupieć, złom*). Należy wyodrębnić grupę leksemów skupioną na złej i powolnej pracy silnika (np. *muł, zdechlak*). Warto wskazać również leksemu zaczerpnięte z innych dziedzin (np. *gniot, hebel*). Eksplikowane cechy całej przedstawionej grupy tematycznej to wiek samochodu, zużycie i nadmierna eksploatacja, stan blachy i innych elementów, konieczność wkładów finansowych, nieatrakcyjny wygląd.

4.1.3. Nazwy neutralne, nacechowane kontekstowo

Osobny zbiór leksemów to określenia neutralne, których sposób wartościowania zależy od kontekstu wypowiedzi. W swojej warstwie semantycznej nie zawierają pozytywnej lub negatywnej waloryzacji, przez co zostały wyodrębnione jako grupa. W jej skład wchodzi jedynie kilka wyrazów, co świadczy o powszechności nacechowania emocjonalnego używanych ekwiwalentów pojazdu.

Podstawowym synonimem leksemu *samochód* jest wyraz *auto* – ze względu na powszechność w języku ogólnym, nie zamieszczam w tym miejscu stosownych cytatów z portali. Jednym z najbardziej znanych określeń w tym zakresie jest wyrażenie w dużym nasyceniu obecne w języku ogólnym. Powszechną nazwą pojazdu samochodowego jest frazeologizm *cztery kółka*, odnotowany w słowniku jako ‘samochód, zwłaszcza osobowy’ [WSF]. Metaforyczne wyrażenie ilości kół w pojeździe jest określeniem poddanym generalizacji i ogólnym, por.: *To poważna sprawa, przemysł więc decyzję, zanim Twoje nowe cztery kółka zaparkujesz przed domem.* [M – a]; *Biorąc pod uwagę fakt, że będą to moje*

pierwsze „**cztery kółka**”, zależy mi na niskich opłatach, oraz w miarę możliwości ekonomicznej jeździe [FS – f]. Analogiczną sytuacją w obrębie motocyklizmu są *dwa kółka*, również powszechne wśród użytkowników posiadających motocykle lub interesujących się nimi, por. *Część filmowych bohaterów zawodowo parała się motocyklizmem. Po wysłuchaniu ich opowieści ma się wrażenie, że każdy z nas może ujarzmić dwa kółka i czerpać z tego nieopisaną przyjemność* [M – a]. Semantyka powyższych określeń w sposób jednoznaczny konotuje klasyfikację formalną danego pojazdu mechanicznego.

Na portalach motoryzacyjnych często pojawia się wyraz *sprzęt*. Leksem ten odnosi się w większym stopniu do motocykli, co jest warunkowane specyfiką pojazdu motocyklowego, chociaż przypadki użycia takiego sposobu nazywania samochodu również są zauważalne. Warto w tym miejscu zaznaczyć występowanie tego leksemu w badaniach Magdaleny Bartłomiejczyk, skupionych na języku kierowców autokarów. Autorka wskazuje występujące określenie *sprzęt*, nazywające autokar (lub w liczbie mnogiej *sprzęty*) [Bartłomiejczyk, 2012a: 195]. Na portalach motoryzacyjnych wyraz funkcjonuje w kilku różnorodnych wariantach (co stanowi o produktywności leksemu oraz wymienności formantów słowotwórczych): *Moje pierwsze moto to też było Suzuki Gs500 - to sprzęt prawie nie do zdarcia* [M – f]; *Bardzo ładny sprzęcik, czasami faktycznie jest lepiej dopłacić 100-300zł i mieć spokój* [MO – f]; *sprzęt łatwy w obsłudze i można powiedzieć niezawodny?* [M – f]; *poszukuje sprzeciora i za chiny nic nie może znaleźć...* [M – f]; *A ja codziennie w garażu mogę przynajmniej się otrzeć w drodze do czterech kółek o moje sprzęcicho* [M – f]. Sufiksy augmentatywne decydują o wyobraźalnej wielkości pojazdu, a tym samym jego potędze. Sufiks zdrabniający potwierdza nacechowanie emocjonalne. Wszystkie zastosowane formanty (według Stanisława Grabiasa) zawierają w sobie cechę ekspresywności (inwariantną lub kontekstową) [Grabias, 1981: 71-74]. Warto zaznaczyć jest fakt odmiany tego wyrazu, mianowicie sporadyczne używanie końcówki *-a* (zamiast *-u*) w dopełniaczu liczby pojedynczej: *Gratuluję wytrwałości, że nie zagazowałaś sprzęta kiedy benzyna taka droga - to się chwali* [M – f]. Zastosowanie wzoru odmiany przeznaczonej przede wszystkim dla rzeczowników żywotnych świadczy o animizacji pojazdu.

Powtarzalnym określeniem pojazdu jest *egzemplarz*, funkcjonujący jako neutralny znaczeniowo odpowiednik samochodu lub motocykla. Brak nacechowania jest zgodny ze słownikową definicją leksemu: ‘przedmiot, roślina, zwierzę, czasem człowiek reprezentujący jakiś typ, gatunek, okaz’ [USJP]. Prymarnym wyjaśnieniem jest jednak: ‘każda pojedyncza sztuka z grupy jednorodnych przedmiotów’ [USJP], czego nie potwierdza kontekst motoryzacyjny. Użycie tej jednostki leksykalnej w stosunku do pojazdu zazwyczaj wiąże się

z jego charakterystyką, dotyczącą jednostkowego, wyjątkowego przykładu. Powszechność takiego sposobu wyrażania potwierdzają zdania: *Na pewno nie do jazdy, zainwestujesz tyle, że wyjdzie drożej niż dobry egzemplarz* 💡 [FS – f]; *Mazdy są dość niezawodne o ile się trafi na dobry egzemplarz. mx-3 sporo jeździ po ulicach, ale przy większym modelu będziesz się już wyróżniać* [MP – f]; *Łatwo o krajowy egzemplarz z udokumentowanym przebiegiem w tej cenie ale uwaga na sporą ilość firmówek* [FS – f]. Podobną funkcję znaczeniową pełni leksem *sztuka*, wskazujący na konkretny pojazd, będący przedmiotem wypowiedzi, np.: *Jesli podoba Ci sie Civic to nie odpuszczaj tak od razu, trzeba szukac a moze trafi sie ladna sztuka...* [FS – f]; *206 ladne ale silnik 1.4 chcialbym no i generlanie napalilem sie na ten samochod tylko wiadomo zawieszenie i elektronika zalezy jaka sztuka trafi sie* [FS – f]. Użycie dwóch powyższych wyrazów podlega wartościowaniu kontekstowemu.

Niewielka liczebność grupy nazw neutralnych przekonuje o ekspresywności pozostałych określeń oraz tendencji do waloryzacji zawartej w semantyce nazwy. Określenia nacechowane kontekstowo pochodzą w dużej mierze z leksyki ogólnej, przez co funkcjonują jako określenia właściwe dla większej liczby desygnatów (np. *egzemplarz*, *sprzęt*).

4.1.4. Przeznaczenie i funkcja pojazdu

Istotnym zbiorem nazw jest grupa leksemów wskazująca na sposób przeznaczenia lub dominującą funkcję pojazdu. Określenia umieszczone w tej grupie spełniają kryteria poprzednich grup – mogą być wykładnikiem pozytywnej, neutralnej lub negatywnej waloryzacji – jednakże, ze względu na posiadanie przez nie dodatkowej właściwości, dotyczącej ich przeznaczenia lub funkcji, zasadne wydaje się ich wyodrębnienie jako osobną grupę tematyczną. Poniższy podział został ustanowiony ze względu na najważniejszą, prymarną funkcję samochodu, chociaż każda z nazw może konotować więcej przedstawionych cech.

Najpopularniejszym leksemem w tej grupie jest określenie *mieszczuch*, często pojawiające się w kontekście branży motoryzacyjnej, np. w reklamach samochodów i środkach masowego przekazu. Podstawą wyodrębnienia leksemu jest miejsce użytkowania pojazdu, czyli miasto. *Mieszczuch* to uniwerbizm, scharakteryzowany w sferze motoryzacji jako *samochód miejski*, czyli dostosowany do warunków jazdy w mieście (niewielkie gabaryty, zwrotność, łatwość parkowania i poruszania się w zatłoczonej przestrzeni). Wyraz został zaczerpnięty z leksyki ogólnej jako neologizm znaczeniowy. W słownikowym ujęciu *mieszczuch* to ‘mieszkaniec miasta, zwłaszcza bardzo przywiązany do miejskich wygód’ [ISJP]. W przytoczonym źródle

jest sklasyfikowany jako słowo używane z dezaprobatą, a więc konotuje niezbyt pozytywne skojarzenia. Przypisanie tego określenia samochodowi zostało oparte na procesie metonimii, akcentującej wspólnotę miejsca zamieszkania osoby i użytkownika pojazdu. Sposób użycia leksemu na portalach internetowych (jak również w innych kontekstach sytuacyjnych) wyzyskuje neutralność określenia i skupienie na właściwości charakteryzującej auto, a nie na jego waloryzacji¹¹³. Takie ujęcie potwierdzają następujące przykłady: *Ale kto powiedział, że w segmencie "mieszczuchów" nie ma ciekawych aut ? Są, i to bardzo dużo.* [FS – f]; *Francuski mieszczuch - Peugeot 208 Allure* [A – t]; *Miałem przyjemność kilku jazd testowych takimi mieszczuchami i mogę podzielić się opinią.* [FS – f]; *Citroen DS3 to bardzo ładny mieszczuch, który szybko się nie znudzi.* [A – t]; *No i Polo to świetny mieszczuch* [FS – f]. Często pojawiającymi się przymiotnikami, występującymi jako dookreślenie tej nazwy pojawiają się leksemy *rasowy* lub *typowy*: *Jednak jako rasowy mieszczuch hybrydowa Auris ma jedną poważną wadę: promień skrętu jak okręt podwodny na otwartym morzu.* [M – t]; *To jak masz vana to możesz kupić jakiegoś typowego mieszczucha choćby Seicento.* [FS – f]; *Nie wiem jakie auto chcesz, ale typowy mieszczuch prosty i trwałe to Honda Jazz* [FS – f]. Ich użycie wzmacnia specyfikę tak zaklasyfikowanych samochodów, podkreślając tym samym ich przeznaczenie. Ekwiwalent podanego określenia, *samochód miejski* (lub *samochód/auta klasy miejskiej*), również można zaobserwować na portalach motoryzacyjnych: *Nowy Peugeot to iście perfekcyjnie, zaprojektowany w francuskim stylu, samochód miejski. Jest mały i zwinny, czyli posiada doskonale połączenie do gwarantujące łatwe parkowanie.* [A – t]; *Będzie kolejny "tani" model Dacii 🤔 niedawno moja siostra szukała nowego auta klasy miejskiej i zastanawiała się nad Dacją Sandero* [AC – k].

Innym przeznaczeniem samochodu może być cel podróżniczy i rozrywkowy, w związku z czym pojazd może być określany jako *wycieczkowóz*. Podstawą utworzenia złożenia są rzeczowniki *wycieczka* i *wóz*, połączone interfiksem *-o-*. Użycie leksemu *wycieczka* uruchamia pozytywne skojarzenia z podróżą, wypoczynkiem, czasem wolnym i relaksem. W związku z tym użyte określenie może być przedmiotem pozytywnego wartościowania, zasadniczo jednak odnosi się wyłącznie do sposobu wykorzystania i celu eksploatacji pojazdu, np.: *Może jak na pierwszy wycieczkowóz jest wystarczająco ok?* [FS – f]; *Bardzo ekonomiczny wycieczkowóz, idealny na wakacyjne, dalekie wyprawy* [AC – o(~t)]. Samochód określany tym mianem musi spełniać pewne kryteria techniczne, np. dynamika pojazdu, możliwość jazdy w różnych, czasem trudnych warunkach, przestronność, wygoda. Podobne

¹¹³ Wartościowanie pojazdu może być efektem indywidualnej oceny danego samochodu, nie zaś samego faktu bycia *mieszczuchem*.

funkcje realizuje leksem *turystyk*, zaobserwowany w odniesieniu do obydwu środków komunikacji, jednakże w większości przykładów jest ekwiwalentem *motocykla*, por.: *Yamaha FJR1300AE na 2014 rok - sportowy **turystyk** na wakacyjne wojaże*. [M – p]; *Auto nie ma być modyfikowane do konkretnego offroadu, raczej typowy **turystyk** na małe wypadki szosowo-terenowe* [FS – f]. To określenie funkcjonuje czasami jako wyrażenie klasy pojazdów.

Kolejną dominującą funkcją samochodu może być jego przeznaczenie wyzyskujące wizualną charakterystykę pojazdu. W obręb tej grupy mogą wchodzić derywaty: *driftowóz*, *zakupowóz*, *wóz/wózek sportowy*. Dwa pierwsze określenia w swojej budowie formalnej są tożsame z opisanym leksemem *wycieczkowóz*. Inspiracją nazwy *driftowóz* jest czynność *driftu*, czyli jazdy w kontrolowanym poślizgu, sklasyfikowanej jednocześnie jako sport motorowy¹¹⁴. Skrótowym scharakteryzowaniem istoty *driftingu* jest wyjaśnienie: *Drift to jazda bokiem*¹¹⁵ - *do przodu* [www.budmatdriftshow.pl]. Pojazd określany tym mianem posiada bardzo dużą moc silnika, tylny napęd, zamontowany spoiler oraz ogólny sportowy wygląd [przykład takiego pojazdu – il. 66]. Wiele takich modeli jest efektem przeróbek technicznych i zmian wizualnych: *Tym też jeździłem - całkowicie przerobionym na **driftowóz*** [FS – f]; *To auto szoruje jak **driftowóz**. Wypada na zakrętach, buja na prostej podczas przyspieszania*. [AC – o(~t)]; *noom 😄😡 mam zamiar zrobić **driftowóz** 😄* [MO – f]. Niektóre wypowiedzi skupiają się także na warunkach i jakości jazdy takim samochodem.

Kolejne z wymienionych określeń – *zakupowóz* – wskazuje na przewóz zakupów jako dominujące przeznaczenie samochodu (podstawę derywacji stanowi leksem *zakupy*). Można zatem wnioskować, że charakterystycznym elementem budowy takiego pojazdu jest duży, pojemny bagażnik [zob. reklama – il. 25]. Klasyfikacja pojazdów pod tym względem jest najczęściej utrwalonym obrazem reklamy samochodu lub indywidualną kwestią użytkownika: *Polo to taki **zakupowóz*** 😄 [FS – f]; *typowy **zakupowóz** z ograniczoną ładownością!!!* [AC – k]. Tak scharakteryzowana funkcja pojazdu nie niweluje innych jego właściwości, można ją traktować jako dodatkowy walor.

Alternacyjne określenia *wóz/wózek sportowy* podkreśla wygląd samochodu. W pewnym stopniu jest wykładnikiem rodzaju kierowcy – osób młodych, interesujących się nowoczesnymi, sportowymi samochodami. Właściwością takiego auta jest szybkość, przyspieszenie, ilość koni mechanicznych i inne elementy, potocznie charakteryzowane w hobbystycznej leksyce motoryzacyjnej jako *bajery*. Waloryzacja tak określonego pojazdu

¹¹⁴ Nie jest to jednak klasyczny wyścig samochodowy, podstawą wygranej jest tutaj widowiskowość przejazdu i efektywność pokonywania kolejnych zakrętów na trasie.

¹¹⁵ Por. zbiór wyrażen bazujących na określeniu *jazda bokiem* [por. IV – 7.1.].

jest dychotomiczna, ze względu na indywidualny sposób podejścia do tej kwestii oraz ogólną opinię o samochodach sportowych (stereotypowe konotacje o młodych kierowcach i ich szybkiej jeździe): *Nie wygląda na sportowy wózek, a wszystkie poddyskotekowce wiejskie zostają w tyle!* [AC – o(~t)]; *Zupełnie inne samochody, ale ja wciąż się zastanawiam "chcę mieć sportowy, szpanerski wóz czy wolę dostojnie i wygodnie przemieszczać się ulicami miast".* [FS – f]; *Kobietom podobają się albo sportowe wozy albo duże lśniące limuzyny na aluminiowych 18 🤩* [MO – f].

Dwa następne leksemy uwzględniają wygląd i charakterystykę samochodu, ale prymarną ich klasyfikacją jest rodzaj kierowcy, który (stereotypowo) użytkuje taki samochód. Wymienić tutaj należy *dresowóz* oraz *dziadkowóz*. Podstawą derywacji wymienionych leksemów jest nazwa określająca kierujących takimi pojazdami, jednakże można stwierdzić, że obydwa wyrazy funkcjonują jako ekwiwalenty leksemu *samochód*, wskazując na charakter i właściwości tak nazywanego pojazdu. Bazą pierwszego z derywatów – *dresowozu* – jest *dres*, skrócona nazwa *dresiarza*. W słowniku to hasło jest wyjaśnione w następujący sposób: ‘o chłopaku należącym do subkultury młodzieżowej, noszącym dresy, adidas, skórzaną kurtkę, często też kolczyk w uchu’ [SPP]. Samochód takiego użytkownika często jest wzbogacany różnymi elementami wyposażenia, podlega procesowi przeróbki (podobnie jak *driftowóz*). Obecność opisywanego leksemu na stronach motoryzacyjnych poświadcza poniższy materiał: *Fajnie jeździ, ale wygląda jak dresowóz za 5k, którym wozi się dwóch łysych łepków spod dyskoteki do dyskoteki.* [FS – f]; *Co do wyglądu to sprawa względna, ale nie ma co ukrywać że niestety sporo egzemplarzy jest robionych przez właścicieli na "dresowóz"-jakieś przyciemniane szyby, wiadro zamiast końcówki wydechu (...)* [MO – f]; *Lubisz hondy to fajnie, ja lubie beemki. Hondami i VW jeździłem, niby spoko, ale to nie dla mnie 😊 Jednak stary dresowóz daje mi to co lubie 😊* [MP – f]. W ten sposób można zaobserwować odwołanie wyłącznie do właściwości samochodu i jego typu lub do osoby użytkownika – stereotypowego *dresa/dresiarza*. Drugie z wymienionych określeń – *dziadkowóz* – bazuje na leksemie *dziadek* jako domniemanym kierowcy takiego pojazdu. Zakres użycia leksemu obrazują poniższe przykłady: *Punto także odpada, wygląda jak dziadkowóz.* [FS – f]; *a dziadkowóz w sensie, że zły? W sensie że nudny jak flaki z olejem i wewnątrz rodem z Uno ale za to trwały.* [FS – f]; **DZIADKOWÓZ, OPAMOBIL. Idealny dla ludzi chcących po prostu przemieścić się z punktu A do punktu B, nie czerpiących z jazdy żadnej przyjemności. Jest fascynujący jak jazda windą w 11-piętrowcu. Ale pewnie nie będzie się psuł...** [AC – o(~t)]. Przytoczone wypowiedzi zawierają elementy pozytywnego

i negatywnego wartościowania. Cechami waloryzowanymi *in minus* są wygląd, prostota jazdy, pospolitość, natomiast zaletą pojazdu jest jego trwałość i wytrzymałość. W pewien sposób jest to związane ze sposobem jazdy samochodem określanej jako *emerycka* [zob. IV – 7.2.], konotującej niską, ale zarazem bezpieczną prędkość.

Dominującą funkcją samochodu, która zawarta jest w jego nazwie, może być sama czynność jeżdżenia, bez dodatkowego przeznaczenia. Reprezentację w tym zakresie mogą stanowić leksemy oparte słowotwórczo na rzeczowniku *wóz* lub czasowniku *wozić*: *dupowóz*, *wozidło/wozidelko*, np.: *No udało mi się go kupić, i zostanie u mnie do póki nie złamie się na pół, bo nie oplaca się sprzedawać a świetny dupowóz 😊* [MO – f]; *Co do innych Twoich typów - szczerze mówiąc to przy BMW pozostałe, które wymieniles to same nudne dupowozy...* [FS – f]; *Noja Nexia jest od 10 lat w rodzinie. Dostałem ja od ojca, gdy on kupił sobie inne wozidło.* [AC – f]; *Siemka, przedstawiam wam swoje wozidelko , jest nim Derbi Senda Sm x-treme z końcówki 2003r.* [MO – f]; *Jeśli chcesz kupować Seata Leona, to tylko 1.9 Diesel lub 1.8t w benzynie. Ale niestety to już nie jest "ekonomiczne wozidelko"* [FS – f]; *Takie nijakie wozidelko z pracy do domu i odwrotnie.* [M – a]; *Małe wozidelko za strasznie wielkie pieniądze... mi sie osobiście nie podoba ;p* [FS – f]. W jednym przypadku odnotowano leksem *pupo-wóz*, będący delikatniejszą formą pierwszego z przytoczonych przykładów: *Zwykły - klasyczny pupo-wóz ... No i bardzo dobrze że jest tani* [FS – f]. Wymowa semantyczna wymienionych nazw jest umotywowana kontekstowo i sytuacyjnie. W części przypadków użycie jest synonimicznym zastąpieniem wyrazu *auto/samochód*, ale wiele przykładów zawiera dodatkowe wartościowanie.

Wszystkie przytoczone przykłady pokazują, że częstą motywacją w tworzeniu nazw jest przeznaczenie pojazdu lub jego podstawowa, najważniejsza funkcja. Warto podkreślić, iż najczęściej określeń bazuje na leksemie *wóz*. W ten sposób tworzone są złożenia, w których pierwszy człon ma wymowę decydującą o znaczeniu. Użycie powyższych nazw jest przede wszystkim skorelowane z konkretnymi właściwościami i charakterystyką pojazdu (odwołanie do pewnej klasy, rodzaju samochodów), skupioną na jego funkcjonalności. Kontekst występowania określeń jest w dużej mierze sytuacyjny, motywowany indywidualnymi opiniami, poglądami i celowością wypowiedzi.

4.1.5. Odpowiedniki *samochodu* i *motocykla* – podsumowanie

Odmienne sposoby określania samochodów i motocykli świadczą o ogromnym potencjale kreatywności ich właścicieli. Ekspresywność używanych nazw zawiera się zarówno

w zdrobieniach, jak i w zgrubieniach, gdzie negatywne konotacje zazwyczaj nie występują. Użycie wyrazów z leksyki ogólnej ma na celu wydobycie określonych cech i właściwości pojazdu, podkreślenie jego rangi oraz pozycji w życiu właściciela, wskazanie na osobisty, emocjonalny stosunek do pojazdu. Hipokorystyczność wielu wyrażen potwierdza związek między osobą a przedmiotem. Podkreślenie siły i potęgi własnego pojazdu jest przejawem wyjątkowości auta czy motocykla w oczach właściciela, wyzyskującym obraz jego rangi i potrzebę docenienia wśród innych użytkowników.

Zestawienie wszystkich zaprezentowanych określeń oraz liczebność poszczególnych grup tematycznych prezentuje poniższa tabela (Tab. 2):

OKREŚLENIA WALORYZUJĄCE POZYTYWNE	OKREŚLENIA WALORYZUJĄCE NEGATYWNE	OKREŚLENIA NEUTRALNE	PRZEZNACZENIE, FUNKCJA POJAZDU
<i>autko/auteczko</i>	<i>dziad</i>	<i>auto</i>	<i>dresowóz</i>
<i>bolid</i>	<i>gniot</i>	<i>cztery kółka</i>	<i>driftowóz</i>
<i>bryka/bryczka</i>	<i>grat</i>	<i>dwa kółka</i>	<i>dupowóz</i>
<i>cacko</i>	<i>gruchot</i>	<i>egzemplarz</i>	<i>dziadkowóz</i>
<i>cudo</i>	<i>hebel</i>	<i>sprzęt/sprzęcik/</i>	<i>mieszczuch</i>
<i>fura/furka</i>	<i>kanciak</i>	<i>sprzęcicho/ sprzęcior</i>	<i>pupo-wóz</i>
<i>gablota</i>	<i>klamot</i>	<i>sztuka</i>	<i>turystyk</i>
<i>igła/igielka</i>	<i>kloc</i>		<i>wozidło/wozidelko</i>
<i>kolos</i>	<i>muł</i>		<i>wóz/wózek sportowy</i>
<i>limuzyna</i>	<i>padaka/padaczka</i>		<i>wózek na zakupy</i>
<i>machina</i>	<i>padlina</i>		<i>wycieczkowóz</i>
<i>maleństwo</i>	<i>padło</i>		<i>zakupowóz</i>
<i>maszyna/maszynka</i>	<i>paździoch</i>		
<i>perelka/perelecza</i>	<i>rupień</i>		
<i>rakieta</i>	<i>rzęch</i>		
<i>rumak</i>	<i>skarbonka</i>		
<i>skarb</i>	<i>starość</i>		
<i>strzała</i>	<i>sztrucel</i>		
<i>ślicznotka</i>	<i>szrot</i>		
<i>wehikuł</i>	<i>śmietnik</i>		
<i>wóz/wózek/wozik</i>	<i>trup</i>		

<i>żyłeta</i> WYRAZY PEJORATYWNE W FUNKCJI POZYTYWNEJ: <i>bestia/bestyjka</i> <i>diabeł</i> <i>kobyła</i> <i>krowa/krówsko</i> <i>potwór/potworek</i> <i>smok</i> <i>szatan</i> PODKREŚLENIE WIEKU POJAZDU: <i>dziadek</i> <i>staruszek</i>	<i>wyrób</i> <i>samochodopodobny</i> <i>zamulacz</i> <i>zdechłak</i> <i>złom</i>		
STATYSTYKA ILOŚCIOWA POSZCZEGÓLNYCH GRUP			
31 ¹¹⁶	25	6	12
RAZEM:		74	

Tabela 2. Zestawienie określeń leksemów *samochód* i *motocykl*, zaobserwowanych na portalach motoryzacyjnych.

Pierwszym podstawowym spostrzeżeniem jest zdecydowana ilościowa przewaga określeń, będących przedmiotem pozytywnego i negatywnego wartościowania pojazdu. Nazwa staje się w takim przypadku wykładnikiem właściwości samochodu/motocykla. Przeciwwagę stanowi niewielka grupa określeń neutralnych, wyzyskujących konkretne właściwości w użytym kontekście. Ostatnia grupa nazw – wykładniki funkcji lub przeznaczenia pojazdu – zawiera w dużym stopniu neologizmy słowotwórcze lub znaczeniowe.

Powyższe określenia wpisują się w grupę nazw powszechnych, stosowanych przez większą liczbę użytkowników. Oprócz tego zauważalne są indywidualne sposoby nominacji, funkcjonujące na zasadzie imion. Taka tendencja została opisana w jednym z kolejnych podrozdziałów [IV – 4.2.7].

¹¹⁶ Leksemy *autko* i *auteczko* (oraz pozostałe określenia z kilkoma formami obocznymi) traktuję jako pojedyncze przykłady w statystycznych obliczeniach.

4.2. *Fordziak, merc, japończyk...* Nazwy marek i modeli pojazdów

Osobną, rozbudowaną grupą są nazwy określeń inspirowane marką lub modelem pojazdu. Większość z nich ma charakter uniwersalny dla wszystkich użytkowników. Produktywność nazw i popularność określeń w zdecydowanej mierze motywowana jest czynnikami pozajęzykowymi – powszechnością danej marki, ilością posiadanych konkretnych pojazdów przez użytkowników, możliwością skojarzeń słownych. Większość określeń nie stanowi wyłącznie specyfiki portalu motoryzacyjnego, ale jest szeroko używana w rzeczywistości pozainternetowej i utrwalona w języku dotyczącym motoryzacji. Istnieją jednak określenia, których charakterystyczna właściwość widoczna jest właśnie w przestrzeni wirtualnej. Należą do nich nazwy, które wyzyskują odmienny sposób zapisu w stosunku do wymowy danego leksemu. Wiele samochodów i motocykli posiada kilka różnorodnych określeń, motywowanych w różny sposób, a ich wymienność świadczy o kreatywności osób związanych z motoryzacją. Brak tłumaczenia danego określenia jest sygnałem jego popularności wśród innych użytkowników, przez co można je traktować jako identyfikującą grupę użytkowników portali (i nie tylko) związanych z motoryzacją.

Zbiór leksemów odnoszących się do nazw marek i modeli pojazdów, jest ogromny i wciąż powiększa się. Zasadne będzie **wskazanie kilku najbardziej reprezentatywnych i produktywnych sposobów nominacji i motywacji leksemów**, a w ich obrębie wskazanie kilku najpowszechniejszych przykładów. Świadomość braku wyczerpania zagadnienia jest oczywista, ale moim nadrzędnym celem jest przedstawienie różnorodności, a zarazem powszechności wyekscerpowanych poniżej grup. Analiza obejmuje ponad sto określeń, zgrupowanych według motywacji nazewniczej. Dodatkowym kontekstem poświadczającym popularność leksemów jest ich występowanie w *Słowniku polszczyzny potocznej* [SPP], *Nowym słowniku gwary uczniowskiej* [NSGU] oraz w badaniach przeprowadzonych przez Rafała Zimnego (analiza hiponimów leksemu *samochód* pod względem marki na podstawie źródeł leksykograficznych) [Zimny, 2008: 149-155]. Prezentację określeń z portali oraz ich zestawienie z powyższymi kontekstami zawiera tabela 6 (s. 253-255).

Rafał Zimny wyróżnia grupę derywatów powstałych w wyniku procesu apelatywizacji, czego efektem jest ich odnotowanie w słownikach (np. marki *fiat*, *ford*, *mercedes*) [Zimny, 2008: 149]. Zyskiwanie statusu nazwy apelatywnej przez daną markę pojazdów jest wynikiem „osadzenia się w świadomości Polaków akurat tych, a nie innych marek” [Zimny, 2008: 149]. Ze względu na powszechność użycia marek we wzajemnej komunikacji użytkowników portali motoryzacyjnych, za oczywistość można uznać wielokrotnie

występujące leksemy o charakterze apelatywnym. Więcej uwagi badacz poświęca nazwom derywowanym na podstawie marek pojazdów. Rozbudowywanie pola leksykalnego jest równoznaczne z wartościowaniem pojazdu i wyrażaniem ekspresywności za pomocą używanych formantów.

Istotnym rozróżnieniem jest także odmienny sposób zapisu używanych leksemów – małą lub wielką literą. Zgodnie z normą słownikową wyroby zapisujemy małą literą, a nazwy marek wielką [Polański, 2008: 142, 146-147]. Użytkownicy zapisują używane nazwy wymiennie wielką lub małą literą, na co w dużej mierze wpływa kontekst komunikacji internetowej i indywidualne wybory/kompetencje autorów wypowiedzi. Dla ujednoczenia sposobu zapisu w poniższej egzemplifikacji leksemów będę stosować zapis małą literą¹¹⁷, mając świadomość niejednolitości zapisu w przytaczanych przykładach i reguł słownikowych.

4.2.1. Określenia z formantami sufiksalnymi

Najbardziej obszerną grupę stanowi **zbiór leksemów pochodzących od właściwej nazwy marki/modelu pojazdu, zmodyfikowanych za pomocą formantu sufiksального**. Stopień wprowadzonych zmian w kontekście wielości przykładów jest różny. Może to być:

1. **sufiks dodany bezpośrednio do nazwy marki, modelu**. Najbardziej rozpowszechnionymi sposobami derywacji jest dodanie następujących formantów sufiksalnych:

a. *-ica*: *alfica* (marka Alfa Romeo), *audica* (marka Audi), *BMWica* (marka BMW).

Stanisław Grabias klasyfikuje formant *-ica* jako pejoratywny, ze względu na augmentatywność tworzonych nazw [Grabias, 1981: 74]. Sufiks derywuje nazwy samic – np. *tygrysica*, występuje w grupie wyrazów starych (nacechowanych pejoratywnie), np. *diablica* oraz w wyrazach pochodzących od nazw męskich na *-ec*, np. *siostrzenica* [Grzegorzczkova, Laskowski, Wróbel, red., 1998: 424]. Wiele leksemów języka ogólnego nie wyraża jednak negatywnej ekspresji, tworząc jedynie neutralne rzeczowniki rodzaju żeńskiego. Zabarwienie emocjonalne tak tworzonych określeń samochodów również może mieć niejednoznaczną motywację. Można wnioskować o korelacji tych nazw ze znaczeniem semantycznym leksemu *lwica*, uwzględniając metaforyczne przenoszenie właściwości tego zwierzęcia na charakteryzowany samochód [Zimny, 2008: 151]. Nawiązanie to może być wzmocnione faktem, że w większości przypadków, użycie powyższych derywatów jest osadzone w pozytywnym kontekście sytuacyjnym: *gratuluje zakupu... obys byl bardzo zadowolony*

¹¹⁷ Zgodnie z przytoczonymi słownikami [NSGU, SPP], a także sposobem zapisu w pracy Rafała Zimnego [Zimny, 2008].

i alfica dobrze sie spisywala... [AC – f]; *Taka Alfica powinna drugie tyle kosztować.* [FS – f]; *No to ten 1.8 Td w Fordzie będzie dobrym rozwiązaniem, alfica by była znakomita ale nie w tej kwocie* [FS – f]; *ładna audica szkoda jednak ze nie 2,5TDIk ale coż (...)* [MO – f]; *to moja 2 audica można na tej marce polegać polecam ale nie za bardzo bo za dużo ich będzie i prestiż A4 zmaleje* [KA – o(~t)]; *to jest moja trzecia Audica, żona jeździ A2 i też jest super* [AC – o (~t)]; *Kłopot w Polsce polega na tym, że każdy myśli, że jest dobrym kierowcą. A później ja jadę i widzę jak jakiś Czesław wjechał BMWicą w pole.* [FS – f]; *Krótkie przełożenia, lewarek prowadzi się lekko (prawie jak w bmwicy)* [KA – o(~t)]; *A może też być tak że BMWica była rozsądnie katowana, a wciąż jest w pięknej kondycji* [FS – f]. Nie zawsze jednak użycie nazw z tym formantem jest równoznaczne z pozytywnym wartościowaniem pojazdu i docenieniem jego właściwości technicznych/stylistyki/popularności marki: *Jednak stylistyka 147 strasznie mi się podoba, podczas gdy audica jest dość toporna jeśli chodzi o wygląd* [FS – f]; *Nie no jak widzę Audice czyli polskie "premium" z 1.6 pod maską to mnie skręca* 🤔 *Muł który dużo pali* [FS – f]. Można przez to wnioskować o zleksykalizowanym użyciu nazwy, pozbawionej nadmiernego nacechowania emocjonalnego. Fakt występowania jedynie trzech przykładów formantu *-ica*¹¹⁸, świadczy o braku uniwersalności tego sufiksu, co może być spowodowane kłopotami z wymową innych potencjalnych określeń marek z takim zakończeniem: np. marki Opel, Toyota czy modeli Vectra, Avensis itd. Powyższej derywacji podlegają nazwy krótkie, dwie z nich zakończone na *-a*, chociaż marka BMW posiada wiele określeń wprowadzających rodzaj żeński (por. *beta*, *beemka* itp.), co może stanowić przyczynę powyższego sposobu derywacji. W *Słowniku polszczyzny potocznej* występuje leksem *wolwica*, określający ‘samochód marki Volvo’ [SPP], jednakże na portalach motoryzacyjnych forma ta nie została zaobserwowana.

b. *-ek*: *matizek* (model Matiz), *nissanek* (marka Nissan), *opelek* (marka Opel), *yarisek* (model Yaris).

Formant sufiksalny *-ek* zaliczany jest do formantów melioratywno-deminutywnych [Grabias, 1981: 73]. Użycie form zdrobniałych jest sygnałem ekspresywności, wyrażającej pozytywne emocje związane z pojazdem lub niewielkie gabaryty samochodu: *matizek to naprawdę udane malenstwo* [KA – o(~t)]; *moj matizek w podkladzie czeka na malowanie* [MO – f]; *Matizek to moje obecne auto* [AC – f]; *Nasz Nissanek miał jakąś kolizję i blacha odstaje niesymetrycznie, to tu, to tam...* [MO – f]; *dla mni i nie tylko taki nissanek to fajne auto* [MP – f]; *nissanek już daawno sprzedany* [AC – f]; *Zdecydowanie kolor zielony*

¹¹⁸ W materiale słownikowym, zebranych przez Rafała Zimnego, występują tylko określenia *BMWica* i *audica*.

byłby najbardziej odpowiedni do mojego seledynowego **Opelka** :) [M – k]; ja nabieram dopiero doświadczenia bo **Opelek** moim pierwszym autem jest [FS – f]; **opelek** jak **opelek** nic dodać nic ująć 😊 [MO – f]; A i jeszcze bym zapomniał, mógłby być **Yarisek** z tym, że w tych pieniądzech ciężko dostać model godny uwagi. [FS – f]; Naprawdę jeśli ktoś szuka samochodu ekonomicznego i bezawaryjnego to **yarisek** jest dla niego!!! [AC – k].

c. –ik: *golfik* (model Golf), *lanosik* (model Lanos), *leonik* (model Leon).

Formant *–ik* spełnia dokładnie takie same funkcje jak formant *–ek* i w identyczny sposób charakteryzuje opisywany pojazd: *Co do auta - cudo... Ale i tak bardziej mi się Twój **Golfik** podoba* 🤔 [MO – f]; **Golfik** jak na 11 lat jest ok widać niemiecką precyzję i dbałość o szczegóły [KA – o(~t)]; Niestety muszę wymienić mojego wysłużonego 20-letniego **golfika** na nowszy model. [FS – f]; O co zapytać, na co zwrócić szczególną uwagę w przypadku takiego **lanosika**? [FS – f]; **Lanosik** za 6 tys powinien być ładny z klimą. [FS – f]; **Lanosik** to bardzo fajny samochodzik do miasta a nawet w jakas porzadniejsza trasę. [AC – o(~t)]; a Seat **Leonik** ? Lub Ibiza IV 🤔 [FS – f]; Pewnego razu zrobiłem test ile najmniej na trasie może spalić **Leonik** - efekt 3,9 !!! [AC – o (~t)]; no tak w środku **Leonik** trochę słabo wygląda, jak półkę niżej [FS – f].

Dwa wskazane formanty sufiksalne są najbardziej produktywną grupą form deminutywnych, co przekonuje o możliwości tworzenia wielu nazw derywowanych w ten sposób.

d. –ka: *auriska* (model Auris), *yariska* (model Yaris).

Sufiks *–ka* jest definiowany w ten sam sposób, co dwa powyższe przykłady. Należy podkreślić, że obie nazwy w swej podstawie słowotwórczej posiadają końcówkę właściwą rodzajowi męskiemu, jednakże w procesie derywacji zostaje im przypisany rodzaj żeński. Powodem przeniesienia może być przejście nazwy żeńskiej marki na model samochodu (w tym przypadku marka Toyota). Użycie wymienionych określeń obrazują przykłady: *Corolla z tym silnikiem średnio paliła cztery i pół litra a **auriska** niestety pięć koma osiem litra na sto kilometrów.* [KA – o(~t)]; (...)Oznacza to, że **Auriska** jest o 30 mm dłuższa oraz 55 mm niższa od poprzednika. [AC – a]; Osobiście jeżdżę **Auriską** i jak na razie świetnie się sprawdza. [FS – f]; **Yariska** będzie mogła startować w grupie aut R1A, czyli pojazdów lekko zmodyfikowanych z silnikami o pojemności 1,4-litra. [AC – a]; A może **Yariska**? Albo Polo? [MO – f]; No **yariska** byłaby świetną opcją ale 8 tys trzeba mieć 😊 [FS – f].

e. –ina: *fiacina* (marka Fiat); *fieścina* (model Fiesta), *golfina* (model Golf), *skodzina* (marka Škoda).

Formant *-ina* w zebranych materiale jest reprezentowany przez cztery jednostki leksykalne, tworzy formy derywowane zarówno od marek, jak i modeli pojazdów. Sufiks ten tworzy „wyrazy, których wartość ekspresywna oscyluje między melioratywnością a pejoratywnością” [Grabias, 1981: 69]. Mimo tworzenia formy deminutywnej, wiele derywatów posiada „emocjonalny odcień politowania” [Grabias, 1981: 69]. Komponentem znaczeniowym takich derywatów jest także emocja współczucia i lekceważenie, a także lichota i mała wartość przedmiotu [Grzegorzczkowska, Laskowski, Wróbel, red., 1998: 427-428]. Potwierdzeniem tej tezy w największym stopniu jest leksem *fiacina*, nawiązujący do ogólnych negatywnych opinii na temat tej marki. Należy jednak zauważyć, że niektóre użycia eksplikują żartobliwość, a nawet cechę „pocziwości” określanego pojazdu, są wyrazem sentymentu. Wszystkie powyższe możliwości emocjonalnego zabarwienia prezentują przykłady: *tutaj konkretnie nie wiem, może jakaś **fiacina**, typu Bravo/Brava albo Marea* [FS – f]; *Muszę powiedzieć, że ten **Fiacina** strasznie zajezdza łóżyska... już kilka wymienilem, każde drogie i dobrej firmy...* [AC – p]; *Witam Panowie muszę zmienić pasek w **fięcinie** Mk3 1.3* [FS – f]; *oczywiście standard filtr, olej, pasek, potem **fięcina** by przejechała jeszcze swoje (...)* [MO – f]; ***Golfina** od młodego gniewnego, zdjęcia tylko jednej strony auta i nic na nich nie widać.* [FS – f]; ***golfina** dobrze wyciszony, nie słyszać aż tak tego charakterystycznego dla diesli klekotu* [KA – o(~t)]; *czy ktos moze wie jak zrobic zeby moja **golfina** mniej paliła* [AC – o(~t)]; *Jakby miała moja **skodzina** bajerow to bym nie zamieniała jej na zadne inne no ale niestety nie ma* 🙄 [FS – f]; *Moja **skodzina** chodzi jak żyleta :) do maximum rozpędza się długo ale do mniejszych prędkości to momencik :)...* [AC – o(~t)].

f. -iczka: *alficzka* (marka Alfa Romeo), *audiczka* (marka Audi).

Przykłady te zostały utworzone jako zdrobniałe derywaty leksemów zakończonych sufiksem *-ica*. Ekspresywność formantu *-iczka* wyraża melioratywność i deminutywność powstałych leksemów [Grabias, 1981: 72], co uwidoczniają poniższe przykłady: *a co do **alficzki** to jest auto dla pasjonatów posiadających dobry gust i wiedzących co dobre* 🙄 [FS – f]; *Po prostu **Alficzka** nie chciała, abym ją sprzedał* [KA – o(~t)]; *Smigam **alficzka** 156 1.8 ts i jestem zadowolony po mimo opini jakie słyszałem (ze to awaryjne auta) okazują się one nie prawdziwe, poprostu o to auto trzeba dbać jeżeli się to robi to posłuży długo* 🙄 [FS – f]; *Najmniej **Audiczka** spaliła mi jak wracałem raz znad morza.* [KA – o(~t)]; ***Audiczka** była przykurzona na swoich felgach przemalowanych na czarno* [MP – f]; *Mam problem z moją **Audiczką*** [FS – f].

Użycie powyższego sufiksu zasadniczo nie jest zestawiane z negatywną waloryzacją samochodu. Warto podkreślić, iż tej derywacji nie została poddana nazwa *BMWica*, co można wytłumaczyć niezbyt łatwą wymową potencjalnego derywatu i jego nieporęcznej długości (**BMWiczka*), a także wielością innych określeń przypisywanych tej marce oraz ich wymiennością. Formant *-iczka* można traktować jako zdrobnienie wspomnianej już końcówki *-ica*, gdyż „(...) relacje między formacjami na *-ica* a formacjami na *-iczka* są jakby relacjami między formacjami swoiście augmentatywnymi a formacjami deminutywnymi” [Kreja, 2002: 174]. Bogusław Kreja podkreśla, że formant *-ica* zawsze jest wykładnikiem zgrubienia wyrazu, niezależnie od występowania formy zdrobniającej [Kreja, 2002: 175].

g. *-anka*: *fabianka* (model Fabia).

Powyższy formant został zastosowany wyłącznie w jednym przykładzie samochodu marki Škoda. Wprowadzony sufiks nie zmienia końcówki rodzajowej, jest jedynie wyrazem deminutywności, chociaż widoczne są także ślady zleksykalizowania nazwy: *Fabianka jest bardzo łapczywa* [AC – o(~t)]; *Fabianki można znaleźć po 8000 i na pierwszy rzut oka prezentują się niezłe*. [FS – f]; *A Fabianka w sedanie nie wystarczy...* [FS – f].

Wyrazem szerokiej powszechności powyższego określenia i jego motywacji semantycznej jest żartobliwa wypowiedź internauty na stronie *Gazeta.pl*: *Od 2006 roku zmieni się nazwa Fabii na FABIANKA, użytkownicy, którzy zakupili bądź zakupia Fabie do 2006 roku będą mogli bezpłatnie wymienić tabliczke z nazwa modelu.Producent zdecydował się na taką zmianę ze względu na liczne prośby ze strony męskiej części użytkowników(stanowią oni 96%), ponieważ w ten sposób podkreślony będzie serdeczny, ciepły, kobiecy, pączkowaty charakter tego wspaniałego samochodu (...)* [forum.gazeta.pl]. Prześmiewcza informacja jednoznacznie charakteryzuje istniejący negatywny stereotyp. W moim przekonaniu sposób użycia tej nazwy na portalach motoryzacyjnych nie jest przejawem pejoratywizacji samochodu, co również poświadczają przytoczone przykłady.

2. sufiks wprowadzający alternacje w temacie lub zmiana sufiksu¹¹⁹. Niektóre leksemy częściowo oparte są na wymowie fonetycznej, jednakże występujące w nich sufiksy zadecydowały o przypisaniu ich do tej grupy. Najczęściej reprezentowane alternacje (ilościowe i jakościowe) oraz formanty to:

¹¹⁹ W wersji oryginalnej pisowni, nie w wersji fonetycznej (por. *meganka* – od marki Megane, ale wymowa *megan*).

a. -ak: *fordziak* (marka Ford), *laniak* (model Lanos), *mondziak* (model Mondeo); *porschak/porszak*¹²⁰ (marka Porsche), *punciak* (model Punto), *subarak* (marka Subaru), *uniak* (model Uno), *volviak* (marka Volvo).

Formant *-ak* zaliczany jest do formantów pejoratywnych – m.in. „służy do urabiania zdrobnień z odcieniem pobłażania i żartobliwości” [Grabias, 1981: 70]. Formy derywowane zawierające powyższy sufiks są częste i popularne na portalach motoryzacyjnych, wskazując na potoczność¹²¹ i produktywność tworzonych derywatów. Przykłady w tym zakresie stanowią następujące wypowiedzi: *Zresztą - w żadnym z moich poprzednich **Fordziaków** skrzynia nigdy nie zawiodła* [AC – o(~t)]; *może i rocznik stary, ale to auto jeszcze przejeździ tego **fordziaka** wyżej czy tico jeszcze wyżej* [MO – f]; ***Fordziak** stal w garażu około 2 tygodnie nie odpalany ani nic* [FS – f]; *Chyba jednak **Laniak** hatchback, najbliższy moim oczekiwaniom* [FS – f]; *Ok, czyli bardziej wychodzę zdecydowanie na **laniaka** ;P* [FS – f]; ***Mondziaki** są fajne ale zdziebko droższe - za tą cenę mam 3 lata młodszą octavię* [FS – f]; *Możesz zaryzykować octavię może akurat się trafi jak ten pasek u mnie. Poza tym **mondziak** jest naprawdę super wygodny* [FS – f]; ***Porschak** z LPG to już w ogóle karykatura samochodu 😊* [FS – f]; *to będzie cud jak te "**porszaki**" w ogóle będą w jednym kawalku* [FS – f]; *No lady **porszak**, wszystko jest na miejscu* [MP – f]; ***Punciak** będzie mulił, z klimą to już w ogóle* [FS – f]; *Najpierw jeździli nim rodzice, kupili coś nowszego a **Punciaka** przekazali młodszej latorośli.* [SL – a]; *Ja też mam **punciaka**, ten sam rok i pojemność 😊* [MO – f]; *może jakiś **subarak*** [FS – f]; *niewygodne fotele - to wada chyba wszystkich **subaraków*** [AC – o(~t)]; *Myslałem o **Subaraku**, ale to Japoniec* [FS – f]; *Ja też kupuje auta "pewne". **Uniak** miał przebieg 23 tysięcy, Astra F 39 tysięcy, Mondek 77 tysięcy, Astra G 64 tysięcy* [FS – f]; *Cieszę się, że nie dałem się namówić na Matizę, w końcu **Uniak** był autem roku!* [AC – o(~t)]; ***volviak** jest właśnie takim czołgiem...* [FS – f]; *jak do tej pory mój **volviak** mnie nie zawiodł* [AC – o(~t)].

b. -ek: *lanek* (model Lanos), *mondek* (model Mondeo), *pasek* (model Passat).

Podpunkty b. i c. wyrażają te same funkcje i znaczenia formantów, co użycie tych sufiksów bezpośrednio dodanych do nazwy marki (opisanych powyżej – podpunkt 1 – b. i c.). Jediną różnicą formalną są procesy alternacyjne. Popularność użytych form poświadczają przykłady: *Nie jest źle, auto robione pod okiem Opla więc dużo lepiej niż w **Lanku**.* [FS – f];

¹²⁰ Formy będące opozycjami fonetycznymi, różniące się jedynie wymową, traktuję w zamieszczonych statystykach jako jeden derywat. Na dwoistość sposobu zapisu w dużym stopniu wpływa tło komunikacji użytkowników, czyli przestrzeń internetowa.

¹²¹ Sygnalizacja stylu potocznego jest właściwa dla formantu *-ak* [Grzegorzczkowska, Laskowski, Wróbel, red., 1998: 429].

Cieszę się, że Twój **Lanek** jest dobrze zrobiony [FS – f]; U mnie z **mondkiem** było to samo tyle że mógł on niedługo iść na części bo miał rozwalony blok silnika [FS – f]; tu pochwałe **mondka**, wszystko jak należy i ta nie naganna oraz wygodna pozycja [KA – o(~t)]; **mondek** to mój 5 ford w rodzinie 😊 [AC – f]; Witam, mam **paska** B6 z 2006 roku ,padł mi pompo-wtrysk [AC – k]; **Pasek** i a4 mają to same beznadziejne zawieszenie [FS – f]; **Paska** B4 albo Audicę 80 niech szuka 😊 [FS – f].

c. –ik: *audik* (marka Audi), *fiacik* (marka Fiat), *fordzik* (marka Ford), *passacik* (model Passat), *peżocik* (marka Peugeot), *seacik* (marka Seat):

Fajny Audik, też rozglądałem się za takim tylko srebrnym lub beżowym, z AFNem pod maską [MO – f]; *gdzie ten Twój Audik bo w podpisie cały czas FF widzę...* [AC – f]; *Czy da się kupić dobrego Audika A3, A4 do 9-10 tys?* [FS – f]; *Myślę, że Fiacik w dieslu da Ci więcej frajdy z jazdy* [FS – f]; *Testowany Fiacik to idealne auto dla kobiet, które w samochodach cenią sobie ich kształt, na ulicy lubią się poczuć jak indywidualistki i zależy im na ekologii.* [A – t]; *Też jestem za focusem choć fiaciki też nie najgorsze ponoć są* [FS – f]; *myślę że fordzik będzie najlepszym wyborem* 😊 [FS – f]; *Fordzik jeździ zrobiłem z 500km;p* [MO – f]; *Fordzik jest większy więc chyba fordziaka bym chciał chociaż gdybyś trafił takiego jak mój czyli malutki przebieg i zadbane to tylko SC.* [FS – f]; *fajny passacik* 🇹🇷 [MO – f]; *Passacik jest z 2006, a silnik to 2.0TDI 140KM* [FS – f]; *Mój "peżocik", diesel (307 SW, 2.0 HDI, 2004r.) w ciągu ostatnich tygodni zaczął mi nieco "fiksować"* [FS – f]; *Mój "słodki" Peżocik 206 SW X-Line (kombi)* [KA – o(~t)]; *następny to na pewno nie będzie peżocik* [AC – o(~t)]; *No Seacik też fajne autko. Ekonomiczny jak mówisz, sporo miejsca...* 😊 [MP – f]; *Tym bardziej iż Seacik jest dwudrzwiowy* [FS – f]; *Seacik był moim pierwszym autem* [AC – f].

d. –ka.

Formant służy do tworzenia form zdrobniałych rodzaju żeńskiego, należy do formantów melioratywno-deminutywnych [Grabias, 1981: 73]. Możemy rozróżnić dwa sposoby tworzenia derywatów z sufiksem –ka:

- bez alternacji i zmian w temacie (wprowadzenie –k–): *fiestka*¹²² (model Fiesta), *hondka* (marka Honda), *ibizka* (model Ibiza), *toyotka* (marka Toyota):

Użyte zdrobnienie występuje zarówno w markach, jak i modelach pojazdów. Podstawę słotwórczą stanowią nazwy rodzaju żeńskiego, nie dochodzi w wypadku derywacji do

¹²² Ten model Forda – Fiesta w jednym poświadczonym przykładzie posiada formę *Fiecha*, traktowaną jako zgrubienie z formantem alternacyjnym (*Co do samej Fiechy, był to rocznik 1990, kupiłem ją jako 15-letnią w 2005.* [FS – f]). Jednakże ze względu na tylko jeden przykład występujący w materiale z analizowanych portali motoryzacyjnych i brak powszechności tego leksemu, nie wliczam do statystyk jednostek leksykalnych opartych na markach i modelach (zob. Tab. 4 i 5).

żadnych przekształceń rodzajowych: *Jeżeli **fiestka** okazała by się twardym samochodzikiem to mogła by zostać, tylko jak ona reaguje na LPG?* [MO – f]; *Moja **Fiestka** nawet teraz w tych zaspach po parkingach daje sobie bez problemu radę* 😊 [FS – f]; *Pięknie wyszła **hondka*** 😊 gratuluje [MO – f]; *Z tych wymienionych to raczej **Hondka** albo Peugeot 406* [FS – f]; (...) ***hondka** ma to coś* [AC – o(~t)]; *Czy **Ibizka** ma dobre blachy? I ogólnie jak z eksploatacją tego wozu?* [FS – f]; *Posiadam **ibizke** i w trasi pali mi ok. 5l, w mieście 6-7l* [FS – f]; *poza tym to jak **toyotka**, to i benzyna dobra, bo mocna, mało pali, i bezawaryjna* [MO – f]; *Lepsza będzie Honda Accord lub jakaś **toyotka** (ale jak w nich z gazem to nie wiem)* [FS – f]; ***Toyotka** zasługuje na 4 z minusem (dużym):-)* [KA – o(~t)].

- z alternacją w temacie lub pominięciem głoski: *asterka* (model Astra), *beemka/bmka* (marka BMW), *fabka* (model Fabia), *felka* (model Felicia), *ferrarka* (marka Ferrari), *meganka* (model Megane), *tojka* (marka Toyota).

Bazą powstających określeń są marki i modele samochodów. W tej grupie leksemów można zaobserwować przypadki zmian pierwotnego rodzaju nazwy na rodzaj żeński (np. marki BMW, Ferrari). Zakres użycia form prezentuje poniższy materiał: *Mam **Asterkę** jedynkę z 91 roku* [FS – f]; *Nie mam czasu zeby wsatawic fotki na jakis server tak wiec zarzucam linkiem ze sprzedaży **Asterki*** 😊 [MO – f]; *Na początek obalmy stary polski mit, że „**beemkami** jeżdżą tylko łysi dżentelmeni w dresach z kreszu”* [A – a]; ***Beemka** była przeznaczona do driftu, więc szybko zajęłam się modyfikacją przeniesienia napędu i zawieszenia* [M – w]; *Jakoś nie wpadł mi w oko ten Focus, **BMKa** i Alfa są jakby to powiedzieć bardziej eleganckie* 😊 [FS – f]; *175 tys. **Fabka** z 2002 zagazowana i nie rozpieszczana.* [AC – p]; ***Fabka** fajna ale na moje oko to nie jest silnik 16 z Volkswagena tylko skodowska jednostka nie ciesząca się zbyt dobrą opinią.* [FS – f]; *Moja **Felka** to pocziwe autko -za takie pieniądze jest aż za wspaniała* [AC – o(~t)]; *Nie mowie ze **Felka** jest zła..* [FS – f]; *100 razy bardziej wolalbym za te 200 tys. kupić se jakaś **ferrarke** starsza albo cuś* [FS – f]; *Mocno się rozglądam za projektami tej **Ferrarki**, bo jestem zainteresowany jak to wygląda w całości.* [MP – f]; *Widzę, że to **Meganka** w wersji classic czyli sedan* [MO – f]; *Nie wiem dlaczego ale ta **Meganka** mi się zawsze podobała...* [MP – f]; *A **Meganka** jest w bdb stanie blacharka jak i silnik* [FS – f]; *Od 94r używam **tojek** na przemian z autami EU i nie znalazłem nic co by można było porównać pod względem awaryjności...mówie o starych **tojkach*** [FS – f]; *Zastanów się lepiej nad czymś lekkim wysokoobrotowym czyli np.: honda, **tojka** itp...* [FS – f].

e. -a: *hondzia* (marka Honda), *megana* (model Megane).

Jest to końcówka właściwa dla rodzaju żeńskiego, w niej samej nie jest zawarty żaden wykładnik ekspresywności. Dopiero zestawienie nazwy derywowanej i wyrazu podstawowego określa rodzaj wprowadzonych alternacji i ładunek emocjonalny. Leksem *megana* możemy traktować jako augmentatywny, natomiast forma *hondzia* nosi znamiona pieszczotliwości. W wypowiedziach użytkowników określenia te są waloryzowane kontekstowo, najczęściej jednak nie posiadają oznak pejoratywności: *Moja **Hondzia** jeździ na gazie i benzynie jak głupia, jestem z tego powodu bardzo szczęśliwy* [MO – f]; *jak na 13-latkę **hondzia** spisuje się rewelacyjnie!!!* [KA – o(~t)]; *Bardzo ładna **Megana** z klimą* [FS – f]; ***Megana** powinna być w miare bezawaryjna i do tego mało pali* 😊 [MO – f]; *Całkiem ładna ta **Megana*** [FS – f].

f. –awka: *porschawka/porszawka* (marka Porsche):

*Progiem by się kto przejmował, to nie **Porschawka** czy Ferrarka, ja biteksem też smaruję wszystkie progi tylko nie te w domu!* 🙄 [FS – f]; *Godny następcą 240Z, super uplasowany cenowo, jako sportowe auto dostajesz wydajnościowo **Porszawke**, ale za ok. 2-2.5x mniej* [AC – o(~t)]; *No **porszawka** dla mnie na mega wypasie..* 😊 [MO – f].

g. –ówka: *renówka* (marka Renault).

Obok podanego leksemu, w SPP występuje również zgrubnienie *renówa*, jednakże w przypadku portali internetowych nie jest to forma zbyt produktywna. Zdecydowaną przewagę zyskuje przytoczony wyraz: *Raz mi się zdarzyło jechać **renówka** w gazie i powiem że była to dla mnie tragedia przy wciskaniu pedału gazu* 😞 [FS – f]; *W **renówkach** zależy też jeszcze jaki model, laguny np. są bardzo udane, meganki też, clio zależy z jakim silnikiem* [MO – f]; *Porównywałem z innymi autami podobnej klasy i **renówka** jest najwygodniejsza* [KA – o(~t)].

h. –as: *cienias*¹²³ (model Cinquecento), *mondas* (model Mondeo).

Formant klasyfikowany jako pejoratywno-augmentatywny [Grabias, 1981:72]. Przytoczone wypowiedzi pokazują jednak, że funkcjonowanie nazwy nie jest związane z negatywnym wartościowaniem podanych modeli aut: ***Cienias** poobijany do poprawek, trochę daleko trza jechać* [FS – f]; *A mój **cienias**, ma silnik 700 i jechałem nim już ponad 130km/h sam. A ma całe 31 KM :F* [MO – f]; *Żaden maluch, żaden **Cienias** nie jest taki dobry jak trabant* [KA – o (~t)]; *Za około 5 tys kupisz już ładnego i zadbanego **Mondasa** jak*

¹²³ Zaklasyfikowanie derywatu do tej grupy określeń jest umotywowane występowaniem bliskoznacznych wyrazów, pochodzących od nazwy marki i odnotowanych w słowniku: *cinkol, cienkol, cienko-cienko* [SPP]. Należy jednak podkreślić, że leksem *cienias* niesie dodatkową wartość semantyczną, wyrażającą słabą moc i ogólną charakterystykę samochodu, co jest odzwierciedleniem potocznego użycia słowa *cienias*, por. SPP i NSGU. W tym ujęciu określenie może być klasyfikowane jako efekt procesu adideacji.

poszukasz [FS – f]; *I co 😊, jak było więcej niż 27 stopni na zewnątrz, w korku zaczynał się mondas grzać* [AC – f].

i. –acz: *tikacz* (model Tico), *uniacz* (model Uno).

W tym przypadku sposób wartościowania umotywowany jest sytuacyjnie: *Tikacz to auto, które naprawia się młotkiem i kawałkiem taśmy* [FS – f]; *Tikacz odpada ;/ (...)* *Punciak też wyjdzie ponad 5 tys ;/* [FS – f]; *Co Ty gadasz, tikacz ma dobre światła 🤪* [MO – f]; *Hahaa Uniacz 🤪 Małe spalanie i w miare wygodnie się jeździ ;d* [MO – f]; *siostra miała parę latek uniacza i do dziś miło go wspomina, także myślę, że można się zakręcić koło niego, tylko trzeba by się mu mocno przyjrzeć 😊* [FS – f].

i. –uś: *cinkuś* (model Cinquecento).

Jest to formant melioratywny [Grabias, 1981: 72], wprowadzający pieszczotliwość i hipokorystyczność danej nazwy. W przypadku modelu Cinquecento niezaprzeczalną cechą utworzonego zdrobnienia są niewielkie rozmiary tego pojazdu. W moim przekonaniu występowanie różnych określeń Fiata Cinquecento jest wyrazem jego słabych właściwości technicznych (w kontekście zachodnich marek pojazdów) – np. *cienias*, ale także przywiązania do rodzimej marki i pozytywnych emocji bazujących na jej popularności w latach wcześniejszych. Potwierdzeniem drugiej możliwości waloryzacji pojazdu jest leksem *cinkuś*, zawarty w poniższych przykładach: *cinkuś sprzedany ale tak jak pizzećie podobnie palił tego oleju 🤪* [MO – f]; *mam 4 os. rodzinie nikt nie narzeka , jest lepszy niż cinkuś* [AC – o(~t)]; *Otrzymałem kluczyk do jakiegoś alarmu w Cinkusiu, ale nie wiem gdzie jest ten alarm. Może ktoś wie gdzie mógłby być lub miał taki problem* [FS – f].

k. –or: *fiacior* (marka Fiat).

Przytoczona forma słowotwórczo jest jednoznacznie augmentatywna, z końcówką pejoratywną [Grabias, 1981: 74]. Występowanie nazwy w *Słowniku polszczyzny potocznej* ukazuje poddanie jej nieznaczonej specjalizacji: ‘każdy samochód marki Fiat (najczęściej jednak Fiat 126 p’ [SPP]. Na portalach motoryzacyjnych to określenie najczęściej jest stosowane w odniesieniu do Fiata 125 p (czyli poprzednika podanego modelu): *Witam jaki waszym zdaniem można wsadzić największy silnik najmocniejszy do fiata 125p żeby fiacior miał niezłego kopa 🤪* [FS – f]; *Ładny fiacior.125 jest legendą Polskiej motoryzacji 😊* [FS – f]. Z przykładów użyć można jednak wysnuć wniosek, że nazwa ogólna, zgeneralizowana, również jest często przywoływana przez użytkowników: *A więc gardze wszelkiej maści fiaciorami i wszystkim co włoskie, nie mam zaufania do aut francuskich więc tym samochodom mówię kategorię NIE* [FS – f]. Drugim przejawem funkcjonowania nazwy

jest jej występowanie jako określnika innego, konkretnego modelu auta marki Fiat, np.: *Fiat Punto II Hatchback 1.2 i 60KM 1999-2010 (...) Tutaj **Fiactor** bije wszystko co jeździ na głowę. Ceny części są śmieszne (wiecej płacę za korbówód Shimano Deore do roweru, he,he)* [AC – o(~t)].

1. –ol: *cinkol* (model Cinquecento); *merol* (marka Mercedes).

Występowanie formantu pejoratywno-augmentatywnego –ol [Grabias, 1981: 72] jest potwierdzone dwoma odmiennymi pod względem właściwości przykładami. Leksem *cinkol* odnoszący się do wspomnianego modelu Fiata i jego niewielkich rozmiarów oraz niezbyt zaawansowanych możliwości technicznych eksplikuje cechy naznaczone negatywnością. Określenie *merol*, którego podstawą derywacji jest uznana marka Mercedes, konotuje „pozytywnie wartościowaną cechę luksusu” [Zimny, 2008: 152]. W praktyce powyższe znaczenia nie są przesadnie widoczne, można jednak zaobserwować „przewagę” *merola* nad *cinkolem*, wyzyskiwaną przez kontekst sytuacyjny: *Moj **cinkol** jedzie 140 według katalogu ale nie sprawdzałem max prędkości. Czy wie ktoś ile on pojedzie* [FS – f]; *cały układzik jest wporządku, z tym że **cinkol** musi mieć szersze opony bo na zakrętach czuć jak sie guma odlepia od felg* [AC – o (~t)]; *Ten **merol** z linku fajny ale ten przebieg jest nie uważasz że nieco za niski.* 🤔 [FS – f]; *Troszeczkę brakuje koników ale co tu oczekiwać po 1.8 motorku :) z drugiej strony to jest **merol** a nie calibra (...)* [KA – o(~t)].

Tworzenie nazw za pomocą dodania formantu sufiksального jest częstym i produktywnym sposobem tworzenia określeń marek i modeli pojazdów. Można zatem wnioskować, że taki rodzaj derywacji jest i będzie ekspansywnym procesem, budującym powiększającą się grupę wyrazów. Sposób użycia formantów w wielu przypadkach realizowany jest sytuacyjnie. Kontekst wypowiedzi w dużym stopniu decyduje o wartościowaniu pozytywnym lub negatywnym. Pod względem słowotwórczym więcej form nosi znamiona deminutywności, jednakże *augmentativa* również stanowią rozbudowaną grupę. Potencjał używanych formantów nie jest równomierny, najczęściej realizacji odnotowano kolejno w wypadku sufiksów –ka, –ik oraz –ak, natomiast pojedyncze przypadki występowania danej końcówki to formanty: –anka, –awka, –cia, –or, –ówka, –uś. Różnorodność oraz liczbową produktywność wszystkich wymienionych dotychczas sufiksów prezentuje poniższa tabela.

Formanty sufiksalne (podpunkt 1 i 2)									
Formant	<i>-ka</i>	<i>-ik</i>	<i>-ak</i>	<i>-ek</i>	<i>-ina</i>	<i>-ica</i>	<i>-a</i>	<i>-acz</i>	<i>-as</i>
Ilość	13	9	8	7	4	3	2	2	2
Formant	<i>-iczka</i>	<i>-ol</i>	<i>-anka</i>	<i>-awka</i>	<i>-or</i>	<i>-ówka</i>	<i>-uś</i>	razem:	
Ilość	2	2	1	1	1	1	1	59	

Tabela 3. Produktywność formantów sufiksalnych w nazwach marek i modeli pojazdów.

Należy podkreślić fakt, że w wielu przytoczonych przypadkach dodanie sufiksu zmieniło rodzaj gramatyczny wyrazu podstawowego (według powszechnych końcówek rodzajowych w języku polskim), np.: *golfina* (Golf, r. męski → r. żeński), *cienias* (Cinquecento, r. nijaki → r. męski), *tikacz* (Tico, r. nijaki → r. męski).

Motywacja użycia zaprezentowanych nazw bywa różna, ale wiele z powyższych przykładów to leksemy spieszczające, będące wykładnikiem deminutywności i zdrobniałości oraz świadczące o emocjonalnym stosunku do pojazdu lub wyrażające jego niewielkie gabaryty. Zgrubienia w różnych kontekstach także pełnią funkcję spieszczającą, przede wszystkim ze względu na zainteresowanie motoryzacyjne użytkownika oraz wypowiedzi dotyczące jego własnego samochodu.

4.2.2. Nazwy odnoszące się do wyglądu pojazdu

Istotną grupą określeń jest **zbiór nazw wyrażających wizualne aspekty pojazdu**. Taka motywacja jest procesem czysto skojarzeniowym, bazującym na relacji podobieństwa do danego przedmiotu. Słuszne jest także stwierdzenie, że wiele z tych nazw tworzonych jest na podstawie indywidualnych predyspozycji użytkowników języka, jednakże ze względu na powszechność używanych określeń można mówić o procesie leksykalizacji wielu z nich i używaniu jako oficjalnych ekwiwalentów marki lub modelu pojazdu (bez podania właściwej nazwy).

Powszechnym reprezentantem tej grupy określeń jest leksem *beczka*, odnoszący się do jednego z samochodów marki Mercedes, konkretnie modelu W123 [il. 67]. Skojarzenie to powstało prawdopodobnie na zasadzie podobieństwa do przedmiotu (pod względem gabarytów i wielkości). Użycie leksemu widoczne jest na portalach motoryzacyjnych: *Oczywiście że tak, diesle z mercedesa w123 (beczka) 2.4D lub 3.0D, lub diesel z audi 100 C3 2.0D, 2.5 TDI, diesel z Volvo 740 2.4 TD.* [FS – f]; *Zdecydowanie beczka, ale to raczej z sentymentu i dlatego, że to kultowe auto, które już nie będzie tracić na wartości.* [FS – f];

Toyota Corolla E10-E11 góra razem z Mercedesem "beczka" [FS – f]. Występowanie tego określenia jest odnotowane w NSGU, gdzie nazwa ta jest uogólniona: ‘samochód, zwłaszcza marki Mercedes’ [NSGU]. Informacja o konkretnym modelu nie jest podana, dodatkowo nazwa w swej najszerszej postaci dotyczy potencjalnie każdego samochodu.

Kolejnym przykładem podkreślenia wizualnych aspektów pojazdu zawartych w nazwie jest określenie *jajko*, stosowane w przypadku Hondy Civic V. W tym przypadku nazwa powstała na skutek owalnego kształtu nadwozia pojazdu [il. 68]. W wypowiedziach użytkowników najczęściej pojawia się nazwa modelu wraz z derywatem: *Ja bym się rozglądał za ładnym jajkiem (civic V) ze wspomaganiami, klimatyzacją itd 😊* [MO – f]; *pomyśl też o mazdzie 323 i civicu jajku, świetne auta dla młodego, przy lepszych osiągnięciach spalają ci litr gazu mniej jak golf, ale mają słabsze blachy, polecam mazde 1.8 i civica od 1.5 w górę* [FS – f].

Inny model marki Honda określany jest mianem *ufo*. Sytuacja dotyczy modelu Civic VIII [il. 69]. Dokładne wyjaśnienie nazwy zostało zamieszczone w artykule na jednym z portali motoryzacyjnych: *Honda Civic VIII: UFO na drodze. Test i opinie (...) Futurystycznie stylizowany Civic jest obecny na rynku od 2006 roku. Ostre i nieszablonowe linie nadwozia niektórzy określali mianem kosmicznych. Inni ograniczali się do jednego słowa – UFO* [moto.onet.pl]. Leksem *ufo* utrwalił się w języku miłośników motoryzacji, jednakże, podobnie jak w poprzednim przypadku, użycie tej nazwy najczęściej dookreślane jest przewołaniem marki i modelu samochodu: *Ja ci powiem że dobrym wyborem będzie honda civic VIII ufo 1,8 benzynowy oraz astra IV* [FS – f]; *Prosto bajka jak dla mnie znacznie lepiej niż Honda Civic -UFO (moje byłe auto)* [KA – o(~t)]; *Civic ufo z 1.8 Pb 140KM. Audi ma FSI a o Renault szkoda pisać* [FS – f].

Następnym skojarzeniowym określeniem jest *żaba*, odnosząca się do marki Ford KA [il. 70]. Niskie nadwozie i opływowość kształtu stały się inspiracjami utworzenia leksemu i jego funkcjonowania jako odpowiednik konkretnego modelu Forda, por.: *Śmigam Ka już ponad dwa lata...(w lipcu 2008 kupiłam). (...) czyszczenie silniczka krokowego...bo żaba gasła 40 zeta* [FS – f]; *Dziennik kosztów Ford Ka Żaba* [AC – p].

Popularną nazwą modelu W210 marki Mercedes jest *okularnik* (występujący też w skróconej wersji – *okular*). Podstawą powstania określenia są charakterystyczne światła pojazdu [il. 71], o czym informuje artykuł z portalu www.autocentrum.pl: *Początek modelu datuje się na rok 1995, gdy to mercedes pokazał następcę popularnych W124. Zmieniona została cała zewnętrzna stylistyka, jeśli chodzi o wykończenie zmieniono między innymi światła przednie i tylne, stąd też wzięła się potoczna nazwa modelu czyli*

okularnik. [AC – p]. Przykłady użycia obrazują występowanie samego derywatu lub obecność marki i modelu pojazdu: *Przymierzam się do zakupu troche nowszego auta. Na oku mam: - Mercedes W210 (okularnik) rok około 1997 Diesel [FS – f]; To już lepiej W124 który będzie napewno w lepszym stanie niż okular czy pasek. [FS – f].*

Określenia odnoszące się do wyglądu pojazdu i jego skojarzeniu z konkretnym przedmiotem stanowią ograniczoną grupę leksemów. Być może długość procesu zleksykalizowania konkretnej nazwy decyduje o niewielkiej produktywności takiego typu nominacji. Drugim powodem może być brak cech wizualnych wyjątkowo charakterystycznych w większości marek i modeli obecnych na rynku motoryzacyjnym.

4.2.3. Skrócone nazwy marek i modeli

Cecha komunikacji internetowej i języka młodzieżowego, jaką jest skrótowość [por. Lubaś, 2012a: 284], stanowi podstawę do wyróżnienia grupy obejmującej **skrótów pochodzące od nazw marek/modeli**: *Chevy* (marka Chevrolet), *Felcia* (model Felicia), *Lambo* (marka Lamborghini), *Merc* (marka Mercedes), *Mitsu* (marka Mitsubishi), *Suzi* (marka Suzuki).

Część skrótów utworzona jest za pomocą odcięcia części leksemu (np. *Merc* czy *Lambo*). Użycie formy *Felcia* dodatkowo wyzwała hipokorystyczne nacechowanie wyrazu. Występowanie nazw ilustrują wypowiedzi: *Jeśli dopuściłbym auta spoza tych dwóch krajów to zastanowiłbym się nad Porsche 911 3.6 Carrera ,albo nad mega plastikowym **Chevym** Corvetta. [FS – f]; Mój samochód to dokładnie GMC Jimmy, ale to to samo co **Chevy** Blazer, dodatkowo mój to wersja kanadyjska - wszystko w skali metrycznej [AC – o (~t)]; Jednak **Chevy** jest już niezłym mulem [FS – f]; Jeśli przymierzasz się do **Felci** to polecałbym osobiście diesla. Silniki bardzo wytrzymałe i nie do zderzenia [FS – f]; Za całokształt **Felcia** zasługuje z całą pewnością na MOOOCNĄ czwórkę! [AC – o (~t)]; Ale podstawowa wersja ma kosztować ok 500 tys zł, czyli tyle co używane **lambo** :F [MO –f]; Troche zajeżdża **Lambo** ale ogólnie fajny wóz 😊 🤔 [MO – f]; **Merc** jest Eco [A – t]; **merc** ma już 500 tys przebiegu i miał tylko jedną poważniejszą awarię to diesel oczywiście 😊 [MO – f]; W tak wąskim budżecie to jedno z lepszych aut jakie można kupić, ewentualnie **Mitsu** Colt, lub jak się trafi Starlet [FS – f]; **Mitsu** ma drogie części w ASO więc tylko zamienniki [FS – f]; A jeżeli chodzi o pojemność, to każdy mi doradzał abym nie kupowała niżej 600 i w sumie jestem zadowolona ze swojej **Suzi** 😊 [M – f]; Witam wszystkich od kilku dni mam problem z mocą mojej **Suzi** , auto prawie nie mam mocy !! [FS – f]. Powszechnym skrótem jest także *pug* (zapisywany wielkimi lub małymi literami), odnoszący się do marki Peugeot, por.:*

Normalny automat ma też **pug** 307 również w 1.6 Pb. [FS – f]; Przecież Opel nigdy nie miał tak jak np. Peugeot czy teraz VW, że nie ważne na jaki model patrzysz i tak wiesz, że to właśnie **Pug** albo VW bo wszystkie w jednym stylu [MO – f]; Pug 307 jest lepszy. Większy, mało awaryjny i łatwiej go dostać w dobrym stanie [FS – f].

Występowanie skróconych nazw jest jedną z podstawowych tendencji w interakcji zapośredniczonej komputerowo. Ułatwia komunikację i wymianę myśli, a także upraszcza sposób zapisu długich i skomplikowanych nazw. Funkcjonowanie w kręgu użytkowników portali motoryzacyjnych sprawia, że każdy obecny tam internauta, w wielu przypadkach nawet laik motoryzacyjny, nie ma zasadniczo problemu z rozszyfrowaniem danego skrótu.

4.2.4. Leksemy o formie dostosowanej do polskiej fonetyki

Powszechność zagranicznych samochodów na polskim rynku motoryzacyjnym sprawia, że zapis wielu z nich jest tożsamy ze sposobem artykulacji. **Leksemy oparte na wymowie fonetycznej** na portalach motoryzacyjnych reprezentowane są przez obszerną grupę nazw, którą można podzielić na dwie podgrupy. Pierwszą z nich można scharakteryzować jako **spolszczenia jednoliterowe**, które obejmują tylko jedną literę i dotyczą wymiany na głoskę zgodną z rodzimą wymową ($c \rightarrow k$, $v \rightarrow w$): *korsa* (model Corsa), *scenik* (model Scenic), *tiko* (model Tico), *tojota* (marka Toyota), *vektra* (model Vectra), np.: *jestem po wymianie linek wiec niema problemow z biegami ale w porownaniu np. z mikra yarisem czy **korsa** wrzuca sie b.plynnie i z przyjemnoscia* [KA – o(~t)]; *widac ta **korsa**, moja astra przy niepełnym załadunku pomimo 100 koni powyżej 160 juz nie przyspiesza* [MO – f]; *renault **scenik** będzie wygodny na dłuższą trasę* [FS – f]; *mam pytanie,kupiłam samochód RENAULT **scenik**,nie mogę znaleźć akumulatora,czy ktos mógłby mi podpowiedzieć?dziękuję* [MP – f]; ***Tiko** też nie ma wspomagania i w tiko się mieszczą 4 osoby i tyle, 0 bagażu* 🚗 *Nie mówie nawet o tym jak tiko rdzewieje* 🚗 [MO – f]; *jak wejdiesz na kobiece forum to napiszą że one nigdy nie lecą na fury , że ich książkę ze bajki to może jeździć **tikiem** , i że brzydzą się takich rzeczy* 🙄 [FS – f]; *Wspaniale autko. Wszystkie parametry jak **tojota** verso, a na tej marce można polegać* [KA – o(~t)]; *bo za ta kase raczej nic dobrego nie dostane np susuki,nissan czy **tojote**?* [FS – f]; *Witam mam pytanie czy jest możliwa wymiana silnika w astrze o pojemności 1.6 na silnik od **vektry** o pojemności 1.8* 🤔 [FS – f]; *niewiele odbiega od jakości jazdy mazda toyota **vektra** chyba ze względu na jej szerokość i kulturę pracy silnika - zachowuje się jak niejeden silnik benzynowy a może i lepiej* [AC –o(~t)].

Taki sposób zapisu nie jest charakterystyczny wyłącznie dla użytkowników portali motoryzacyjnych, ale stanowi powszechną właściwość komunikacji internetowej. Reguła zapisu zgodnie z wymową cechuje wiele interakcji w sieci, będąc przejawem dążenia do ułatwień komunikacyjnych i dialogowości rozmów między użytkownikami.

Drugą grupę stanowią **spolszczenia całościowe**, w których cały wyraz zapisywany jest zgodnie z polską wymową, np.: *BeeMWu/beemwu*¹²⁴ (marka BMW), *delu* (marka Daewoo), *hjundaj* (marka Huyndai), *kija* (marka Kia), *pežo* (marka Peugeot), *porsche* (marka Porsche), *reno* (marka Renault), *sejczento* (model Seicento): *ja już bym wolął "Ja lov **Beemwu**"* 😊 [MP – f]; *często można wielu "panów" w calibrach czy **BeeMWu** zadziwić* 🗣️ [FS – f]; *Burning - no co Ty dajesz, przecież za pincet to dobre **beemwu** kupię* [FS – f]; *Hmm... A może **Deluuu** Tiko xD* [MO – f]; *pamiętaj, że **delu** miało "pakiety sprzedażowe" a nie możliwość indywidualnego wybrania dodatków z listy* [AC – f]; *Może to przypadek, a może jest jednak ten strach przed starzejącym się **delu**:)* [FS – f]; *a na poważnie rama robi swoje, ma możliwości **hjundaj*** 😊 [FS – f]; *no celica i **hjundaj** chyba beda najodpowiedniejsze w tej cenie* [FS – f]; *Zgrabne są te **Kije**.* 👍 [FS – f]; *bardzo spodobał mi sie ten **pežo** 306* [FS – f]; *Też zależy czy lubisz cruise czy speed. Przy pierwszym **Pežo**, przy drugim Tojota.* [FS – f]; *mi sie podoba nowe **porsche**:P, ciekawa propozycja, tego mi brakowało w ofercie **porsche**:)* [FS – f]; *Najbardziej moja uwagę zwróciło **Reno** 19* 😊 [FS – f]; *No **reno** jak **reno** elektryke co trzeba zrobiłem* 😊 [MO – f]; *Jak przełączam na benzynkę to prujeeee....jak **sejczento** dziewięćsetka* [FS – f]; *całe 50 km/h łół uwaga bo **sejczento** mnie nie dogoni xD* [MO – f].

Warto wspomnieć o przypadku swobodniejszego sposobu spolszczenia, nabierającego pewnych właściwości semantycznych na gruncie języka polskiego, czyli określenie *dajewo* (marka Daewoo). Sposób rozumienia podanego leksemu jest zależny od użytkownika, będąc przedmiotem gry i dowcipu językowego. Ze względu na dwuznaczność nazwy widoczne są fakultatywne sposoby jej zapisu: *Tudzież Nubira jak jesteśmy w temacie 'Dajewo'. Po lifcie jedno z fajniej wyglądających aut tego producenta* [FS – f]; *A przód jak w lanosie* 🗣️ *Dajewo miało dobry wzór do kopiowania* 😊 [MO – f]; *radio w **dajewo** matiz jak to wyciągnac? dodam ze radio to GELHARD* [AC – f]; *Zgadza sie, **Daj-Ewo** bez względu na to czy ma mniejszy silnik czy większy pali zawsze tyle samo, czyli dużo* [FS – f].

Przedstawiony sposób zapisu jest z jednej strony czynnością upraszczającą – w przypadkach przywoływania oryginalnej nazwy pojawiają się błędy polegające na zamianie

¹²⁴ Podane określenie może funkcjonować jako skrótowiec, ale jego umieszczenie w tej grupie zostało podyktowane faktem, że leksem nie jest rozwinięty tj. skrótowce (chodzi wyłącznie o polski sposób wymowy).

lub opuszczaniu liter. Tendencja do zapisu zgodnie z wymową jest też naturalną konsekwencją używania zapożyczeń i spolszczania wielu nazw.

4.2.5. Nazwy powstałe wskutek procesu adideacji i metaforycznych skojarzeń

Inną grupą leksemów związanych ze sposobem wymowy są **określenia bazujące na podobieństwie do wymowy fonetycznej marek lub modeli, ale funkcjonujące jako rzeczowniki**. Część z tych leksemów jest wynikiem procesu adideacji, czyli „kojarzenia wyrazów dźwiękowo podobnych, które w konsekwencji prowadzi do zmiany znaczenia jednego z nich, nie naruszając przy tym jego postaci formalnej” [Grabias, 1981: 163]. Pierwszym przykładem jest określenie *bejca*, szeroko funkcjonujące w Internecie jako samochody marki BMW. Leksem został odnotowany także w słownikach [NSGU, SPP]. W języku ogólnym słownikowe znaczenie wyrazu *bejca* oznacza ‘roztwór barwnika (...) służący do barwienia drewna’ [USJP], co nie konotuje żadnych skojarzeń z użyciem tej nazwy w odniesieniu do samochodu. Być może takie określenie samochodu jest skróceniem popularnej nazwy marki BMW – *bmwica* (ułatwiający wymowę), na co może wskazywać element formantu sufiksального. Przykłady zaczerpnięte z portali obrazują użycie leksemu *bejca* jako synonimu generalizującego markę BMW, odnoszącego się do jej dowolnego modelu: *mi się te **bejce** najbardziej podobają 🤔 no jeszcze e34 też fajne 🤔* [MO – f]; *E30 to moim zdaniem najlepsza **bejca** do tuningu, przeróbek itp. 😊* [MO – f]; *Szwagier miał taką **bejce** 3.0 w automacie sprzedał bo sporo paliła. Teraz ma takiego accorda i jest bardzo zadowolony* [FS – f].

Kolejnym przykładem procesu adideacji jest leksem *cytryna*, określający markę Citroën. To określenie, kojarzące model samochodu z owocem, jest rozpowszechnione w języku motoryzacji (nie tylko na portalach), co potwierdza jego obecność w słownikach i opracowaniach [NSGU; SPP; Zimny, 2008: 153]. Rafał Zimny określa tę nazwę jako neutralną aksjologicznie [Zimny, 2008: 153], co zdaje się potwierdzać sposób użycia leksemu przez użytkowników: *moja **cytryna** też ma 20 lat i fotele też wyglądają jak nowe 🐮* [AC – f]; ***Cytryna** nie będę się wypowiadał auto wygodne jednak nie mam zaufania do trwałości aut francuskich i ich nad wyraz rozbudowanej elektroniki* [FS – f]. Na podobnej zasadzie utworzona została nazwa *foka*, określająca jeden z modeli marki Ford, czyli model Focus: *To wy nadal jeździecie tymi rdzawymi **fokami**? 🤔 Tak patrze i te same osoby widze co dwa lata temu* [AC – f]; *Wiem że **Foka** nie lubi gazu, a ja tak jak pisałem gazu nie chcę (historia*

z butlą, po prostu nie ufam LPG) [FS – f]. W wyniku procesu adideacji powstało określenie *kangur*, funkcjonujące jako ekwiwalent modelu Kangoo (marka Renault): *Jakość przeciętna i cena przeciętna. Gdyby zapytanie było przestrzeń/cena, kangur wygrał by na całej linii* [AC – o (~t)]; *Renaulty - pomimo złych doświadczeń z kangurem, to widzę, że dużo osób nimi jeździ i chyba muszą być niezłe* [FS – f]. Dwa powyższe leksemy nie zostały zanotowane w słownikach, co świadczy o ich mniejszej popularności, a także fakcie, że nazwy odnoszą się wyłącznie do jednego modelu podanej marki (pierwszy przypadek obejmował całą markę Citroën, a więc zawierał większą liczbę desygnatów).

Na podobieństwie fonetycznym oparta jest nazwa *kijanka*, czyli określenie marki Kia. Główną motywacją takiego określenia jest wyłącznie warstwa brzmieniowa, w wypowiedziach użytkowników jedynym zakresem wartościowania jest kontekst sytuacyjny: *A że tata sobie scenica kupił to dostałem od niego kijanke* 🤪 [MO – f]; *w kijankę pchać się nie chce, bo to stara kija* 😊 [FS – f]; *A takie Kijanki Ci się nie widzą?* [FS – f]. Przedmiotem wartościowania zawartego w nazwie jest natomiast określenie *mesio/meś*, charakteryzujące markę Mercedes. Skojarzenie fonetyczne pozwala wiązać ten leksem z wyrazami *misio/miś*, będącymi wykładnikami hipokorystyczności i pieszczotliwości. Z tego względu kontekstem użycia tych określeń marki Mercedes jest z reguły pozytywna waloryzacja samochodów: *Ja wybrałbym AUDI. Co prawda Mesio jest Mesio...* [FS – f]; *Meś w-140?* 😊 *To chyba Najprawdziwszy Merol nowszych czasów, komfort? Oj chyba lepszy* [FS – f]; *Mesio jest bardziej pewny, wygodniejszy, nie mówiąc o mniejszym spalaniu* [KA – o (~t)].

Dowodem negatywnego wartościowania, zawartego w warstwie znaczeniowej wyrazu jest *prosiak* – potoczne określenie marki Porsche (zbliżone do leksemu *porschak/porszak*). Ze względu na wartość marki takie nazewnictwo budzi pewien dysonans. W materiale portalowym nazwa *prosiak* jest uniwersalnym odpowiednikiem marki, nie podlega pejoratywizacji: *Wiadomo, że lepiej kupić Prosiaka ale ciężko o dobrą sztukę, która ma 6lat* [FS – f]; *ostatnio sobie kupił Prosiaka 911 997 Turbo nowke* [FS – f]. Podobny proces zachodzi w wypadku modelu Sierra, potocznie mianowanego *ścierą/ścierką*. Użycie leksemu wyzwała ujemne (szczególnie zgrubienie *ściera*) właściwości, czego nie potwierdzają sposoby użycia na portalach: *Moja "ściera" wygląda całkiem niezłe (srebrny metalik, ospojlerowana, obniżone zawieszenie). W środku naprawdę dużo miejsca.* [AC – o (~t)]; *Chętnie bym coś porozbijał odkąd sprzedałem ściere, a tranzol nie nadaje się do szaleństwa* [MP – f]; *Niestety ze ściereką nie wyszło :(Na miejscu przywitał nas amator ortalionu* [FS – f]. Analogicznym przykładem jest leksem *tojtoj* (czyli marka Toyota),

odwołujący się do nazwy przenośnych toalet. Charakter użytego określenia wyzwała negatywne konotacje, skupione na polu semantycznym leksemu *toaleta*. W zależności od sposobu użycia leksem *tojtój* może funkcjonować jako nazwa pejoratywna lub neutralna: *byle z rozmiarem opon nie przesadzać 🤔 ale 30x9,5x15 AT i pojedziesz i po drodze i nie zawisniesz nawet w większych koleinach ! no i ceny części zamiennych o niebo niższe niż w tojtjach 🤔* [FS – f]; *gdzie w tojtju znajdziesz w europejskiej wersji wolnossący diesel? 🤔 chyba w starej J8 😊* [FS – f].

Ostatnim zaobserwowanym przykładem z grupy nazw opartych na procesie adideacji, nawiązującym do fonetycznego brzmienia wyrazu, jest leksem *wieśswagen*, czyli marka Volkswagen (VW). W tym przypadku, prócz podobieństwa fonetycznego, użyta nazwa ma zabarwienie semantyczne. Zastąpienie właściwego *volks* leksemem *wieś* wyzwała negatywne konotacje związane z użytkownikami takich aut. Niemieckie *Volk* to ‘lud’ [WSNP], można więc stwierdzić, że był to samochód dla mas, pospółstwa; polskie zapożyczenie z języka angielskiego (wcześniej niemieckiego) *folklor* to ‘tradycyjna, zwłaszcza ludowa, kultura jakiejś społeczności lub narodu, np. ich obyczaje, pieśni, wierzenia, a także twórczość artystyczna’ [ISJP]. Ogólnie zatem można wnioskować o jego korelacjach z kulturą wiejską. W USJP pojawia się dodatkowo znaczenie ‘cechy charakterystyczne dla jakiegoś środowiska, miejsca; koloryt lokalny’ [USJP]. Leksem *wieśswagen* odwołuje się do stereotypowo tandetnej kultury mieszkańców wsi [por. fragment o stereotypie kierowcy BMW, rozdział III – 3.2.11. oraz IV – 3.2.6. – poniższy podrozdział], a zarazem słabych właściwości technicznych auta. Określenie utrwaliło się jednak na tyle mocno w języku użytkowników związanych z motoryzacją, że pejoratywny wydźwięk leksemu został zatarty, przez co w wielu przypadkach funkcjonuje on jako neutralne określenie marki VW: *Jeżeli turbo to grupa wieśswagen 1,8t, 2,7bit jako opcja też colt (...)* [FS – f]; *Na wstępie odpuściłbym wieśwagena i Seata, na 100 % ujeżdżane przez młodych-gniewnych.* [FS – f]; *Jakiś nowy wieśswagen po tjuninku?* [MO – f]; *Niemieckie auta grupy wieśswagen na torze hmmm... dopiero zaprezentują swoją legendarną jakość...* [FS – f].

Wielokrotne występowanie powyższych nazw świadczy o trwałym przypisaniu określenia konkretnej marce lub modelowi. Różnorodność tendencji nazewniczych dostosowana jest do konkretnego pojazdu, wyzwalając przy okazji jego konkretne nacechowanie w odbiorze użytkowników (np. *wieśswagen*).

4.2.6. BMW, czyli *Będziesz Miał Wydatki*. Skrótowce, akronimy

Należy wspomnieć także o grupie nazw traktowanych jako **skrótowce**, a dokładniej literowce, w których każdą literę odczytujemy zgodnie z transkrypcją w alfabecie. Litery te są pierwszymi w wyrazach, które składają się na skrót. Na gruncie Internetu powszechnym typem skrótów są **akronimy**, czyli wyrażenia lub zdania skondensowane w skrót. Ich powszechność jest „efektem dążności do skrótowego wyrażania się ze względu na oszczędność czasu, miejsca i kosztów komunikowania się” [Naruszewicz-Duchlińska, 2004: 76]. Należy jednak podkreślić fakt, że w przypadku akronimów zasadniczo to wyrażenie staje się podstawą utworzenia skrót, przez co sam skrót literowy jest formacją wtórną. Takie przykłady stanowią odwrócony proces nazewniczy, nazwa marki (najczęściej krótka) staje się inspiracją do jej słownego rozwinięcia i rozszyfrowania, w przeciwieństwie do naturalnego kondensowania długich nazw w rozpowszechnione skróty. Anna Brzostek podkreśla jednak pojawiającą się tendencję zmiany kierunku derywacji. Badaczka stwierdza: „Osoby biorące udział w procesie tworzenia skrótowców wykorzystują niekiedy już istniejące wyrazy, mające określone znaczenie, do nadania im nowego znaczenia, które swój sens osiągnie dopiero po odczytaniu danego słowa jako akronimu” [Brzostek, 2011: 182]. Z racji powyższego wniosku oraz podobieństwa samego procesu deszyfracji, klasyfikuję takie przykłady w obrębie wymienionych grup wyrazowych.

Najbardziej eksploatowaną nazwą w tym zakresie jest marka BMW, której najczęstsze rozwinięcie to *Będziesz Miał Wydatki: Jednak jestem w kropce ponieważ z tego co słyszałem BMW (czytaj Będziesz Miał Wydatki) ma strasznie drogie ceny części (...)* [FS – f]; *Zwróć uwagę, że osób chcących kupić "Będziesz Miał Wydatki" jest dość sporo, dlatego raczej w tym przypadku okazje graniczą z cudem* 😊 [FS – f]; *BMW- **Bedziesz Miał Wydatki*** 😊:D [MO – f]. W przytoczonym materiale widoczne są przykłady, w których to rozbudowane określenie zastępuje nazwę właściwą pojazdu, przez co można mówić o jego spopularyzowaniu i szerokim użyciu. Innym używanym określeniem, mocno nawiązującym do stereotypu kierowcy BMW [zob. rozdział III – 3.2.11.] jest zdefiniowanie marki BMW jako *Bolid Młodzieży Wiejskiej: Jak sama nazwa mówi **Bolid Młodzieży Wiejskiej*** 😊 *większość egzemplarzy jest niestety po poważnych wypadkach lub zajeżdżona przez młodych gniewnych.* [FS – f]; *Nie zastanawiaj się tylko kupuj BMW, wkońcu to **Bolid Młodzieży Wiejskiej*** 😊 [FS – f]; *Teraz już wiem dlaczego na ten model mówią **BOLID MŁODZIEŻY WIEJSKIEJ*** [AC – o(~t)].

Niektórzy użytkownicy mają świadomość stereotypowego, a zarazem nie całkiem prawdziwego statusu powstających w ten sposób nazw: *Ale coś w tej marce jest bo jak sami wiecie krążą o niej różne historie i wyjaśnienia marki np. BMW - Bolid Młodzieży Wiejskiej czyli jednak BMW jest postrzegane z przymrużeniem oka 😊* [FS – f]; *tak wiem różnie to się mówi bolid młodzieży wiejskiej , będę miał wydatki , itd. itp. no ale nie wiem czemu jakoś serce mnie samo do niego ciągnie najbardziej 😊*. [FS – f]; *Przysłowie Będziesz Miał Wydatki to w przypadku e30 mit.* [FS – f]; *Co do BMW "Będziesz miał wydatki". Sądzę że te czasy już minęły* [FS – f]. Powyższe definicje konotują jednoznacznie negatywne cechy pojazdu, określanego jako szybko psujący się i wymagający wielokrotnych nakładów finansowych. Próbą zniwelowania niepocholebnych opinii na temat tego samochodu są inne sposoby rozszyfrowania skrótu: *A BMW to nie jest wcale "będziesz miał wydatki", tylko "Bardzo Męski Wóz"* [FS – f]; *BMW- babeczki mówią wow*¹²⁵ 😊 [FS – f]. Zauważalna jest w tym przypadku kreatywność użytkowników, ich indywidualne podejście do problemu, poparte własnymi przekonaniem i doświadczeniami.

BMW nie jest jedyną marką funkcjonującą jako skrót i rozszyfrowywaną przez znawców motoryzacji. Warto wspomnieć o przytaczanej definicji marki Fiat, zdekodowanej jako *Fatalna Imitacja Auta Turystycznego/Terenowego*¹²⁶: *Stilo to Fiat czyli jest to skrót od: Fatalna Imitacja Auta Turystycznego.* 😊 [FS – f]; *FIAT 126p Fatalna Imitacja Auta Terenowego 1-rodzinnego 2-osobowego 6-krotnie Przeplaconego* [MO – f]; *Bardzo ciekawe zestawienie słów - Fiat 126p jako samochód 😊 Moze raczej Fatalna Imitacja Auta Turystycznego ?:)* [FS – f]. Ta definicja w zdecydowanej przewadze odnosi się do modelu Fiat 126p, czyli popularnego *malucha*. Faktem jest, że właśnie ten samochód ma najwięcej określeń zanotowanych w słowniku obrazującym słownictwo uczniów [NSGU], np.: *bandzior, bąbel, bączek, bąk, bobel, bolid, cioto, galop kasta, galwa, grzechotnik, imitacja samochodu, jamper, kamikadze, karaluch, karle, kaszalot, kaszel, kaszlak/kaszłok, kaszok, kibel, kino, mydelniczka, nocnik na deskorolce, pudełko, puszka po konserwie, rakieta, zapalniczka*. Produktywność i duża liczebność nazw, a także ich różnorodność świadczą o sposobie istnienia tego modelu pojazdu w świadomości młodego pokolenia. Wiele przytoczonych określeń cechuje się żartobliwością i metaforycznym użyciem. Część z nich funkcjonuje także jako ekwiwalent leksemu *samochód* (np. *bolid* czy *rakieta* – por. IV – 4.1).

¹²⁵ Ze względu na jednostkowe przykłady użycia wyrażen *Bardzo męski wóz* oraz *Babeczki mówią wóz* nie wliczam do statystyki derywatów na podstawie marek i modeli pojazdów.

¹²⁶ Z uwagi na tylko jeden zanotowany przypadek użycia nazwy *terenowego*, jako właściwą jednostkę leksykalną przyjmuję określenie: *Fatalna Imitacja Auta Turystycznego*.

Na forach motoryzacyjnych pojawia się również rozwinięcie skrótu zapożyczone z języka niemieckiego: *FIAT - Fehler In Alle Teile*¹²⁷ [MO – f; FS – f], czyli metaforyczne *zły w każdym calu* (dosłowne tłumaczenie: *Błąd/usterka w każdej części*), nawiązujące do stanu technicznego samochodu.

Warto również wspomnieć o bogatej i różnorodnej grupie stereotypów dotyczących danej marki czy modelu pojazdu, eksplikowanych jako metaforyczne określenia lub powiedzenia, a w praktyce wyrażających negatywne wartościowanie danych samochodów (ze względu na właściwości techniczne, podatność na korozję, jakość eksploatacji itd.). Za przykład może posłużyć potoczne określanie modelu Laguna II jako *królowa lawet*, np.: *Laguna II też jest nieudana jest to potocznie zwana "królowa lawet"* [FS – f]; *Za te pieniądze Laguna jest liderem pod względem przestronności, spalania, jakości jazdy i prowadzenia się w stosunku do wyposażenia i ogólnych walorów estetycznych tego wciąż ładnego samochodu, którego opinię zepsuła trochę nieudana następczyni królowa lawet Laguna II* [AC – o(~t)]. Innym przykładem stereotypizacji pojazdów, obejmującym szerszą grupę samochodów, jest zła sława aut na literę „F”. W zależności od sposobu użycia grupa ta może dotyczyć marek Ford i Fiat, a także marek francuskich¹²⁸, np.: *zapamiętaj złotą regułę (nie pamiętam kto mi ją powiedział ale ja się jej trzymam): "nie kupuje się samochód na literę F oraz francuzów" mówiac samochód na f mam na myśli fiaty, ford...* [FS – f]; *A znajomi powtarzali - nie kupuj auta na "F" :))* (dot. Peugeot 406 – marki produkcji francuskiej – przypis W.W.) [AC – o(~t)]. Oczywiście takie generalizujące opinie budzą kontrowersje i sprzeciw innych użytkowników, ze względu na rozpowszechnienie i popularność tych marek, a także indywidualne podejście i doświadczenia: *TO ma byc regula ???:shock: ...najwazniejsze gdy kupujesz auto jest to od kogo i w jakim stanie kupisz , a nie na jaka litere sie zaczyna,heh to co ferrari bys nie chcial bo sie zaczyna na litere F buahha...* [FS – f]. Doprecyzowaniem powyższej reguły jest znane powiedzenie (w delikatniejszej postaci): *Ford nic nie wart, a Fiat jego brat*, które również jest przywoływane przez użytkowników portali motoryzacyjnych: *Koleżanko nie żyj stereotypami bo akurat fiat, ford i opel do dobre auta z trwałymi jednostkami napędowymi, a to że ktoś ci powie że, np ford jest nic nie wart to może być jego zdanie ale ty możesz mieć za to dużo inne i lepsze zdanie, wsiądź do tych wszystkich 3 aut*

¹²⁷ Prawidłowy i częstszy zapis w przestrzeni Internetu brzmi: *Fehler In Allen Teilen* [np. <http://www.motor-talk.de/> – dostęp : 10.08.2014].

¹²⁸ Stereotyp złej jakości marek francuskich jest obecny także w literaturze fachowej, dotyczącej motoryzacji: „W Polsce przez wiele lat panowała opinia, że francuskie samochody są zawodne, choć wygodne i estetyczne. Te uprzedzenia wydają się zanikać, ale 10. pozycja w rankingu [o marce Renault, ranking najpopularniejszych marek na polskim rynku motoryzacyjnym – przypis W.W.] świadczy, że nie wszyscy zmienili poglądy” [Szelichowski, 2012: 203]; „Przez długi czas Peugeoty były skazane na taką samą opinię jak inne francuskie samochody” [Szelichowski, 2012: 207].

i może tego VW i wtedy dopiero je oceni [FS – f]; *o fordzie nic nie wiem poza tym że ford jest ... wart a fiat to jego brat hehe* 😊 [FS – f]. Niektóre z określeń wprowadzają wątki humorystyczne, a ich powtarzalność sprawia, że zaczynają funkcjonować na zasadzie stereotypu. Pejoratywny obraz danej marki czy modelu samochodu może decydować o jego społecznym postrzeganiu, a tym samym wpływać na kwestie marketingowe i ilość kupowanych takich pojazdów.

4.2.7. Imiona pojazdów

Popularną motywację nazewniczą tworzy **grupa nazw stanowiących imiona** (najczęściej kobiece). Wybór imienia oparty jest na derywacji właściwej nazwy marki lub modelu i podobieństwie fonetycznym (proces adideacji). Powyższą grupę możemy podzielić na dwie komplementarne podgrupy:

1. nazwy potoczne, szeroko rozpowszechnione, wielokrotnie funkcjonujące na portalach motoryzacyjnych, ugruntowane w świadomości użytkowników portali¹²⁹, np. *asia* (model Astra); *beta/betka* – od imienia *Beata* (marka BMW), *celina* (model Celica), *hanka/hania* (marka Honda), *madzia* (marka Mazda), *renia* (marka Renault). Popularność wymienionych „imion” ilustrują następujące wypowiedzi: *Za to Astra będzie żarła olej (no chyba, że 8V ale to raczej kiepskie osiągi oferuje)* 🙄 *Generalnie wybierałbym tylko między Foką i Asią.* [FS – f]; *Nieprawda moja Asia jest z94 i niema śladu rdzy może dlatego że jest świetnie zakonserwowana i może dlatego że sprowadzona z n Niemiec i dbam o swoją Asie i życzę każdemu takiej furki* [AC – k]; *Super BMW zawsze mi się podobały stare bety miały charakter...* [MO – f]; *Ogólnie to zastanawiam się nad kupnem autka. Będę nim jeździł głównie po mieście, ale też chcę sobie od czasu do czasu wyskoczyć na tor poszaleć. Bardzo podoba mi się beta 3 E46 coupe* [FS – f]; *Betka przy mojej przecietnej jeździe - wcale nie sportowej zeby była jasność - portafi palić 13 l/ 100 km* 🙄 [M – f]; *Eh marzy mi sie ta celina, chyba trzeba będzie gdzieś jechać po ogłoszeniach z wawki bo u nas w krkjest mało egzemplarzy.* [FS – f]; *ps. nie wiecie jak Celina ma z gazem? tzn przyswaja czy raczej nie brac takich modeli?* [FS – f]; *jezdze juz celina 3 lata nie mam co do niej zadnych zastrzeżeń* [AC – o(~t)]; *Dodam tylko że trzeba uważać bo na forym audi dowiesz sie ze audi jest naj, na forum hondy dowiesz się że hanka jest naj...* [FS – f]; *co*

¹²⁹ Tylko tę grupę imion uwzględniam w obliczeniach statystycznych dotyczących liczebności poszczególnych sposobów nominacji.

*polecacie? jest jakis spec od hondy?:) (...)Z **Hania** nie ma problemu jaki silnik. Wszystkie sa OK. [FS – f]; I za ile można by już kupic ładną i zadbaną **Hanie** 4g z silnikiem 1.6 16v?? [FS – f]; Ja też bym nie polecał instalować LPG w **Madzi** [FS – f]; **BMW** mało tu jest niestety. A **Renia** mi się podoba 😊 [MP – f].*

2. nazwy będące indywidualnymi określeniami użytkowników. Wielu z nich podkreśla potrzebę nazywania pojazdu imieniem¹³⁰, co werbalizuje jeden z użytkowników: *Każdy gentleman powinien imieniem damskim nazwać swoje auto [FS – f]. Z tego względu zauważalne są nazwy indywidualne, będące przejawem inwencji twórczej właścicieli pojazdów. Z uwagi na chęć wyróżnienia się, zindywidualizowania pojazdu oraz bliski kontakt emocjonalny z samochodem lub motocyklem, nazwy te funkcjonują na zasadzie imion, np.: mam swoje 2 ukochane maszyny - Astrę GSi zwaną potocznie **czarna Inez** i Hondę CBR600F F2 zwaną **różową zdzirą** [M – f]; Staram się przy mojej **Niuni** conieco robić z pomocą brata, ale poważniejsze naprawy zostawiam zaufanemu mechanikowi, od lat temu samemu 😊 [M – f]; Obecnie w planach: 1. sprzedać **Veronikę** 2. wymyśleć imię dla nowego Mondeo [FS – f]; to o całe dwie szybciej od mojej **Laluni** 😊 Do tego ta masa i pomruk V6 musi robić wrażenie. WoW! [AC – k]; Uwielbiam spędzać czas w lesie z psem moja **bunia** jakoś na razie dawała rade po bezdrożach , myślałem raczej o b5 bo moim zdaniem to auto jest piękne miałem 1.6 i do dziś żałuje że sprzedałem ;// [FS – f].* Pojawiające się wyrazy negatywne są używane zazwyczaj w funkcji neutralnej czy wręcz pieszczotliwej. Artur Rejter podkreśla kontekstowość jako główny składnik ekspresywnego nacechowania leksyki [Rejter, 2006], co potwierdzają powyższe egzemplifikacje.

„Imiona” pojazdów są tworzone na zasadzie różnorodnych konotacji, wśród których pokazną grupę stanowią odniesienia do kolorystyki, mocy czy prędkości. Rola pojazdu w życiu jego właściciela oraz nastawienie emocjonalne do własnego samochodu czy motocykla, swoiste „życie” z nim decydują o jego animizacji i antropomorfizacji. Należy podkreślić fakt, że taki sposób nominacji jest nie tylko wyrazem animizacji auta, ale również nadawaniu mu konkretnej płci.

¹³⁰ Rozpowszechnioną tendencją jest nadawanie imion nawigacji GPS, por. artykuł <http://wiadomosci.onet.pl/prasa/trudna-przyjazn-z-gps/xd29j> [dostęp: 8.08.2014]. Popularne jest także traktowanie tego urządzenia jak żywej osoby.

4.2.8. Leksemy nawiązujące do kraju produkcji

Osobną grupę stanowią **określenia nawiązujące do kraju produkcji** (lub regionu w tym kraju). W takich przypadkach używana nazwa jest tożsama z mieszkańcem danego kraju, np. *japończyk/japoniec*¹³¹, *koreańczyk*, *francuz*, *niemiec*, *włoch*: *Za taką kasę kupisz **japończyka** w dobrym stanie* . [MO – f]; *ja bym brał **japońca**...* [FS – f]; *Do **japonców** dorzucilibym jeszcze **niemców**, czyli Golfa 6 i astre 4 - też bardzo udane kompakty, a znając polskie preferencje, golf straci na wartości pewnie nawet mniej niż honda* [FS – f]; *Honda Civic!! to też jest dobre rozwiązanie... 🚗🚗🚗 taka wersja sportowa...mmrrrr, ale racja to jest **japończyk** i z zasady wszelkie części są po prostu DROGIE... 🤔* [M – f]; *Kup Citroena c5 III poniżej 35 tysięcy i narzekaj, że **francuzy** awaryjne 🤔👍* [FS – f]; *911-tką 😊 nie jeździłem to nie wiem, ale żaden **francuz**, **japończyk**, *passat*, *A4*, *insignia* itp tak się moim zdaniem nie prowadzi [AC – f]; *Naszymi typami były do tej pory: Ford Focus I, Ford Fusion, Opel Astra II, Opel Zafira, Skoda Fabia w kombiku, ewentualnie Renault Scenic (ale **francuzy** to chyba części mają drogie i trochę się tego obawiam...)* [FS – f]; *no przyznam, że o tym aucie wcale nie pomyślałem, ba wcale nie myślałem o **Koreańczykach*** [FS – f]; *Od samochodu oczekuje: -bezawaryjności (odpadają alfy i inne **włochy**)* [FS – f]; *Dobre fotki autko zadbane i bardzo dobrze się prezentuje jak na **Włocha** przystało 😊* [AC – k]. Wszystkie powyższe leksemy można traktować jako określenia zbiorowe – w ich treści semantycznej nie jest zawarty konkretny model auta. Ich użycie wiąże się z przywołaniem klasy samochodów konotujących, zdaniem użytkowników, pewne właściwości (np. techniczne, estetyczne). W wielu przypadkach nazwa taka pełni funkcję uogólniającą, kontekstowo jest związana z danym modelem, ale celem komunikacyjnym użytkownika jest odwołanie do całej marki pojazdów.*

Warto zwrócić uwagę na ekspresywność form mianownika liczby mnogiej – *francuzy*, *włochy*. Podobną tendencję obserwuje Ewa Kołodziejek w obszarze leksyki marynarskiej, która stwierdza, że użycie takich form „powoduje zmianę zabarwienia emocjonalnego: rzeczownik o znaczeniu neutralnym nabiera ujemnej barwy uczuciowej (morfem fleksyjny –y jest wykładnią potoczności)” [Kołodziejek, 1994: 96]. W kontekście tematyki motoryzacyjnej nazwy te mogą być bardziej uprawnione, ze względu na nazywanie przedmiotów, a nie osób.

W zbiorze nazw odnoszących się do miejsca produkcji można znaleźć leksemy, które związane są z konkretnym regionem, np. *bawara/bawarka/bawarczyk* (marka BMW). Marka ta jest produkowana przez bawarską fabrykę silników – *Bayerische Motoren Werke* (BMW)

¹³¹ Ten leksem funkcjonuje jako dwa określenia, z punktu widzenia semantyki podlegające wartościowaniu (*Japoniec* jako waloryzacja negatywna). Można jednak stwierdzić, że użytkownicy używają wymiennie tych nazw, nie uwzględniając i nie przypisując poziomu wartościowania i ekspresji każdej z nich.

[www.motofakty.pl]. Wymienność form i rodzajów ilustrują przykłady: *Do autora wątku: koledzy wożą się **Bawarami**, jeden miał e36 316i z gazem (...)* [MO – f]; *Moja odpowiedź brzmi bo ta **bawarka** to złom na kołach.* [FS – f]; *Inna kwestia jak postrzegamy kierowców tych aut, ale **bawarczyk** jest wygodniejszy, dynamiczniejszy i ładniejszy* [FS – f].

Odwołaniem do szerszego regionu produkcji jest przymiotnik *skośnooki*, swoim zasięgiem obejmujący wszystkie samochody produkowane w Azji. W słowniku przytoczona jest tylko definicja neutralna – ‘mający skośne oczy’ [USJP], lecz w powszechnym użyciu jest to obraźliwe określenie przedstawicieli rasy żółtej. W wypadku leksyki motoryzacyjnej taki sposób nazewnictwa jest neutralnym wyrażeniem regionu produkcji, wyraz w swej treści semantycznej nie posiada dodatniego lub negatywnego wartościowania. Waloryzacja zawarta jest dopiero w użyciu kontekstowym: ***Skośnooki to skośnooki, a czy japoniec, chińczyk czy koreaniec nie robi mi różnicy.*** [FS – f]; *Na szczęście w razie czego jest już następca - a właściwie następczyni - japońska **skośnooka** piękność* [AC – p]. Przytoczony leksem stosowany jest do opisów jednostkowych lub wyraża całą kategorię desygnatów.

Zbiór nazw nawiązujących do kraju lub regionu produkcji jest ustabilizowaną klasą pojęć, odnoszącą się do najbardziej znanych i powszechnych marek pojazdów. Możemy w nim wyróżnić określenia bazujące na nazwach mieszkańców kraju (czasami wartościowane negatywnie – np. *japoniec*) lub derywaty odwołujące się do regionu produkcji (np. Bawarii). Znamienny jest proces zmienności rodzaju w zależności od charakteru opisywanego pojazdu.

4.2.9. Nazwy marek i modeli – podsumowanie

Nazwy oparte na określeniu marki lub modelu pojazdu tworzą obszerny zbiór derywatów. W obrębie analizowanej grupy można wskazać proporcje ilościowe między leksemami bazującymi na podstawie marki lub modelu. Nieznaczną przewagę liczebną określeń odnoszących się do marki pojazdu prezentuje poniższa tabela (Tab. 4):

Ilość przedstawionych leksemów	Liczba derywacji na podstawie marki pojazdu	Liczba derywacji na podstawie modelu pojazdu
100	58	42

Tabela 4. Statystyka ilościowa dotycząca liczby derywatów powstałych na podstawie marki lub modelu pojazdu¹³².

¹³² Pomijam tutaj określenia nawiązujące do kraju produkcji (np. *japończyk, bawara*), gdyż w zależności od kontekstu i sposobu użycia mogą one oznaczać markę (a nawet wszystkie marki danego kraju) lub konkretny model pojazdu.

Kolejnym ważnym statystycznym rozróżnieniem jest zasobność wszystkich prezentowanych sposobów derywacji, zawarta w poniższej tabeli (Tab. 5):

Grupa określeń	Ilość określeń
Sufiks dodany bezpośrednio do nazwy modelu/marki	19
Sufiks wprowadzający alternacje w temacie lub zmiana sufiksu	40
Nazwy wyrażające wizualne aspekty pojazdu	5
Skróty pochodzące od nazw marek/modeli	7
Leksemy dostosowane do polskiej fonetyki	
A. spolszczenia jednoliterowe	5
B. spolszczenia całościowe	9
Nazwy funkcjonujące jako rzeczowniki z języka ogólnego, zawierające podobieństwo do wymowy fonetycznej (adideacja)	10
Skrótowce	4
Nazwy stanowiące imiona	6
Określenia nawiązujące do kraju produkcji/regionu	7

Tabela 5. Statystyka prezentująca ilościowe rozróżnienie motywacji nazewniczej (wyodrębnione grupy i liczba przykładów).

Jednoznacznie można stwierdzić, że najbardziej produktywną grupę określeń stanowi derywacja sufiksalna (razem 59 przykładów). W jej obrębie natomiast częstsza jest tendencja do alternacji lub zmian w temacie (40). Pozostałe sposoby nazewnicze oscylują wokół zbliżonej ilości przykładów (4-10). Powyższe egzemplifikacje stanowią najbardziej charakterystyczne zbiory określeń pochodzących od nazw marek i modeli pojazdów. Różnorodność sposobów tworzenia leksemów świadczy o wielokierunkowej motywacji tworzonych nazw. Powtarzalność pewnych schematów przemawia za popularnością konkretnych aktów nominacji.

Na zakończenie warto jeszcze przedstawić statystykę wszystkich określeń według konkretnych marek i modeli pojazdów. Poniższa tabela (Tab. 6.) prezentuje wielość i różnorodność sposobów nazewniczych niektórych pojazdów, co wskazuje na wymienne funkcjonowanie zestawionych określeń. Należy podkreślić, że niektóre wyrazy utrwaliły się w polszczyźnie potocznej lub słownictwie młodzieżowym, przez co zaznaczam ich występowanie w słownikach dotyczących wymienionych obszarów leksyki [NSGU, SPP].

Źródłem porównania jest także analiza przeprowadzona przez Rafała Zimnego [Zimny, 2008: 149-155].

Nazwa właściwa marki/modelu	Określenia występujące na portalach
Alfa Romeo	<i>alfica</i> (NSGU), <i>alficzka</i>
Astra (marka Opel)	<i>asia</i> , <i>asterka</i>
Audi	<i>audica</i> (NSGU, RZ, SPP), <i>audiczka</i> , <i>audik</i> (RZ, SPP)
Auris (marka Toyota)	<i>auriska</i>
BMW	<i>beemka</i> (NSGU, RZ, SPP)/ <i>BMka</i> , <i>BMWica</i> (NSGU, RZ, SPP), <i>BeeMWu/beemwu</i> , <i>bejca</i> (NSGU, SPP), <i>beta/betka</i> , <i>Będiesz Miał Wydatki</i> , <i>Bolid Młodzieży Wiejskiej</i> , <i>bawara/bawarka/bawarczyk</i>
Celica (marka Toyota)	<i>celina</i>
Chevrolet	<i>chevy</i>
Cinquecento (marka Fiat)	<i>cienias</i> , <i>cinkol</i> (RZ, SPP ¹³³), <i>cinkuś</i>
Citroën	<i>cytryna</i> (RZ, SPP)
Corsa (marka Opel)	<i>korsa</i>
Daewoo	<i>dajewo</i> , <i>dehu</i>
Fabia (marka Škoda)	<i>fabianka</i> , <i>fabka</i>
Felicia (marka Škoda)	<i>felcia</i> , <i>felka</i>
Ferrari	<i>ferrarka</i>
Fiat	<i>Fatalna Imitacja Auta Turystycznego</i> , <i>Fehler In Alle Teile</i> , <i>fiacik</i> (RZ), <i>fiacina</i> , <i>fiacior</i> (RZ, SPP)
Fiesta (marka Ford)	<i>fiestka</i> , <i>fieścina</i>
Focus (marka Ford)	<i>foka</i>
Ford	<i>fordziak</i> (NSGU), <i>fordzik</i>
Ford KA	<i>żaba</i>
Golf (marka Volkswagen)	<i>golfik</i> , <i>golfina</i>
Honda	<i>hania/hanka</i> , <i>hondka</i> , <i>hondzia</i>
Honda Civic VI	<i>jajko</i>
Honda Civic VIII	<i>ufo</i>

¹³³ W słowniku występuje jeszcze forma *cienkol*, która nie jest popularna w wypowiedziach użytkowników portali motoryzacyjnych.

Hyundai	<i>hjundaj</i>
Ibiza (marka Seat)	<i>ibizka</i>
Kia	<i>kija, kijanka</i>
Kangoo (marka Renault)	<i>kangur</i>
Lamborghini	<i>lambo</i>
Lanos (marka Daewoo)	<i>lanek, laniak, lanosik</i>
Leon (marka Seat)	<i>leonik</i>
Matiz (marka Daewoo)	<i>matizek</i>
Mazda	<i>madzia</i>
Megane (marka Renault)	<i>megana, meganka (SPP)</i>
Mitsubishi	<i>mitsu</i>
Mondeo (marka Ford)	<i>mondas, mondek, mondziak</i>
Mercedes	<i>merc (NSGU, RZ, SPP), merol (NSGU, RZ, SPP), mesio/meś (NSGU¹³⁴, SPP)</i>
Mercedes W123	<i>beczka (NSGU, RZ)</i>
Mercedes W210	<i>okular</i>
Nissan	<i>nissanek</i>
Opel	<i>opelek</i>
Passat (marka Volkswagen)	<i>pasek, passacik</i>
Peugeot	<i>pežo, peżocik, pug</i>
Porsche	<i>porschak/porszak (SPP), porschawka/porszawka, porsze¹³⁵, prosiak</i>
Punto (marka Fiat)	<i>punciak (SPP)</i>
Renault	<i>renia, reno (Francuz), renówka (RZ, SPP)</i>
Seat	<i>seacik</i>
Seicento (marka Fiat)	<i>sejczento</i>
Scenic (marka Renault)	<i>scenik</i>
Sierra (marka Ford)	<i>ściera/ścierka</i>
Škoda	<i>skodzina</i>
Subaru	<i>subarak</i>

¹³⁴ Oprócz dwóch wymienionych alternacyjnych określeń (*mesio/meś*), NSGU notuje jeszcze formę *mesich*, która nie została zaobserwowana na materiale z portali.

¹³⁵ W NSGU ten leksem jest odnotowany, lecz w znaczeniu: ‘ogólnie o samochodzie’ [NSGU].

Suzuki	<i>suzi</i>
Tico (marka Fiat)	<i>tikacz, tiko</i>
Toyota	<i>tojka (NSGU), tojota, tojtoj, toyotka</i>
Uno (marka Fiat)	<i>uniacz, uniak</i>
Vectra (marka Opel)	<i>vektra</i>
Volkswagen	<i>wieśswagen</i>
Volvo	<i>volviak</i>
Yaris (marka Toyota)	<i>yarisek, yariska</i>
marki azjatyckie	<i>skośnooki</i>
marki konkretnych krajów	<i>francuz, japończyk(SPP)/japoniec (SPP), koreańczyk (SPP), niemiec, wloch</i>

Tabela 6. Zestawienie określeń marek i modeli pojazdów wraz z uwzględnieniem występowania powyższych nazw w innych źródłach i opracowaniach [NSGU – *Nowy słownik gwary uczniowskiej*, RZ – analiza Rafała Zimnego, SPP – *Słownik polszczyzny potocznej*].

4.3. Logo samochodu jako podstawa nazewnictwa

Nazwy odnoszące się do marek i modeli pojazdów są najbardziej rozbudowaną grupą tematyczną dotyczącą hiponimicznych określeń pojazdu. Warto jednak wspomnieć o innej podstawie nominacji, będącej wykładnikiem wyłącznie nazw marek. Mowa w tym miejscu o określeniach, których podstawę stanowi wygląd logo marki. Taki sposób indeksowania pojazdów zauważalny jest jedynie w przypadku kilku marek, co jest spowodowane przede wszystkim wyglądem ich logo, wyrażającym desygnat funkcjonujący w rzeczywistości. Utrwalenie tych określeń wzmacnia popularność i rozpoznawalność danych samochodów.

W grupę opisywanych określeń wpisuje się powszechna nazwa marki BMW, czyli *śmigło*. Logo marki BMW [il. 72] to *kręcące się śmigło samolotu na niebieskim tle symbolizującym niebo* [AC – a]. Wpływ na taki wygląd miał fakt, że początkowo ta marka zajmowała się produkcją samolotów [AC – a]. Leksem *śmigło* często posiada także deminutywną formę *śmigielko*, co ukazują poniższe przykłady: *Jak to jest w praktyce z niezawodnością niemieckiej myśli technicznej **spod znaku śmigielka?*** [FS – f]; *BMW E36 316i Compact instrukcja obsługi. (...) Siema, jako że moja luba jest od wczoraj szczęśliwą posiadaczką takiego **śmigielka** szukam instrukcji obsługi do tego auta. Mam sam naprawiam ale chodzi mi o instrukcję.* [FS – f]; *Zresztą z tego co przeczytałem miałeś już **śmigło na masce**, więc nie będę się rozwijał w tej kwestii, bo wiesz o co chodzi 😊* [FS – f].

Znanym logo marki Audi są tzw. *cztery kółka* [il. 73], czyli cztery przecinające się w poziomym rzędzie figury koła. Określenie to jest tożsame z popularnym sposobem określania samochodu mianem *czterech kółek* [por. IV – 4.1.3.], przez co odniesienie do nazwy konkretnej marki (w celu rozróżnienia homonimicznych nazw) opatrzone jest dookreśleniem *na masce*, np.: *Placimy za te **cztery kółka na masce**, tymczasem dostajemy przelatanego, kilka lat starszego grata.* [FS – f]; *Jest to lepsze auto od poprzednika, tutaj już **cztery kółka na masce** się jemu należą!* 😡 *Poprzednik wart jest co najwyżej 3 kółek!* 😊 [FS – f]. Innym przykładem odwołania do figury geometrycznej jest logo marki Renault [il. 74] – mianowicie figura rombu. Użycie takiego wizualnego skojarzenia obrazują przykłady: *dbając o te auta nie zawodzą czy jest tak jak mówi powiedzenie ludowe że **auta z logo rombu** się nie kupuje?* [FS – f]; *Nigdy nie miałem problemów z samochodami **spod znaku rombu**, a jeżdżę nimi od 2000r.* [AC – k].

Marka Mercedes posiada dwa skojarzenia na podstawie wyglądu jej logo [il. 75] Pierwszym z nich jest określenie *celownik*, np.: *Awersja do Hondy jest argumentowana... Milionami (dokładnie) kilometrów przejechanych za kółkiem niemieckich tworców (głównie tych z **celownikiem** na przedzie* 🤪) [FS – f]; *Widoczność super no chyba **celownik** pomaga :-)* [AC – o(~t)]. Przywołanie tego leksemu w części wypowiedzi ma zabarwienie humorystyczne – oznacza wskazanie kierunku jazdy, lepszą widoczność, gwarancję dotarcia do celu. Drugą skojarzeniową nazwą jest *gwiazda*, również bazująca na podobieństwie wizualnym. Przykłady użycia leksemów ilustruje poniższy materiał: *Jeszcze zastanawiam się nad mercedesem c1500 sportowe Coupe no i **gwiazda** ([link wygasł])* 🤪 [FS – f]; *Ogólnie C klasa 202 to z mercem ma wspólna **gwiazdę** reszta nie za bardzo...* [FS – f]. Popularnym powiedzeniem jest wyrażenie *bez gwiazdy nie ma jazdy*, które przemawia za wysoką oceną marki Mercedes: *Przypomnę, że w przypadku tej marki aż 80% klientów to lojalni użytkownicy, przekonani, że **bez gwiazdy nie ma jazdy**, a ja mówię o poważnej zmianie wizualnej, którą przeszła E Klasa – zmianie przodu auta.* [AC – t]; *Sam posiadam Mercedesa W124 E500* 🤪 *(...) te autka sa poprostu boskie* 🤪 *no cóz **BEZ GWIAZDY NIE MA JAZDY*** 😊 [FS – f]. Konotowane w ten sposób cechy to niezawodność, prestiż, dobra jakość i ogólna pozytywna wartość marki.

Inną grupą nazw bazujących na logo marki są nazwy zwierząt umieszczane na masce. Praktyka ta dotyczy np.:

1. marki Peugeot eksponującej lwa [il. 76]: *Ten **lew** (o Peugeocie 406 – przypis W.W.) rozkłada na łopatki. Gratuluję extra fury* [AC – k]; *Wśród nich znalazł się Peugeot*

2008, który dumnie prezentuje **lwa na masce** i - podobnie jak coraz liczniejsi rywale - chce sięgnąć po tytuł króla miejskiej dżungli [AC – a]. W tym kontekście pojawia się także wyrażenie *król lew*, nawiązujące do władcy zwierząt, czyli najważniejszej, kluczowej postaci w swoim środowisku, w tym kontekście jako *król samochodów*: *Peugeot 2008 - król lew?* [AC – a].

2. marki Lamborghini oznaczonej wizerunkiem byka [il. 77]: *Lamborghini Murcielago - pierwszy byk wytresowany przy współpracy z Niemcami* [AC – a]; *Na szczęście, klienci Lamborghini uznali, że takie osiągi nie przystoją bolidom spod znaku byka i P200 (sprzedawany zresztą jedynie na terenie Włoch) niemal przepadł bez śladu* [AC – a]. Często pojawiającym się nacechowanym dookreśleniem są przymiotniki *wściekły* lub *rozwścieczony*, konotujące cechę szybkości, przyspieszenia, dynamiki i walorów technicznych samochodu: *Dokładnie 11 maja światło dzienne ujrzy jeszcze jedna nowość spod znaku wściekłego byka.* [AC – a]; *Jak przystało na produkt spod znaku rozwścieczonego byka, całość została dopracowana pod względem właściwości aerodynamicznych, a także stylistyki - wyrazistych linii i efektownych szczegółów tu nie brakuje* [AC – a]. Prezentowane w ten sposób właściwości są odpowiednikiem agresywności i waleczności zwierzęcia.
3. marek Ferrari [il. 78] i Porsche [il. 79], których znakiem fabrycznym jest postać konia: *Wiem że trochę aut z czarnym koniem i trójzębem (o marce Maserati – przypis W.W.) na masce po naszym kraju jeździ więc jakoś sobie z serwisem muszą radzić ale jak pisałem nie jest to zwykle auto którego się szybko pozbędę w razie jakiś problemów.* [FS – f]; *Pod maskę SUV-a z czarnym koniem ma masce trafi 3-litrowy diesel o mocy 240 KM* [FS – f]. Powszechnym dookreśleniem jest wskazanie czarnego koloru, zgodnego z wizerunkiem logo. W części przypadków, leksem *koń* jest zastąpiony słowem *rumak*, zbliżonym znaczeniowo, jednakże wyrażającym rasowość zwierzęcia: *Porsche. O tej marce słyszał chyba każdy fan motoryzacji. I niemal każdy marzy o posiadaniu auta z wizerunkiem czarnego rumaka na złotym tle zdobiącego maskę* [AC – a]. Taki sposób określania jest wyrazem eksponowania prestiżu i wartości pojazdu.

Warto w tym miejscu wspomnieć, że logo marki najczęściej bywa określane leksemem *znaczek*. Jest to zdrobnienie, będące nawiązaniem do fakultatywnie używanych określeń *znak firmowy* i *znak fabryczny*, które są synonimami wyrazu *marka* ('znak umieszczony na wyrobach danej firmy określający ich producenta'[USJP]). Użycie słowa zostało zawarte w następujących wypowiedziach: *Nieodłącznym elementem tego "sportu" jest odpowiedni*

znaczek, w niektórych kręgach będzie to BMW, w innych VW i Audi. [FS – f]; *Lepiej zrobić czystą kłapę i zostawić tylko znaczek audi. Taki troszkę "tuning" na sile 😊* [MO – f]; *To Audi pochodzi z okresu gdzie jeszcze wewnątrz było dobrze wykonane i wtedy naprawdę płaciło się za prestiż, komfort a nie za znaczek (...)* [FS – f]. Przywołany znaczek jest identyfikatorem marki, konotującym jej konkretne cechy. Często stanowi także wykładnik jej wartości materialnej – z jednej strony aspirującej do kategorii prestiżu, a z drugiej informującej o wysokiej cenie pojazdu tylko ze względu na markę, bez odwołania do wartości technicznej pojazdu. Wyrazem drugiego sposobu myślenia jest powszechne wyrażenie – *płacisz za znaczek*, np. *Ja bym brał Mondeo bo po prostu jest lepszy a Passat to.. płacisz za znaczek* [FS – f]. Elementem leksyki jest także *grill*, czyli potoczna nazwa *atrapy* ('wmontowana w karoserię obudowa chłodnicy w samochodzie' [ISJP]). Takie określenie może być związane z wyglądem tego elementu i wydzielaniem ciepła. Wymienność obydwu leksemów jest powszechna w obrębie forum samochodowego: *Oglądałem sporo Yarisów na aukcjach i zwróciło moją uwagę oznaczenie TS na grillu z przodu.* [FS – f]; *Możesz jeszcze pomalować grill.* [FS – f]; *Czy orientuje się ktoś czy atrapa (grill) od nissana tarrano z roku 2003 od silnika 3L pasuje do 2,7 bo muszę taki zakupić (...)*[FS – f].

Zaprezentowane powyżej przykłady użyć wyznaczają zakres użycia nazw inspirowanych logo marki pojazdu. Pełny sposób nominacji najczęściej brzmi: *określona nazwa + na masce*, co jednoznacznie odnosi się do logo samochodu. Możliwą konstrukcją jest także wyrażenie *spod znaku + określona nazwa*. Należy podkreślić, iż tylko niektóre marki pojazdów są identyfikowane i definiowane w ten sposób. Wpływ na ten fakt ma powszechność marki oraz wizualny kształt logo, nawiązujący do elementu rzeczywistości, wyrażający np. przedmiot, figurę geometryczną czy zwierzę. Wiele znaków fabrycznych marek nie posiada jednak elementu znaczącego.

5. Tematyka samochodowa i motocyklowa

*Jeśli samochód nie sprawia przyjemności,
to nie można go określić tym mianem.*

Akio Toyoda

Poniższy podrozdział odnosi się do socjolektu motoryzacyjnego dotyczącego wybranych kategorii tematycznych, skupionych na kilku reprezentatywnych zagadnieniach (np. rodzaj

paliwa, elementy pojazdów, zawody związane z motoryzacją itp.). Zaprezentowane zagadnienia są efektem wyboru z obszernego pola tematycznego. Ów wybór charakterystycznej leksyki został podyktowany jej powszechnością oraz istotnością funkcjonowania danych kwestii w obrębie portali motoryzacyjnych, a także całej dziedziny związanej z samochodami i motocyklami. Różnorodność przedstawionych wątków skłania do przekonania o rozbudowywaniu leksyki w wielu aspektach, także w obszarze tematycznym.

5.1. Sposoby eksploatacji auta – rodzaj paliwa

Istotnym tematem potwierdzającym różnorodność sposobów wyrażania właściwie kilku możliwości technicznych samochodu są określenia związane z silnikami samochodowymi i wykorzystywanym w nich rodzajem paliwa. Dwa dominujące sposoby napędzania auta to silnik benzynowy i silnik diesla – pierwszy napędzany benzyną, drugi olejem napędowym (ropą). Alternatywnym rozwiązaniem jest montaż instalacji gazowej (LPG¹³⁶).

Dwa podstawowe sposoby spalania paliwa funkcjonują jako uniwerbizmy, często utożsamiając rodzaj silnika i napędu z autem go posiadającym: *benzyniak* (silnik benzynowy lub samochód z silnikiem benzynowym) i *diesel*¹³⁷ (silnik Diesla lub samochód z silnikiem Diesla). W przypadku pierwszego określenia zaobserwować można derywację sufiksálną (-ak) wraz z alternacją *n : ń* (*benzyna* → *benzyniak*). W drugim przypadku użyciu leksemu *diesel* oznacza właściwą nazwę silnika wysokoprężnego lub jest przeniesieniem tej nazwy na określenie auta. Taki sposób metonimicznego przeniesienia nazwy z właściwego desygnatu na ogólny przedmiot widoczny jest na portalach motoryzacyjnych: *Interesuje mnie przede wszystkim, aby to był **benzyniak** (wiecie: początkujący kierowca 😊), mały i bezpieczny.* [FS – f]; *Duży i wygodny **benzyniak**.* [FS – f]; *Dzisiaj kupiłam samochód z komisu i nie wiem jakie paliwo mam wlać? Po czym poznać, czy to **diesel** czy **benzyniak**?* [A – p (~a)]; *Na twoim miejscu jaki samochód bym nie kupił, to wolałbym **diesla** - bardziej oszczędny od benzyny, a w LPG nie ma się co pchać, jeśli nie za dobrze znasz się na samochodach* [FS – f]. Właściwym wykorzystaniem leksemu jest użycie go w funkcji nazwy silnika: *Laguna III jest ok, a jej **benzyniak** dobry do LPG, a **diesel** też jest ok 😊* [FS – f]; *Wiemy, że 2-litrowy **benzyniak** wyciągnie więcej mocy od 2-litrowego diesla.* [FS – f]; ***benzyniak** nie ma jakiegoś drogiego osprzętu więc możesz spać spokojnie - co najwyżej jakaś wymiana cewek*

¹³⁶ LPG - skrót angielskojęzycznej nazwy *Liquefied Petroleum Gas*. Jest to mieszanina gazów ropopochodnych [http://www.autogaz.com.pl/co-to-jest-lpg].

¹³⁷ Leksem odnotowany w słownikach jako ‘wysokoprężny spalinowy silnik tłokowy na ciężkie paliwo ciekłe (olej napędowy) o samoczynnym zapłonie, wywołanym przez sprężenie powietrza’ [USJP]. Nazwa pochodzi od nazwiska konstruktora – Rudolfa Diesla [por. Rostocki, 1980: 126-130].

zapłonowych (wymieniamy parami) [FS – f]. Dwuaspektowe funkcjonowanie powyższych nazw świadczy o ich wymienności i produktywności.

W wypadku leksemu *diesel* szeroko stosowanym procesem jest spolszczenie właściwej nazwy zgodnie z polską wymową i sposób zapisu jej odpowiadający: *dizel*, np. *LPG akurat taniej wychodzi od **dizla** przy podobnej mocy* [FS – f]; *Szkoda że "**dizel**". Polecał bym Ci Polo classic* [MO – f]; a także forma deminutywna – *dizelek*: *5 drzewiowy hatchback z **dizelkiem** i ważny żeby blacha nie gnila za szybko bo rodzice mają wilgotny garaż* [FS – f]. Sporadycznie pojawia się także forma *dyszel*, oparta na fonetycznym podobieństwie do rzeczownika i będąca wyrazem adideacji, np.: *no a po za tym **dyszel** ma 3x żywotność od benzyniaka* 😊 [MO – f]; *kolejna sprawa, to to, że jakoś lubię benzyniaki (także te z gazem) bardziej niż **dyszle*** [FS – f].

Leksem *benzyna* w wielu przypadkach występuje w zdrobniałej formie: *Noisy ile taki lexus może spalić w **benzynce** w mieście a ile w trasie?* [FS – f]; *ja bym kupił Fiata Stilo w **benzynce*** [FS – f]; *nawet jak kupisz sobie **benzynke** tylko troszke pociągnie* 🤪 *nawet w terenie pośmigasz* 😊 [FS – f]; *Seat Ibiza 2.0 8V w **benzynce*** [MP – f].

Rafał Zimny w przeprowadzonej analizie odnotowuje inną nazwę pojazdu napędzanego benzyną, mianowicie *benzynowiec* [Zimny, 2008: 148]. W obrębie portali motoryzacyjnych ta nazwa jest sporadycznie używana, toteż posiada znacznie mniej poświadczeń od leksemu *benzyniak*, co jest wynikiem uniwersalności i większej produktywności formantu –ak. Poświadczeniem użycia przypadków mniej popularnej formy są następujące przykłady: *No a żeby zagazowany **benzynowiec** nie stracił za dużo na mocy (niż poprzednio miał na benzynie) to wtedy spalanie gazu jest BARDZO DUŻE* . [FS – f]; *Czyli **diesel** jest z reguły bardziej elastyczny niż **benzynowiec*** [MO – f].

W tym kontekście istotnym dopełnieniem jest sposób nazywania benzyny. Rozpowszechnioną formą jest skrót *bena* (obecny w NSGU): *Ale passat w benie ? toż to nie pasat* 🇹🇷 [FS – f]. Innym określeniem tego paliwa jest leksem *wacha*, odnotowany w słownikach [NSGU, SPP] i wielokrotnie poświadczony na portalach motoryzacyjnych: *Kumpel ma 1.6 FSI i nic z tym zrobić nie może innego jak lać **wache**, a pali mu 9 litrów* [FS – f]; *wzialbym cos w benzynie ale w takim 2.0 nie będzie mnie nawet na **wache** stac* 🤪 [FS – f]; *Ale ja spaliłem w tym roku ze 100l **wachy**. Jest to dużo. Ile kasy się utapia w **wachę**, normalnie szok* [MO – f]; *Lać **wachę** i jeździć* [FS – f]. Warto podkreślić, iż leksem *wacha*, mimo znaczeń odnotowanych w słowniku, nie występuje wyłącznie w socjolekcie motoryzacyjnym. Ewa Kołodziejek, opisująca gwarę środowiskową marynarzy, zauważa

obecność tego słowa, które w podanym kontekście oznacza *wodę*, natomiast źródłem zapożyczenia do leksyki marynarskiej jest gwara złodziejska (*wacha*, czyli ‘rzadka zupa więzienna’) [Kołodziejek, 1994: 108]. Leksem ten jest zatem przykładem zyskiwania statusu neosemantyzmu w różnych grupach społecznych. Sam sposób nominacji i motywację nazewniczą można przedstawić jako funkcję najważniejszego płynu/substancji w danej rzeczywistości. Ilość przykładów zawierających powyższe leksemy, jak również ich obecność w słownikach, przekonują o uniwersalności i szerszym funkcjonowaniu w kontekście motoryzacyjnym.

Powszechnym sposobem nazewniczym jest użycie konstrukcji: przyimek *w* + miejscownik, np.: *w dieslu*, *w benzynie*, *w gazie*: *Ja jeżdże stara beemka, taka E30 2.0 w benzynie i starsznie sobie chwale to auto.* [M – f]; *Ale dziś chcę jeszcze zapytać o Volvo V40 kombi które wybrać w benzynie czy w dislu* [MP – f]; *Czekam na państwa opinie czy warto coś z tego wybrać w gazie?* [FS – f]; *Co do silnika to gdzieś przeczytałam, że jak robię mało kilometrów to nie ma co się porywać na diesla, że lepiej benzynę a najlepiej w gazie..* [M – f].

Samochód napędzany olejem napędowym często jest nazywany *ropniakiem*. Procesem powstania tej nazwy został oparty na derywacji sufiksальной leksemu *ropa*. Określenie, podobnie jak wcześniejsze derywaty, funkcjonuje na portalach motoryzacyjnych jako nazwa silnika lub pojazdu posiadającego taki silnik¹³⁸. Występowanie słowa *ropniak* potwierdza słownik, w którym jest zdefiniowany jako ‘samochód z silnikiem na ropę, z silnikiem Diesla’ [SPP]. Użycie opisanego rzeczownika ilustrują następujące zdania: *Jak benzyna to civic 1.8 a jak ropniak to kia ceed.* [FS – f]; *Jak samochód robi brum brum to jest benzyniak a jak kle kle to ropniak. A jeśli robi brum i kle - śmiało lej gaz* [A – p (~a)]. Tę samą funkcję znaczeniową pełni leksem *ropol*, który jest wyrazem derywowanym od tej samej podstawy słowotwórczej, wraz z dodaniem sufiksu *-ol* sklasyfikowanego jako pejoratywno-augmentatywny [Grabias, 1981: 72]. Wyraz nie jest odnotowany w żadnym słowniku, można go zatem uznać za neologizm słowotwórczy. Poniższe konteksty użycia świadczą o jego wymienności z opisanymi wcześniej określeniami: *Wcześniej czy później przysłowiowy kowalski i tak nadpłaci z nawiązką za domniemaną tanioczę ropoli* . [FS – f]; *na początek regulacja zaworów bez tego na wolnych obrotach szarpie i klekot jak u starego ropola no i v max tylko 145/h.* [AC – o (~t)]; *jesli mówimy o dieslach (bo tego tyczy sie temat) to powiedz mi jaki oplowski ropol był zachwalany* 🤔 [MO – f].

¹³⁸ Występowanie leksemu *ropniak* w innych pracach dotyczących analizy słownictwa motoryzacyjnego [Zimny, 2008; Żydek-Bednarczuk, 1987] zostało w dalszej części tego podrozdziału.

Samochody napędzane paliwem gazowym oznaczane są także na kilka odmiennych sposobów (prócz powyższego):

1. konstrukcja przymiek *na* + miejscownik – *na gazie*: *z jakim silnikiem (chodzi głównie o to który z oferowanych dla Zafiry najlepiej sprawdzi się **na gazie**)* [FS – f]; *Nie polecam , chyba że starsze modele i nie na gazie na Boga !!!!!* [M – f]; ***na gazie** chodzi równo i nie traci mocy* [AC – o(~t)];

2. (za)gazować samochód lub samochód zagazowany: *Odnosnie gazu to szkoda mi **gazować**, już prędzej pomyślałbym o oszczędnym małym benzyniaku.* [FS – f]; *Jak już chcesz auto w gazie to wyrwiesz spokojnie Daewoo Leganze z silnikiem 2.0. Sporo jeździ takich **zagazowanych!*** 🍊 [FS – f]; *Najbardziej oplaca się **zagazować** auta z większym silnikiem, który nie ma turbin, kompresorów itp.* [A – f];

3. auto współpracuje z gazem, pracuje na gazie: *Najpierw jednak warto poczytać , czy auto dobrze **współpracuje z instalacją lpg*** [A – f]; *Czy auto to dobrze **współpracuje z gazem** no i jak wygląda sytuacja z częściami - czy są drogie czy bardzo drogie?* [FS – f]; *Ford niekoniecznie **współpracuje z gazem*** [FS – f]; *Jeżeli chcesz oszczędniej to z lpg bmki dobrze **pracują na gazie*** [FS – f];

4. *gaziak*¹³⁹ (derywacja jak w przypadku formy benzyniak): *Dodam jeszcze, że interesowałby mnie albo diesel, albo **gaziak*** [FS – f]; *Miałam **gaziaka** i wiem o co chodzi* 😊 [FS – f]; *Ja jakoś do **gaziaków** przekonać się nie umiem.* [FS – f]; *Ogólne zozeznanie w temacie mam, jednak nigdy osobiscie nie miałem ani Diesla ani **gaziaka*** [FS – f];

5. *gazior* – derywat z sufiksem augmentatywnym –*or*. Określanie tym mianem pojazdu napędzanego gazem jest tylko jednym ze sposobów użycia podanego leksemu. Należy jednak podkreślić, iż pojawia się sporadycznie w niektórych wypowiedziach, np. *To samo tyczy się zagazowanych opcji, ponieważ instalacje LPG z czasem sprawiają więcej problemów niż pożytku. Wyeksploatowany „**Gazior**” stanie się kolejnym źródłem kosztów* [A – p (~a)].

Innymi sposobami wykorzystania tego derywatu są następujące znaczenia:

- a. instalacja gazowa w samochodzie (najczęstsze znaczenie), np.: *Mam **gazior** założony 2,5 roku temu* [FS – f]; *witam mój tata ma fordą fusion i zastanawia się czy założyć gaz ford to 1.4 i 80 km zdają się czy jest za słaby na gaz?? i ile taki **gazior** może kosztować??* [FS – f]; *Pali w miare mało(trasa),ale i tak w planach **gazior**.Pytałem juz duuuuuuzo ludzi co mają gaz w hondach,i nikt nie narzeka* [AC – o(~t)]; *Dalem za nie*

¹³⁹ Rafał Zimny podkreśla brak występowania jakiegokolwiek odrębnej nazwy właściwej samochodom z instalacją gazową [Zimny, 2008: 148]. Można zatem stwierdzić, że występowanie określeń *gaziak* i *gazior* jest wyrazem rozrostu leksyki motoryzacyjnej dotyczącej charakterystyki pojazdów pod względem rodzaju paliwa.

12000. dopakowałem **gazior** za 2000 i za taką kasę to ja nawet nie marzyłem o takim autku [AC – o(~t)];

- b. gaz (tankowany lub spalany w czasie jazdy), np.: *Coś mi się wydaje, że najrozsądniejszy z tego wszystkiego będzie lanos, tylko może z silnikiem 1.5 8V, z tego co patrzyłem to najlepszy do lpg, a może nie spali tak dużo tego **gaziora*** 😊 [FS – f]; *Jeżdżę BX-em 14 TGE rok 92 od 2 lat i nic nie wymieniałem tylko olej filtr i tankujemy **gazior** na gazie chodzi cudownie lepiej jak na benzynie* [AC – po];
- c. gaźnik. Jest element układu zasilania silnika spalinowego – silnik wyposażony w gaźnik jest poprzednikiem i opozycją do silnika z wtryskiem paliwa [Szczepaniak, 2011: 58-59]. Użycie tego leksemu pojawia się zasadniczo jedynie w odniesieniu do motocykli, gdyż w samochodach jest to element już rzadko spotykany: *Mimo rozpowszechnienia układów wtryskowych nadal jest stosowany w motocyklach oraz samochodach starszej konstrukcji (wszystkie nowe pojazdy sprzedawane w Polsce wyposażone są już we wtrysk paliwa)* [<http://www.auto-swiat.pl>]. Użycie leksemu obrazują przykłady: *wiesz na wtrysku więcej problemów a **gazior** to **gazior*** 😊 [MO – f]; *Nie lepiej kupić zestaw naprawczy do gaźnika* 😊 *Ja tak zrobiłem i **gazior** chodzi jak nowy...* [MO – f].

Ekwiwalentem leksemu *gazior* w znaczeniu *gaźnik* (element silnika gaźnikowego) jest forma *gaźnikowiec*: *Nie mam pojęcia czy to **gaźnikowiec** - wiem tyle, że gaz jest na jednopunktowym wtrysku.* [FS – f]; *W **gaźnikowcach** to chyba najskuteczniejsza i najprostsza metoda. Do tej pory można znaleźć sporo sprowadzonych motocykli z blokadą, bo wałek trochę kosztuje* [MO – f].

Przystosowanie do instalacji gazowej nie jest właściwością każdego samochodu. Założenie instalacji LPG wiąże się nie tylko z przeznaczeniem auta i kalkulacją kosztów eksploatacji, ale jest także w pewnym stopniu z ingerencją w jego budowę i możliwości. W związku z tym podatność samochodu na napędzanie gazem często jest charakteryzowana za pomocą antropomorfizacji pojazdu. Wyrazem tego najczęściej są czasowniki określające „reakcję” samochodu na nowe paliwo, np.: *(nie) lubić, znosić dobrze/źle, (nie) tolerować*. Takie ludzkie zachowania i uczucia samochodu obrazują poniższe przykłady: *Polecam porozmawiać z fachowcami od LPG, czy Twoje auto **lubi gaz** i jaką instalację zamontować* [A – f]; *Ode mnie Skoda Octavia i Toyota Avensis tylko poczytaj na forum toyki albo napisz do szybkiego z jaką instalacją bo ogólnie Toyota **nie lubi gazu**.* [FS – f]; *Jeżeli do LPG to Opel, Civic **kiepsko znosi gaz**.* [FS – f]; *Co do tematu to poleciłbym sienke 1,6 16v **bardzo***

dobrze znosi gaz [MO – f]; *Accord tez dobry i myślałem nad zaproponowaniem ale nie wiem jak toleruje gaz* [FS – f]. Powyższe czasowniki odnoszą się ogólnie do pojazdu lub do samego silnika.

Przytoczone wnioski warto zestawić z innymi obserwacjami poczynionymi w tym zakresie. W analizowanym przez Urszulę Żydek-Bednarczuk słownictwie motoryzacyjnym z lat osiemdziesiątych zostały zestawione trzy rodzaje silników: *na paliwo ciekłe*, *na paliwo gazowe* i *na paliwo stałe*. Do grupy pierwszej zaklasyfikowano m.in. silnik *benzynowy* oraz *na olej napędowy* [Żydek-Bednarczuk, 1987: 72-73]. Z uwagi na badanie przez autorkę profesjolektu motoryzacyjnego schematyczny podział jest w pełni uzasadniony. Należy jednak wspomnieć o pojawieniu się leksemu *ropniak*, zdefiniowanego jako „wóz, w którym używa się jako paliwa oleju napędowego” [Żydek-Bednarczuk, 1987: 25]. Autorka zauważa dwukrotną niezależną derywację słowotwórczą tego leksemu (*ropniak* także jako określenie medyczne) [Żydek-Bednarczuk, 1987: 25].

Rafał Zimny wyróżnia cztery leksemy wydzielone z uwagi na rodzaj paliwa, odnotowane w słownikach i klasyfikowane jako potoczne: *benzyniak*, *benzynowiec*, *ropniak* i *diesel* [Zimny, 2008: 148]. Wszystkie określenia są obecne na portalach motoryzacyjnych. Wyraz *benzynowiec* nie jest poświadczony dużą liczbą użyczeń wśród internautów, na co może wpływać fakt istnienia kilku innych sposobów określania samochodu napędzanego tym rodzajem paliwa. Istotną zmianą jest także to, że badacz nie zaobserwował w materiale słownikowym żadnych leksemów nazywających w sposób wyłączny samochodu napędzanego gazem, podczas gdy na portalach motoryzacyjnych takie określenia funkcjonują (*gaziak*, ew. *gazior*). Może to świadczyć o powiększeniu się pola leksykalnego derywatów odnoszących się do rodzaju paliwa i wciąż zwiększającej się popularności samochodów z zamontowaną instalacją gazową (przede wszystkim ze względu na ceny paliwa i koszty utrzymania).

Istotność kwestii wyboru silnika, a co za tym idzie ważnego parametru technicznego auta, czyli jego spalania, powoduje, że leksemy związane z określaniem napędu auta są szeroko rozpowszechnione i rozmaicie używane.

5.2. Rodzaje pojazdów ze względu na wybrane dane techniczne

Różnorodność i ilość parametrów technicznych pojazdów, decydujących o ich właściwościach, rodzaju lub przeznaczeniu, sprawia, że leksemy bazujące na tych danych stanowią dużą grupę tematyczną. Wymienienie właściwości informujących o rodzaju pojazdu jest nieodłącznym elementem charakterystyki pojazdu – np. w kwestii jego prezentacji,

poszukiwania w celu planowanego zakupu itd. Ilość różnych danych sprawia, że przedmiotem niniejszego podrozdziału jest kilka powszechnych sposobów określania wybranych parametrów¹⁴⁰. Zaprezentowane leksemy mają charakter sygnalizacyjny i wybiórczy, wskazują jednakowoż na najpopularniejsze wyznaczniki tworzenia takich nazw.

Ważnym elementem informacji technicznych, określanym wielokrotnie w kontekście wyboru/zakupu samochodu, jest rodzaj skrzyni biegów. Dostępne dwa rodzaje tego elementu funkcjonują w języku motoryzacyjnym jako uniwerbizmy. Pierwszy z nich – *manual*, czyli *manualna skrzynia*¹⁴¹ biegów, częściej określana jako *ręczna*. Przeciwnością takiej opcji jest *automat* – oznacza *automatyczną skrzynię biegów*, która samoczynnie zmienia biegi w zależności od obciążenia silnika. Obydwa leksemy są często stosowane w wypowiedziach forumowiczów: *może Volvo z 2.4 D ale tylko w manualu*. [FS –f]; *Tylko w manualu szukaj bo automaty Volvo montuje lipne* [FS – f]; *Flagowy element Integry to dwusprzęgłowa skrzynia biegów, która w zależności od preferencji może być ustawiona na automat lub manual*. [M – a]; *Jak poniesie cię fantazja to zezre nawet 25 litrów. Ale musisz się z tym liczyć, bo to automat i do tego ośmiocylindrowy, o pojemności każdego cylindra 550ccm i mocy ponad 200 koni*. [FS – f]; *To musi robić wrażenie, szkoda tylko że w automacie - to troszkę redukuje to wrażenie* [MO – f]. Należy podkreślić wielokrotne występowanie konstrukcji przyimkowej *w + miejscownik*.

Efektom procesu uniwerbizacji są określenia dotyczące liczby drzwi w samochodzie, np.: *dwudrzwiówka, trzydrzwiówka, czterodrzwiówka, pięciodrzwiówka*. Możliwa forma ich występowania to zapis literowy lub liczbowy: *Niestety często wożę ludzi z tyłu i dwudrzwiówka by mi się nie sprawdziła*. [AC – k]; *Jak chcesz 3drzwiówke to Saxo VTS, byk w owczej skórze*. [FS – f]; *Sedan to 4drzwiówka 🤔 5000zł za 97rok, osobiście troche tanio mi sie widzi, no chyba że po znajomości*. [FS – f]; *Ocena dotyczy htb 3 D (pięciodrzwiówka to inna bajka, bo była składana w Anglii, a nie w Japonii)* [AC – o(~t)]. Należy jednak podkreślić, że podobny sposób określania tej właściwości pojazdu jest sporadyczny –

¹⁴⁰ Pomijam w tym opisie leksemy charakteryzujące rodzaj nadwozia pojazdu, mając świadomość istotnego znaczenia tej kwestii w charakteryzowaniu i opisie samochodów. Z uwagi na fakt występowania zasadniczo form podstawowych: *sedan, hatchback, kombi, coupe, limuzyna* itd. (formy te opisuje np. Rafał Zimny – por. Zimny, 2008: 147-148; ich szczegółowy wykaz i definicje prezentuje Jacek Łęgiewicz [Łęgiewicz, 2006: 12]. Należy jednak wspomnieć o trzech przypadkach tworzenia derywatów – pierwszym z nich jest fonetyczny sposób zapisu *heczbek* (np. *Byłem na jeździe próbnej zarówno Indicą (heczbek) jak i Indigo SW (kombi) i widać pewną taniłość, lecz poza tym co - samochód jak samochód*. [FS – f]. Drugim przykładem jest dezintegracja tematu nadwozia *hatchback*, dająca w efekcie leksem *hatch*, por.: *Wg mnie nawet kombi jest ładniejsza od hatcha*. [FS – f] Ostatni przykład dotyczy określeń charakteryzujących nadwozie *kombi*, czyli *kombik, kombiak, kombiaczek*, opisane w jednym z podrozdziałów [IV – 8.].

¹⁴¹ W literaturze fachowej pojawia się także forma *skrzynki biegów*, np. *mechaniczne skrzynki biegów* [Łęgiewicz, 2006: 60]. Jednakże już w badanym profesjolekcie motoryzacyjnym do 1945 roku, funkcjonuje forma *skrzynia biegów* (inaczej *skrzynia przekładniowa*) [Starzec, 1984: 29].

najczęściej ta cecha samochodu jest charakteryzowana za pomocą przymiotnika lub podania ilości drzwi.

Kolejną istotną właściwością samochodu jest jego stan używania skorelowany z pochodzeniem auta podczas zakupu. W tym zakresie można zaobserwować następujące leksemy:

1. *używka*, czyli *pojazd używany*, posiadający już wcześniej właściciela/właścicieli, por.: *no też uważam że **używka** japoniec będzie lepszy w tej cenie* . [MO – f]; *Dobra "używka" - Fiat Grande Punto (2005-)* [AC – a]; *"Zadbany samochód" to szerokie pojęcie, szczególnie w tym kraju. Jeszcze nie trafiłem na **używkę** w której nic nie trzeba robić*. [FS – f]. Humorystyczne nacechowanie wyzwała zestawienie leksemu z jego znaczeniem w języku ogólnym (stosowanego zazwyczaj w l. mn.) – ‘produkty odżywcze, zwykle bez wartości odżywczej, działające pobudzająco na organizm, np. alkohol, kawa i tytoń’ [ISJP].
2. *nówka*, czyli *pojazd nowy*, w tej sytuacji kupujący staje się jego pierwszym właścicielem, por.: *No tak ale jaki by nie kupił samochód to musi przygotować ok 1 tys zł na bieżące naprawy bo wiadomo za te pieniądze "nówki" nie kupi*. [FS – f]; *Nic tak nie podnosi adrenaliny jak wyjazd z salonu **nówką**. Ten zapach, ta czystość i cała otoczka daje niesamowity dreszczyk emocji i wspomnienia na całe życie* [AC – k]. Z wymienionej grupy określeń odnoszących się do stanu używania, jedynie leksem *nówka* występuje w USJP jako ‘coś nowego, nieużywanego, np. samochód, ubranie’ [USJP].
3. *salonówka*, czyli *pojazd pochodzący z salonu*. Jest to inne określenie nowego pojazdu, znaczeniowo tożsame z leksemem *nówka*, uwzględniające miejsce jego zakupu, por.: *Moja pierwsza **salonówka**, także faktycznie frajda była przy odbiorze*. [AC – k]; *Zdecyduj czy ma to być **salonówka**, czy może mieć 2-3 lata. Wtedy będzie łatwiej coś polecić 😊* [FS – f].

Ze względu na ceny samochodów salonowych i polskie realia ekonomiczne przedmiotem dyskusji i porad w sprawie kupna są najczęściej samochody używane, jednakże w tym kontekście często pojawia się odwołanie do nowych pojazdów, przez co wszystkie leksemy powszechnie występują na portalach internetowych dotyczących motoryzacji.

Kolejnym obszarem tworzenia uniwerbizmów są nazwy rodzajów pojazdów, motywowane ich funkcją. W skład tej grupy wchodzi następujące leksemy¹⁴²:

1. *osobówka*, czyli *samochód osobowy*¹⁴³ [USJP]. Ze względu na charakter forów motoryzacyjnych zamieszczanych na portalach i zawartych w ich obszarze tematyki (zakup samochodu, problemy z własnym pojazdem itp.), można stwierdzić, iż jest to najbardziej rozpowszechnione określenie w tej grupie. Z uwagi na to, często doprecyzowanie przedmiotu opisu, czyli pojazdu, określeniem *samochód osobowy* lub *osobówka*, jest pomijane. Przypadki przywołania tej nazwy są zamieszczone w przykładowych wypowiedziach: *Oczywiście porównuję samochody tej samej klasy (czyli **osobówka** do **osobówki** a nie **osobówka** do ciężarówki).* [MO – f]; *Ciekawe która zwykła nowoczesna **osobówka** to potrafi hehehe! Jednak co hydraulika to hydraulika.* [AC – po]; *Pomijam nowoczesne silniki które są bardzo mocne a palą tyle co zwykła **osobówka** (...)* [FS – f].
2. *terenówka*, oznaczający *samochód terenowy*, *wóz terenowy* [USJP]: *mówiąc o rawkach I generacji to jednak nadwozie jest bardzo wysokie, napęd na 4 oczywiście wiem że to napęd inny niż w klasycznych **terenówkach**.* [FS – f]; *trzeba liczyć się z wydatkami na doprowadzenie go do stanu dobrego, mając starszą **terenówkę** i bawiąc się w OR należy mieć 2 auto do jazdy na co dzień 🤔* [FS – f].
3. *dostawczak* – *samochód dostawczy* (nieodnotowany w słownikach): *Obecna gama dostawczych Nissanów to kopie aut Renault. Nowy **dostawczak** jest całkowicie autorskim projektem japońskich inżynierów.* [AC – a]; *Źle spojrzaleś to jest dział **dostawczaków** i aut ciężarowych do 7,5t* [FS – f].

Ciekawym przykładem animizacji pojazdu jest leksem *czterolap*, charakteryzujący pojazdy z napędem na cztery koła (w opozycji do napędu przedniego lub tylnego). „Układy 4x4 – napędu czterech kół (4WD, AWD¹⁴⁴) – są stosowane w pojazdach terenowych, w celu polepszenia ich zdolności pokonywania naturalnych przeszkód i ciągnięcia przyczep oraz – coraz częściej – także w samochodach osobowych, zwłaszcza (choć nie tylko) o charakterze sportowym” [Łęgiewicz, 2006: 70]. Występowanie określenia *czterolap* ilustrują przykłady: *Luksusowy "czterolap" (AWD) z literką "H" jak zwykle w doskonałej formie 🏎️* [AC – k]; *Katując 300 konnego **czterolapa** do latania bokiem na ulicy musisz praktycznie cały czas*

¹⁴² Wybrane leksemy są materiałem poglądowym. Ilość takich przykładów może być większa, pomijam jednakże pojazdy, których nazwy podlegają procesowi uniwerbizacji, ale nie są bezpośrednim przedmiotem zainteresowania użytkowników portali motoryzacyjnych (np. *ciężarówka*, *wyścigówka*).

¹⁴³ Określenie zdefiniowane także w znaczeniu ‘pociąg osobowy’ [USJP].

¹⁴⁴ 4WD – ang. 4 Wheel Drive, AWD – ang. All Wheel Drive – „napęd wszystkich kół” [Łęgiewicz, 2006: 110-111].

trzymać gaz w podłodze i obroty na odcięciu. [FS – f]; *czterolap* 😊😊. *super samochód!* [AC – k]; (...) *tutaj na pierwszym miejscu jest czterolap, najlepiej z aktywnymi dyferencjalami* 😊 [FS – f]. Użycie tej nazwy jest skojarzenie ze światem zwierząt – *łapa* to odpowiednik ludzkiej *nogi*. Co ważne, forma *czterolap* w odniesieniu do psów czy kotów występuje sporadycznie, powszechnym mianem jest *czworonóg* (bazujący na leksemie *noga*). Nazywanie aut z napędem na cztery koła *czterolapami* oparte jest na zasadzie metaforycznego przeniesienia nazwy i skojarzenia wizualnego.

Reasumując wymienione przykłady, można wywnioskować, że opis technicznych parametrów i właściwości samochodu w leksyce motoryzacyjnej często charakteryzowany jest za pomocą uniwerbizmów. Popularność określonych leksemów jest warunkowana ich istotnością w wyborze samochodu i indywidualnymi preferencjami użytkownika. Parametry techniczne mogą być wykładnikiem przeznaczenia i funkcjonalności pojazdu.

5.3. Elementy samochodu/motocykla

Kolejną grupę leksemów stanowią przykłady określania konkretnych elementów motoryzacyjnych. Różnorodność i wielorakość elementów składowych pojazdu wyzwała potencjał nazewniczy i odmienne sposoby nominacji. Moim celem jest wymienienie kilku najbardziej popularnych części samochodu czy motocykla, przynależących do socjolektu motoryzacyjnego i ważnych dla użytkowników portali motoryzacyjnych ze względu na ich istotność w sposobie definiowania pojazdu, jego eksploatacji, wyborze podczas zakupu. Zebrane leksemy stanowią ilustrację najbardziej rozpowszechnionych zjawisk językowych i procesów derywacyjnych, których efektem jest zaobserwowane słownictwo. Występujące zjawiska są pryzmatem podziału w poniższej analizie.

Pierwszą podstawową językową właściwością cechującą osoby posługujące się socjolektem motoryzacyjnym jest deminutywność, decydująca o emocjonalnym nastawieniu mówiącego lub wyrażeniu niewielkich rozmiarów przedstawianego elementu. Przykłady w tym zakresie można mnożyć, gdyż tendencja do zdrobnień jest powszechną właściwością leksyki w ogóle, także motoryzacyjnej (np. nazwy marek i modeli pojazdów, określenia samochodów itd.), ze względu na hobbystyczny wymiar funkcjonowania użytkowników [por. rozdział dotyczący deminutywności języka na portalach: III – 2.1.1.]. Z uwagi na wielość takich przykładowych nazw przytaczanych w całym rozdziale, pomijam w tym miejscu stosowną egzemplifikację. Warto wspomnieć, że skłonność do form deminutywnych

i hipokorystycznych można zaobserwować wśród użytkowników CB-radia¹⁴⁵, o czym pisze Violetta Jaros w artykule pt. *Deminutiva i formacje hipokorystyczne oraz ich funkcje w języku użytkowników CB-radia* [Jaros, 2011].

Kolejną grupę wyrażen stanowią określenia poddane derywacji wstecznej, gdyż powszechną cechą slangu motoryzacyjnego jest używanie skrótów (czasami wraz z zyskiwaniem formy deminutywnej), np.: *kiera* (kierownica), *klima* (klimatyzacja); *amory/amorki* (amortyzatory), *alumi/alusy/alusie/aluski* (felgi aluminiowe, tzw. alufelgi¹⁴⁶): *wg mnie poducha wymieniana bo ma inny odcień niż kiera...* [FS – f]; *nie po prostu kiera mogłaby być równo z fotelem. czemu ręka miałaby zawadzać? kierownica jest węższa niż fotel, z resztą w niektórych autach jest równo, np. Omega B, Accord V.* [AC – f]; *Do 35 tys. powinienś znaleźć egzemplarz z klimą.* [FS – f]; *Klima jest choć tylko manualna - więc nie ma co tu się rozpowiadać. W upał chłodzi w zimie suszy. Po 2km jest ciepło w aucie* [KA – o(~t)]; *przód niestety nowe sprężyny i amory* [FS – f]; *W tym przypadku amorki nie mają nic do rzeczy.* [FS – f]; *jakiś ładne alumi i autko ładnie się prezentuje* [FS – f]; *To zależy czy masz oryginalne alusy, czy były zmieniane* [FS – f]; *Alusów nie potrzebowałem nigdy, owszem, ładne to jest ale są ważniejsze wydatki* 😊 [MO – f]; *Mnie też się wydaje, że te alusie to M830, mój znajomy zakładał je do swojego wozu w centrum felg w Ropczycach* [FS – f]; *tak właśnie zrobię, gdyż za 2300 mam do kupienia renault megane 1.6 LPG z aluskami i opłatami na dluuuugo* 😊 [MO – f]. Potencjał użytkowników w tworzeniu takich nazw jest ogromny, co można również uzasadnić dążeniem do skrótowości jako jedną z podstawowych cech komunikacji internetowej.

Popularnym i częstym określeniem karoserii jest leksem *buda*. Karoseria to ‘blaszana obudowa pojazdu, osłaniająca silnik, kabinę, pasażerów i miejsca na bagaż’ [USJP]. W praktyce wyrażenie to dotyczy także nadwozia, będącego synonimem karoserii [SJP]. Taka nominacja odnosi się do wizualnego kształtu przedmiotu. Sposób użycia leksemu zawarty jest w poniższych przykładach: *V40 co diesli to mogę ci coś doradzić bo akurat jeżdżę carismą a to to samo co twoje volvo co chcesz kupić tylko w innej budzie (zresztą produkowane w tej samej fabryce)* [MP – f]; *Ale ten 2.0 diesel pali mało i dobrze jedzie w tej budzie* [FS – f]; *Pozatym jedynym problemem blacharskim są tylne nadkola reszta budy nie rdzewieje. Podpowiedzcie jeśli o czymś zapomniałem* [MP – f].

¹⁴⁵ O tych właściwościach języka wspomina także Ewa Karolina Nowik, charakteryzując język kierowców TIR-ów [Nowik, 2007: 125-126].

¹⁴⁶ W niektórych regionach Polski (np. na Śląsku) termin ten funkcjonuje jako *alumfelgi*, czego potwierdzeniem jest występowanie tej nazwy na stronach internetowych.

Zauważalnym zjawiskiem jest także derywacja alternacyjna, w ten sposób nazwy przyjmują swoje augmentatywne odpowiedniki. Przykład może stanowić zgrubienie wyrazu *maska*, czyli *macha*: *Jest to jedna z większych zalet. świetne spalanie - a na podporządkowaniu masz 105 KM pod machą - zbiera się wybornie.* [AC – t]; *miałem na myśli, że są wytrwale, a nie mocne w sensie ile mają kucy pod machą* [FS – f]. Kolejny przykład tego procesu obejmuje zawieszenie, czyli element podwozia, który „służy do łagodzenia wpływu drgań pochodzących od nawierzchni na podróżujących samochodem i izoluje nadwozie od działania sił powstających podczas pokonywania nierówności (zapewnia płynność ruchu)” [Łęgiewicz, 2006: 76]. W leksyce motoryzacyjnej wyraz jest zastępowany następującymi odpowiednikami: *zawiecha* lub *zawias*. Wymienność form i ich rodzajów gramatycznych prezentują przykłady: *Zawiecha trwała, blacha mega ocynk jak trafisz na zdrowy egz pojeździsz latami.* [FS – f]; *Może nie stuka ci zawiecha, a przeguby kulowe.* [MO – f]; *Jest to chyba najwygodniejszy samochód jakim jeździe, ale po 1/2 roku jazdy w Polsce zaczyna się sypać zawiecha i muszę go szybko sprzedać (...)* [AC – po]; *Zamiast Paska lepiej Octavię tańsza i nie ma problemu z aluminiową zawiechą, Może Avensis.* [FS – f]; *Kiepski zawias a spalanie bardzo duże, do 120 km/h pali 10l, jak się przycisnie do 200 to na kompie 22l* [FS – f], *zaczyna lekko stukać zawias z przodu po 90km* [AC – p]. Charakterystyka zawieszenia zwerbalizowana jest za pomocą antonimicznych przymiotników – *miękki* : *twardy*. Ta właściwość jest opisana w pracach z zakresu motoryzacji: „Tę pierwszą przypisuje się pojazdom luksusowym i kojarzy z komfortem jazdy, tę drugą – samochodom sportowym i przyjmuje za miarę pewności ich prowadzenia” [Łęgiewicz, 2006: 76]. W praktyce cecha ta może być przypisana kontekstowo każdemu pojazdowi: *Punto jak już mówiłem to nie nadaje się na Polskie drogi (za miękkie zawieszenie)* [FS – f]; *Fakt, UFO ma przyjemne miękkie zawieszenie, duży bagażnik i oszczędny silnik (...)* [FS – f]; *Luz w układzie kierowniczym, zbyt twarde zawieszenie* [AC – t]. Skondensowaną formą tej właściwości jest wyrażenie *miękki samochód*, będące przykładem przeniesienia cechy z elementu szczegółowego na całość, np. *Poszukuję cichego i miękkiego samochodu tak do 40 tys., co polecacie?* [FS – f]. Przykładem zgrubienia jest również określenie *fela*¹⁴⁷/*fele*, które oznacza *felgi*¹⁴⁸. Użycie leksemu obrazują przykłady: *w moim mniemaniu tuning to fajna fela, gleba i modyfikacje silnika* [FS – f]; *A ja astre robię pod siebie nie pod kogoś fele będą takie jakie są bo mi się podobają i zostaną a ats to już oklepany wzór który można spotkać wszędzie jak bym kupował to coś*

¹⁴⁷ Wyraz *fela* funkcjonuje także jako określenie *Felicji*, modelu marki Škoda, co jest przykładem derywacji wstecznej.

¹⁴⁸ *Felga* to ‘obręcz koła samochodu lub roweru, na którą nakłada się oponę’ [SJP], jest to nazwa potoczna.

niespotykanego już a nie takie felgi [MO – f]. Tendencja do tworzenia nazw augmentatywnych nie wiąże się z ich pejoratywizacją, jest raczej neutralną cechą leksyki motoryzacyjnej.

Ożywionym „elementem” pojazdu jest pasażer. Wśród motocyklistów powszechne jest określenie pasażera na motocyklu, określanego terminem *plecak* (lub deminutywnie *plecaczek*): *3 sezony przejeździłam jako **plecak**, później zrobiłam prawo jazdy i 2 samodzielne sezony mam już za sobą* [M – f]; *Swoją "przygodę z motocyklami" zaczęłam w wieku 16 lat oczywiście wtedy jako **plecaczek*** [M – f]. Jest to termin przejęty z leksyki ogólnej na zasadzie swoistej metonimii, podobieństwa wizualnego do określanego przedmiotu. Dodatkowo formant melioratywny *-ek* w leksemie *plecaczek*, pełniący funkcję spieszczającą, ale nie decydujący o wielkości przedmiotu [Grabias, 1981: 63], wyzyskuje emocjonalność użytego określenia. Funkcjonowanie wyrazu jest przejawem uprzedmiotowienia osoby.

Podstawowe tendencje w zakresie leksyki dotyczącej elementów samochodu lub motocykla oscylują wokół kilku podstawowych grup. Wśród nich można wymienić następujące właściwości: skrótowość, deminutywność, derywację alternacyjną oraz neologizmy znaczeniowe. Produktywność form w obrębie wskazanych grup jest znaczna, przez co te tendencje mogą być traktowane jako wykładniki socjolektu motoryzacyjnego w ogóle.

5.3.1. Części znajdujące się pod maską

Ilość elementów samochodowych znajdujących się pod maską (lub niewidocznych) jest ogromna, przez co właściwe będzie skupienie się na kilku najważniejszych i najczęściej podejmowanych kwestiach. Pierwszym istotnym sygnałem socjolektu jest samo ogólne scharakteryzowanie zawartości pod maską samochodu. Najpopularniejszym określeniem są *bebechy*, których jedno ze znaczeń odnotowane w słowniku odnosi się m.in. do kontekstu samochodowego – ‘wewnętrzne części urządzeń, pojazdów, maszyn’ [SPP]. Użycie leksemu prezentuje materiał: *Z Golfa nie ma nic wnętrza, jako "stelaż" posłuży mi coś z BBurago, rozetnę i dopasuje do wymiarów kabiny i reszta to rzeźba - bebechy* 😊 [MP – f]; *Na oku mam jeszcze volvo s40 i focusa II - te same bebechy co w maździe..* [FS – f]. Dwoma alternatywnymi i utrwalonymi w leksyce motoryzacyjnej na portalach określeniami są *flaki* oraz *wnętrznosci*, potwierdzone licznymi przykładami: *I uwierz mi nie są to lekkie awarie, tylko od razu flaki z silnika na drodze* 😡 [FS – f]; *Wyjąłem silnik i wszystkie inne "wnętrznosci" więc jedyne co łączy tego malucha z autami to karoseria* 😊 [FS – f]; *Mechanik twierdzi, że silnik wygląda na tyle ile ma na liczniku czyli 140tyś więc raczej trzeba*

odrzuć zużycie wnętrzości [FS – f]. Wszystkie przywołane leksemy odnoszą się do czegoś w środku, przez co zasadność ich użycia oparta jest na metonimicznym odniesieniu, uwypuklającym miejsce ich usytuowania.

Najważniejszym przedmiotem wśród zbiorowo określanych *bebechów* jest *silnik*. „Źródłem napędu współczesnego samochodu pozostaje tłokowy, czterosuwowy silnik spalinowy. Jego budowa i zasada działania nie zmieniły się zasadniczo od ponad 110 lat, tj. od momentu, który przyjmuje się za narodziny masowej motoryzacji. Oczywiście silnik podlegał przez ten czas licznym zmianom i udoskonaleniom (...)” [Łęgiewicz, 2006: 30]. Częsta obecność tej części pojazdu w wypowiedziach użytkowników dowodzi jej istotności i wagi. Zauważalnym procesem jest częste używanie nazwy deminutywnej *silniczek*, co może wyrażać moc czy wielkość, ale w takim samym stopniu jest podkreśleniem rangi tego elementu w kontekście funkcjonowania całego samochodu: *Nie ma to tamto, jak na tak mały silniczek Peugeot jest dość dynamiczny* [A – t]; *Auto mpv czy van poprzez duże opory nie da Ci sportowych wrażeń chyba że silniczek będzie ku temu adekwatny* [FS – f]. Warto zwrócić uwagę na inny sposób określania silnika – w wielu wypowiedziach pojawia się rzeczownik *serce*¹⁴⁹. To metaforyczne przeniesienie jest związane z antropomorfizacją pojazdu (zob. fragment 6.), utożsamieniem go tym samym z żywą osobą. *Serce* to narząd odpowiadający za pracę całego organizmu i decydujący o życiu człowieka. Określenie tym mianem silnika staje się odpowiednikiem ludzkiego organu, przypisaniem właściwych mu funkcji silnikowi pojazdu. W tym znaczeniu nadrzędności jednego elementu, przytoczone użycie nawiązuje do jednej z definicji zawartych w ISJP – ‘sercem jakiegoś miejsca jest jego środkowa lub najważniejsza część’ [ISJP]. Sposób obrazowania i istotę wagi silnika podkreślają wypowiedzi: *Szukając samochodu, chyba najważniejsze to znaleźć dobry silnik, bo to jest jego serce.* [FS – f]; *Jak to mówią - silnik to serce samochodu;*) [MP – f]; *Dbając o serce auta - silnik - pamiętajmy o oleju silnikowym, który jest dla samochodu jak kuracja oczyszczająca* [M – a]; *Czarny DTM z 96r. dostał nowy lakier, skórzaną tapicerkę, takie tam kobiece car audio i parę detali dla podkreślenia efektu. Wizualnie ma być seryjny. Taka mała czarna z czerwonym energicznym sercem.* [SL – w]; *Silnik to serce każdego auta. Zadbany, zachowa sprawność i oszczędzi właścicielowi wydatków na naprawę.* [A – po]. Sporadycznie pojawia się forma augmentatywna: *Piękne to coupe* 🍷🍷🍷 *I jakie mocne serducho* 😬 [AC – k]. Powszechność takiego sposobu wyrażenia potęguje rolę odgrywaną przez tę część pojazdu.

¹⁴⁹ Taki sposób metaforycznego przedstawienia silnika samochodu obserwuje także Rafał Zimny na gruncie tekstów reklamowych [por. Zimny, 2008: 176-177].

Rozpowszechnionym określeniem silnika jest nazwa *motor* (również w języku ogólnym), co w wielu wypowiedziach zostało potwierdzone na portalach – odnotowano formę podstawową i deminutywną: *1.9 TDI to naprawdę niezawodny motor, oczywiście w grę wchodzi Audi i VW bynajmniej jak dla mnie 😊* [FS – f]; *Z 60 konnym motorem dość dynamiczny jak na taka bude...* [FS – f]; *No ładna Hondzia, a jeżeli motorek żwawy to najważniejsze! 🙌 Pozdrawiam 😊* [AC – k]; *mam 6kę 1,8 , do gazu to ona sie nie nadaje, fordowski motorek-wypalają się zawory , no i do tego rdza ale fajnie się prowadzi no i jest dość ładna, po dwóch latach eksploatacji, drugi raz wybrałbym skodębez wahania* [FS – f]. Użycie tego leksemu jest zapożyczeniem z języka angielskiego – *motor*, czyli ‘silnik’ [NSAP], jednakże uległo już procesowi leksykalizacji na gruncie języka polskiego i stanowi synonim silnika.

W bezpośredniej korelacji do tego określenia, można także zaobserwować użycie leksemu *motorownia* jako znaczeniowego ekwiwalentu silnika, np.: *Rozsądnie, też mam takie plany tzn. ogarnąć to co mnie denerwuje a później trzeba będzie usprawnić motorownie pod maską tym bardziej że silniczki podatne na różne zabiegi. 😊* [MO – f]; *W trasy jak się lata już motorownia musi być większa* [FS – f]. Taki sposób wykorzystania sufiksu nie jest jedynym przypadkiem w obszarze socjolektu motoryzacyjnego [por. *gazownia, elektrownia*, rozdz. IV – 5.5.].

Charakterystykę jakości pracy silnika zawiera uniwerbizm *wolnossak* (rzadko *wolnyssak*), utworzony jako złożenie sposobu pracy (przysłówek *wolno*) i jej istoty (czynność *ssania*, czasownik *ssać* → rzeczownik *ssak*). Formant sufiksalny upodobnia neologizm do kategorii zwierząt – *ssaków*, co poniekąd wyraża celowe „wprowadzenie” silnika w świat istot ożywionych. Dowodem występowania leksemu są następujące przykłady: *Zobacz też Cruze ma klasyczny wolnossak który występuje z fabrycznymi instalacjami lpg.* [FS – f]; *wszystko oczywiście TD bo wolnossak będzie ospały 😊* [MO – f].

Wyznacznikiem mocy samochodu jest liczba koni mechanicznych¹⁵⁰ pod jego maską. Ich ilość jest adekwatna do szybkości, dynamiki i mocy silnika. Użycie jednostki *koń mechaniczny* jest niezwykle powszechne, nie tylko na portalach motoryzacyjnych, ale w języku branżowym, prasie tematycznej itd. Warto zwrócić uwagę na fakt, że prawidłową obowiązującą jednostką wyrażania mocy silnika jest 1 kW¹⁵¹ (kilowat) [www.magazyn-motoryzacyjny.pl]. W uzusie dominującym określeniem jest *koń mechaniczny*, przede

¹⁵⁰ W dosłownym rozumieniu *koń mechaniczny* to ‘jednostka mocy (głównie silników spalinowych) równa pracy wynoszącej 75 kilogramometrów w ciągu 1 s’ [USJP].

¹⁵¹ Por. np. oznaczenia w pracach dotyczących motoryzacji – Łęgiewicz, 2006; Szelichowski, 2012.

wszystkim ze względu na społeczne utrwalenie tego sposobu nominacji. Powszechność użycia sprawia, że często jednostki te występują wymiennie. Ułatwieniem rozróżnienia i przeliczania dwóch przywołanych jednostek są kalkulatory przeliczające jednostki (kW↔KM), obecne w sieci jako dodatek do stron motoryzacyjnych [np. www.magazynauto.pl]. Długość wyrażenia *koń mechaniczny* stoi w opozycji do dążenia do skrótowości w przestrzeni wirtualnej. Względy praktyczne oraz rozbudowywanie leksyki motoryzacyjnej decydują o zastępowaniu tej nazwy w następujący sposób:

1. naturalnym sposobem zapisu jest skrótowa forma *KM*, występująca w technicznych charakterystykach samochodu oraz w wypowiedziach użytkowników, np.: *Jeśli diesel to tylko 1,9 DTI (niecałe 100KM) ,a nie 1,9 DCI -120KM* [FS – f]; *Np. Romet k-125 ma tylko 11 KM* 😊 [MO – f]. Użycie takiej formy jest skondensowanym i praktycznym sposobem zapisu, zrozumiałym dla wszystkich odbiorców;
2. forma deminutywna *koniki*: *Czy przypadkiem te 73 koniki to nie mało jak na Sierre ?* [FS – f]; *Nie zaczynaj od jednoślada o dużej mocy, bo może się okazać, że koników w silniku jest zdecydowanie za dużo i mówiąc potocznie - nie ogarniasz.* [M – a]; *To fakt te moje koniki to wiecznie głodne chodzą.* [AC – o(~t)];
3. *kuce*: *To musiałbym szukać Ibizy trzeciej generacji bo "czwórka" ma 101 kucy z tego co widzę* [FS – f]; *Jeśli chodzi o moc to wystarczająco 150 kucy starczy* 😊 [FS – f]; *coś niedowierzam, z 15 kucy nei ma co sie spodziewać większych prędkości ;P* [MO – f]. *Kuc* jest pojęciem zbieżnym z leksemem *koń*, w języku ogólnym precyzującym pewną jakość i cechy zwierzęcia, natomiast w slangu motoryzacyjnym używanym wymiennie. Warto zaznaczyć, że w wypowiedziach użytkowników pojawia się odmiana właściwa dla liczby pojedynczej, np.: *Ale fakt, pare groszy i masz tyle kuca więcej to było by coś* 😊 [MO – f]; *To pewnie ponad 300 kuca jest?* [FS – f]. Jest to jedyny przypadek zamiany naturalnej liczby mnogiej określanego przedmiotu (koni mechanicznych w silniku jest zawsze więcej) na liczbę pojedynczą, wyrażającą ten sam desygnat. W związku z tym możemy mówić o zaburzonej poprawności, a zarazem o pewnej formie ekspresji językowej;
4. *kucyki* (forma deminutywna poprzedniego określenia – *kuce*): *Pali 6-7 na setke kucyków ma 120 silniczek żwawy* [MO – f]; *Mam teraz 140 kucyków w lekkim małym autku* 🙄 [AC – f]; *ile ma dokładnie koni bo na stronie producenta widzę przerażające 14 kucyków, jaki v-max?* [MO – f];

5. *rumaki*: Tylko jak można testować „mechaniczne **rumaki**”, nie mając do tego stosownych uprawnień? [FS – f]; *Auto z włoską V6 pod maską, pełno krwiste **rumaki** które z miłą chęcią polykają kolejne km, auto duże przestronne w którym można pokonać świat* [AC – p]; *Mcchip Ford Focus RS - moc 401 **rumaków*** [FS – f]. *Rumak* to ‘rasowy, piękny koń’ [USJP], użycie tego określenia w większości przypadków jest skorelowane z pozytywnym wartościowaniem pojazdu, wyrażającym dużą liczbę KM, a tym samym moc i potęgę samochodu.

W tym miejscu warto również przytoczyć inny sposób użycia tego leksemu, mianowicie frazeologizm *stalowy rumak*, czyli ‘pojazd mechaniczny’ [WSF]. W badanym materiale portalowym użycie leksemu jest bardzo rzadkie, a jego występowanie odnosi się do motocykla: *Teraz kobiety również walczą o swoje prawa i zmagają się z wyzwaniem dnia codziennego. Niektóre z nich z żywych koni ujeżdżanych w zamierzonych czasach, przesiadły się na nowoczesne, **stalowe rumaki*** [M – a]. Brak potwierdzonych realizacji może być wynikiem większego skupienia na większości analizowanych portali na dziedzinie samochodowej;

6. pojedyncze przypadki innych form derywowanych od leksemu *koń* (najczęściej form augmentatywnych) – *koniczki, koniuchy*, np.: *Silnik świetny do miasta, przy ekonomicznej jeździe pali bardzo mało, na wysokich obrotach wyprzedzi każdy samochód i nie potrzebuje przy tym dużo paliwa, po za miastem niestety brakuje mu **koniczków***. [AC – o(~t)]; *no była 16stka i 105 **koniuchów*** 🤪 *nie to co 1,6 85km* 🤪 [MO – f];
7. pojedyncze przypadki zaczerpnięte z ogólnego pola semantycznego zwierząt, mianowicie leksem *osiołki*: *u mnie na brawie pisze 105 JTD i zazwyczaj to auto ma 105 kucy a ja jakoś mam 155 **osiołków** wiec skąd wiesz że to nie ma??...* [MO – f]; *Niby kultura pracy jest, zbiera się od niskich obrotów, jest elastyczny ale 94 konie to za duże słowo. Koniki, albo kucyki czy nawet **osiołki*** [AC – o (~t)]. Zastąpienie nazwy jest motywowane odwołaniem do podobnej grupy zwierząt.

Semantyka wszystkich przytoczonych odpowiedników jest związana z językowymi ekwiwalentami leksemu *koń*. W bliskiej korelacji do powyższych rozróżnień, popularnym określeniem zbioru samochodów konkretnej marki jest leksem *stajnia*, czyli ‘budynek, pomieszczenie dla koni’ [SJP]. W ujęciu zbiorczego potraktowania całej marki słowo to funkcjonuje w poniższych egzemplifikacjach: *w sumie to wszystkie wymienione auta to **stajnia VW** .. wszystko tak samo wygląda*. [FS – f]; *od Cordoby do Golfa droga nie daleka [w reszta to ta sama **stajnia**, wiec co tu sie ludzić, wybor zalezy tylko od upodoban do procz*

rozdzielenia Golf->Hatchback i Cordoba->Sedan, nie ma dużych różnic (...) [MP – f]; Rok 2013 przyniesie z kolei premierę Twizy – czterokołowego pojazdu elektrycznego ze **stajni Renault**. [KA – a]; *W dieslu, jak nie nalejesz tyle jakiej ropy, to możesz śmigać bez zastanowienia, a jak sobie wybierzesz dieselka ze **stajni VW** to o awaryjność możesz już się nie martwić* [FS – f]. Jest to skojarzenie oparte z jednej strony na metonimicznym nawiązaniu do koni mechanicznych umieszczonych w samochodach¹⁵², a z drugiej – chęć nazwania ogółu wszystkich dostępnych modeli danej marki i nadanie im jednej unifikującej metaforycznej nazwy. Na wzór tej praktyki właściciele pojazdów nazywają czasami swój ogólny stan posiadania pojazdów (występujących zazwyczaj w liczbie mnogiej) takim właśnie określeniem: *Witam jak w temacie nastał czas na powiększenie mojej **stajni** jakimś ciekawym autkiem z klasy limuzyn no i tutaj moje pytanie co wybrać ?* [FS – f]; *Głównie posiadam motocykle, ale i dwa komary są w mojej **stajni*** [MO – f]. Taki sposób rozumienia tego leksemu nawiązuje do jednego ze słownikowych znaczeń – ‘czyjaś **stajnia** to konie należące do tej osoby’ [ISJP]. Warto wspomnieć o sporadycznym funkcjonowaniu jeszcze jednego kontekstu leksemu *stajnia*, ściśle związanego z poprzednim akapitem. Tym mianem bywa określana ilość koni mechanicznych w danym pojeździe, przez co jest to jeszcze jeden ekwiwalent wyrażenia *koń mechaniczny*, np.: *Jest to srebrny MKIII, model LX, rocznik 2002, silniczek Duratorq 2.0. W **stajni** tej przebywa 130 koników.* [FS – f]; *Super auto i **spora stajnia pod maską** 😊 Pozdrawiam* [AC – k].

Osobnym elementem składowym silnika są cylindry¹⁵³, których powszechne określenie to *gary* (ew. *garnuszki*). Powszechność określenia uzasadnia jego występowanie w słownikach – ‘cylindry w samochodzie’ [SPP]; ‘cylindry samochodowe’ [NSGU]. Powszechność wyrazu na portalach motoryzacyjnych ilustrują przykłady: *Irytuje mnie jedynie to, że jednak ma za mało "**garów**", czyli cylindrow - 4 już mi nie wystarczają, najchętniej bym w R6 weszła...* [M – f]; *Co do spalania to naprawdę jest ok jak na sześć **garów**, no i dźwięk rzędowej szóstki.* [FS – f]. Jest to element leksyki motoryzacyjnej, funkcjonujący w jej obszarze od dawna – np. wyrażenie *dać po garach*, czyli ‘zwiększyć szybkość’ [Żydek-Bednarczuk, 1987: 30, 131], utrwalone w leksyce motoryzacyjnej.

Sygnałem pewnego procesu zachodzącego w silniku pojazdu, mianowicie dostania się płynu chłodniczego do zbiornika z olejem, jest powstawanie *zupy* z oleju. Motywacją powstania nazwy jest niejednorodna konsystencja wymieszanej substancji, przypominająca

¹⁵² W leksyce marynarskiej *stajnia* jest jednym z metaforycznych określeń maszynowni na statku. Podstawą skojarzenia w tym ujęciu również są *konie mechaniczne* (tj. w przypadku podobnych nazw – *kuźnia* oraz *ogiernia*). [Kołodziejek, 1994: 101].

¹⁵³ *Cylinder* to ‘część silnika, pompy itp., mająca kształt walca, w którym porusza się tłok’ [ISJP].

zupeł. W tym ujęciu możemy mówić o metonimicznym przeniesieniu nazwy. Kontekst użycia nazwy ilustrują przykłady: *Płyn w zbiorniczku ostatnio już nie wygląda jak zupa, stał się całkiem klarowny.* [FS – f]; *Z oleju zrobiła ci się zupa, pewnie uszczelka pod głowicą. Bo płyn chłodniczy dostał ci się do oleju* [FS – f].

Zaobserwowane elementy silnika charakteryzują się m.in. wielością i wymiennością nazw (np. określenia *koni mechanicznych*) oraz trwałością istnienia leksyki (*gary*). Sam sposób nominacji silnika decyduje o jego antropomorfizacji, czyniąc go najistotniejszym elementem całego pojazdu.

5.4. Sposoby wyrażania ingerencji w samochód

Interesującą grupę określeń stanowią leksemy dotyczące ingerencji właściciela/kierowcy w samochód. Czynności te mogą być zamierzone lub nie. Pierwsza grupa określeń dotyczy wyrazów obrazujących zmiany techniczne i jakościowe samochodu. Najpopularniejszym ich wyznacznikiem jest *swap*, czyli tzw. *przekładka silnika*. Nazwa jest zapożyczeniem z języka angielskiego, w którym *swap* to ‘zamiana; zamienić’ [NSAP], co ukazuje zasadność funkcjonowania leksemu w słownictwie motoryzacyjnym. Przytoczona czynność ma na celu ulepszenie pojazdu i zwiększenie mocy silnika, czego dowodem są przykłady użycia: *Zastanawialiśmy się też nad jakimś SWAP`em 😊 Bo samochód po blacharce konkretnej, że pojeździ jeszcze ładnych parę latek 😊* [MO – f]; *no może trochę przesadziłem, zastanowił bym się na twoim miejscu na swap silnika już turbodoladowanego żeby później sobie z tym problemów już nie robić* [FS – f]; *Ja proponuje swap, jeżeli po swapie osiągi cie nie zadowola wtedy założysz turbo 😊* [FS – f]. Częstym procesem jest odmiana z końcówką –a: *Na koniec jeszcze ciekawostka, jeśli chciałbyś zrobić jakiegoś swapa to najlepszy silnik do tego pasuje właśnie od Astry, dokładnie to C20XE - 2.0 150KM* [FS – f]. Powyższy leksem stał się podstawą formy przymiotnikowej, charakteryzującej właściwości samochodu i jego silnika – *swapowany*, np.: *Silnik swapowany nie był (jest oryginalna naklejka w bagażniku)* [MO – f]; *No i jeżeli miałes swapowany silnik to musisz mieć dokumenty na niego 😊* [MP – f]. Efektem podobnego procesu jest czasownik *swapować* i rzeczownik *swapowanie*: *Jak w międzyczasie wpadnie jakaś większa kasa to zawsze można pomyśleć o jakimś porządnym swapie tylko w egzemplarzach zachowanych w oryginale trochę szkoda swapować.* [FS – f]; *Jak już się bawić w Swapowanie w BMW to tylko silnik M3 - fabryczna jednostka dostarczy niesamowitych wrażeń* [FS – f]. Ilość przykładów odnoszących się do wszystkich form leksemu *swap* przekonuje, że jest to powszechna praktyka na gruncie motoryzacji. Na

podobnej zasadzie funkcjonuje leksem *przeszczep*, wyrażający zbliżony zakres czynności. Różnica polega na tym, że przedmiotem czynności może być tutaj nie tylko silnik, ale różnorodne elementy pojazdu, por.: *Jeżeli jest to faktycznie cała podłoga to daj sobie z tym spokój, lepiej znaleźć inną budę i zrobić **przeszczep** jeżeli silnik i zawiecha w dobrym stanie.* [FS – f]; *W grudniu wymienię amorki i zrobię **przeszczep** hamulców z GT lub HGT i mechanicznie samochód będzie tip top ale o tym kiedy indziej.* [AC – p].

Innym przykładem wprowadzania zmian technicznych w samochodzie jest *przekładka*, czyli zmiana strony kierownicy w pojeździe pochodzącym z Anglii (często nazywanym *anglikiem*) i dostosowanie do ruchu prawostronnego, obowiązującego w Polsce. Leksem bazuje na czasowniku *przekładać*, a jego użycie można potwierdzić następującymi przykładami: *Zdecydowanie Grand Vitara, bo Land Rover to głównie **przekładki** marnej jakości z Anglii i w dodatku problemy z elektryką* [FS – f]; *Decydując się na kupno „Anglika” powinniśmy mieć świadomość, iż przystosowanie takiego samochodu do polskich warunków nie kończy się jedynie na „**przekładce**” kierownicy na lewą stronę* [AC – a]. Obecność i powszechność powstałego neologizmu świadczy o popularności sprowadzanych aut i dokonywanych w nich zmianach. Z drugiej strony, wiele wypowiedzi jest wyrazem niechęci do takiego postępowania, przede wszystkim ze względu na wysokie koszty i konieczność dodatkowych przeróbek.

Kolejna grupa określeń odnosi się do pojazdu zbudowanego z kilku elementów, pochodzących z różnych samochodów czy motocykli. Podstawową nazwą w tym zakresie jest zuniwerbizowany rzeczownik *składak*, odnotowany w słowniku jako 'samochód montowany z części, często we własnym zakresie' [SPP]. Ilustracją użycia tego leksemu są poniższe przykłady: *Kiedyś stanęłam nad nim i nadziwić się nie mogłam, że tyle czasu jeździłam na takim **składaku** i nie spowodowałam wypadku.* [M – a]; *Tak jak mówisz, lepiej sobie sprowadzić coś z Niemiec o parę tysięcy drożej i mieć pewność, że nie kupiłeś '**składaka**'.* [FS – f]; (...) *przynajmniej kupujesz pewne auto a nie **składaka** z przekręconym licznikiem jakich niestety u nas nie brakuje* [FS – f]. Można stwierdzić, że to określenie konotuje negatywne cechy i jest przedmiotem pejoratywnego wartościowania – auto nazwane tym mianem jest przedstawiane jako pojazd gorszej kategorii, a sam fakt jego montowania bywa ukrywany przez właściciela. Takie same cechy wyraża przymiotnik *kombinowany* (ewentualnie czasownik *kombinować*), np.: *Można trafić egzemplarz od 1 właściciela, przeważnie bez dużego przebiegu i nie **kombinowany**.* [FS – f]; *Te dwie Astry bym sobie odpuszczył bo już na pierwszy rzut oka widac iż było przy nich **kombinowane*** [MP – f]. Warstwa semantyczna

słowa nawiązuje do słownikowej definicji czasownika *kombinować* – ‘łączyć, zestawiać różne elementy w określoną całość’ [USJP], a także ‘majstrować, grzebać w czymś’ [USJP].

Określenia przywołane powyżej są wyrazem negatywnej ingerencji, ujemnie ocenianej przez użytkowników portali motoryzacyjnych. Przeciwną znaczeniowo grupę nazw stanowią leksemy traktujące wprowadzenie zmian technicznych i ingerencję w samochód jako czynności pozytywnie wpływające na obraz i jakość pojazdu. Wszystkie określenia z tej grupy bezpośrednio nawiązują do *tuningu*, czyli wprowadzanych zmian w różnych elementach pojazdu. Celem takich modyfikacji jest polepszenie parametrów technicznych i możliwości jezdnych pojazdu. Określenie nie zostało odnotowane w żadnym z przytaczanych słowników. W obiegowych opiniach to słowo może wywoływać negatywne skojarzenia (wyraz mody, szpanu, przerobienie na auto sportowe, pejoratywny wizerunek kierowcy takiego samochodu).

Polepszenie właściwości technicznych i mocy samochodu (np. dodanie koni mechanicznych) nazywane jest jego *podrasowaniem*, w wielu przypadkach traktowanym jako synonim *tuningu*: *tak właśnie mi się coś wydawało, że albo go **podrasowałeś**, albo licznik przekłamuję, przeważnie tego typu auta na drugim biegu nie przekraczają 100km/h;*) [FS – f]; *Mam do państwa pytanie związane z tuningiem samochodu. Zamierzam trochę **podrasować** swojego Lanosa.* [AC – p]; *Móglby mieć więcej kucy. Najlepiej **podrasować** lub wstawić 110KM /dla maniaków mocy/.* [AC – o (~t)]. Leksem *tuning* nie został odnotowany w żadnym z przytaczanych słowników, natomiast czasownik *podrasować* wyraża w języku potocznym następującą czynność: ‘przerobić, ulepszyć coś, np. silnik samochodu, motocykla lub meble’ [USJP]. W przeważającej liczbie wypowiedzi dodatni kontekst sytuacyjny posiadają: czasownik *motać* oraz przymiotnik *zmotany*, wyrażające polepszenie właściwości technicznych pojazdu – np. dostosowanie auta do udziału w rajdach czy jeździe w terenie. Zakres użycia leksemu przybliży jeden z użytkowników: ***motanie** oznacza, wszelkiego rodzaju przeróbki samochodów np wstawianie większych kół, lift, cięcie i wszystko inne co związane jest z tą tematyką*  *ogólnie jest to luźny termin ale najczęściej spotkasz się ze "**zmotaniem**" w sęsie super przygotowanego samochodu w teren extreme* [FS – f]. Tło kontekstowe wyrazu potwierdza się z powyższym wyjaśnieniem, np.: *Błyszczący Land Crusier (SUVów nawet nie wymieniam) jak i **zmotany** Samauraj to terenówka.* [FS – f]; *ten pojazd na zdjęciu jest mocno "**zmotany**" (forum 4x4 używa takiego określenia)to znaczy że ktoś kto się zna i ma pare tys \$ dostanie taki efekt jak na zdjęciu* [AC – f]. Innym sposobem wyrażenia przeróbek samochodu lub jego elementu jest czynność *dłubania* i powstały na jej

bazie przymiotnik *dlubnięty*. W wypowiedziach użytkowników funkcjonuje jako synonim leksemu *zmotany*: *Jak chcesz żeby to jeździło to może silnik z BMW 1.8 lekko **dlubnięty** lub is i do tego mosty z Patrola i będzie śmigać.* [FS – f]; *Jak chcesz **dlubnięcia** to pozostaje mer c32amg łatwo można go zrobić na 400KM* [FS – f]. Wymienione przykłady w swojej warstwie semantycznej odnoszą się zasadniczo do pozytywnej ingerencji w samochód. Większość z nich w sposób dosłowny lub bliski koresponduje ze słowem *tuning*. Sposób wartościowania powyższych jednostek leksykalnych może być zróżnicowany ze względu na kontekst użycia i indywidualne opinie użytkowników. Można jednak stwierdzić, iż w znaczeniu podstawowym i najczęstszym określenia te nie są poddane negatywnej waloryzacji.

Warto również wspomnieć o leksemach bazujących na terminie zapożyczonym z branży kosmetycznej. Mowa o zabiegu *liftingu*, którym jest ‘zabieg chirurgii kosmetycznej, polegający na naciąganiu skóry twarzy i szyi w celu zlikwidowania zmarszczek’ [USJP]. Cel zabiegu, czyli proces odmłodzenia i poprawienia wyglądu pokrywa się z funkcjonowaniem tego określenia w leksyce motoryzacyjnej. Na gruncie motoryzacji jest to proces, który odbywa się w trakcie kilkuletniej produkcji samochodu danego modelu, nazywany często „kuracją odmładzającą”. *Lifting* obejmuje „stosunkowo niewielkie korekty kształtu nadwozia, dokonywane przeważnie przez wymianę detali (zderzaki, spojłery, światła, klamki, obudowy lusterek zewnętrznych, listwy ozdobne itp.)” [Łęgiewicz, 2006: 8]. Prócz formy podstawowej (*lifting* lub *facelifting*) leksem został zaobserwowany w wersji skróconej – *lift*, a także jako przymiotnik – *poliftowy* – wskazujący na wykonanie takiego „zabiegu” i wyrażający pewną właściwość samochodu: *Z takich mniejszych aut Ibiza będzie dobra, ale jakby się Księdzu udało z 1000 zł więcej dołożyć to by można było spokojnie kupić egzemplarz **po liftingu** (odmłodzony) w dobrym stanie* [FS – f]; *Piękna 164 po lifcie i V6 😊* [AC – k]; *Mercedes zmodernizował podczas tego **faceliftingu** więcej, niż niektórzy zmieniają przy wprowadzeniu nowej generacji.* [AC – t]; *Ewentualnie Mazda 6 w kombi da się kupić **poliftowe*** [FS – f]; *Polecam szukać "**poliftowej**" vectry B* [MO – f]. Takie scharakteryzowanie samochodu często można zaobserwować jako uniwerbizm *polift* (pojazd po liftingu), np.: *Ale do 8k kupi już ładnego **polifta**, Lagune I też ładna kupi, a tekie 2.0 z LPG w Lagunie to fajna rzecz 😊👍* [FS – f]; *Ładnie by tu wyglądały tylne lampy z polifta. 😊* [MO – f]; *Za tyle można kupić ładną I generację a tutaj **polift**.. 😊* [FS – f]. Na tej samej zasadzie powstał leksem odwołujący się do stanu pojazdu sprzed *liftingu*, czyli antonimiczny rzeczownik *przedlift*, np.: *Nie, to jest 626 po lifcie a ta kolegi widzę z 94 roku więc **przedlift**.* [FS – f]; *Ale jakby się trafił*

zadbany *przedlift* to też warto 😊 [MP – f]. Wysoka frekwencja wszystkich wymienionych określeń przekonuje o powszechności takich działań przeprowadzanych na pojeździe, mających za zadanie „odświeżenie” konkretnego modelu. Zabieg *liftingu* jest pozytywnie wartościowany, wprowadzane zmiany są wyrazem nowości oraz polepszenia wyglądu i stanu auta. Należy jednakże podkreślić fakt, że proces ten jest wyłącznie działaniem producenta, na które właściciel pojazdu nie ma wpływu. Wszystkie poprzednie leksemy odnoszą się do czynności, które są możliwe do przeprowadzenia we własnym zakresie lub przez fachowca w warsztacie.

Przytoczony materiał był zbiorem nazw odnoszących się do zamierzonej ingerencji w pojazd. Po przeciwległej stronie, możemy zestawić leksemy odnoszące się do działań niezamierzonych, będące wynikiem zdarzeń losowych i nieprzewidzianych. Mowa tutaj o sytuacjach związanych z kolizjami, stłuczkami czy wypadkami, których efektem jest uszkodzenie pojazdu. W zależności od stopnia zniszczenia i charakteru zdarzenia, istnieje kilka zbliżonych semantycznie określeń w leksyce użytkowników portali motoryzacyjnych.

Częstym określeniem wypadku jest leksem *dzwon*. Precyzyjne wyjaśnienie charakteru zniszczenia samochodu podczas takiej sytuacji zawiera poniższa wypowiedź: *No właśnie 😊 Tylko stłuczka a dzwon, gdzie została uszkodzona konstrukcja samochodu to różnica 🤔* [FS – f], chociaż w wielu kontekstach leksem posiada bardziej ogólne znaczenie. Dostrzeganie różnicy między wypadkiem, kolizją a stłuczką nie zawsze jest wyraźnie eksplikowane. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że w badaniach nad profesjolektem kierowców autokarów wyrażenie *zaliczyć dzwon* (uznawane za przejaw utajniania wypowiedzi) jest wyjaśnione jako ‘uczestniczyć w kolizji’ [Bartłomiejczyk, 2012: 201]. Mimo funkcjonowania tego określenia w szerszym kontekście motoryzacyjnym, jego warstwa semantyczna może odnosić się do różnych sytuacji szczegółowych, aczkolwiek ogólna wymowa leksemu pozostaje niezmienna. Określenie w wielu użyciach funkcjonuje jako sam rzeczownik, ale rozpowszechnione są także formy z połączeniem czasownikowym – *mieć dzwona, zaliczyć dzwona: A na koniec....nie fajny news....1 października zaliczyłam dzwona 🤔* *Caluśki przód skasowany...za kilka dni moje auto będzie już gotowe...części zamienne typu maska,lampy,chłodnica itd....wydałam już prawie dwa tysiąki....i drugie tyle za robociznę....bo trafiła się okazja i robię auto kompleksowo ; czyli progi,rdza koło baku,tylna kłapa i malowanie całego auta oprócz drzwi 🤔* [FS – f]. Znamienna jest forma wyrazu w dopełniaczu i bierniku liczby pojedynczej, mianowicie wzór odmiany rzeczowników żywotnych (–a), będący wykładnikiem animizacji, jak również popularnym sposobem

odmiany rzeczowników w kontekście tematycznym motoryzacji. Innymi określeniami wyrażającymi wypadek (uzależnionymi sytuacyjnie) są *szlif* oraz *parkingówka*. Ze względu na różnorodność znaczeń w obszarze leksyki samochodowej oraz motocyklowej, ich analiza została umieszczona w rozdziale IV – 8.

Łagodniejszą formą uszkodzenia pojazdu jest *wgniot* – wyrażający fakt naruszenia karoserii samochodu. Bazę stanowi tutaj *wgniecenie*, czyli ‘miejsce, w którym jakaś powierzchnia została wgnieciona’ [USJP]. Leksem ten informuje jedynie o samym efekcie, nie charakteryzuje w żaden sposób okoliczności powstałych uszkodzeń. Kontekst użycia wyrazu potwierdzają przykładowe wypowiedzi: *Tylne lewe nadkole ma wgnioty i zarysowania po uderzeniu sprawcy*. [FS – f]; *Bak ma wgniota po małym upadku, simek się obalił i zrobił się wgniot* 🤪 [MO – f]. Zauważalna są także formy rodzaju żeńskiego: *wgniota* i deminutywna postać leksemu *wgniotka*: *Zauważy piękny lakier bez żadnej wgnioty, bez rys, które widać gołym okiem*. [MO – f]; *Zero rdzy rys itp.. Na całym aucie znalazłem jedną wgniotkę tylko... Ale strzelił rozrząd...* [FS – f]. Różnorodność występujących leksemów świadczy o potencjale kreatywnym twórców wypowiedzi, indeksując jednakże wyrazy do ogólnej kategorii wgniecenia blachy pojazdu.

Wymienione przykłady ingerencji w samochód ukazują dychotomiczny podział w tym zakresie – jedna grupa to działania zamierzone (np. *swap* czy *składak*), druga natomiast to efekty zderzeń lub kolizji (np. *dzwon* czy *wgniot*). Należy podkreślić różnorodność waloryzacji powyższych określeń, potwierdzoną przytoczonymi przykładami, a także wymiennosc niektórych leksemów, świadcząca o możliwości ich szerszego funkcjonowania i dalszego rozbudowywania tej grupy tematycznej.

5.5. Zawody związane z naprawą auta

Eksploatacja samochodu, zepsucie się jakiegoś elementu lub chęć poprawy jego właściwości technicznych wymagają od kierowców kontaktu z osobami zawodowo zajmującymi się branżą motoryzacyjną. Najpowszechniejszą grupę wśród nich stanowią przedstawiciele profesji, którym można przypisać jednorodne miejsce pracy, a ich konkretna specjalność związana jest z naprawą danego elementu pojazdu. Miejszem tym jest warsztat samochodowy, a osoby w nim pracujące to przede wszystkim mechanik, blacharz czy lakiernik.

Najszerzy zakres kompetencji w aspekcie naprawy auta posiada *mechanik*, czyli ‘wykwalifikowany robotnik zajmujący się obsługą i naprawą maszyn i urządzeń’ [USJP].

Rozległość zakresu przedmiotowego tego pojęcia uzasadnia jego doprecyzowanie przymiotnikiem *samochodowy*, jednakże, ze względu na oczywistość kontekstu, w obszarze portalu wyraz najczęściej występuje tylko jako sam rzeczownik. Należy odnotować także drugie słownikowe znaczenie nazwy – ‘specjalista w dziedzinie mechaniki’ [USJP]. Anna Starzec, badająca słownictwo motoryzacyjne do 1945 roku, zaznacza obecność terminu *naprawiacz samochodów*, wypartego już w tamtych czasach określeniem *mechanik samochodowy* [Starzec, 1984: 54]. Równocześnie, badaczka wskazuje na funkcjonowanie leksemu *silnikarz*, czyli ‘naprawiający silnik’ [Starzec, 1984: 54]. Zarówno w materiale z portalu internetowych, jak również w języku ogólnym, nazwa ta nie występuje, co świadczy o jej całkowitym zaniku i uniwersalności uogólniającej nazwy *mechanik*. Istotnym zawodem w obrębie motoryzacji jest *blacharz*, o którym mowa w podrozdziale *Blacha i blachara – IV – 5.6*. Kolejną profesją jest *lakiernik*, czyli osoba, która ‘zawodowo zajmuje się lakierowaniem przedmiotów’ [SJP]. Obecność tych trzech zawodów na portalach motoryzacyjnych jest oczywista. Obrazem warsztatowej rzeczywistości są również różne konfiguracje powyższych specjalizacji, określające jedną osobę mającą szerszy wachlarz umiejętności, np.: *Wspomniany kolega taty blacharz-lakiernik ma Audi 80 z '94 roku, jest jej właścicielem chyba już jakieś nwm 8 - 10 lat (...)* [FS – f]; *Poszukiwany solidny mechanik-lakiernik* [FS – f]. Takie kumulacje zawodów funkcjonują jako „zestawienia rzeczowników o członach równorzędnych, które oznaczają równorzędne cechy lub funkcje osoby lub przedmiotu” [Polański, 2008: 176], przez co są zapisywane z łącznikiem.

Powyższe leksemy w zdecydowanej większości występują na portalach motoryzacyjnych zgodnie ze słownikowym nazewnictwem, jednakże warto wskazać potwierdzony znaczną liczbą przykładów przypadek zmiany sufiksu w określeniu *mechanik*. W wypowiedziach użytkowników formant wyrazu został zastąpiony sufiksem augmentatywnym *-or*, przez co zawód ten występuje w postaci: *mechanior*. Użycie takiego sufiksu pod względem semantycznym oznacza zgrubienie wyrazu, a tym samym uruchamia jego ekspresję negatywną. W praktyce jednak to kontekst użycia decyduje o wymowie znaczeniowej i dozie emocjonalności określenia. Zdarzają się wypowiedzi, w których rzeczywiście wyrażenie to implikuje negatywną waloryzację, związaną z niekompetencją i niewłaściwą pomocą fachowca: *Mechanior prawdopodobnie nie chcąc rozwiercać i gwintować , po prostu machnął tą blachą za siebie - do kosza.* [FS – f]; *Zmien mechaniora bo ten wali scieme ostro ,co z tego ze nawet jesli mialby za duzy gaznik w co watpie ,jesli naprawde tak jest to zapytaj sie tego „fahowca” czemu inne DR jakos chodza .* 😊 [MO – f]; *(...) auto, które u nich kupilem to moja największa porażka motoryzacyjna w życiu, ale wasz wybór, jak macie dużo*

czasu i cierpliwości, stalowe nerwy i mase pieniędzy na **mechaniorów** to już inna sprawa... [FS – f]. W powyższych przykładach kontekst wypowiedzi stanowi przesłankę do pejoratywnego wizerunku takiej osoby, jednak ze względu na wiele użyć nienacechowanych sytuacyjnie (np.: *Czyli zapewne ceny także w miarę tanie i każdy **mechanior** naprawi* [FS – f]; *Bardziej chodzi o to żeby się pochwalic przed kolegami jaki to ze mnie mechanior;*) [MO – f]; *Dziś **mechanior** poskładał zapłon i odpalił ale mówi, że przez te zawory brak kompresji, więc głowica idzie do remontu - wymiana uszkodzonych zaworów, prowadnic oraz planowania* [AC – f]), można wnioskować o uniwersalności tej jednostki leksykalnej. Jej użycie jest wykładnikiem znajomości slangu motoryzacyjnego, nie zaś sposobem aksjologizacji rzeczywistości. Warto także zaznaczyć przypadek ucięcia tematu w wyrazie *mechanik* i powstanie leksemu *mechan*: *Bylem u **mechana** ale on nasmarował czesc i powiedział ze ok ale niestety po 2tyg znowu zaczęło skrzypiec. Inny mechan radzi wymienic silownik pompki sprzęgłowej ale to juz koszt.* [FS –f]; *Myśle, że zapotrzebowanie na mechaników jest tak duże, że każdy dobry i szanujący się **mechan** nie skorzysta z czegoś w stylu agencja pracy by znaleźć sobie zatrudnienie* [FS – f]. Ze względu na tylko dwa odnotowane takie przykłady na tle dużej ilości materiału, można wnioskować o słabej produktywności takiego sposobu derywacji w wypadku tego konkretnego leksemu.

Powszechnym określeniem złego, krytykowanego mechanika jest nazywanie go *pseudomechanikiem*. Odcień ekspresywności został w tym przypadku zawarty w przedrostku, który informuje o braku właściwych umiejętności tak określanego fachowca: *pseudo* to ‘pierwszy człon wyrazów złożonych, oznaczający: niby, rzekomy, nieprawdziwy, podobny do czegoś’ [USJP]. W największym nasyceniu wyrażenie jest spotykane z pisownią rozdzielną lub z dywizem, co jest niezgodne z obowiązującymi zasadami pisowni, gdyż wszystkie przedrostki, zarówno rodzime, jak i obce zapisujemy łącznie z wyrazami pospolitymi [Polański, 2008: 161-162]. Jedynym wyjątkiem jest zapis z łącznikiem w przypadku połączenia przedrostka *pseudo-* z nazwami własnymi (np. *pseudo-Polak*) [Polański, 2008: 175]. Obydwa sposoby zapisu pojawiające się najczęściej w wypowiedziach użytkowników portali są zatem niepoprawne, chociaż odnotowano także przykłady z zapisem prawidłowym: *nie ma elektroniki wiec nie ma wiele rzeczy ktore moga sie zepsuc a jak juz sie cos zepsuje nawet **pseudomechanik** potrafi naprawic* [AC – o(~t)]; *Kontekst użycia leksemu obrazują poniższe przykłady: Licz się z tym, że mechanik lub jakiś **pseudo-mechanik** może zaśpiewać Ci 200zł albo i więcej. Spróbuj jeszcze raz. Powodzenia 😊* [MO – f]; *I wielu z nich serwisuje je w ASO czy tam, gdzie wiadomo, że samochód jest w fachowych rekach a **pseudo mechanik** nie robi więcej szkód niż pożytku* [FS – f]. Różnorodność sposobu zapisu przekonuje o braku

świadomości odpowiednich reguł ortograficznych i nastawieniu na komunikatywność wypowiedzi, a także zbliżeniu do języka mówionego, dialogowości.

Zawód blacharza funkcjonuje wyłącznie w tej postaci (grupę wyrazów związaną z tym leksemem zawiera fragment IV – 5.6.). Również w przypadku leksemu *lakiernik* nie występują inne socjolektalne ekwiwalenty tej nazwy. Należy jednak uwzględnić korelację z czasownikiem *malować*, pochodzącym z tego samego zakresu wykonywanych prac. W wypadku nazwy wykonawcy czynności jedynym funkcjonującym określeniem jest *lakiernik*, określenie będące specjalizacją aktywności związanej z malowaniem, skupionym wyłącznie na używanym produkcie – lakierze. Jednakże w przypadku użycia innych części mowy (czasownika, rzeczownika odczasownikowego, przymiotnika) lakierowanie wymienne jest z malowaniem, np.: *Nic prostszego - oddać auto do lakiernika, który pomaluje elementy czarne na srebrne tak jak cały samochód.* [FS – f]; *Nie warto. Widać, że auto było lakierowane.* [FS – f]. Świadczy to o społecznym utrwaleniu nazwy wykonawcy prac malowania samochodu.

Mechanika, blacharstwo i lakiernictwo to nie jedyne zawody związane z samochodami. Coraz większą popularność zdobywa *monter*¹⁵⁴ *instalacji gazowych*, czyli osoba zakładająca instalację LPG w samochodach z napędem benzynowym. Potocznymi ekwiwalentami tego wyrażenia, w praktyce komunikacyjnej dążącej do skrócenia zbyt długiego i skomplikowanego sformułowania, są leksemy *gazownik* oraz *gaziarz*. Obydwa sposoby nominacji nie zostały wymienione w słownikach w tym użyciu. Jednakże można zauważyć zmianę semantyczną i przeniesienie nazwy w nowy kontekst językowy. *Gazownik* występuje (wyłącznie w USJP) jako ‘pracownik gazowni’, natomiast *gaziarz* to potocznie ‘inkasent gazowni’ [SJP, USJP]. W przestrzeni komunikacji dotyczącej zagadnień motoryzacyjnych obydwie określenia odnoszą się do osoby instalującej gaz w samochodzie, a także naprawiającej i ogólnie zajmującej się tą dziedziną. Możliwe sposoby znaczeniowego użycia tych neosemantyzmów przedstawia poniższy materiał z portali: *W międzyczasie odbyłem wiele wizyt u moich "gaziarzy", bo byłem przekonany, że w instalacji gazowej leży problem no ale po jakiejś regulacji problem stale powracał* [FS – f]; *Chciałbym na razie sam coś porobić a jeżeli już to w ostateczności jechać do gaziarza* [FS – f]; *Oczywiście hatchback, kolor zielony, niebawem czeka mnie wizyta u gaziarza by zrobił mi gaz porządnie a nie jak jest teraz...* [MO – f]; *Skoro są wystrzały i jest słaba, to niezbędna jest wizyta u gazownika celem wymiany filterka gazu, czyszczenia lub wymiany parownika i regulacji gazowni* [FS –

¹⁵⁴ *Monter* to ‘wykwalifikowany robotnik pracujący przy montażu i naprawie maszyn, aparatów, instalacji itp.’ [USJP].

f]; *Jeszcze inny **gazownik** powiedział, że da się to obejść, tylko trzeba coś kombinować koło komputera.* [MO – f]; *Bardzo dobry **gazownik** jest w gdyni za była pocztą koło dworca polecam* [AC – f]. Zaznaczyć można wymiennosc obydwu wyrazów, ich pewną synonimię, jednakże pierwsza przytoczona forma – *gaziarz* – posiada większą liczbę powtórzeń.

W tym miejscu należy wspomnieć o powtarzalnym sposobie nazywania instalacji gazowej (oprócz wspomnianego leksemu *gazior*), mianowicie o rzeczowniku *gazownia*. Słownikowe zdefiniowanie tego terminu odnosi się do ‘zakładu, w którym wytwarza się lub rozdziela gaz doprowadzany do mieszkań lub fabryk’ [ISJP]. Funkcjonowanie tego leksemu w znaczeniu *instalacji gazowej* jest kolejnym przykładem przeniesienia znaczenia. Na podobnej zasadzie funkcjonuje wyraz *elektrownia*, obejmujący swoim znaczeniem elektrykę samochodu lub akumulator. W słownikowym znaczeniu jest to ‘zakład produkujący energię elektryczną’ [ISJP]. Formant sufiksalny –*ownia* „derywuje na ogół nazwy pomieszczeń, w których znajduje się (jest przechowywany) przedmiot nazwany podstawą” [Grzegorzczkowska, Laskowski, Wróbel, red., 1998: 448]. Być może ta właściwość odnosi się do wewnętrznej lokalizacji instalacji gazowej, przewodów elektrycznych itp. Sposób użycia wymienionych określeń prezentuje materiał z portali: *Pozdro , no **gazownia** tylko nie wiem prawdę mówiąc czy sekwencja czy nie* [MO – f]; *Nissan Primera 1,6 **gazownia*** [AC – po]; *Po drugie naprawę jak lubiłem ten silnik 1.8 TD tak serdecznie Ci go odradzam przy Twoich przebiegach. Pozostań przy tym 1.8 16V z **gazownią**.* [FS – f]; *Napewno zaczną sie problemy z **elektrownią** i osprzętem do diesla. O ile 1.9 JTD 120KM to bardzo udany silnik i np w Oplu widział bym go lepiej to w Fiacie mimo ze to Fiatowski silnik 😊 mam ograniczone zaufanie.* [FS – f]; *Zależy to od rocznika bo w młodym aucie np 2008 jeszcze ta **elektrownia** będzie w dobrym stanie - o ile auto nie będzie po przejściach* [FS – f]. Wskazane przykłady świadczą o produktywności formantu –*ownia*.

Określeniem fachowca, obecnym w języku ogólnym i różnych kontekstach, jest słowo *spec*, odnotowane w słowniku jako ‘człowiek biegły w czymś; fachowiec, znawca’ [USJP]. Jest to przykład dezintegracji tematu leksemu *specjalista*. Sposób użycia leksemu bywa zazwyczaj pozytywny: *Ale tak naprawę co **spec** to inna teoria 😊* [FS – f]; *Fajnie by było gdyby jakiś **spec** się wypowiedział co w tym aucie sprawdzić zanim kupię .* [FS – f]. Forma wyrazu jest przejawem dążenia do skrótości i uproszczenia komunikacji.

Zdecydowanie negatywne konotacje wyzwała pejoratywne określenie mechanika (lub innego specjalisty z branży motoryzacyjnej), mianowicie: *druciarz*. Warstwa znaczeniowa leksemu została przywołana w jednej z wypowiedzi na forum motoryzacyjnym: ***Druciarz** to*

tw fachowiec w cudzysłowie [FS – f]. Zakres użycia leksemu może obejmować każdego fachowca, jednak w praktyce najczęściej wypowiedzi związanych jest z instalacjami LPG: *Niestety ludzie opisywali od "na szczęście nic nie popsuto" do "łomatko, co za druciarz mojego dorwał"*. [MO – f]; *Sama instalacja swoją drogą typowa robota druciarza* [FS – f]; *Nie kupować już z instalką. Bo jak zakładał ja druciarz to będą z autem wieczne problemy...* [FS – f]. Rzeczownik *druciarz* występuje w słowniku jako nazwa *przestarzała* – ‘rzemieślnik wykonujący wyroby z drutu lub handlujący; wędrowny majster drutujący rozbite naczynia lub lutujący dziurawe garnki kuchenne’ [SJP]. Przytoczona definicja nie konotuje żadnych negatywnych cech. Użycie tego wyrażenia w kontekście portali internetowych można zatem traktować jako neologizm. Być może podstawą określenia są *druty*, czyli różnorodne kable, przewody znajdujące się pod maską i w elementach podwozia (także w instalacji gazowej).

Leksemem nawiązującym do metaforyki medycznej (zob. IV – 6.) jest leksem *znachor*, którego słownikowa definicja brzmi: ‘osoba bez uprawnień i bez odpowiedniego wykształcenia medycznego zajmująca się leczeniem ludzi (...)’ [USJP]. Punktem wspólnym zastosowania takiego pojęcia jest brak odpowiednich umiejętności, w powszechnym przekonaniu skutkujący brakiem efektu. Mocniejszym nawiązaniem jest pogardliwa i lekceważąca wymowa semantyczna, formułowana jako ‘o złym lekarzu’ [USJP], wywołująca negatywne nacechowanie leksemu. W kontekście motoryzacji *znachor* jest odpowiednikiem mechanika, jednakże nie posiada przypisanej stałej pozytywnej lub negatywnej waloryzacji¹⁵⁵. Jeden z internautów w swojej wypowiedzi dwukrotnie używa tego określenia, w dwóch odmiennych kontekstach aksjologicznych: *Pojechałem do drugiego znachora. Uszczelnił mi filterek, wymienił filtr powietrza i wyregulował. Tak twierdzi.. Samochód jeszcze nigdy tak kiepsko nie jeździł jak po wizycie u znachora nr 2. (...) Jestem z Łodzi. Może ktoś zna jakiegoś dobrego, uczciwego znachora* [FS – f]. Można przyjąć, że kiepska jazda samochodu jest wynikiem złej ingerencji mechanika, przez co nie jest on przedstawiony pozytywnie. Jednakże końcowa prośba o pomoc w poszukiwaniu innego *znachora* sprawia, że nacechowanie leksemu staje się neutralne.

Sposoby określania fachowców w dziedzinie motoryzacji eksplikują ich pozytywne lub negatywne wartościowanie. Użycie większości leksemów umotywowane jest kontekstowo. Zdarzają się jednak przypadki wyłącznie pejoratywnego obrazu określanego fachowca, np. *druciarz*. Przedstawione leksemy w znacznej mierze są wynikiem procesu neosemantyzacji,

¹⁵⁵ Odmienna tendencję można zaobserwować w gwarze marynarskiej – *znachor* oznacza w niej ‘lekarza okrętowego’. Leksem te wywołuje lekceważące i pogardliwe nastawienie do tej osoby (będącej przeciwieństwem ciężko pracującego marynarza) [Kołodziejek, 1994: 54].

gdyż przenoszą nazwę z języka ogólnego lub potocznego na grunt języka motoryzacji. Część określić to neologizmy, tworzone przede wszystkim za pomocą nacechowanych formantów. Należy wspomnieć, że niektóre nazwy mogą funkcjonować także w innych kontekstach użycia, np. leksemem *spec* czy *znachor*.

5.6. Blacha i blachara

Kolejną grupę określić stanowią derywaty słowotwórczo związane z leksemem *blacha*, odnotowanym w źródłach leksykograficznych jako ‘cienki wyrób metalowy, zwykle walcowany, stosowany np. jako materiał budowlany i na karoserie samochodowe’¹⁵⁶, [ISJP]. Nazwa stanowi podstawę wielu różnych metaforycznych przeniesień. W *Słowniku polszczyzny potocznej* wyróżnione są jego neosemantyczne użycia jako ‘złotówka’ lub ‘odznaka (najczęściej policyjna); także odznaczenie, order’ [SPP]. Świadczy to o bazowaniu powyższych nazw na skojarzeniu z materiałem. Jeszcze większą liczbę nowopowstałych znaczeń przypisuje temu leksemowi *Nowy słownik gwary uczniowskiej* (prócz powyższej *złotówki*): ‘ocena niedostateczna, jedynka’, ‘czaszka, czoło’, ‘tortura fizyczna’, instrumenty blaszane w orkiestrze albo w zespole rockowym’, ‘bilon’ [NSGU]. Dynamika i polisemiczność gwary szkolnej, a także jej szybkie przemijanie potwierdzają wieloaspektowe wykorzystanie jednego leksemu w różnych kontekstach i grupach tematycznych.

W liczbie mnogiej leksem *blachy* oznacza ‘tablice rejestracyjne’ [SPP]. W tym znaczeniu jest szeroko rozpowszechniony w świecie motoryzacji i potocznym języku: *Samochód jest na niemieckich blachach* [FS – f]. W obrębie portali często występuje także forma deminutywna leksemu *blacha*, czyli *blaszka*: *Przestronne i wygodne auto gdyby nie blaszka to by było milusio* [FS – f]. W praktyce najczęściej jest ekwiwalentem wyrazu *blacha*, nacechowanym w zależności od kontekstu użycia. W tę samą rodzinę wyrazów wpisuje się zawód *blacharza* (wspomniany w poprzednim podrozdziale). Jest to ‘osoba, która zajmuje się wyrobem lub naprawą przedmiotów z blachy, np. pokrywa dachy blachą lub reperuje uszkodzone karoserie samochodowe’ [ISJP]. Formant sufiksalny *-arz* tworzy nazwę derywowaną od obiektu przedmiotowego [Grzegorzczukowa, Laskowski, Wróbel, red., 1998: 434] i klasyfikuje ten leksem w grupie nazw wykonawców czynności. Warto także wspomnieć o leksemie *blaszak*, w kontekście motoryzacyjnym oznaczającym *samochód zbudowany z dużej ilości blachy* (na rzecz zmniejszenia powierzchni szklanych), np. *Samochód musi być oszklony - Fiaty to raczej*

¹⁵⁶ Wskazania takiego przeznaczenia *blachy* nie notują SJP i USJP.

blaszaki, więc dla mnie odpada [FS – f]. W ujęciu słownikowym wyraz ten oznacza ‘1. wolnostojące pomieszczenie z blachy, przeznaczone zwykle na garaż, sklep itp.’, ‘2. przedmiot zrobiony z blachy’ [USJP]. Proces nazewniczy w stosunku do samochodu odnosi się do drugiego znaczenia, jednakże w leksyce motoryzacyjnej bardziej powszechną nominacją jest określanie w ten sposób blaszanego garażu: *U mnie na podwórku jakiś czas temu był blaszak, był bo już go nie ma bo teraz mamy garaż zrobiony* [FS – f].

Najbardziej interesującym elementem grupy wyrazów opartych na leksemie *blacha* jest *blachara*, w socjolekcie motoryzacyjnym posiadająca dwa odmienne znaczenia:

1. może być traktowana jako forma augmentatywna leksemu *blacharka*, który oznacza ‘roboty blacharskie, zwłaszcza naprawianie uszkodzonej karoserii samochodowej’ [ISJP] i jest klasyfikowany jako słowo potoczne. Powszechność użycia wyrazu *blacharka* potwierdzają poniższe przykłady: *Według mnie te autka mają tylko jeden minus - korozja, niestety ale 20 letni samochód musi gnić, nie ma mocnych na to, no chyba że autko miało zrobioną blacharkę lub jest utrzymane w bardzo dobrym stanie to nie będzie problemu na ładnych pare lat 😊* [MO – f]; *Lakierowanie i blacharka, jeśli ma być porządnie zrobione to zeżre kupę kasy .* [FS – f]. Należy jednak podkreślić, że bardzo często słowo *blacharka* oznacza sam przedmiot wykonywanej czynności, czyli blachę samochodu. Staje się zatem synonimem leksemu *blacha*. Takie metonimiczne przeniesienie nazwy czynności na przedmiot poddany tej czynności ilustruje poniższy przykład: *W Punto I trzeba również uważać na blacharke oraz także na podłoge (często lubi jej poprostu nie być), tutaj unikaj silnika 1.1 który jest dość stary i trzeba go wysoko kręcić żeby jakoś jechał (w 5osób zapomnij o wyprzedzeniu czegokolwiek)* [FS – f]. Wspomniana forma augmentatywna – *blachara* – również znajduje poświadczenie w materiale portalowym, funkcjonując jako odpowiednik *blachy*: *w wyniku paru przygód sfatygowała mi się lekko blachara 😊* [FS – f]; *xedos bazuje na 626 (ale blachara to blachara) 😊* [MP – f]. Z związku z neosemantycznym użyciem dwóch powyższych leksemów, ich synonimem staje się forma deminutywna wyrazu *blacha*, czyli *blaszka* (opisana powyżej). Wymienione konteksty występowania grupy przytoczonych wyrazów bliskoznacznych decydują w większości przypadków o ich neutralności i wymienności, zależnej od indywidualnych predyspozycji użytkownika. Leksemy posiadające cechę

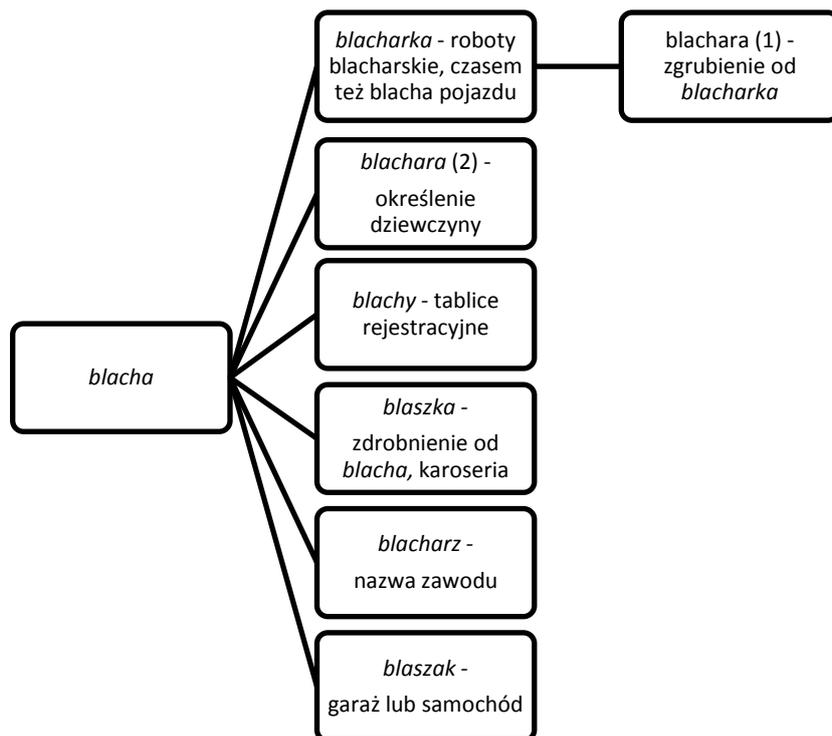
deminutywności wprowadzają pewien stopień nasycenia emocjonalnego, jednakże przykłady użycie nie zawsze wyzyskują tę właściwość;

2. często jest wykładnikiem negatywnego wartościowania dziewczyny/kobiety. W tym ujęciu derywat funkcjonuje w znaczeniu „odbiektowej nazwy subiektu i amatorki tego, na co wskazuje podstawa” [Kaproń-Charzyńska, 2011: 200]. Powszechność pejoratywnego stereotypowego myślenia potwierdza definicja zawarta w *Nowym słowniku gwary uczniowskiej*, w którym pierwszym, prymarnym wyjaśnieniem leksemu *blachara*¹⁵⁷ jest: ‘dziewczyna, której podobają się chłopcy mający dobre auta’ [NSGU]. Elementem stereotypu w powszechnych opiniach jest interesowność oraz świadczenie usług seksualnych. Dodatkowym wzbogaceniem tego wizerunku jest przekonanie o wyglądzie i sposobie ubioru takiej dziewczyny. Wizerunek *blachary* powielają wypowiedzi użytkowników: *panna nie musi być jakąś blacharą, po prostu chodzi o zwrócenie na siebie uwagi a na takie auta każdy zerknie:)* [FS – f]; *jeździsz Fiatem 126 ja starą 190 tką,co zrobić by blachara poleciała na nasze bryki?Namagnesować,to napewno je przyciągnie!* 🍌 [FS – f]; (...) *ale jaka to satysfakcja mieć dz-nę ,która leci na brykę?A FE!!!!!!!!!!!!!!!* [FS – f]. Stereotypowy sąd o przypisywanych cechach kobiecie zwanej *blacharą* nie jest całkowicie jednorodny. Miłośniczki motoryzacji sprzeciwiają się takiej kategoryzacji, podkreślając szowinizm w aspekcie możliwości zainteresowania motoryzacyjnego pod względem płci: *Mnie też się nie mieści w głowie takie pojmowanie problemu. Wkurza mnie, że jak się oglądam za fajną bryką, to mogę być postrzegana jako blachara. To istny szowinizm i dyskryminacja. Faceci mogą się interesować autami, a my nie* [M – f]. W kontekście coraz szerszego zainteresowania kobiet motoryzacją taki sposób waloryzacji płci żeńskiej jest aktem dyskryminacji i asymetrii płciowych. Próba przełamania takich negatywnych konotacji jest świadome określanie się tym mianem dziewczyn interesujących się motoryzacją, np. tytuł felietonu *Benzyna płynie mi we krwi, czyli felieton "blachary"* [M – a], w którym autorka stwierdza *Wyżej wymieniona „blachara”, to po prostu ja* [M – a], opisując jednocześnie swoją wielką pasję motoryzacyjną. Mimo takich jednostkowych przypadków

¹⁵⁷ W tym samym słowniku odnotowano jeszcze leksem *samochodziara* – ‘dziewczyna lubiąca szybką jazdę samochodem’ [NSGU]. Iwona Kaproń-Charzyńska wskazuje jednakowoż na wielomotywacyjność tego słowa: 1. derywat od leksemu *samochód* w znaczeniu ‘ta, która lubi samochody’. 2. żeńska forma wyrazu *samochodziarz* ‘kobieta, która jest samochodziarzem’ (*samochodziarz* – ‘ten, który lubi jeździć samochodem’) [Kaproń-Charzyńska, 2011: 202].

pozostaje stwierdzić, że miano *blachary* potwierdza jednoznacznie pejoratywny wizerunek kobiet.

Wszystkie wymienione leksemy, wchodzące w skład grupy opartej na słowie *blacha*, tworzą zwartą grupę tematyczną. Rodzinę wyrazów oraz znaczenia poszczególnych wyrazów zestawia poniższy wykres:



Wykres 1. Zbiór derywatów pochodzących od leksemu *blacha*.

Najistotniejszym przykładem jest polisemiczne użycie leksemu *blachara*. Warto również podkreślić wymiennosc niektórych określeń i ich synonimiczne funkcjonowanie w obrębie portali motoryzacyjnych.

5.7. Korozja i jej efekty

Problem dla wielu kierowców i sygnałem złego stanu technicznego pojazdu (lub jego wieku) jest *rdza* pojawiająca się na elementach pojazdu. Proces niszczenia powierzchni metali w ten sposób zwany jest *korozją* [USJP]. Dwa powyższe leksemy wielokrotnie pojawiają się w wypowiedziach użytkowników, będąc przejawem oceny stanu samochodu: *znaczy się nubira mi się bardzo podoba 😊 tak samo jak omega b ;P Z tym, że nubirę rzadziej widzę*

z **rdzą** na blachach 😊 [FS – f]; *Należy pamiętać, że zalegająca woda może być przyczyną korozji* [M – a]. W tym samym znaczeniu pojawiają się czasowniki: *korodować* (‘ulegać korozji; powodować korozję czegoś’ [USJP]) oraz *rdzewieć* (‘o przedmiocie żelaznym lub stalowym: pokrywać się rdzą; niszczyć’ [USJP]), por.: *Tak, wiem. Też myślałem, że druga generacja już nie koroduje, ale jednak. Rdza pojawia się nawet w 3-4 letnich autach.* [FS – f]; *Po 13 latach nie ma żadnych oznak rdzewienia na żadnym elemencie samochodu* [AC – o(~t)].

Elementem leksyki motoryzacyjnej są inne, potoczne sposoby określania rdzy. Metonimiczne nawiązanie do kolorystyki powstającej korozji jest wyraz *ruda*, w wielu przypadkach zastępujący właściwe określenie: *Do 10k z Twoich typów Vectra uwaga na rudą* [FS – f]; *wahacz pomalowałem na razie z wierzchu, bo miał ubytki i mi już ruda go brała :F* [MO – f]; *Sprawdzić w bagażniku pod "tapicerką" czy nie jest mokro i czy zdrowo bo tam lubi się ruda gościć oraz w miejscu na koło zapasowe* [MO – f]. Stałym elementem wypowiedzi o rdzewiejących elementach auta jest antropomorfizacja i personifikacja głównej „sprawczyń” korozji, co można zaobserwować na podstawie przytoczonych przykładów. Ten fakt może być związany z dynamiką zachodzących przemian i powiększającym się zmianom w samochodzie.

Najbardziej popularnymi czasownikami łączonymi z rzeczownikami *rdza* czy *ruda* są leksemy *gryźć* i *żreć*: *Co do rdzy to tutaj zgodzę się że gryzie ale jeśli kupisz w pedantycznym stanie, bez rdzy i był zabezpieczony to dobrze* [FS – f]. Drugi jest bardziej ekspresyjny, podkreślający tempo oraz nieodwracalność efektów procesu (bez ingerencji człowieka) – *żreć* jako ‘jeść coś łapczywie, chciwie, niechlujnie, pożerać’ [USJP]: *To kup Escorta i podziwiał jak ci go żre rdza* [FS – f]; *Dobrze zrobileś, teraz ją ruda nie zeżre* 😊 [MO – f]; *Mój wujek miał kiedyś to auto, kupił jako używane w 3 lata przejeździł tym 100tyś na LPG i z silnikiem nie miał jakichś większych problemów, natomiast miał problemy z zawiasem i napewno ruda strasznie mu to żarła* [MP – f]. W przytoczonym znaczeniu słowo występuje w ISJP – ‘Jeśli kwas, rdza itp. coś żrą, to jedzą to’. Takie użycie jest przykładem procesu animizacji (por. IV – 6.).

Bardziej nacechowanym ekspresywnie określeniem rdzy jest wyraz *rudzielec*, w języku ogólnym oznaczający ‘człowieka o rudych włosach’ [USJP], również odnoszący się do kolorystyki powstających ubytków: *Ale z którego roku masz 6-kę, bo te do 2004 rzeczywiście lubił rudzielec, al w tych od 2005 (po lifcie) poprawili zabezpieczenie antykorozyjne.* [FS – f]; *Ja w swoim mam od roku nie był w idealnym stanie, rudzielec zamieszkał ale o dziwo nie na*

nadkolach ale wszędzie gdzie się to rzadko zdarza. [FS – f]; Zimę przelatałem i nie mam śladu rudzielca [FS – f].

Warto zwrócić jeszcze uwagę na efekty korozji. Przedmiotem opisu w tym zakresie jest najczęściej początkowe stadium tego procesu. Widoczne zaczątki rdzy są nazywane *purchlami/burchlami* lub deminutywnie *purchelkami/burchelkami*, np.: *Mógłby ktoś bliżej się przyjrzec tym purchłom. Kupilem auto i dopiero teraz je zauważyłem. [FS – f]; (...) blacha zazwyczaj nie gnije ale wiadomo jak się trafi (ja u siebie mam drobne purchelki). [FS – f]; Jedyna rdza niestety łapie mi delikatnie podszybie i na masce widać, jest jeden burchel - poza tym elegansio. [MO – f]; Auto jest w bardzo dobrym stanie ma 2 miejsca baaardzo niewielkich zaczątków korozji (malutkie burchelki) a pozatym wszystko jest pięknie i samochód wygląda na 5 + [FS – f].* Warto podkreślić wariantywność nazwy – oboczność fonetyczną (dźwięczne *b* – bezdźwięczne *p*). Określenie odnosi się do małych *bąbli* spowodowanych korozją. Leksem ten był przedmiotem pytania w Poradni Językowej PWN. Mirosław Bańko odpowiedział, że: *Tego słowa nie ma we współczesnych słownikach, choć było jeszcze w tzw. Słowniku warszawskim, t. I z 1900 r. Pisane jest tam na cztery sposoby - purchel¹⁵⁸, purchla, burchel, burchla - i oznacza m.in. bąbel na ciele.* [<http://poradnia.pwn.pl>]. Odpowiedź jest potwierdzeniem wymiennosci głosek, zaobserwowanej w przytoczonej formie.

Określenia związane z korozją odnoszą się przede wszystkim do koloru następujących zmian (*ruda, rudzielec*). Ważnym elementem leksyki jest także podkreślenie postępowania opisywanych procesów – proces animizacji rdzy za pomocą czasowników ekspresywnych. Inne przykłady tego procesu zawiera kolejny podrozdział.

6. Animizacje i antropomorfizacje pojazdów

Samochodu nie można traktować jak ludzkiej istoty. Samochód potrzebuje miłości.

Walter Röhl

Z uwagi na fakt, iż w życiu miłośników motoryzacji pojazdy odgrywają istotną rolę, zauważalna jest tendencja do ich animizacji i antropomorfizacji. Jak stwierdza Cezary Szczepaniak: „(...) samochód, który pojawił się pod koniec XIX wieku, jest dzisiaj

¹⁵⁸ Leksem został jednak odnotowany w jednym współczesnym słowniku: *purchel* – ‘wybrzuszenie, bąbel’ [USJP].

w powszechnym użytku. Związki tego samochodu z jego właścicielem często wielokrotnie przekraczają racjonalne odniesienia człowieka do ziemskich, niematerialnych przedmiotów. Samochód jest dzisiaj czynnikiem w wielu przypadkach oddziałującym istotnie na codzienność mieszkańców Ziemi” [Szczepaniak, 2011: 13]. Auto czy motocykl posiadający cechy istot żywych i często traktowany jak żywa osoba świadczy o roli przedmiotu w życiu właściciela. Tendencję tę potwierdzają badania sloganów reklamowych. Andrzej Maria Lewicki wskazuje przykłady traktowania samochodu na równi z istotą ożywioną, a nawet człowiekiem [Lewicki, 1998: 217-218]. Podobne obserwacje personifikacji pojazdu w tekstach reklamowych poczynił Rafał Zimny [Zimny, 2008: 233-236]. Ponadto, badacz wskazuje odrębną metaforę samochodu jako kobiety – wyszczególnia trzy sposoby profilowania: profil „wzrokowy”, „emocjonalny” i „rodzinny” [Zimny, 2008: 236-251; Zimny, 2004: 321-324]. Przeciwwagą takiego sposobu obrazowania jest porównanie samochodu do mężczyzny, egzemplifikowane jedynie kilkoma przykładami [Zimny, 2008: 251-254]. W kontekście portali internetowych, wypowiedzi użytkowników noszą znamiona takiej metaforyki, szczególnie kobiecej – np. wartościujące określenie *ślicznotka, makijaż auta*, wyjawianie uczuć wobec pojazdu, żeńskie formanty nacechowane w nazwach marek i modeli aut, przymiotniki charakteryzujące płeć żeńską itd.

Należy podkreślić, że powyższe procesy dotyczą całego pojazdu lub jego elementu, najczęściej silnika. Z uwagi na wielokrotnie zaobserwowaną wymiennność tych dwóch derywatów (np. w zakresie nazw samochodów czy rodzajów paliwa) uznaję je za jednolite znaczeniowo, traktując silnik na równi z pojazdem.

Leksyka motoryzacyjna w tym obszarze oscyluje wokół czasowników wyrażających czynności przypisywane ludziom, np.: *wybaczać, oszaleć, głupieć* itp.: *Suzi jest naprawdę fantastycznym motorem, który **wybacza** błędy, ale jest strasznie ciężka i troszkę za wysoka..* [M – f]; *Motorek jest cierpliwy, dużo **wybacza** (ale nie wszystko), ale swoje waży - szczególnie z pełnym bakiem 😊*. [M – f]; *Moje cztery koła to już zupełnie **oszalały**. Palą coraz więcej* [FS – f]; *Zdarza się, że **głupieje** centralny zamek* [A – a]; *to podobno przez ten mikser na benzynie **głupieje** mi 🤔* [MO – f]. Personifikacja pojazdu bywa wyrażona przede wszystkim za pomocą konstrukcji werbo-nominalnych. Ich intencją jest emocjonalne nacechowanie wypowiedzi, zbliżające świat przedmiotów do świata ludzi. Silniejszym wyrazem związku właściciela z jego pojazdem, noszącym znamiona wspólnoty kierowcy i samochodu/motocykla jest użycie zaimka zbiorowego *my* (ja + pojazd): *No a na koniec stwierdziłam, że jak nie poradzę, to moto zmieni właściciela - ale póki co idzie nam coraz lepiej* [M – f]. Jedność kierowcy i prowadzonego pojazdu implikuje nierozłączność podczas

jazdy, funkcjonującą nie tylko fizycznie, ale w dużej mierze psychicznie i emocjonalnie. Osobnym aspektem jest wyrażanie przez samochód stanów emocjonalnych np. smutku: *A moja pierwsza i jedyna Suzuki GS500F stoi właśnie za oknem w ten pochmurny dzień i wydaje się być smutna. Po pierwsze tym, że niezbyt była używana w tym roku, a po drugie dlatego, że sezon dobiegł końca* 😞 [M – f].

Jedną z najpowszechniejszych grup leksemów odnoszących się do antropomorfizacji pojazdu jest używanie **terminologii medycznej**. Słownictwo związane ze zdrowiem jest wykładnikiem stanu technicznego samochodu. Podstawowym dychotomicznym podziałem jest określenie pojazdu jako **zdrowy** (ewentualnie rzeczownik **zdrowie**) lub **chory** (często jako czasownik **chorować** lub rzeczownik **choroba**), np.: *Ja bym szukał bardziej BMW jeżeli nie myślisz o gazie. Musisz trafić na zdrowy egzemplarz wtedy będziesz zadowolony*. [FS – f]; *Jak Tico w miarę zdrowe, to bierz* 😊👍 [FS – f]; *Właśnie ten Golf wpadł mi w oko, myślisz że można wyrwać zdrowego Golfa w wersji GTI?* [FS – f]; *Dlatego chciałbym z dużym prawdopodobieństwem ustalić na co jest chory ten samochód*. [FS – f]; *Czy alfa oprócz wymiany zawieszenia (przede wszystkim górnych wachaczy z przodu) ma jakieś trwałe uszczerbki na zdrowiu? na co jeszcze przewlekle choruje?* [FS – f]; *Gaz bez sekwencji. Dojdzie do 2tyś obrotów i się przełącza na LPG. A więc mój 20 letni towarzysz choruje* [FS – f]; *Co możecie mi powiedzieć o poszczególnych modelach, jakie są ich znane choroby, z jakim silnikiem najlepiej kupować i na co jeszcze zwracać uwagę* [FS – f]; *Oczywiście trafią ją typowe „choroby” współczesnych diesli - najczęściej zdarzają się problemy z systemem recyrkulacji spalin* [AC – a]. Powyższa charakterystyka stanu auta powszechna jest także w przypadku jego konkretnych elementów, np.: *Blacha 100% zdrowa, bez jakichkolwiek oznak rdzy*. [FS – f]; *Progi, podłoga, podłoga pod kołem zapasowym zdrowa* [FS – f]. Spopularyzowanym wyrażeniem są *choroby wieku dziecięcego*, czyli wady i niedoskonałości auta występujące w jego pierwszej wersji (z początków produkcji), a eliminowane w kolejnych: *Nie tak do końca, są modele samochodów gdzie egzemplarze z danego rocznika chorowały na tzw. „choroby wieku dziecięcego”, które zostały wyeliminowane w późniejszych rocznikach ale uogólniając masz rację*. [FS – f]; *Te egzemplarze mają już wyeliminowane choroby wieku dziecięcego* [FS – f]. Ta metaforyczna neosemantyzacja skupia się na młodym wieku auta utożsamionym z dzieciństwem człowieka.

Wyznacznikiem stanu technicznego pojazdu jest *kondycja*, decydująca o jego żywotności: *zależy od tego jak ten silnik był eksploatowany jeżeli facet dbał o niego i pojedziesz sobie z nim na kompa i do mechanika który potwierdzi kondycję silnika to czemu nie* [FS – f]; *Czyli*

obowiązkowo trzeba wjechać do ASO żeby sprawdzić **kondycje** silnika bo trochę szkoda wydać od razu parę tysięcy na naprawy. [FS – f]; No i pytanie odwieczne czy nie wpływa to na **żywoćność** silnika i innych podzespołów, koło dwumasowe, skrzynia etc. [AC – f]; Podobno diesle nie lubią krótkich odcinków bo to skraca **żywoćność** silnika [FS – f]. Prócz chorób samochód może posiadać **dolegliwości** lub **bolączki**, czyli przeszkody w jego optymalnym funkcjonowaniu: **Ważne że choć ma jakieś dolegliwości zawsze dojedzie do celu. A tą trwałością zawieszenie to chyba nie tak do końca** [AC – f]; **Mazda ma pod maską diesla, który cierpi na kilka bolączek** [FS – f]. Możliwe jest także przypisywanie odczuwania bólu, np. **Wychodzę też z założenia, że tylko ja czuję co boli moje auto** [SL – w]. Objawami chorób czy złej kondycji samochodu/silnika są wydawane odgłosy: **Przy ruszaniu i pierwszym lekkim wdepnięciu pedału gazu, on się zadławia i często mi gaśnie, bo akurat w tym chwilowym zaniku obrotów akurat sprzęgło zaczyna łapać. Poza tym jak się dławil tak się dławi tylko mocniej** [FS – f]; **auto jeździ ale dzięki licznym reanimacjom, no najważniejsze że wciąż jednak kaszle (jak by miał gruźlicę)** [AC – o (~t)]. Częstym problemem samochodu może być **zadyszka** lub **brak tchu**: **Na trasie łapie trochę zadyszkę ale w mieście w zupełności wystarcza.** [AC – p]; **Niestety nadaje się tylko do miasta, na trasie silnik dostawał zadyszki, a jechałem tylko jakieś 10 km.** [FS – f]; **Moim zdaniem silnik jest tylko wystarczający do miasta. Na trasie powyżej 120 km/godz. brakuje mu tchu** [AC – o (~t)].

„Choroba” samochodu związana jest z traktowaniem go jako **pacjenta**: **Ja jeszcze sugeruję podłączyć pacjenta pod komputer i sprawdzić jaki błąd się zapisał po zaświeceniu kontrolki silnika** [FS – f]; **Pacjent to Mondeo MK2, 1998, 1.8TD, Liftback** [FS – f]; **Gdybyś odprowadził auto do mechanika jak palił na 3 garki, jest szansa, że reanimacja nie byłaby problemem, ale teraz stan "pacjenta" nie rokuje zbyt dobrze...** [FS – f]. Przywrócenie optymalnych właściwości technicznych auta lub zniwelowanie usterek określane jest przez użytkowników jako **leczenie** pojazdu (czasowniki *leczyć*, *wyleczyć*): **Jedyna ich wada to spore spalanie ale to się da leczyć podtlenkiem LPG** 😊 [FS – f]; **widziałem jak kiedyś L200 leczył i Pajero też mówi że mu znane. W sumie chodzi tylko o wymianę płynów, pasków i olejów** [FS – f]. Medyczne wykładniki leczenia obecne na portalach motoryzacyjnych to **reanimacja** i **przeszczep**¹⁵⁹ (lub ich ekwiwalenty czasownikowe): **Auta mające po 4lata miały tyle usterek że najpierw musiałem zając się reanimacją a później dopiero myśleć o sprzedaży** [FS – f]; **Witam silnik już wyczepany z Pojary leży na stole i czeka na reanimację** [FS – f]; **A nawet jeśli Alfę ktoś będzie na bieżąco reanimował to i tak będzie musiał robić to co chwile** [FS – f];

¹⁵⁹ Leksem *przeszczep* funkcjonuje również w semantyce zbliżonej do określeń *swap* oraz *składak* – por. IV – 5.4.

*TDI to są silniki Volkswagena i bardzo ciężko byłoby zrobić taki **przeszczep**...* [FS – f]; *Witam panowie potrzebuję kierunkowskazów na **przeszczep** Kierunek musi być kwadratowy coś w tym stylu* [MO – f]. Pojawia się również rzeczownik *operacja*, jednakże nie zawsze uwypuklone jest jego znaczenie medyczne, może występować w zgodności ze słownikowym znaczeniem: *O ile taka operacja została wykonana w profesjonalnym zakładzie, to nie mamy się co martwić o trwałość podzespołów* [FS – f]. Pozbycie się danego problemu technicznego i przywrócenie optymalnej sprawności auta jest tożsame z „wyleczeniem” pojazdu.

Druga grupa leksemów odnosi się do **czynności fizjologicznych człowieka**, najpowszechniejszym zjawiskiem w tym zakresie jest **terminologia związana z jedzeniem i piciem**. Samochód niczym człowiek *je, pije* lub *łyka*: *moja mała Żabka Ka 1.3 benzynki **pila** na trasie 6/7 na mieście nawet dyszkę ...* [FS – f]; *Swoją drogą ten silnik 2l z turbo jest fajny lecz **sporawo pije**.* [FS – f]; *spala miasto 10-12l trasa 8-9 l bez kłamania ale też **potrafi** 13 zjesc* [FS – f]; *Audi świetnie **łyka** LPG, nie znam nikogo, kto miałby z tym problemy.* [FS – f]; *Combo- dobre auto, 1,7 z isuzu nie jest szybkie ale 4-5 litrami sie zadowoli przy normalnej jeździe, w trasie mi kiedyś 3,8 **lyknal*** 😊 [MP – f]. W wypadku pojazdu nawiązanie do wspomnianych czynności fizjologicznych człowieka związane jest z zużyciem paliwa, co stanowi metaforyczne przeniesienie oparte na podobieństwie czynności. Ilość pochłanianej benzyny czy innej substancji również jest różnicowana przez użytkowników portali za pomocą konkretnych wyrażen. Sferą ekspresywnego wartościowania jest duże zużycie paliwa, w wielu przypadkach wzbudzające niechęć kierowców, ze względu na konieczność tankowania i wzrastające ceny paliw. Rzeczownikiem określającym taki stan jest *pragnienie*, czyli, zgodnie ze słownikiem, ‘uczucie suchości w jamie ustnej i przełyku doznawane wówczas, gdy chce nam się pić’ [USJP]. Czasownik często występuje w materiale źródłowym: *Życia jednak nie oszukasz. Taka liczba koni pod maską ma **spore pragnienie**. W cyklu miejskim ciężko osiągnąć poziom zużycia paliwa poniżej 9 litrów.* [A – t]; *Mianowicie, są one praktycznie bezawaryjne a jeżeli się już coś popsuje to części nie są zbyt drogie. Ich minusem jest **duże pragnienie na paliwo*** [FS – f]. Wyrażeniem niekonotującym negatywnej ekspresji, właściwie wyzwalającym pozytywne skojarzenia, jest określenie *apetyt (na paliwo)*: *Podajrzewam, że gdyby silnik miał mały **apetyt na paliwo** to jeździłbym zdecydowanie więcej i roczne przebiegi by wzrosły.* [FS – f]; *Masz rację tylko to 1.6 z vw ma już **pokaźny apetyt na paliwo**...* [FS – f]. Dodatnia wartość semantyczna rzeczownika *apetyt*, definiowana jako ‘chęć do jedzenia, uczucie łaknienia; także: chwilowa ochota na jakąś potrawę’ [USJP], nie jest równoznaczna z pozytywnym wartościowaniem pojazdu. Kontekst

wypowiedzi wskazuje, że posiadanie przez samochód *apetytu* jest zjawiskiem negatywnym i niepożądanym wśród kierowców. Istotną rolę odgrywają wrażenia zmysłowe, przede wszystkim smakowe pojazdu, np.: *W tym przypadku sama benzyna bo gazu to auto nie zasmakowało* [FS – f]; *Mam astrę 1.6 16v z silnikiem x16xel. Gaz jej smakuje bardzo na sekwencji z 2007 roku* [MO – f].

Dużą grupę leksemów odnoszących się do przedstawionej sytuacji zwiększonego zużycia są czasowniki, nacechowane ekspresywnie, a tym samym wymownie podkreślające „problem” wielu pojazdów. Wzmocnionym obrazem dużej ilości spalanej paliwa są potoczne wyrażenia *doić, chlać, chlipać, żłopać i żreć*, np.: *gaźnik od s 70 to z 3 l doi ale ja zwykle jeżdże na maxa to i dużo pali* [MO – f]; *Może się pokuszę o taką nieco może niecodzienną propozycję ale może uda się znaleźć Vectrę B 1.8 (na 1.6 nie patrz, chleje sporo oleju) za te 6tys.* [FS – f]; *Silniczek taki chleje 100 na 100 gdy porusza się po drodze a 150 na 100 gdy porusza się w terenie* [MO – f]; *no i najbardziej chodzi mi o spalanie 😊 heh Bo żeby nie było , że 15 będzie żłopała Bmka 😊* [FS – f]; *miałem przypadek ze mi zarl paliwo i gaz 😊* [FS – f].

Czasownik *żłopać* stanowi podstawę słowotwórczą rzeczowników, wyrażających wspomniane właściwości pojazdu, funkcjonujących jako neologizmy znaczeniowe. Wyrażenia nominalne wpisują się w kategorię wykonawców czynności, wzbogaconą przedmiotem czynności:

1. w treści leksemu – *olejożłop*: *Astra wygląda aż za ładnie i jeszcze ten silnik.. olejożłop..* [FS – f]; *Tylko że 1.6 16V w Astrze to olejożłop* [FS – f]; *Uważaj na silnik 1.6 16V - olejożłop i na blache (ruda ją lubi) choć po lifcie je poprawiono* [FS – f]. Podstawą derywacji jest rzeczownik *olej* i czasownik *żłopać*. Jak stwierdza Stanisław Grabias: „człon określający w złożeniach dopełnieniowych jest nazwą przedmiotu podlegającego oddziaływaniu czynności” [Grabias, 1981: 119]. Scalający morfem –o– stanowi formalny wykładnik kompozycji, a drugi człon podlega ucięciu [Grabias, 1981: 119]. Leksem nie występuje w żadnym słowniku;
2. za pomocą dopełnienia w postaci odrębnego rzeczownika – *żłopacz paliwa*: *Porsche 911 Turbo, albo jakiś muscle car, taki prawdziwy żłopacz paliwa 😊* [FS – f]; *1.8T, czyli benzynowy silnik z turbiną, to żłopacz paliwa, miałem Audi TT i VW Beatla z tym silnikiem, 15 litrów w mieście to standard* [FS – f]. Bazą jest czasownik *żłopać*, widoczny formant sufiksalny –acz, brak słownikowego zdefiniowania.

Podobną funkcję spełnia przymiotnik *paliwożerny*, pochodzący od czasownika *żreć* i zawierający przedmiot czynności (rzeczownik *paliwo*). Leksem został odnotowany w USJP jako ‘zużywający duże ilości paliwa’ [USJP] i scharakteryzowany jako element leksyki potocznej¹⁶⁰. W swojej funkcji znaczeniowej odgrywa identyczną rolę jak wyrażenie *żłopacz paliwa*: *1.6 to silnik podstawowy w B5, nie jest jakiś szczególnie dynamiczny, ale w życiu nie jest paliwożerny, chyba że jeździsz z gazem w podłodze* 😡 [FS – f]; *Duży, paliwożerny SUV? Żaden kłopot!* [A – a]; *Kumpel mi mówił, że już rozgryzł Mondeo i robi fajne softy na to. Przy okazji twierdzi, że nie tak paliwożerne, jak opisujesz* [AC – f]; *Słyszałem jednak niestworzone historie o paliwożerności silników bmw...* [FS – f].

Powyższe przykłady jednoznacznie wskazują, że dwie najbardziej rozbudowane grupy leksemów związane ze spalaniem paliwa w pojeździe metaforycznie odnoszą się do jedzenia lub picia. Ze względu na płynny charakter substancji, prawidłowo to krąg semantyczny związany z piciem powinien być bardziej rozbudowany, jednakże ekspresywność i potoczność wielu wyrażeń określających czynność jedzenia sprawia, że ta grupa znaczeniowa także jest wielokrotnie eksplikowana przez użytkowników portali.

Sposób używania pojazdu oraz jego intensywna eksploatacja stanowią podstawę kolejnej grupy tematycznej, antropomorfizującej pojazd. Jest to terminologia związana ze **zmęczeniem** oraz **używaniem przemocy**. Wyrazem nadmiernego „zmęczenia” pojazdu (lub efektu użytej „przemocy” kierowcy) są przymiotniki: *styrany*, *umęczony/zmęczony*, *zajechany/zajeżdżony*, *(za)katowany*, np.: *Silnik albo 1.6 benzyna albo jak sie znajdzie 2.0 hdi 90KMTransporter za tą kasę będzie **styrany** strasznie* 😊 [MP – f]; *Ogólnie za tą kasę diesel będzie **styrany**, polecam benzynę i ostatecznie wrzucić LPG, np. właśnie do stilo albo peugoeota 307* [FS – f]; *a szczęśliwy motor to motor na trasie-brudny, zakurzony, lekko przegrzany i nieco **styrany**. Od tego są one, od tego właśnie są!* [MO – f]; *Wygląda na **umęczoną** strasznie. Sprowadzona więc sam nie musiał jej kręcić - mógł już skręconą kupić.* [FS – f]; *Auto ogólnie **zmęczone życiem**, kiepsko wyglądające, facet jakoś strasznie koloryzuje te wszystkie zabiegi, na części wydał tyle i sprzedaje całe auto za cenę części?* [FS – f]; *To zależy od auta, każde troche inaczej się kupuje* 😊 *Ważny jest przebieg i lata, jak bardzo **zajechany** nie pyli się* 😊 [MO – f]; *Mam zajawkę na sportowe auto, ale to większe ryzyko, że trafię na **zajeżdżony** egzemplarz..* [FS – f]; *Golfa to bym chyba odradził. Będzie pewnie mocno **zajeżdżony** ...* 😊 [MP – f]; *Części do tego autka są drogie dlatego też ciężko*

¹⁶⁰ Antonimem przymiotnika *paliwożerny* jest leksem *paliwooszczędny* (zanotowany tylko w USJP), czyli ‘zużywający małe ilości paliwa’ [USJP]. Słowo zostało opatrzone kwalifikatorem *techniczny* (w opozycji do potoczności przymiotnika *paliwożerny*).

trafić model w dobrym stanie ,zazwyczaj są to samochody **zajeżdżone** przez małych itp. [AC – o(~t)]; Po prostu dramat, a samochód nie był ani bity, ani **katowany** [FS – f]; Szukasz starego taniego samochodu z mocnym silnikiem, który nie był **katowany**... 🤔👍 [FS – f]; Oj, ta Vectra to wygląda jak od wyjątkowo gniewnego młodego 😊 więc może być po prostu **zakatowana** 😊 [FS – f]. W tym kontekście pojawia się także leksem *męczarnia*: Warto pamiętać, że autko to lubią ludzie żądni sportowych doznań, a te często są **męczarniami** dla mechaniki auta [FS – f].

W podobnej funkcji semantycznej pojawiają się czasowniki agentywne, np. *katować*, *udusić*, *skrzywdzić*: *to co się przejmujesz jak nie będziesz **katował** tylko normalnie jeździł o ile nie trafił ci się pechowy egzemplarz to trochę pośmigasz* [MO – f]; *on jej z takimi mankamentami nie kupił, on ją tak **skatował**, skończy na bank jak motorynka, ale ja jej nie kupię* :F [MO – f]; *najlepiej wrzucić na piątkę i "**udusić**" silnik aby przestał pracować a samochód oddać do elektryka bo to może być problemem* [FS – f]; *lee oszczędzanie nie na moją nogę, po za tym **ducic** ten silniczek to też szkoda on dobrze się czuje gdzieś od 2,8k w górę* [MO – f]; *A czy założeniu gazu do w miare tak nowego samochodu nie **skrzywdzi** go? Nie **ucierpi** na tym nic?* [FS – f]. Wszystkie wymienione czasowniki skupiają się na szkodliwym i negatywnym oddziaływaniu człowieka na pojazd.

Powyższe określenia są wyrazem nadmiernej eksploatacji samochodu. Kolejną grupę leksemów stanowi zbiór właściwości przypisywanych ludziom. Ze względu na rozbudowanie tej grupy tematycznej, egzemplifikacje będą ograniczone do kilku reprezentatywnych cech lub właściwych rzeczowników. W wielu kontekstach motoryzacyjnych charakteryzowanie samochodu jest opisaniem jego *sylwetki*, czyli właściwości ludzkiego wyglądu, np.: *Jednak producent zaleca podróżowanie z maksymalnie 180 km/h na tarczy prędkościomierza. Przy tak potężnej **sylwetce** wydaje się to imponujące*. [AC – a]; ***Sylwetka** jest dynamiczna, zwarta i sztywno trzyma się świeżej stylistyki marki* [AC – t]. Elementem wyglądu jest także metaforyczne określanie reflektorów jako *gały/oczęta*: *Moim zdaniem najlepiej wygląda jak mu się wydłubuje **gały** (czyt. **oczęta** przeciwmgielne) w zderzaku i tam... Albo jest też fajna konwersja świateł do MKII, zobacz sobie tu, może Ci podsunie jakiś pomysł* 🤔 [FS – f].

Częstym określeniem samochodu bez dodatkowego wyposażenia jest przymiotnik *goły* lub rzeczownik *golas*. Nowoczesne udoskonalenia w aucie/motocyklu są w ten sposób utożsamiane z ubraniem człowieka. Przenoszenie na pojazd tej właściwości przypisywanej ludziom zawierają następujące wypowiedzi: *I chyba do 40 tysięcy najlepszym wyborem wśród nowych jest jednak o dziwo Micra Acenta, Punto lub ewentualnie Clio Alizee, ponieważ*

*samochody konkurencji w tej kwocie będą strasznie **gole**. [FS – f]; Audi A3 i A4 B7, silniki jakie interesują to 1,6 benzyna i 1,9 tdi, ale ciężko coś wybrać niezajechanego w dodatku większość Audic jest **gola**, za wyposażone trzeba dobrze dopłacić [FS – f]; A ja doszłam do wniosku, że takim absolutnym minimum są 2 motorki 😊. Jeden do miasta - taki **golas**, a drugi na miasto - turystyk. [M – f]; Kilka miesięcy temu jak sprawdzaliśmy z zonką po ile są mini to podstawowa wersja, **golas** z 1.6 75koni kosztowała chyba 70tyś zł [FS – f]. Inną ludzką cechą pojazdu (tym razem typowo kobiecą) jest **makijaż auta**, czyli poprawienie jego wyglądu: Nie oznacza to jednak że auto jest złe, a jedynie to że cały ten "**makijaż**" ma na celu dobre sprzedanie auta [FS – f]. Samochód może mieć nadwagę lub być poddawany procesowi odchudzania: Brera jest ładna trzeba przyznać, ale **ma lekką nadwagę**... [FS – f]; jestem prawie pewien, że każde objadę, mimo że waże 100kg i **mam nadwagę w postaci gazowni**. [FS – f]; Wywal zwężkę, ogarnij dobry dolot, kolektor wydechowy 4-2-1 i przelot, 100KM powinno być bankowo. 🚗 Nie warto jej **odchudzać** bo i tak nie jest ciężka [MO – f].*

Przykłady te są dowodem emocjonalnego związku właściciela i jego pojazdu, wyrażającym jednocześnie utożsamienie sfery przedmiotów i ludzi. Zestawienie tematyczne wszystkich przytoczonych przykładów prezentuje poniższa tabela (Tab. 7.):

ANIMIZACJA I ANTROPOMORFIZACJA POJAZDÓW	
GRUPA OKREŚLEŃ	UŻYTE LEKSEMY (według kolejności opisu)
TERMINOLOGIA MEDYCZNA (użycie właściwe lub metaforyczne)	<i>zdrowy, zdrowie chory, choroba, chorować choroby wieku dziecięcego kondycja, żywotność boleć, (za)dławić się, kaszleć, zadyszka, brak tchu pacjent, leczenie (leczyć/wyleczyć) reanimacja, reanimować przeszczep, przeszczepić operacja</i>
TERMINOLOGIA ZWIĄZANA Z JEDZENIEM I PICIEM; WALORY SMAKOWE	<i>jeść, pić, lyać pragnienie, apetyt, smakować doić, chlać, chlupać, żłopać, żreć olejożłop, żlopacz paliwa, paliwożerny</i>
TERMINOLOGIA ZWIĄZANA	<i>styrany, umęczony/zmęczony, zajechany/zajeżdżony,</i>

ZE ZMĘCZENIEM I UŻYWANIEM PRZEMOCY	<i>męczarnia</i> <i>katować, (u)dusić, skrzywdzić</i>
CZYNNOŚCI PRZYPISYWANE LUDZIOM (przykładowe)	<i>wybaczać, oszaleć, głupieć</i>
WŁAŚCIWOŚCI PRZYPISYWANE LUDZIOM	<i>makijaż auta</i> <i>mieć nadwagę, odchudzać</i> <i>goły, golas</i> <i>sylwetka, gały/oczęta</i>

Tabela 7. Przykłady animizacji i antropomorfizacji pojazdów (według opisanych grup tematycznych) zaobserwowane na portalach motoryzacyjnych.

Kategoria wykonawców czynności wywiedziona od powyższych czasowników jednoznacznie wskazuje na poszerzenie grupy *nomina agentis* i wprowadzenie w jej obręb przedmiotów nieożywionych. Takie stosowanie czasowników jest niezwykle powszechne na portalach motoryzacyjnych, co odzwierciedla zgodność z nieformalnymi założeniami grupy miłośników motoryzacji, uosabiającymi sposób traktowania pojazdu jak żywej osoby. Zabiegi animizacji i antropomorfizacji są w tym przypadku częstym i bardzo oczywistym wyznacznikiem pasji motoryzacyjnej. Występowanie tego zjawiska potwierdza Magdalena Bartłomiejczyk, analizując język kierowców autokarów. Badaczka wskazuje trzy podstawowe kategorie w zakresie animizacji przypisywane pojazdom: percepcję zmysłową, własną wolę i upodobania oraz zdolność abstrakcyjnego myślenia [Bartłomiejczyk, 2012a: 196].

7. Leksyka dotycząca rzeczywistości drogowej

*Nadsterowność*¹⁶¹ wzbudza strach w pasażerach.

*Podsterowność*¹⁶² – w kierowcy.

(anonimowe)

Ważną i rozbudowaną kategorię znaczeniową stanowią wyrażenia dotyczące codziennego życia kierowcy, szczególnie w sytuacjach na drodze, w procesie użytkowania pojazdu. Wiąże się to z różnymi zdarzeniami i określonymi czynnościami wykonywanymi podczas jazdy.

¹⁶¹ *Nadsterowność* to ‘właściwość samochodu polegająca na samoczynnym zmniejszaniu promienia krzywizny toru, po którym porusza się on na zakręcie, dzięki której samochód łatwiej wchodzi w zakręt’ [USJP].

¹⁶² *Podsterowność* to ‘skłonność samochodu do samodzielnego zwiększania promienia krzywizny toru, po którym porusza się on na zakręcie, pozwalająca mu łatwiej wyjść z zakrętu’ [USJP].

Tworzenie neosemantycznych użyć skupione jest na intensywności jazdy, wykonywanych podczas niej czynności, przybywaniu przejechanych kilometrów. Większość analizowanych wyrażen z tej grupy to czasowniki, których semantyka może być eksplikowana za pomocą odwołań do formy podstawowej, niederywowanej lub do przedrostków wyrażających pewną właściwość.

Osobną grupę leksemów stanowią określenia szybkiej jazdy, nacechowane pozytywnie lub negatywnie. Część z nich funkcjonuje na stałe w języku ogólnym i można sklasyfikować je jako frazeologizmy. Należy jednak uwzględnić takie sposoby nominacji, które nie są zanotowane w słownikach i stanowią o specyfice komunikacji użytkowników portali motoryzacyjnych. Analiza materiału uzmysławia wyraźną przewagę zbioru czasowników dotyczących zbyt szybkiej, intensywnej jazdy (często szkodliwej dla pojazdu i jego silnika) nad określeniami związanymi ze zbyt wolnym poruszaniem się po drodze.

7.1. Użytkowanie pojazdu

Określenie jazdy samochodem lub motocyklem także może stanowić element socjolektu miłośników motoryzacji. Sama czynność jazdy (czyli czasownik *jechać*) zastępowany bywa określeniem *latać*, np.: *bmw e36 2.0 w benzynie 150 km i lecisz :twisted: :twisted:* [MP – f]; *Jak zawieszenie jest OK to w zakrętach nawet fajnie lata* [MP – f]. Metaforyczne użycie czynności latania, czyli właściwości przypisanej przestrzeni powietrznej, świadczy o pewnym rozszerzeniu i uogólnieniu kontekstu poruszania się. Za ujednoczeniem ruchu w różnych warunkach przemawia także fakt wymienności określeń, czyli np. użycia czasownika *jechać* w leksyce paralotniarskiej [Pędzich, 2012: 103]. Nadrzędna kategoria poruszania i przemieszczania się jest potencjalnym zbiorem różnorodnych przesunięć w zakresie czasowników ruchu. „Umieszczenie” danej jednostki w innych warunkach przestrzennych nie zakłóca charakteru zjawiska, wzbogacając jednocześnie język danej grupy. Czynność zajmowania miejsca w samochodzie określana jest czasownikiem *wsiadać/wsiąść w auto*. W poprawnym zapisie czasownik *wsiąść* łączy się z przyimkiem *do*¹⁶³, co potwierdza definicja – ‘wejść (wchodzić) do (wnętrza) jakiegoś środka lokomocji’ [USJP]. Potwierdzeniem użycia przekraczającego słownikową normę są wypowiedzi: *Najlepiej będzie osobiście wsiąść w jedno i drugie auto i ocenić* 😊 [FS – f]; *A mi to nie przeszkadza, wtedy wsiadam w samochód i jadę na jakieś zakupy* 😊 [MO – f].

¹⁶³ Ewentualnie może wystąpić przyimek *na*: *wsiąść na konia, wsiąść na rower*.

Charakter i sposób jazdy wyrażony jest przede wszystkim przez czasowniki, których znaczenie doprecyzowane jest za pomocą prefiksów. Większość z nich oparta jest na podstawowym czasowniku *jechać*, określającym poruszanie się pojazdem mechanicznym. Dodatkową właściwością form z przedrostkami jest zmiana ich właściwego, słownikowego znaczenia i poddanie procesowi neosemantyzacji. W skład tej grupy wchodzi czasownik *objeżdżać/objeździć*, który słownikowo oznacza 'jadąc okrążyć coś, kogoś, przejeżdżać wokół czegoś, kogoś' [USJP], lecz w kontekście motoryzacji posiada dwa różne konteksty semantyczne, odmienne od przytoczonego wyjaśnienia:

1. przyzwyczać do czegoś (szczególnie nowego), poznać: *Wybierając pierwszy sprzęt należy się **objeździć** z czymś poręcznym.* [M – f]; *Niech Was to jednak nie zmyli, prawo jazdy mam już 10 lat, podczas których zdążyłem się już nieco na kilku (choć nie swoich) brykach **objeździć**.* [FS – f]; *Ja zakup planuje na grudzień bądź styczeń ze względu na fakt, że może będzie coś taniej. Póki co chce **objeździć** RIO i Yariske.* [FS – f]; *W końcu rzuciłam się na głęboką wodę i **objeźdzam** Suzuki V-Stroma* [M – f];
2. pojeździć jeszcze danym pojazdem bez konieczności wymiany samochodu (ze względów technicznych): *Jeśli Twój Rover jest jeszcze w wmiare przyzwoitym stanie to możesz **objeździć** jeszcze ten rok.* [FS – f]; *Szukam jakiegoś modelu powyżej 2002 roku, z gazem, klimatyzacją, wspomaganie (którego tak brakuje w moim VW), części nie za drogie, przebieg nie za duży, wiadomo, bo planuję **objeździć** "nowym" najchętniej kolejne 10 lat* [FS – f].

Innym czasownikiem opartym na leksemie *jeździć* jest para wyrazów *ujeżdżać/ujeździć*. W ujęciu słownikowym czasownik *ujeżdżać* oznacza 'ćwiczeniem przyzwyczać, przyuczyć konia do chodzenia pod siodłem, w zaprzęgu' [SJP]. Składnikiem semantycznym leksemu jest zatem pewne oswojenie, poznanie nowego zwierzęcia. W kontekście motoryzacyjnym najczęściej jest tożsamy z definicją *jeździć czymś*, chociaż w niektórych kontekstach wskazuje na intensywność tego procesu: *No wiem, ironicznie to napisałem, bo sam **ujeżdżam** uniacza i podobnie jak maluch nie nazywam ich autami:)* [FS – f]; *A co Ty takiego **ujeżdżasz**, że w silniku 2.0 spalasz 8,5 litra LPG?* [FS – f]. W większości przypadków nie wyraża nowości samochodu, jedynie wskazuje na proces jego obecnego użytkowania. Trzeba zaznaczyć, że leksem funkcjonuje również w leksyce paralotniarskiej i jest wyjaśniony jako 'trenować latanie nową paralotnią' [Pędzich, 2012: 107]. Analiza materiału z portali motoryzacyjnych pozwala wnioskować o niejednorodnym funkcjonowaniu tego czasownika. W wypadku leksyki samochodowej i motocyklowej dotyczy samej czynności jeżdżenia samochodem, zasadniczo bez wskazania cechy nowości pojazdu.

Powszechnym wyrażeniem przebiegu samochodu lub ilości pokonanej trasy jest czasownik *najechać (kilometrów)*, np.: *nie chce Niemca przede wszystkim dlatego że mają najechane dużo kilometrów ponadprzeciętnie najechane kilometrów i trzeba płacić za znaczek co jest dla mnie chore* [FS – f]. Właściwa semantyka przedrostka *na-* oznacza „akcje skierowane na jakieś miejsce lub na jakiś przedmiot” [Śmiech, 1986: 44], np. *najechać na coś*. W kontekście motoryzacyjnym czasownik zyskuje inne znaczenie, użycie prefiksu *na-* w tym znaczeniu ma na celu wyrażenie nagromadzenia. Zalicza się zatem do czasowników, które „oznaczają akcje dystrybutywne, wielokrotne i intensywne, to znaczy wskazujące na nagromadzenie w jednym miejscu wielu elementów składających się na dopełnienie” [Śmiech, 1986: 45]. Przedmiotem dopełnienia są tutaj kilometry, których przybywa na liczniku wraz z pokonywaną trasą. Jazda pojazdem bywa określana jako *nakręcanie kilometrów* (funkcjonujące w takim samym znaczeniu jak czasownik *najechać*): *VW myślę że będą miały już nakręcone sporo kilometrów a trafić na egzemplarz zadbane i z niekręconym licznikiem będzie ciężko* [FS – f]; *Nakręcam teraz swoje pierwsze kilometry na 125-tce - Junaczku 121 (szkoda, że tylko nazwa została polska z tej "składanki", natomiast nie mogę się skarżyć - jeździ)* [M – f]; *Co do silnika to TDI lubią mieć dużo nakręcone i mieć skręcone liczniki* [FS – f]. Powyższe wyrażenie zostało utworzone na bazie podobieństwa czynności do czasownika *kręcić*, co jest związane z kręceniem się licznika podczas jazdy i przybywającymi na nim kilometrami (*skręcony/nie(s)kręcony licznik*). Czasownik *nakręcić* bywa zastępowany czasownikiem *nawinąć*, zbliżonym semantycznie i również wyrażającym przyrost kilometrów: *udało mi się nawet w te wakacje bez problemów pojeździć po Polsce i w 18 dni nawinąć ponad 3500km* [M – f]. Wszystkie wymienione wyrażenia stosowane bywają przez użytkowników obydwu środków transportu: samochodów i motocykli.

Typowo motocyklowym określeniem jazdy jest *leżenie na baku*, obrazujące sylwetkę motocyklisty podczas poruszania się swoim pojazdem: *a dziękuję dziękuję cebulka spisuje się bardzo dobrze już 120km/h było grane, strasznie tylko wieje ciężko się przyzwyczaić do leżenia na baku;-)* [M – f]; *leżenie na baku nie każdemu pasuje* [MO – f]. Przejazdźka motocyklem bywa określana (z)robieniem *kółeczka*: *Jak tylko przygrzeje słońeczko i aura się utrzyma zrobię sobie jakieś kółeczko* [M – f]; *Wczoraj zrobiłam sobie rozpoczęcie sezonu. Oczywiście małe kółeczko po okolicach Wawy* [M – f]. Wyrażenie to zakłada wyruszenie z danego miejsca i powrót do niego, w dużej mierze ujawnia się tutaj rekreacyjny i hobbystyczny wymiar tej jazdy.

Jazda samochodem również posiada specyficzne określenia, charakteryzujące sposób prowadzenia pojazdu. Wyrażenia *(po)latać bokiem/chodzić bokiem/pojechać/jazda bokiem*

obrazują jazdę pojazdem w kontrolowanym poślizgu [por. IV – 4.1.4.]. Jest to związane z ekstremalnym kierowaniem autem, noszącym miano *driftingu* (skategoryzowanego jako sport samochodowy, ale też jako nieprzepisowe użytkowanie samochodu w zwykłych warunkach drogowych). Wielokrotne używanie powyższych zwrotów poświadczają następujące przykłady: *Jedyną co może być denerwujące szczególnie dla osób lubiących latanie bokiem to charakterystyka silnika czyli wiertarka* [FS – f]; *bardzo dobrze wyważony samochód, fajnie lata bokiem!* [AC – o(~t)]; *Te samochody bardzo ładnie chodzą bokiem...* [FS – f]; *Do spokojnych kierowców raczej nie należę, autko jest mi potrzebne, żeby dojeżdżać sobie spokojnie do szkoły, ale głównie po to, żeby można nim było pojechać bokiem jak zajdzie słońce* [FS – f]; *Ma napęd na tylną oś, dzięki czemu w każdej chwili można zabawić się w „jздę bokiem”* [FS – f]. Semantyka prezentowanych wyrażen odnosi się do charakterystycznego obrotu pojazdu podczas wykonywania kontrolowanego poślizgu. Termin ten bywa stosowany w przypadku motocykli (jazda bokiem przy jednoczesnym poślizgu tylnego koła).

Leksyka związana z samochodami i motocyklami zawiera wyrażenie *nurkowanie przy hamowaniu*, czyli przechylenie się samochodu/motocykla do przodu w trakcie użycia hamulca: *Wsiadam i czuję, że auto praktycznie nie hamuje tyłem (nurkuje przodem)* [FS – f]; *Nasz egzemplarz niestety również nurkuje przy hamowaniu* (o motocyklu – przypis W.W.) [M – f]. Użycie tego określenia może być związane z wizualizacją opisanego zjawiska, niejakim wchodzeniem przedniej części auta na nieznaną teren, porównywalnym do schodzenia nurka pod wodę (termin bywa też używany w przypadku samolotów – jako ostre schodzenie w dół). Czasownik *nurkować* funkcjonuje także na gruncie leksyki paralotniarskiej i odnosi się do lotu w dół z szybką utratą wysokości [Pędzich, 2012: 70].

Zaobserwowane czasowniki dotyczą różnych aspektów użytkowania pojazdu. Część z nich funkcjonuje jako neosemantyzmy w obszarze tematyki motoryzacyjnej. Ich dominantę semantyczną stanowi np. intensywność procesu użytkowania (*ujeżdżać*), skupienie na wizualnym aspekcie czynności (*leżeć na baku, nurkować przy hamowaniu*) czy wskazanie zwiększania przebytej trasy (*najeżdżać km, nakręcać km*).

7.2. (Zbyt) szybka jazda

Leksyka motoryzacyjna zawiera grupę określeń dotyczących szybkiej jazdy pojazdem, najczęściej związanej z przekraczaniem dozwolonej prędkości. Dynamiczna, szybka jazda jest różnorodnie wartościowana przez użytkowników portali motoryzacyjnych. Dla niektórych

jest przekroczeniem przepisów i zagrożeniem bezpieczeństwa ruchu drogowego. Zwiększa spalanie pojazdu, przez co jest niekorzystna dla silnika. Inni internauci zainteresowani motoryzacją szybką jazdę wiążą z zamięłowaniami sportowymi, wyścigami samochodowymi, driftingiem itd. Wiele wypowiedzi dotyczących skłonności do nadmiernej prędkości nie jest krytykowanych przez innych, określenie siebie jako miłośnika takich zachowań nie budzi żadnych negatywnych reakcji.

Najbardziej znanym określeniem, funkcjonującym w języku ogólnym jest frazeologizm *ciężka noga*: *Mam akurat bardzo „ciężką” nogę i nie mogę zgodzić się z Twoją opinią.* [FS – f]; *W rodzinie tylko brat ma prawko, ale ma ciężką nogę i zero szacunku do zabytków, więc rejestracja na niego odpada* [MO – f]. Posiadanie ciężkiej nogi traktowane jest jako właściwość charakteryzująca danego kierowcę, chociaż w powszechnej opinii społecznej ta cecha jest przedmiotem negatywnego wartościowania. Równie znanym frazeologizmem jest wyrażenie *wcisnąć, przycisnąć itp. gaz do dechy*, dosłownie oznaczające ‘naciśnąć pedał gazu do oporu, maksymalnie zwiększając szybkość’ [WSF], np.: *Na trzecim biegu jechałem 110 km/h, ale jeszcze zostało kawalek, aby dodać do dechy.* 😊 [FS – f]; *Oczywiście, jeśli wciśniesz ostro gaz do dechy, w obu jednostkach spalanie będzie wynosiło ponad 10l/100km* 🤔 [FS – f]. Zbliżoną wartość semantyczną ma wyrażenie *noga w podłodze*, np. *kiedyś z nogą w podłodze na niemieckiej autostradzie mogłem zrobić 1000km teraz mi na 700 starczy, byłem w serwisie zmienili program ale za specjalnie nic się nie poprawiło* [AC – f].

Popularnymi czasownikami nazywającymi zbyt szybką jazdę jest grupa bliskoznacznych wyrazów, skupiona wokół czasowników *deptać* i *przycisnąć* (również wchodzących w jej skład). Użycie prefiksów decyduje o ich funkcjonowaniu jako neologizmy. Do tej grupy możemy zaliczyć następujące leksemy: *deptać, podeptać, depnąć, przydepnąć, docisnąć, pocisnąć, przycisnąć*. Sposób użycia wymienionych wyrazów obrazują następujące przykłady: *W trasie przy w miarę spokojnej jeździe spokojnie osiągalne są wyniki koło 6-6,5. Jak deptasz to pije ile wlejesz, szczerze mówiąc sprawiała przy tym tyle radochy że nawet nie zwracałem uwagi jak wygląda spalanie* [FS – f]; *Roverki są świetne ale tylko chwałą sobie ci co jeżdżą po emerycku z doświadczenia wiem jak ktoś lubi mocniej podeptać gazem to auto okazuje się studnią bez dna.* [FS – f]; *Jak chcesz sobie podeptać to nie licz na spalanie rzędu 8-9 litrów ... Tyle to Ci spalą przy spokojnej jeździe* [FS – f]; *autko jest idealne dla ludzi lubiących czasem depnąć ale patrzą na koszty super godne polecenia* [AC – f]; *No i częściej ulegam pokusie, żeby trochę mocniej przydepnąć* 🤔 [AC – f]; *Mocniej dociskając gaz, warto przygotować się na 10 l/100km.* [AC – a]; *Natomiast jeśli lubisz pocisnąć, to równie dobrze*

możesz rozwalić i coś co ma 60 koni i napęd na lewe koło zapasowe [FS – f]; Pali mało to fakt, ale u nas w kraju gdzie nie ma wszędzie autostrad i czasami trzeba **przycisnąć** by wyprzedzić, to z doświadczenia mówię, że to nie jest idealna opcja 😞 [FS – f]; No niby tak ale wiesz trzeba wiedzieć gdzie można **przycisnąć** a gdzie trzeba zwolnić 😊 [FS – f]. Takie czynności wykonywane przez kierowców stały się metonimiczną podstawą (ze względu na podobieństwo zachowania) utworzenia podobnych określeń w socjolekcie parolotniarskim, por. np. *wciskać, cisnąć, deptać spida (belę, belkę), dawać po spidzie* [Pędzich, 2012: 185-186]. Leksyka motoryzacyjna nie tylko bazuje na różnych odmianach języka, ale również staje się inspiracją dla innych grup socjolektalnych.

Innym przykładem jest czasownik *palić gumę*, odnotowany w słowniku jako ‘wywoływać poślizg kół’ [SPP]. Czynność ta może być realizowana jako intensywne ruszanie z miejsca lub jako obrót kół w miejscu, który powoduje wydzielanie dymu i ścieranie opon. Kontekst użycia najczęściej jest związany z driftingiem. Występowanie określenia (w lp. lub lmn.) ilustrują przykłady: *Uwaga, **palenie gumy** szkodzi!* [M – a]; *Do trzeciego biegu pali gumy, niestety ma to odbicie na prędkości zużywania ogumienia* 😞 [MO – f]. Synonimem wyrażenia jest *palenie kapcia*, również często pojawiające się w wypowiedziach internautów: *Zależy mi na właśnie jakimś z tych modeli Mitsubishi Lancer Evo (któryś model) ale jak mówicie że **kapcia nie można palić** to jest minus a no i ze 4x4 wszystkie mają Lancery.* [FS – f]; *Jak chcesz **palić kapcia** N/A to masz dwie opcje BMW V8 i Mki ewentualnie z350 ale Zka do latania bokiem średnio..* [FS – f]; *Kolega ma taką ino 1.8, **kapcia pali** ładnie, w środku komfort nie do porównania np z Civic-iem* 😊 [MO – f]. W slangu motoryzacyjnym *kapeć* to ‘pęknięta dętka lub opona w kole samochodu, roweru’ [SPP], por. *złapać gumę, kapcia* – ‘przebić dętkę w kole samochodu lub roweru’ [SPP]. Takie użycie jest rozpowszechnione w wielu dziedzinach motoryzacji, występuje także na portalach internetowych: *Istnieje kilka sposobów na doraźne uszczelnienie opony, gdy w trasie zdarzy się nam **złapać kapcia*** [M – a].

Kolejnym określeniem szybkiej jazdy jest wyrażenie *dać/dawać w palnik*: *no i V6 pali jak smok jak mu się w palnik da* 🍷 [FS – f]; *Jak trzeba to da w palnik* 😊 *Ale jeździ spokojnie bo już jeździ od 30 lat na TIRze* 😊 [MO – f]. Na gruncie motoryzacji odnosi się do intensywnego poruszania się pojazdem, jednakże frazeologizm ten funkcjonuje również w innym kontekście. W slangu młodzieżowym *dać w palnik* to ‘napić się alkoholu’ [NSGU].

Poruszanie się z dużą prędkością określane jest także leksemami *pałować* oraz *pycić*, np.: *Oczywiście jak będziesz **pałował** to 3.0 weźmie więcej, ale testy są robione przy spokojnej*

jeździe. [FS – f]; *Mam w swoim motorze PODRÓBĘ Hondy dax, która bez żadnego odblokowywania ciśnie 70 (i więcej, ale mi jej szkoda **pałować**)*. [MO – f]; *Przy ostrym **pałowaniu** potrafiła wziąć nawet 15 litrów [KA – o(~t)]; do 40km/h? eee.. można **pycić** szybko, dużo szybciej 🍷* [FS – f]; *Ale co z tego, skoro światła są tak zestrojone, że aby jechać bez zatrzymania trzeba **pycić** 110-120kmph, albo...30kmph* [FS – f]. Pierwsze z określeń odnosi się zarówno do eksploatacji samochodu, jak i szybkiej jazdy, natomiast drugie – *pycić* – jest wykładnikiem poruszania się z dużą prędkością.

Wszystkie wymienione czasowniki funkcjonują tylko w tej postaci, bez jakiegokolwiek dookreślenia dopełnieniem. W wypadku wszystkich użyć powyższych leksemów, możemy zaobserwować duże nasycenie potocznością, a także inspiracje slangiem młodzieżowym.

Przeciwieństwem nadmiernej szybkości jest *emerycka jazda*, wartościowana jednoznacznie negatywnie (por. np. młodzieżowe określenie *emeryckie adidaski* – ‘śmieszne, niemodne buty’ [NSGU]). Wyrażenie *emerycka jazda* odwzorowuje słabe właściwości techniczne pojazdu, a także sposób zachowania kierowcy (jazda mało dynamiczna, zbyt powolna), por. *Ten bez turbiny to prakycznie ledwie się toczy. Emeryt może będzie z niego zadowolony 😊* [MO – f]). Konteksty użycia pokazują następujące przykłady: *Golf 1.6 to muł który pali po 10-12 litrów przy **emeryckiej jeździe**, Mondeo Mk3 za 10k będzie ciężko znaleźć* [FS – f]; *mowa tu w oby przypadkach o normalnej jeździe (nie żadna **emerycka jazda**)* [MO – f]; *Cena nie jest wygórowana, awaryjność żadna, a do tego mało pali. Przy **jeździe emeryckiej** udało mi się osiągnąć wynik 3,5l/100km 😊* [M – f]. Należy zauważyć, że leksem nie funkcjonuje jako stały utarty zwrot, możliwa jest przestawność członów w jego obrębie. Podobne właściwości semantyczne ma czasownik *dziadkować*, będący neologizmem słowotwórczym: *Fajne auto, ma dobre opinie. Polecam 2.0d, po programie auto robi 7.5s do setki i nadal pali 8l w miescie bez **dziadkowania*** [FS – f]; *Zresztą nie ma sensu **dziadkować**, lepiej jeździć normalnie i nie przegrzać niż zamulać silnik* [MO – f]. Obydwa wyrażenia metaforycznie odnoszą się do spotykanego na drogach sposobu jazdy osób starszych, jeżdżących rzadko i ostrożnie, a przez to wolno i niezbyt energicznie, co przez wielu uczestników ruchu drogowego jest krytykowane.

Wszystkie powyższe określenia, obrazujące zbyt szybką lub zbyt powolną i mało dynamiczną jazdę, są dwoma dychotomicznymi grupami, będącymi przeciwieństwem normalnej, spokojnej jazdy. Warto podkreślić duże nasycenie słownictwem potocznym oraz neologizmami znaczeniowymi. Wariantywność (np. dodawane przedrostki, różne aspekty czasowników) i różnorodność używanych określeń przekonują o potencjalnej możliwości

dalszego rozbudowywania pola wyrazów dotyczących sposobów określania zbyt szybkiej jazdy.

8. Kombiak, gleba i szlif – jedna nazwa, różne znaczenia w kategoriach *auto* i *moto*

Proste są dla szybkich samochodów.

Zakręty – dla szybkich kierowców.

Colin McRae

Osobnemu wyodrębnieniu podlegają leksemy, które posiadają odmienną semantykę, w zależności od kontekstu samochodowego lub motocyklowego. Podstawą ich derywacji bywają inne wyrazy, a ich współwystępowanie w wielu ujęciach powoduje, że najważniejszą rolę w ich zrozumieniu pełni kontekst użycia. Funkcjonowanie homonimów nie zakłóca komunikacji między użytkownikami, co świadczy o zaangażowaniu i znajomości rzeczy grupy osób zainteresowanych motoryzacją.

Określeniem pojawiającym się często na forach motoryzacyjnych jest wyraz *szlif*, używany w różnych odniesieniach semantycznych. Pierwszym z nich jest określanie w ten sposób wypadku motocyklowego (*szlif* jako zetknięcie z nawierzchnią, starcie z asfaltem): *miałam lekkiego szlifa na nim i jakos tam z dystansem juz podchodziłam...* [M – f]; *No i mieli szlif* [M – f]. Leksem ten, zazwyczaj w liczbie mnogiej – *szlify*, używany jest w odniesieniu do nabywania pierwszych umiejętności w dziedzinie motoryzacji, np.: *To tym samochodem Małysz zdobywał pierwsze rajdowe szlify* [A – a]; *Nasi młodszy kierowcy, startując razem z doświadczonymi, mają szansę zdobyć szlify* [FS – f]. Zdobywanie umiejętności wiąże się także z budowaniem doświadczenia i doskonaleniem się w danej dziedzinie. Innym znaczeniem wyrazu *szlif* jest używanie go jako terminu technicznego (w lp. lub lmn.), pochodzącego od czynności *szlifowania*, czyli obróbki wykończeniowej za pomocą narzędzi ściernych. Proces ten dotyczy elementów wyposażenia samochodu (np. wału, głowicy, cylindrów itp.): *Do tego dochodzi pewnie szlif wału* [FS – f]; *A może by tak cylindry na szlif* [FS – f]. Zaobserwowane różnorodne sposoby wykorzystania terminu *szlif* (dosłowne lub metaforyczne) ukazują funkcjonalność tego słowa i możliwość zastosowania do wielu płaszczyzn terminologii motoryzacyjnej.

Związanym z pierwszym znaczeniem leksemu *szlif* jest wyraz *parkingówka*, czyli upadek motocykla przy niewielkiej prędkości (np. przy wjeździe do garażu, na parking) lub w pozycji nieruchomej: *Ja swoją "parkingówkę" zaliczyłam na wjeździe do garażu i tylko przez chwilę próbowałam ją utrzymać, później tylko zdążyłam odskoczyć* [M – f]; *Która z nas w swojej karierze kierowcy motocykla nie zaliczyła tzw. parkingówki?* [M – a]. Ważną rolę w tym aspekcie odgrywają porady i wskazówki dotyczące sposobu podniesienia motocykla po upadku. Istotny jest fakt, iż w przypadku właścicieli samochodów termin ten odnoszony jest najczęściej do drobnych stłuczek, zazwyczaj zderzenia aut na parkingu (przy wjeżdżaniu na miejsce parkingowe i wyjeżdżaniu z niego): *na szczęście zwykła parkingówka z kims kogo znalazłem a że miał naware więc i tak podejrzewam że taniej będzie z ubezpieczenia, poszedł zderzak reflektor przedni i odprysnął lakier z błotnika...* [FS – f]. Nazwa w tym przypadku jest skorelowana przede wszystkim z miejscem zdarzenia, ale odnosi się też do wolnej prędkości pojazdu.

Groźniejszym wypadkiem motocyklowym jest tzw. *zaliczenie gleby*, czyli przewrócenie się na ziemię w trakcie jazdy (wyrażenie powszechne, pochodzące z leksyki potocznej): *Bieżący sezon jest moim pierwszym, choć glebę zaliczyłam mając lat kilkanaście (stąd chyba taka długa przerwa :-/)* [M – f]; *no i chyba lepiej używkę bo jednak brudasy (przynajmniej w moim wykonaniu) często glebę zaliczają, szkoda nowego moto;-)* [M – f]. Wyraz *gleba* w slangu motoryzacyjnym również jest wieloznaczny, w przypadku leksyki związanej z autami oznacza niskie zawieszenie w samochodzie: *Osobiście mi się trochę nie podoba ale jakby zrobić glebę i poszerzyć trochę to całkiem fajne autko* [FS – f]; *Wrzucasz ładne koło, ciemne szyby, lekka gleba i już ładnie się prezentuje* [FS – f]; *sporo większe auto, podsterowne przy szybszym braniu zakrętów. Niedługo będzie gleba to się trochę poprawi 😊* [AC – f]. Przykład ten obrazuje neosemantyczne użycie wyrazów i polisemię nominacyjną.

Miłośnicy motoryzacji wielu leksemów używają w różnych użyciach, co nie zaburza ich wzajemnej komunikacji, a dodatkowo świadczy o wieloaspektowej funkcjonalności nazw. Przykładem takiej homonimii mogą być wyrazy *kombiak* i *kombi*, mające dwa znaczenia (w zależności od użycia w kontekście samochodowym lub motocyklowym). Dla posiadacza motocykla *kombiak* to potoczny skrót od kombinezonu, czyli nieodzownego elementu wyposażenia każdego motocyklisty: *Zastanawiam się nad Modeką, mają teraz w nowej kolekcji fajny kombiak skórzany z takimi kobiecymi wzorkami* [M – f]. Wyraz funkcjonuje także bez sufiksu słowotwórczego *-ak* (choć w tej formie rzadziej, co świadczy o potencjale i powszechności sufiksu): *"Siedziałam" już w kilku kombi i przyznam szczerze, że jednoczęściowe kombi Dainese to jest to* [M – f]. Natomiast użytkownicy samochodów

słowa *kombiak* lub *kombi* określają typ nadwozia samochodu (wydłużona tylna część z przeznaczeniem na bagażnik): *Może być hatchback, sedan, albo coupe :-P Byle nie kombiak* xD [FS – f]; *Volvo miałam i to naprawdę świetne samochody - kombi raczej nie:P* [FS – f]. Wśród użytkowników samochodów sytuacja jest odwrotna – dominującym określeniem jest wyraz *kombi*, co jest faktem oczywistym ze względu na prymarność tej nazwy (*kombiak* jest zatem wyrazem od niej derywowanym). Innymi synonimicznymi określeniami kształtu nadwozia *kombi* jest forma z sufiksem *-ik*, czyli *kombik* oraz zdrobnienie *kombiaczek*, np.: *Takim dużym kombiaczkiem teraz popylasz?* [AC – f]; *kwestia gustu, mi sie bardzo podoba 😊 i glownie oczywiscie mowie o kombiaczku 😊* [MP – f]; *ahhh, ten kombiaczek "miodzio", sedan jakoś mi nie podchodzi, ten tył jakiś dziwny* [MP – f].

Dostrzegalna homonimiczność i polisemiczność wymienionych leksemów świadczy o uniwersalności zasobu leksykalnego i wielorakich możliwościach jego wykorzystania. Dwoistość znaczeniowa w kontekście samochodów i motocykli jest wykładnikiem różnorodnych kierunków derywacji i motywacji nazewniczej. Wieloaspektowe funkcjonowanie powyższych określeń czyni z kontekstu wypowiedzi decydujący czynnik interpretacyjny.

9. Popularność konstrukcji *w + miejscownik*

Popularność jednej konstrukcji opartej na przyimku jest uobecniata w różnych odmianach języka środowiskowego. Magdalena Bartłomiejczyk wskazuje na uniwersalność przyimka *na* w języku kierowców autokarów, a sposób jego użycia można uznawać za niepoprawny w języku ogólnym (np. *jeździć na turystyce; na aucie; na pusto*) [Bartłomiejczyk, 2012a: 200-201]. Badaczka wskazuje także obecność identycznego zjawiska w badaniach Ewy Kołodziejek, skupionych na gwarze marynarskiej [Bartłomiejczyk, 2012a: 201], np. *pływać na Afrykę, stać na kotwicy* [Kołodziejek, 1994: 48-49]. W przypadku leksyki motoryzacyjnej analogiczną popularność posiada konstrukcja *w + miejscownik*. Niektóre z poniższych grup określeń zostały już wymienione w odpowiadających im fragmentach rozdziału, inne pojawiają się po raz pierwszy w tym miejscu. Obecność przytoczonych już wcześniej przykładów jest podyktowana uwzględnieniem wszystkich najczęściej występujących konstrukcji przyimkowych, nie wymaga dodatkowej analizy. Nadrzędnym kryterium podziału były zbiorcze kategorie wyrazów, odnoszących się do konkretnej charakterystyki pojazdu. Wśród takich głównych zbiorów indeksujących słownictwo można wymienić następujące wartości:

A. Rodzaj paliwa [zob. IV – 5.1.]:

- w benzynie/benzynce/benie: *ps.osobiscie mam prawko 2,5 roku , i jezdzielam juz e46 2.0 w benzynie* [FS – f]; *Mam służbową Vectre z 2000r w benzynce.* [KA – o(~t)]; *Ja bym kupił w benie i samemu założył.* [FS – f];
- w dieslu: *Chcialbym zeby byl on w sedanie , troche dluzszy , najlepiej w dieslu, myslalem nad Volvo S40 , Passatem B5 , Audi A4 lub Mercedesem okularzem .* [FS – f];
- w gazie: *Jeżeli chodzi o vectre, sam mam 1.8 w gazie '00, dostępność części ogromna, wybór cenowy również* [MP – f].

B. Rodzaj skrzyni biegów [zob. IV – 5.2.]:

- w manualu: *Szukałem silnika 2.0 150km ale do kwoty ok 35 tys trudno coś znaleźć w manualu.* [FS – f];
- w automacie: *Miałem okazję jeździć Calibrą 2.0 w automacie 115km i żadnej rewelacji nie ma.Co innego silnik 2.0 ale 16V.* [MO –f].

C. Rodzaj nadwozia:

- w sedanie: *To ile powinno kosztować wg. Ciebie porządne e36 318i/318tds w sedanie???* *Bo 6 tysięcy to i tak dużo według mnie.* [FS – f];
- w kombiku: *Zamiast Octavii zastanawiam się nad fabią w kombiku, trochę mniejsza, ale nie za mała. Albo faktycznie ta astra.* [FS – f];
- w hatchbacku: *Kupiłem Escorta 1.8 16v 1993rok w Hatchbacku ale pojawił się problem, auto zarzuca tyłem (...)* [MO –f].

D. Rodzaj karoserii, alternatywnie – określenie nadwozia [zob. IV – 5.3.]:

- w (większej, innej itp.) budzie: *Teraz szukam czegoś w większej budzie i koniecznie w gazie.* [FS – f]; *Ale w tej budzie tak czy tak 100KM już jakoś jedzie 🤔* [MO – f].

E. Segment (klasa) samochodu:

- w segmencie (A, B, C, D, E): *No to w takim razie mam nadzieje, że nowy Cee'd i i30 powalczą w tym segmencie bo są to auta (zwłaszcza Cee'd) bardzo urodziwe.* [AC – a]; *Tak jak w temacie, poszukuje auta w segmencie B lub C w cenie do 11tys.* [FS – f]; *W segmencie A mają Pandę, dla ludzi, którzy lubią modne autka jest 500-ka, gdzie tu miejsce dla nowego "malucha"* [MO – f].

Podział na segmenty jest powszechną i znaną kategoryzacją samochodów. Zasadność i kryteria podziału na poszczególne segmenty opisuje Jacek Łęgiewicz: „Realia marketingowe wymusiły podział samochodów na tzw. segmenty rynkowe, czyniąc właśnie z kształtu i wielkości nadwozia, definiowanej długością i rozstawem osi, główne jego kryterium. Segmenty (klasy) oznacza się literami alfabetu (A, B, ...), symbolami

alfanumerycznymi (M1, M2, ...) lub określa opisowo (segment kompaktowy, klasa średnia, ...). Systematyka ta ma zawsze charakter przybliżony i umowny, służąc jedynie uporządkowaniu pojęć” [Łęgiewicz, 2006: 12]. Zgodnie z przytoczonym wyjaśnieniem, popularnym określeniem jest uniwerbizm *kompakt (samochód kompaktowy)* i analogiczna z powyższymi realizacja *w kompakcie: Wreszcie jakiś porządny niewielki sedan. Bagażnik 425 litrów to więcej niż w kompakcie i brak tej wielkiej klapy... [AC – k]; Jeśli nie musisz mieć bardzo dobrych osiągnięć to 1.6 powinien ci wystarczyć - ma 100 koni i w kompakcie da radę [FS – f].*

F. Wartość materialna pojazdu:

- *w (tych) pieniądzech: Fiat Croma 1.9Mjet 120km lub 150km Fajne autko powinienes w tych pieniądzech coś znaleźć [FS – f]; Mysle,ze na placu boju pozostaje volvo,opel i accord. Tylko czy w tych pieniądzech znajde sensowna honde? [FS – f]; Ja jak kupowałem autko to tak właśnie zrobiłem nie sugerowałem się marką szukałem czegoś jak najbardziej zadbanego i w dobrych pieniądzech... [FS – f];*
- *w (tym) budżecie: Do kwoty 5 tys zł ekonomicznym i zarazem mało awaryjnym samochodem będzie Lanos lub Fiat Brava. Na tych modelach na pewno się nie zawiedziesz i zmieścisz w podanym budżecie. [MP – f]; Wogóle ja bym Astry nie odrzucał,w tym budżecie masz dużą szanse na znalezienie egzemplarza od Iwłaściciela z oryginalnym przebiegiem. [FS – f]; żadnego Mk2 nie kupi w tym budżecie, Mk1 tak i silnik 2.5 V6 dobrze znosi gaz jako jedyny.. [FS – f].* Określenie *w tych pieniądzech* powstało na wzór innych określeń wyrażających cenę, np. *w tej kwocie, w tej cenie, w tym budżecie.*

Wymienione przypadki użycia konstrukcji przyimkowej *w + mianownik* potwierdzają jej powszechność i możliwość dalszego rozbudowywania takiej formy wypowiedzi. Należy podkreślić, że większość przytoczonych realizacji jest niepoprawna pod względem gramatycznym, co potwierdza wspomnianą tendencję do używania nieprawidłowych konstrukcji na gruncie innych odmian leksyki socjolektalnej.

10. Innowacyjność lub powtarzalność nazw

Obszar zanalizowanej leksyki określił podstawowe kategorie tematyczne związane z głównymi polami zainteresowania użytkowników portali motoryzacyjnych. Różnorodność określeń, ich sposobów derywacji i statusu językowego wskazuje na wielorakie źródła nominacji i leksyki będącej podstawą derywacji.

Warto raz jeszcze podkreślić współnoodmianowość różnych płaszczyzn języka motoryzacyjnego i ich wzajemne przenikanie się. Dowodem na to jest uniwersalność wielu leksemów, używanych zarówno przez hobbystów motoryzacyjnych, jak i zawodowych kierowców, taksówkarzy, użytkowników CB-radia i inne osoby związane z tą branżą. Duża grupa przedstawionych leksemów funkcjonuje w szerszym kontekście komunikacyjnym, część z nich na stałe weszła do języka ogólnego.

Istotną płaszczyzną powtarzalności nazw jest występowanie niektórych leksemów we wcześniejszych pracach dotyczących motoryzacji [Starzec, 1984; Żydek-Bednarczuk, 1987]. Fakt ich obecności w przytoczonych pracach świadczy o ich językowym utrwaleniu i funkcjonalności mimo dynamicznego rozwoju motoryzacji na przełomie wieków. Również kontekst leksykograficzny jest przykładem rozpowszechnienia wielu derywatów.

Wszystkie przytoczone konteksty dowodzą istnienia specyficznego języka motoryzacji, klasyfikowanego tematycznie. Należy jednak podkreślić, że niektóre wyrazy w innych sposobach użycia mają odmienne znaczenia. Można tutaj wskazać socjolekt paralotniarski [Pędzich, 2012], czyli język innej grupy hobbystycznej, rozwijający się na gruncie literatury fachowej oraz w przestrzeni internetowej. Występowanie określonych wyrazów w różnych kontekstach jest przejawem dostosowywania leksyki do konkretnej dziedziny, a także dowodem wzajemnej motywacji i inspiracji tworzonego słownictwa. Drugim interesującym źródłem korelacji i powiązań jest slang młodzieżowy, w sposób istotny rozbudowujący leksykę. Obecność wielu potocznych wyrazów w języku młodych ludzi dowodzi niezwykłego potencjału i kreatywności twórców nowych określeń. Wielość i wymiennosc nazw świadczy o dalszych możliwościach wzbogacania leksyki.

Przeciwnym polem znaczeniowym są określenia specyficzne wyłącznie na gruncie hobbystycznych portali motoryzacyjnych, nieodnotowane w żadnych innych źródłach. Są one dowodem nieustannego rozbudowywania słownictwa motoryzacyjnego, idącego w parze z ekspansywnym rozwojem motoryzacji. Skupienie na dziedzinie własnych zainteresowań objawia się emocjonalnością i ekspresywnością wypowiedzi, co skutkuje znaczną ilością wyrazów nacechowanych. W tym względzie dużą rolę odgrywa również aksjologizacja, decydująca o pozytywnym lub pejoratywnym wartościowaniu. Jej wykładnikiem jest tendencja do deminutywności lub augmentatywności, a co za tym idzie – powstawania obocznych form z różnorodnymi formantami.

11. Podstawowe cechy leksyki motoryzacyjnej – podsumowanie i wnioski

Przeprowadzona analiza leksyki motoryzacyjnej zaczerpniętej z portali internetowych dotyczących motoryzacji uwidoczniła szeroką gamę zabiegów językowych i procesów nazewniczych. Wśród najpowszechniejszych właściwości socjolektu motoryzacyjnego można wymienić (podaję przykładowe realizacje cech, wybrane z dużej grupy przykładów):

- dążenie do skrótowości, np. nazwy elementów pojazdu – *alумы/alusy, amory, kiera, klima*; nazwy marek: *merc, lambo, pug*.
- neosemantyzację (w znacznej części – metaforyczne rozszerzenie znaczenia), np.: określenia samochodu i motocykla – *skarbonka, mieszczuch, bolid, wehikuł*; inne: *plecak, stajnia, lifting*. W tej grupie warto wspomnieć o przedrostkach niosących nowe znaczenie: *najechać, nakręcić, objeździć, ujeżdżać*.
- neologizmy, np. określenia pojazdu – *wycieczkowóz, zakupowóz, zbyt szybka jazda – pałować, pycić*; inne: *swap, przedlift/polift*.
- metaforyzację (łączona z innymi właściwościami): nazwy pojazdów – *rumak, machina, kolos, bestia, potwór*.
- uniwersalizację, np. funkcja pojazdu – *osobówka, terenówka, dostawczak*; stan używania pojazdu – *używka, nówka, salonówka*; ilość drzwi w samochodzie – *dwudrzwiówka, pięciodrzwiówka*; rodzaj napędu – *czterolap*, rodzaj skrzyni biegów – *automat, manual*.

Artur Rejter (na podstawie badań prasy drugiej połowy XX wieku) wysnuwa wniosek o dużej produktywności tego typu derywacji, której powodami są ekonomiczność oraz pojemność semantyczna. Główną techniką uniwersalizacji w zakresie polszczyzny medialnej jest sufiksacja [Rejter, 2011: 315]. Analiza leksyki z obszaru tematycznego motoryzacji potwierdza te tendencje i jest dowodem dalszego poszerzania się liczby formacji zuniwersalizowanych.

- animizację i antropomorfizację, np. metaforyka medyczna, słownictwo związane z jedzeniem i piciem, krąg tematyczny zmęczenia i przemocy fizycznej, silnik – *serce*; imiona pojazdów – IV – 4.2.7.
- deminutywność – *auteczko, silniczek, pereleczka*.
- wielość nazewniczą (rozbudowywanie zakresu tematycznego) – różnorodność określeń samochodów i motocykli – IV – 4.1.
- wieloznaczność (homonimia i polisemia) – *gleba, kombiak, parkingówka, szlif*.
- wartościowanie pozytywne i negatywne – określenia pojazdów – IV – 4.1.; grupa nazw marek i modeli pojazdów – IV – 4.2.

- nowe ekspresywizmy (często za pomocą sufiksów) – *mechanior, gazor, maleństwo, skarb, cacko*.

Rola ekspresywności w obserwowanej leksyce jest znaczna, co stanowi potwierdzenie, że „ekspresja jest niezwykle istotnym elementem komunikacji międzyludzkiej w jej wymiarze nominacyjnym” [Rejter, 2006: 59]. W wypadku słownictwa motoryzacyjnego właściwość ta dotyczy przede wszystkim określeń wartościujących pozytywnie lub negatywnie pojazd. Grono miłośników motoryzacji uosabia tendencję do personifikacji własnych pojazdów, werbalizując całą gamę uczuć z nimi związanych. Taki sposób waloryzacji przedmiotu nawiązuje do procesu afirmacji, czyli wyrazistej oceny dodatniej danego elementu rzeczywistości pozajęzykowej [Rejter, 2006: 193].

Wymienione właściwości leksyki motoryzacyjnej stanowią produktywny zakresy rozbudowywania słownictwa. Kategorie tematyczne przedstawione w niniejszym rozdziale zarysowują kilka podstawowych cech leksyki motoryzacyjnej. Przede wszystkim zauważyć można terminy będące neosemantyzmami, najczęściej zapożyczonymi z języka ogólnego lub innych sfer polszczyzny, ale też tworzonymi na potrzeby użytkowników samochodów/motocykli. Charakterystyczną cechą jest także bogactwo i polisemia nazewnicza, sprofilowana grupowo lub indywidualnie, świadcząca o wymienności wielu leksemów oraz kreatywności użytkowników portali. Nie można pominąć określeń waloryzujących, wyzyskujących pozytywne lub negatywne nacechowanie emocjonalne. Ważnym rozróżnieniem jest także innowacyjność lub powtarzalność nazw. Należy podkreślić, iż wymienione grupy tematyczne stanowią jedynie reprezentatywny przykład rozbudowanej i zróżnicowanej leksyki motoryzacyjnej, a przedstawiony materiał nie wyczerpuje w pełni zagadnienia.

ZAKOŃCZENIE

Analiza wybranych portali motoryzacyjnych dowiodła, że serwisy te funkcjonują jako wielowątkowe i wieloaspektowe zbiory treści, zamieszczanych przez twórców witryn oraz użytkowników. Funkcjonowanie portali ogólnych (bez wyszczególnionego adresata, ale w obliczu panujących przekonań ich odbiorcami są głównie mężczyźni) oraz portali przeznaczonych dla kobiet w wielu elementach potwierdziło ich odmienność. Żeńskie sprofilowanie nadawcy i odbiorcy świadczy o chęci i potrzebie istnienia tematyki motoryzacyjnej w życiu kobiet i podejmowaniu przez nie tych zagadnień z damskiej perspektywy, podkreślającej wątki istotne dla nich (np. macierzyństwo czy uroda). Portale kobiece są także polem walki ze stereotypami oraz środkami rozbudowywania i popularyzowania wiedzy motoryzacyjnej wśród przedstawicielek płci żeńskiej.

Wymienność ról nadawcy i odbiorcy w dużej mierze konstytuuje specyfikę portali, traktowanych przeze mnie jako przestrzenie komunikacyjne. Kontekst właściwości języka Internetu i interakcji zapośredniczonych komputerowo znacznie wpływa na jakość tworzonych komunikatów. Ważną rolę odgrywa tutaj przede wszystkim anonimowość, dająca użytkownikom całkowitą swobodę wypowiedzi i możliwość ukrycia swojej prawdziwej tożsamości. Należy w tym miejscu podkreślić zjawisko *gender-switching*, czyli możliwość wirtualnej zmiany płci. Z powodu niemożności weryfikacji danych użytkowników można jedynie wskazać prawdopodobne kierunki tego procesu: kobiety mogą kreować się jako przedstawiciele płci męskiej na portalach ogólnych (w celu uniknięcia stereotypowego postrzegania oraz możliwości prezentacji własnej wiedzy) lub – odwrotnie – mężczyźni mogą ukrywać swoją płć na portalach przeznaczonych dla kobiet (z uwagi na chęć asymilacji w grupie i budowania więzi). Przedstawione kierunki zmian mają jedynie wartość hipotetyczną.

Budowa formalna i elementy składowe portali motoryzacyjnych zarysowały dwa główne profile: użytkowy i hobbystyczny, wyrażane różnymi sposobami. W praktyce profile te współwystępują i wzajemnie się przenikają. Ich realizacją są określone gatunki i działy serwisów internetowych. Wzajemne przenikanie różnych gatunków mowy jest wykładnikiem transgresyjności generycznej portali motoryzacyjnych. Elementem kondensującym przesunięcia gatunkowe są artykuły, zawierające różnorodną strukturę formalną.

Analiza wybranych portali motoryzacyjnych uwypukliła podstawowe zagadnienia, istotne z punktu widzenia tematyki samochodowej i motocyklowej oraz wielokrotnie poruszane w obrębie ww. serwisów. Zawartość i przeznaczenie portali wskazały dwa konteksty

teoretyczno-metodologiczne. Ich analiza została przeprowadzona jako odrębne, niezależne perspektywy badawcze, umożliwiające jednakże spójne i integralne przedstawienie problematyki motoryzacyjnej.

Rozważania oscylujące wokół zagadnień lingwistyki płci dowiodły przekraczania właściwości językowych przypisywanych danej płci w kontekście tematyki samochodowej i motocyklowej. Dziedzina motoryzacji jawi się zatem jako pole możliwości unifikacji płci na rzecz zogniskowania uwagi na temacie. Dużą rolę odgrywa tutaj sposób funkcjonowania motoryzacji w życiu użytkowników – dla wielu z nich jest to hobby i zamiłowanie. Tematyka samochodowa i motocyklowa stanowi obszar przekraczania właściwości językowych kobiet i mężczyzn. Najbardziej wyrazistymi przesunięciami w tym zakresie jest emocjonalność i ekspresywność języka mężczyzn (czyli cechy przypisywane kobietom) oraz fachowość i profesjonalizm kobiet (charakterystyczne dla mężczyzn). Nie można jednak pominąć faktu, że duża ilość wypowiedzi potwierdza właściwości przypisywane przedstawicielom konkretnej płci w pracach z zakresu tej dziedziny badawczej. Dowodem tego jest większość opisanych cech, niektóre z nich są wzmocnione i wyostrzone (np. kobiecy świat kolorów, zawarty w postaci wizualnej strony oraz w zamieszczanych treściach).

Deprecjacja kobiet względem mężczyzn i asymetria rodzajowo-płciowa jest widoczna w różnych aspektach językowych. Można tutaj wymienić poziom gramatyczny, słowotwórczy oraz frazeologię i przysłowia. Widoczna waloryzacja mężczyzn, której najpowszechniejszym wykładnikiem jest deprecjacja kobiet, jest widoczna również w literaturze, obiegowych stereotypach czy dowcipach.

Nie ulega wątpliwości, że problematyka stereotypów płciowych znajduje swoje odzwierciedlenie na portalach motoryzacyjnych. Zdecydowanie przeważający i jednoznacznie pejoratywny jest wizerunek kobiety kierowcy, składający się z różnych elementów negatywnie wartościujących kierowców płci żeńskiej. W skład stereotypu kobiety jako słabego kierowcy wchodzi m.in. następujące składniki: mylenie kierunków prawo/lewo, zbyt wolna jazda, problemy z parkowaniem, wykonywanie makijażu i rozmowa przez telefon podczas jazdy. Wszystkie zachowania kobiet na drodze skutkują nie tylko postrzeganiem ich jako złych czy słabych kierowców, ale także uznawaniem ich za czynnik zagrożenia dla bezpieczeństwa ruchu drogowego. Stereotyp płciowy w przypadku mężczyzn budują m.in. prowadzenie pojazdu po spożyciu alkoholu i zbyt szybka, brawurowa jazda. W powszechnym odczuciu społecznym mężczyźni są jednak uważani za lepszych kierowców od kobiet, a wymienione cechy zbytnio nie zakłócają tego wizerunku. W kontekście tematyki motocyklowej różnice płciowe nie są w znaczącym stopniu widoczne. Należy jednak

podkreślić fakt, że część przykładów świadczy o unifikacji płci w zakresie motoryzacji i przełamywaniu negatywnych uprzedzeń i opinii. Dowodem tego jest sprzeciw mężczyźni wobec płciowej kategoryzacji kierowców, ich wypowiedzi odnoszące się do równego statusu kobiet i mężczyzn na drodze, a także wzajemna, niezakłócona barierą płciową, komunikacja między przedstawicielami obu płci na portalach motoryzacyjnych. Powyższe przykłady świadczą o istnieniu jednej płci w świecie samochodowym i motocyklowym – płci dobrego kierowcy.

Analiza leksyki socjolektu motoryzacyjnego wykazała najbardziej charakterystyczne i typowe obszary tematyczne istotne dla miłośników motoryzacji. Wskazane subpola leksyki motoryzacyjnej charakteryzują się wysoką frekwencją i produktywnością w obrębie portali. Ilość przykładów sygnalizuje możliwość rozbudowywania przedstawionego obszaru tematycznego. Można tutaj wskazać m.in. nazwy marek i modeli pojazdów, określenia samochodów i motocykli, leksykę dotyczącą rzeczywistości drogowej i użytkowania pojazdu, wyrażenia oznaczające zbyt szybką jazdę, grupę zawodów związanych z motoryzacją czy elementy pojazdów. Uwzględnianie kontekstu gramatycznego zakreśliło najbardziej produktywne sposoby wyrażania: zdrobnienia i spieszczenia, neologizmy, neosemantyzmy czy zapożyczenia. Porównanie leksyki motoryzacyjnej występującej na portalach hobbystycznych z innymi pracami dotyczącymi motoryzacji [Starzec, 1984; Żydek-Bednarczuk, 1987] potwierdziło zmiany znaczeniowe lub ciągłość semantyczną określonych leksemów. Przywołanie kontekstu innych odmian środowiskowych w niektórych ujęciach (np. leksyki paralotniarskiej i marynarskiej) dowiodło możliwości użycia jednego wyrazu w różnych funkcjach znaczeniowych, w zależności od obszaru tematycznego. Istotnym odniesieniem były definicje słownikowe, wskazujące szersze funkcjonowanie niektórych leksemów lub zmiany semantyczne na gruncie języka motoryzacyjnego.

Wyekscerpowanie leksyki motoryzacyjnej zakreśliło różnorodność obszarów pozyskiwania słownictwa. Można tutaj wymienić tworzenie neologizmów i neosemantyzmów, adaptowanie słownictwa ogólnego, współodmianowość z innymi obszarami leksyki z dziedziny motoryzacji lub innych. Produktywność wielorakich językowych środków wyrażania świadczy o możliwości potencjalnego wielostronnego rozbudowywania analizowanego obszaru leksyki. Warto również podkreślić współwystępowanie leksyki slangowej i słownictwa profesjonalnego, co buduje heterogeniczną grupę użytkowników motoryzacji i różnorodność odmian języka dotyczącego tej dziedziny.

Przeprowadzona analiza wskazała najpopularniejsze tendencje nazewnicze i sposoby nominacji, najbardziej powszechne kręgi tematyczne dotyczące motoryzacji oraz dominujące środki językowe. Sprawia to, że leksyka motoryzacyjna na portalach internetowych posiada różny stopień powszechności i zrozumiałości, przez co świadczy o budowaniu pewnej wspólnoty przez użytkowników tychże serwisów. Dowodem tego jest z jednej strony brak zrozumienia niektórych wyrazów przez internautów poszukujących porady (laików motoryzacyjnych), natomiast z drugiej niezakłócona komunikacja między miłośnikami motoryzacji, wypełniona socjolektalnymi wyrażeniami. Stopień zrozumienia wyrazów charakterystycznych wyłącznie dla osób związanych z dziedziną samochodową lub motocyklową jest proporcjonalny do zaangażowania w tę tematykę i znajomości kwestii technicznych. Płeć nie odgrywa w tym względzie znaczącej roli, dominującym pryzmatem umiejętności nadawczo-odbiorczych są kompetencje komunikacyjne i zainteresowanie motoryzacją. Socjolekt motoryzacyjny występuje w różnych kontekstach użycia, jego specyfika w Internecie związana jest z dużym zagęszczeniem leksyki i z przeważającą jednorodnością grupy komunikacyjnej, co wpływa nie tylko na występowanie obecnego słownictwa, ale także wzmaga jego rozwój i szanse rozbudowywania w przyszłości. Procesy te są wzmocnione przez unikalność wielu form wyrazów, wyzyskiwaną wyłącznie za pomocą ich zapisu.

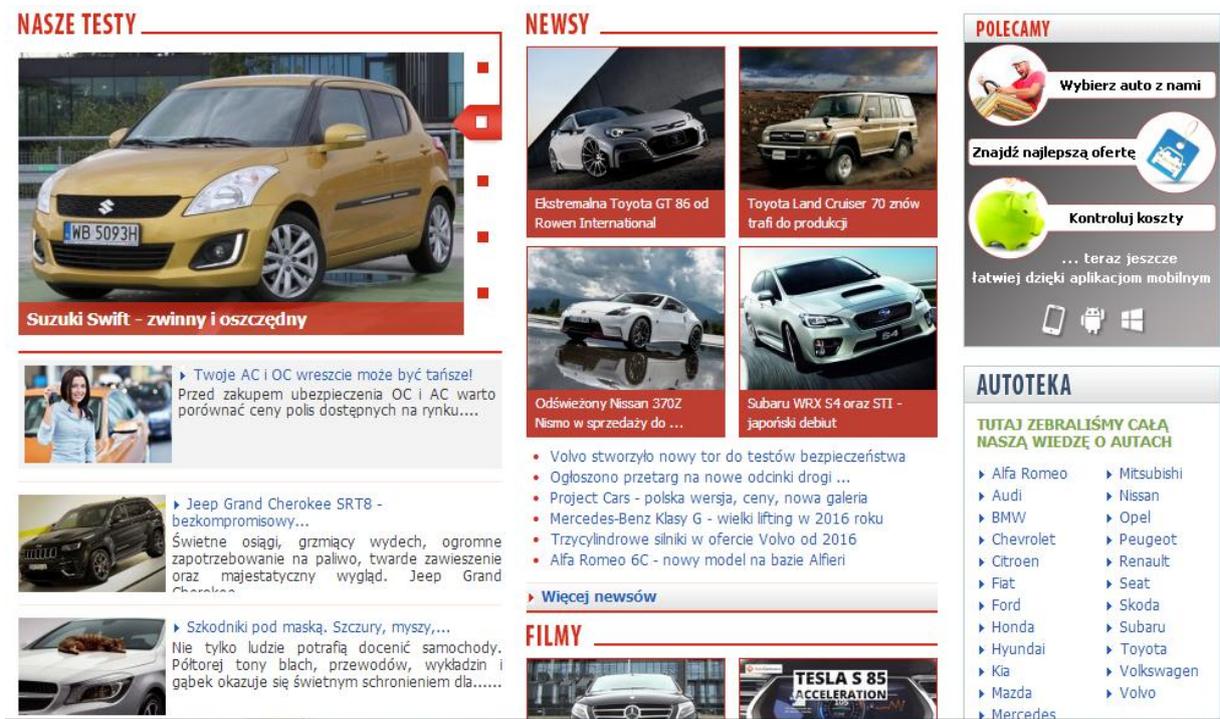
Podział na portale ogólne i portale dla kobiet stał się przyczyną wyostrenia kategorii płci i stereotypów płciowych. Rozwój serwisów kobiecych oraz aktywność kobiet na portalach ogólnych wskazują dynamiczne zmiany społeczne, których obrazem jest wkraczanie kobiet w stereotypowo męską dziedzinę działania i zainteresowań. Taki proces jest nieodzownie skorelowany z walką z negatywnymi stereotypami i pejoratywnym wizerunkiem kobiety za kierownicą. Celem tej walki kobiet jest zrównanie statusu kierowców obu płci oraz ich ocena wyłącznie pod względem wiedzy i umiejętności.

Dwie wymienione perspektywy badawcze umożliwiły wskazanie szerokiego spektrum problematyki prezentowanej na portalach motoryzacyjnych. Moim celem było przedstawienie najbardziej istotnych kwestii związanych z opisywaną tematyką. Złożoność formalna serwisów motoryzacyjnych, wielowątkowość i różnorodność podejmowanych tam zagadnień, jak również sam sposób wzajemnej komunikacji między użytkownikami sprawiają, że niniejsza dysertacja nie wyczerpuje tematu hobbystycznych portali internetowych dotyczących motoryzacji i socjolektu ich użytkowników. Obecność wszystkich przedstawionych wątków (niektórych potraktowanych sygnalnie) miała na celu stworzenie spójnego obrazu w obrębie komunikacji portali motoryzacyjnych.

Material ilustracyjny z portali motoryzacyjnych



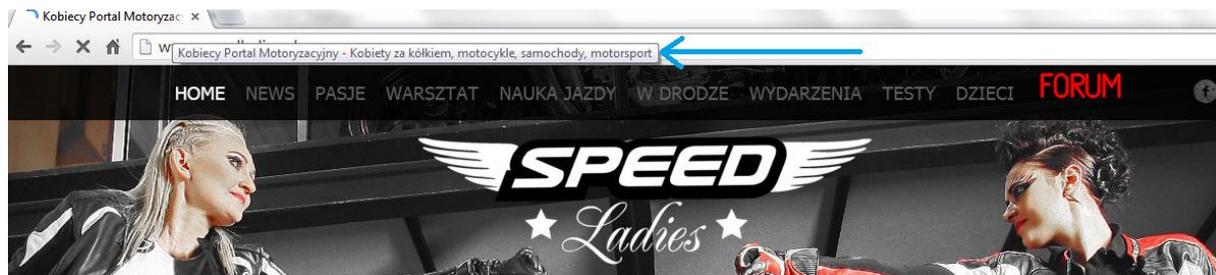
ILUSTRACJA 1. [M]



ILUSTRACJA 2. [AC]



ILUSTRACJA 3. [A]



ILUSTRACJA 4. [SL]



ILUSTRACJA 5. [AC]



ILUSTRACJA 6. [FS]



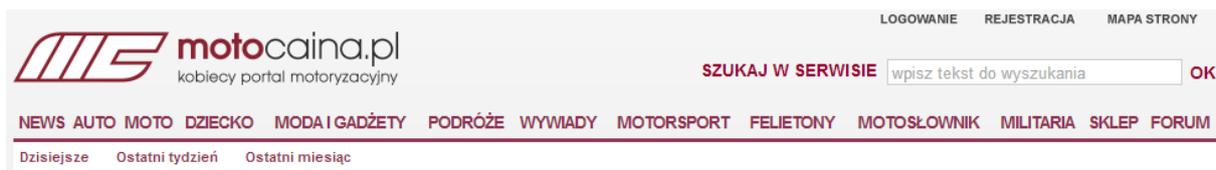
ILUSTRACJA 7. [FS]



ILUSTRACJA 8. [MP]



ILUSTRACJA 9. [MO]



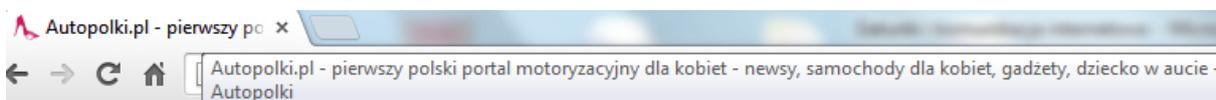
ILUSTRACJA 10. [M]



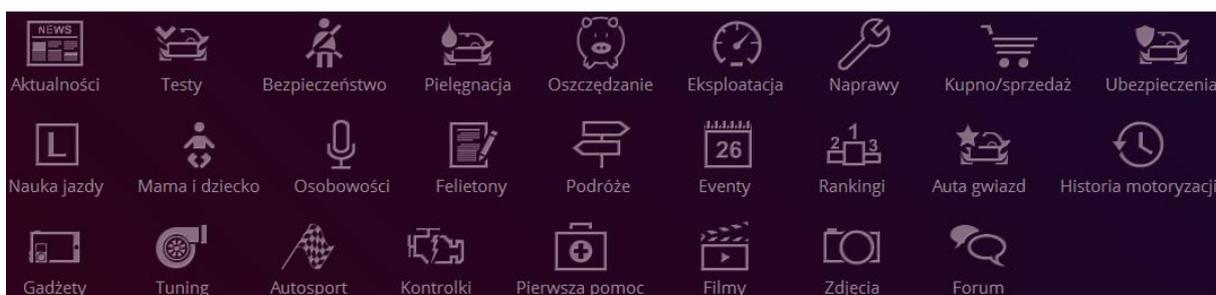
ILUSTRACJA 11. [M]



ILUSTRACJA 12. [M]



ILUSTRACJA 13. [A]



ILUSTRACJA 14. [A]



ILUSTRACJA 15. [KA]



ILUSTRACJA 16. [KA]

Marki

Witamy w wirtualnym Autosalonie. Wybierz markę

- Abarth
- Alfa Romeo
- Audi
- Bentley
- BMW
- Cadillac
- Chevrolet
- Chrysler
- Citroen
- Dacia
- Dodge





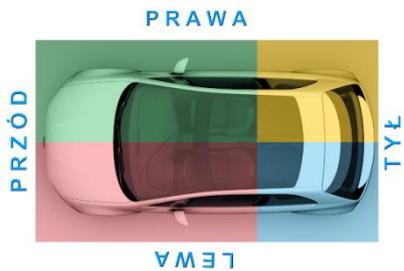








ILUSTRACJA 17. [KA].



ILUSTRACJA 18.



ILUSTRACJA 19. [M]



ILUSTRACJA 20. [M]

[www.forum.samnaprawiam.pl]



ILUSTRACJA 21. [M]



ILUSTRACJA 22. [M]



ILUSTRACJA 23. [M]



ILUSTRACJA 24. [M]



ILUSTRACJA 25. [M]



ILUSTRACJA 26. [A]



ILUSTRACJA 27. [A]



ILUSTRACJA 28. [M]



ILUSTRACJA 29. [M]



ILUSTRACJA 30. [M]



ILUSTRACJA 31. [M]



ILUSTRACJA 32. [M]



ILUSTRACJA 33. [M]



ILUSTRACJA 34. [M]



ILUSTRACJA 35. [M]



ILUSTRACJA 36. [M]



ILUSTRACJA 37. [M]



ILUSTRACJA 38. [M]



ILUSTRACJA 39. [M]



ILUSTRACJA 40. [M]



ILUSTRACJA 41. [M]



ILUSTRACJA 42. [M]



ILUSTRACJA 43. [M]



ILUSTRACJA 44. [M]



ILUSTRACJA 45. [M]



ILUSTRACJA 46. [M]

Fernando Alonso nie zrobi nawet jednego okrążenia, gdy Ty już będziesz miała wysuszone włosy...

Kawa z takiego ekspresu musi mieć w sobie moc!



ILUSTRACJA 47. [M]



ILUSTRACJA 48. [M]



ILUSTRACJA 49. [M]



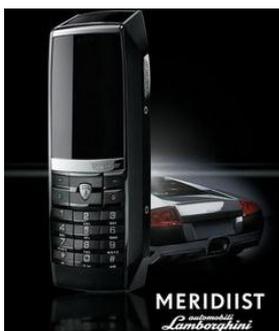
ILUSTRACJA 50. [M]



ILUSTRACJA 51. [M]



ILUSTRACJA 52. [A]



ILUSTRACJA 53. [M]



ILUSTRACJA 54. [M]



ILUSTRACJA 55. [M]



ILUSTRACJA 56. [M]



ILUSTRACJA 57. [M]



ILUSTRACJA 58. [M]



ILUSTRACJA 59. [M]



ILUSTRACJA 60. [M]



ILUSTRACJA 61. [M]



ILUSTRACJA 62. [M]

Barbie typu Harley z 1999 roku



ILUSTRACJA 63. [M]

Barbie typu Harley z 2009 roku



ILUSTRACJA 64. [M]



ILUSTRACJA 65. [M]



ILUSTRACJA 66. [M]



ILUSTRACJA 67. [<http://moto.wp.pl>]



ILUSTRACJA 68.
[<http://moto.wp.pl>]



ILUSTRACJA 69.
[<http://moto.onet.pl>]



ILUSTRACJA 70.
[<http://moto.onet.pl>]



ILUSTRACJA 71.
[pl.wikipedia.org]



ILUSTRACJA 72.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 73.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 74.

[www.renault.pl]



ILUSTRACJA 75.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 76.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 77.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 78.

[<http://allcarslogos.com>]



ILUSTRACJA 79.

[<http://allcarslogos.com>]

Wykaz ilustracji:

- Ilustracja 1. Przykład raportu *big picture* [M].
- Ilustracja 2. Strona główna jako raport *big picture* [AC].
- Ilustracja 3. Portal www.autopolki.pl – logo i działy tematyczne [A].
- Ilustracja 4. Portal www.speedladies.pl – działy oraz informacja na pasku adresu [SL].
- Ilustracja 5. Portal www.autocentrum.pl – główne działy [AC].
- Ilustracja 6. Strona www.forumsamochodowe.pl – główne działy [FS].
- Ilustracja 7. Zestawienie istotnych elementów w jednej grupie na stronie głównej [FS].
- Ilustracja 8. Strona www.moto-portal.pl – główne działy [MP].
- Ilustracja 9. Forum motoryzacyjne www.motomaniacy.com [MO].
- Ilustracja 10. Portal www.motocaina.pl – główne działy [M].
- Ilustracja 11. Kategorie działu *auto* – www.motocaina.pl [M].
- Ilustracja 12. Kategorie działu *moto* – www.motocaina.pl [M].
- Ilustracja 13. Strona www.autopolki.pl – informacja po najechaniu pasku adresu [A].
- Ilustracja 14. Strona www.autopolki.pl – zbiór wszystkich kategorii (dół strony głównej) [A].
- Ilustracja 15. Portal www.kobietaiauto.pl – główne działy i dominująca kolorystyka [KA].
- Ilustracja 16. Portal www.kobietaiauto.pl – kolorystyka i obrazki (dół strony głównej) [KA].
- Ilustracja 17. Fragment działu *AUTOSALON* [KA].
- Ilustracja 18. Podział auta – strona prawa i lewa [www.forum.samnaprawiam.pl].
- Ilustracja 19 i 20. Wykonywanie makijażu i rozmowa przez telefon w czasie jazdy - stereotyp kobiety kierowcy [M].
- Ilustracja 21. Parking dla kobiet [M].
- Ilustracja 22. System autonomicznego parkowania [M].
- Ilustracja 23. Kamera cofania [M].
- Ilustracja 24. Złość i irytacja kierowcy w trakcie jazdy [M].
- Ilustracja 25. Samochód przeznaczony na zakupy – reklama [M].
- Ilustracja 26 i 27. Strona www.autopolki.pl – dominująca pastelowa kolorystyka [A].
- Ilustracja 28. Perfumy firmy Avon [M].
- Ilustracja 29. Perfumy Mercedes [M].
- Ilustracja 30. Kosmetyczka od Jaguara [M].
- Ilustracja 31. Lakier do paznokci Volvo [M].
- Ilustracja 32. Lakier do paznokci Mercedes [M].
- Ilustracja 33. Kolorowe kanistry na paliwo dla kobiet [M].

Ilustracja 34. Kobięce tapicerki samochodowe [M].

Ilustracja 35. Dżinsy Alfa Romeo [M].

Ilustracja 36 i 37. Samochodowe kolczyki [M].

Ilustracja 38 i 39. Bombki choinkowe dla pasjonatów motoryzacji [M].

Ilustracja 40. Kolekcja butów inspirowana samochodami [M].

Ilustracja 41. Szpilki przypominające radiowóz [M].

Ilustracja 42. Reflektory ozdobione rzęsami [M].

Ilustracja 43 i 44. Sofy przypominające Cadillac [M].

Ilustracja 45. Półka na książki Jaguar [M].

Ilustracja 46. Kolekcja mebli Bentleya [M].

Ilustracja 47. Ekspres do kawy inspirowany modelami silników wyścigowych [M].

Ilustracja 48. Suszarka do włosów Ferrari [M].

Ilustracja 49, 50 i 51. Pomysły na ozdobienie drzwi garażu (inspirowane motoryzacją) [M].

Ilustracja 52. Telefon Porsche [A].

Ilustracja 53. Telefon Lamborghini [M].

Ilustracja 54. Telefon Land Rover [M].

Ilustracja 55. Obrączki ze wzorem bieżnika opony [M].

Ilustracja 56. Torty weselne odzwierciedlające pasję motoryzacyjną [M].

Ilustracja 57. Kieliszki dla pary młodej z motocyklowym nadrukiem [M].

Ilustracja 58 i 59. Ślubne tabliczki i magnesy na samochód inspirowane motoryzacją [M].

Ilustracja 60. Seria gadżetów dla niemowląt firmy Kawasaki [M].

Ilustracja 61 i 62. Dziecięcy wózek dla mężczyzn firmy Škoda [M].

Ilustracja 63 i 64. Zmotoryzowane lalki Barbie [M].

Ilustracja 65. Pojazd firmy Ferrari dla malucha [M].

Ilustracja 66. Przykład sportowego samochodu [M].

Ilustracja 67. Mercedes W123 – *beczka* [<http://moto.wp.pl>].

Ilustracja 68. Honda Civic V – *jajko* [<http://moto.wp.pl>].

Ilustracja 69. Honda Civic VIII – *ufo* [<http://moto.onet.pl>].

Ilustracja 70. Ford KA – *żaba* [<http://moto.onet.pl>].

Ilustracja 71. Mercedes W210 – *okular/okularnik* [pl.wikipedia.org].

Ilustracja 72. Logo marki BMW [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 73. Logo marki Audi [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 74. Logo marki Renault [www.renault.pl].

Ilustracja 75. Logo marki Mercedes [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 76. Logo marki Peugeot [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 77. Logo marki Lamborghini [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 78. Logo marki Ferrari [<http://allcarslogos.com>].

Ilustracja 79. Logo marki Porsche [<http://allcarslogos.com>].

Spis tabel:

Tabela 1. Właściwości języka kobiet i języka mężczyzn. [s. 37-39]

Tabela 2. Zestawienie określeń leksemów *samochód* i *motocykl*, zaobserwowanych na portalach motoryzacyjnych. [s. 223-224]

Tabela 3. Produktywność formantów sufiksalnych w nazwach marek i modeli pojazdów. [s. 237]

Tabela 4. Statystyka ilościowa dotycząca liczby derywatów powstałych na podstawie marki lub modelu pojazdu. [s. 251]

Tabela 5. Statystyka prezentująca ilościowe rozróżnienie motywacji nazewniczej (wyodrębnione grupy i liczba przykładów). [s. 252]

Tabela 6. Zestawienie określeń marek i modeli pojazdów wraz z uwzględnieniem występowania tych nazw w innych źródłach i opracowaniach [NSGU – *Nowy słownik gwary uczniowskiej*, RZ – analiza Rafała Zimnego, SPP – *Słownik polszczyzny potocznej*]. [s. 253-255]

Tabela 7. Przykłady animizacji i antropomorfizacji pojazdów (według opisanych grup tematycznych) zaobserwowane na portalach motoryzacyjnych. [s. 301-302]

Bibliografia cytowana:

- Anusiewicz J., 1992: *Potoczność jako sposób doświadczania świata i jako postawa wobec świata*. W: Anusiewicz J., Nieckula F., red.: *Język a kultura*. T. 5: *Potoczność w języku i kulturze*. Wrocław, s. 9-20.
- Anusiewicz J., 1994: *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*. Wrocław.
- Anusiewicz J., Handke K., red., 1994: *Język a kultura*. T. 9: *Płeć w języku i kulturze*. Wrocław.
- Arabski J., 2010: *Język a płeć*. W: Arabski J., Ziębka J., red., 2010: *Płeć języka – język płci*. Katowice, s. 11-30.
- Arabski J., Ziębka J., red., 2010: *Płeć języka – język płci*. Katowice.
- Balcerzan E., 2000: *W stronę genologii multimedialnej*. W: Bolecki W., Opacki I., red.: *Genologia dzisiaj*. Warszawa, s. 86-101.
- Bańko M., red., 2000: *Inny słownik języka polskiego*. T. 1-2. Warszawa.
- Barska A., 2005: *Tożsamość społeczno-kulturowa płci w kontekście ponowoczesnego świata*. W: Barska A., Mandal E., red.: *Tożsamość społeczno-kulturowa płci*. Opole, s. 15-23.
- Bartłomiejczyk M., 2012a: *O języku kierowców autokarów*. „Socjolingwistyka”, nr 26, s. 191-203.
- Bartłomiejczyk M., 2012b: *O kierowcach płci żeńskiej: próby zapelnienia luki leksykalnej*. „Poradnik Językowy” z. 3, s. 38-47.
- Bartmiński J., 1992: *Styl potoczny*. W: Anusiewicz J., Nieckula F., red.: *Język a kultura*. T. 5: *Potoczność w języku i kulturze*. Wrocław, s. 37-54.
- Bartmiński J., 2007: *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin.
- Bartmiński J., 2011: *O stereotypach i profilowaniu słów kilka*. W: Bujnowska A., Szadura J., red.: *Stereotypy – walka z wiatrakami?* Lublin, s. 33-51.
- Bartmiński J., Panasiuk J., 2001: *Stereotypy językowe*. W: Bartmiński J., red.: *Współczesny język polski*. Lublin, s. 371-395.
- Bierówka J., 2009: *Czy Internet poszerza zakres wpływu kobiet, czy zakres wpływu na kobiety?* W: Frątczak A., red.: *Kobiety wobec polityki – kobiety w polityce. Historia, realia, perspektywy*. Kraków, s. 69-79.
- Bierówka J., 2011: *Feminizacja cyberprzestrzeni – wzory i konsekwencje*. W: Slany K., Kowalska B., Ślusarczyk M., red.: *Kalejdoskop genderowy. W drodze do poznania płci społeczno-kulturowej w Polsce*. Kraków, s. 341-366.
- Blum D., 2000: *Mózg i płeć. O biologicznych różnicach między kobietami a mężczyznami*.

- Przeł. E. Kołodziej-Józefowicz. Warszawa.
- Brizendine L., 2006: *Mózg kobiety*. Przeł. P.J. Szwejcer i A.E. Eichler. Gdańsk.
- Brizendine L., 2010: *Mózg mężczyzny*. Przeł. A. Krochmal i R. Kędziński. Gdańsk.
- Brzostek A., 2011: *Akronimy w komunikacji internetowej*. W: Badyda E., Maćkiewicz J., Rogowska-Cybulska E., red.: *Wokół słów i znaczeń IV. Słowotwórstwo a media*. Gdańsk, s. 179-184.
- Buczkowski A., 1999: *Czy potrafimy się zrozumieć – język kobiety i język mężczyzny*. W: Pakszys E., Heller W., red.: *Humanistyka i płeć III. Publiczna przestrzeń kobiet. Obrazy dawne i nowe*. Poznań, s. 197-220.
- Budohoska W., Grabowska A., 1994: *Dwie półkule – jeden mózg*. Warszawa.
- Bugajski M., 2006: *Język w komunikowaniu*. Warszawa.
- Buttler D., 1978: *Rozwój semantyczny wyrazów polskich*. Warszawa.
- Butler J., 2008: *Uwikłani w płeć. Feminizm i polityka tożsamości*. Przeł. K. Krasuska. Warszawa.
- Czajkowski M., 1999: *Leksykon Internetu. Technologia, kultura, biznes, polityka, rozrywka*. Warszawa.
- Czapka E., 2011: *Stereotypy w badaniach socjologicznych*. W: Bujnowska A., Szadura J., red.: *Stereotypy – walka z wiatrakami?* Lublin, s. 53-64.
- Czeszewski M., 2006: *Słownik polszczyzny potocznej*. Warszawa.
- Dane ogólne o motoryzacji i wypadkach drogowych –*
dlakierowcow.policja.pl/download/15/107797/Segregator1.pdf [dostęp: 28.03.2014]
- Dąbkowski G., 2010: *Język muzyków – profesjolekt czy socjolekt?* W: Milewska-Stawiany M., Rogowska-Cybulska E., red.: *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*. Gdańsk, s. 354-360.
- Dąbrowska M., 2005: *Język płci – prawda czy mit?* W: Dąbrowska M., red.: *Język a komunikacja 8. Język trzeciego tysiąclecia III. T. 3: Język polski i języki obce – kontakty, kultura, dydaktyka*. Kraków, s. 145-159.
- Deaux K., Kite M., 2002: *Stereotypy płci*. W: Wojciszke B., red.: *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*. Przeł. S. Pikiel. Gdańsk, s. 354-382.
- Desperak I., 2013: *Płeć zmiany. Zjawisko transformacji w Polsce z perspektywy gender*. Łódź.
- Dobrowolski P., 2009: *Impresjonistyczny model hipertekstowy*. W: Ulicka D., red.: *Tekst (w) sieci*. T. 1: *Tekst, język, gatunki*. Warszawa, s. 265-277.
- Doroba-Sawa M., 2008: *Komunikowanie płci: konteksty i interpretacje*. W: Wawrzak-

- Chodaczek M., red.: *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*. Toruń, s. 221-237.
- Dubisz S., red., 2003: *Uniwersalny słownik języka polskiego*. T. 1-4. Warszawa.
- Dzienniak-Pulina D., 2005: *Reklama dźwignią kobiet?* W: Durys E., Ostrowska E., red.: *Gender. Wizerunki kobiet i mężczyzn w kulturze*. Kraków, s. 381-400.
- Dzioba R., 2005: *Netspeak – nową hybrydą językową*. W: Dytman-Stasienko A., Stasienko J., red.: *Język @ multimedia*. Wrocław, s. 463-478.
- Furfey P., 1944: *Men's and Women's Languages*. "The American Catholic Sociological Review", nr 5, s. 218-223.
- Gage J., 2010: *Kolor w sztuce. Literatura przedmiotu. Kolor i płeć*. W: Tegoż: *Kolor i znaczenie. Sztuka, nauka, symbolika*. Przeł. J. Holtzman, A. Żakiewicz. Kraków, s. 35-36.
- Gajda S., 1976: *Rozwój polskiej terminologii górniczej*. Opole.
- Gizińska K., 2011: *Motocyklistki. Socjologiczne spojrzenie na kobiety i stereotypy w motoświecie*. „Ikonosfera. Studia z socjologii i antropologii obrazu”, nr 3.
Wersja online:
http://www.ikonosfera.umk.pl/fileadmin/pliki/ikonosfera_3_Katarzyna_Gizinska_Motocyklistki.pdf [dostęp: 20.03.2014]
- Głazewska E., 2008: *Przestrzenie płci*. W: Radomski A., Truchlińska B., red.: *Męskość w kulturze współczesnej*. Lublin, s. 182-191.
- Godzic W., 2000: *Język w Internecie: czy piszemy to, co myślimy?* W: Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K., red.: *Język w mediach masowych*. Warszawa, s. 176-185.
- Grabias S., 1981: *O ekspresywności języka. Ekspresja a słowotwórstwo*. Lublin.
- Grabias S., 2001: *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin.
- Grochola-Szczepanek H., 2012: *Język mieszkańców Spisza. Płeć jako czynnik różnicujący*. Kraków.
- Groszowa S., 1981: *Kobieta za kierownicą czyli vademecum początkującej automobilistki*. Przeł. W. Zieleniec. Warszawa.
- Grzegorzczak R., Laskowski R., Wróbel H., red., 1998: *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*. Cz. 2. Warszawa.
- Grzelka M., 2009: *W poszukiwaniu autora. Językowa charakterystyka „portalowych” tekstów odredakcyjnych*. W: Ulicka D., red.: *Tekst (w) sieci*. T. 1: *Tekst, język, gatunki*. Warszawa, s. 161-169.
- Grzenia J., 2004: *Strona WWW jako forma dialogowa*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 22-32.
- Grzenia J., 2006: *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa.

- Handke K., 1994: *Język a determinanty płci*. W: Anusiewicz J., Handke K., red.: *Język a kultura*. T. 9: *Płeć w języku i kulturze*. Wrocław, s. 15-29.
- Handke K., 2008: *Język kobiet i mężczyzn*. W: Tejże: *Socjologia języka*. Warszawa, s. 134-220.
- Humm M., 1993: *Słownik teorii feminizmu*. Przeł. B. Umińska, J. Mikos. Warszawa.
- Ivy D. K., Backlund P., 2000: *Język kobiet i język mężczyzn*. Tłum P. Kostyło. W: Stewart J., red.: *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*. Warszawa, s. 273-288.
- Jadacka H., 2001: *system słowotwórczy polszczyzny (1945-2000)*. Warszawa.
- Jagodzińska J., 1998: *Strona WWW w procesie komunikacji (w specyficznej sytuacji komunikacyjnej w Internecie)*. W: Porayski-Pomsta J., Podracki J., red.: *Tekst – wypowiedź – dyskurs w dydaktyce szkolnej*. Warszawa, s. 60-69.
- Jagodzińska J., 2002: *Dyskurs internetowy*. W: Porayski-Pomsta J., red.: *Czynności tworzenia i rozumienia wypowiedzi*. Warszawa, s. 207-227.
- Jaros V., 2011: *Deminutiva i formacje hipokorystyczne oraz ich funkcje w języku użytkowników CB-radia*. W: Badyda E., Maćkiewicz J., Rogowska-Cybulska E., red.: *Wokół słów i znaczeń IV. Słowotwórstwo a media*. Gdańsk, s. 185-195.
- Jasińska M., 2001: *Językowy savoir-vivre w Internecie*. W: Habrajska G., red.: *Język w komunikacji*. T. 3. Łódź, s. 119-125.
- Jędrzejko E., 1994: *Kobieta w przysłowiach, aforyzmach i anegdotach polskich. Konotacje i stereotypy*. W: Anusiewicz J., Handke K., red.: *Język a kultura*. T. 9: *Płeć w języku i kulturze*. Wrocław, s. 159-172.
- Kacprzak A., 2005: *Język kobiet w aspekcie etnolingwistycznym i socjolingwistycznym*. W: Durys E., Ostrowska E., red.: *Gender. Wizerunki kobiet i mężczyzn w kulturze*. Kraków, s. 345-351.
- Kamińska M., 2005: *Zjawisko digitalnego gender-switching, czyli rodzajowy dymorfizm jako źródło cierpienia i telematyczna anestezja*. W: Stawowczyk-Tsalawoura E., Chyła W., red.: *Umysł – ciało – sieć*. Poznań, s. 237-269.
- Kania S., 1978: *Polska gwara żołnierska lat 1919-1939*. Zielona Góra.
- Kania S., 1995: *Studia socjolingwistyczne. Skrypt dla studentów filologii polskiej*. Szczecin.
- Kaproń-Charzyńska I., 2011: *O nazwach żeńskich typu kobieciara, samochodziara w komunikacji internetowej*. W: Badyda E., Maćkiewicz J., Rogowska-Cybulska E., red.: *Wokół słów i znaczeń IV. Słowotwórstwo a media*. Gdańsk, s. 197-206.
- Karwatowska M., 2007: *Kreowanie obrazu chłopaka w czasopiśmie młodzieżowym (na materiale „Twista” i „Dziewczyny”)*. W: Nowak P., Tokarski R., red.: *Kreowanie*

- światów w języku mediów*. Lublin, s. 281-297.
- Karwatowska M., 2009: *Uległa, podporządkowana i piękna, czyli stereotyp kobiety dawniej i dziś*. W: Myrdzik B., Karwatowska M., red.: *Dialog kultur w edukacji*. Lublin, s. 270-278.
- Karwatowska M., 2011: „Instrukcja obsługi”, czyli o kreowaniu wizerunku kobiety w czasopiśmie „CKM”. W: Skowronek B., red.: *Gender – queer – edukacja. W stronę praktyki*. Kraków, s. 24-33.
- Karwatowska M., Jarosz B., 2013a: *O utrudnieniach w komunikacji na forach internetowych*. „Polonistyka”, nr 3, s. 35-38.
- Karwatowska M., Jarosz B., 2013b: *Specyfika komunikacji profesjonalnej*. W: Karwatowska M., Siwiec A., red.: *Komunikacja. Tradycja i innowacje*. Chełm, s.102-115.
- Karwatowska M., Siwiec A., red., 2012: *Wartości i wartościowanie w badaniach nad językiem*. Chełm.
- Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., 2005: *Lingwistyka płci: ona i on w języku polskim*. Lublin.
- Kawka M., 2010: *Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja i transgresja*. W: Wolny-Zmorzyński K., Furman W., red.: *Internetowe gatunki dziennikarskie*. Warszawa, s. 61-69.
- Kądzielawa D., 1980: *Neurolingwistyka*. W: Schaff A., red.: *Zagadnienia socjo- i psycholingwistyki*. Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk, s. 181-212.
- Kępińska A., 2006: *Kształtowanie się polskiej kategorii męsko- i niemęskoosobowości. Język wobec płci*. Warszawa.
- Kita M., 2004: *Medialna moda na dialog*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 172-188.
- Kita M., 2012: *Czy istnieje medialna odmiana języka?* W: Kita M., Ślawska M., red.: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Katowice, s. 126-141.
- Klimczak-Ziółek J., 2005: *Udział mass mediów w przeobrażaniu wzorów kobiecych*. W: Durys E., Ostrowska E., red.: *Gender. Wizerunki kobiet i mężczyzn w kulturze*. Kraków, s. 401-408.
- Kłuba A., 2004: *Męski i kobiecy „światoogląd” – style konwersacyjne a pleć*. W: Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., red.: *Punkt widzenia w języku i kulturze*. Lublin, s. 261-276.
- Kłosińska A., Sobol E., Stankiewicz A., oprac., 2009: *Wielki słownik frazeologiczny PWN z*

przysłowiami. Warszawa.

- Kołodziejek E., 1994: *Gwara środowiskowa marynarzy na tle subkultury marynarskiej*. Szczecin.
- Kołodziejek E., 2005: *Człowiek i świat w języku subkultur*. Szczecin.
- Kołodziejek E., 2010: *Społeczne i kulturowe uwarunkowania współczesnych odmian zawodowych (na przykładzie profesjolektów marynarzy, żołnierzy i policjantów)*. W: Milewska-Stawiany M., Rogowska-Cybulska E., red.: *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*. Gdańsk, s. 106-116.
- Krawczyk-Tyrpa A., 1999: *Atrybuty kobiet i mężczyzn utrwalone w polszczyźnie*. W: Adamowski J., Niebrzegowska S., red.: *W zwierciadle języka i kultury*. Lublin, s. 427-433.
- Kreja B., 2002: *Deminutiva (itd.) na –iczka i augmentativa (itp.) na –ica w perspektywie historycznej*. W: Tegoż, *Studia i szkice słowotwórcze*. Gdańsk, s. 169-182.
- Kubczak A., 2005: *Konstruowanie tożsamości w Internecie*. W: Hałas E., Konecki K.T., red.: *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Warszawa, s. 359-377.
- Lakoff R., 1980: *Język a sytuacja kobiety*. W: Stanosz B., red.: *Język w świetle nauki*. Przeł. U. Niklas. Warszawa, s. 239-260.
- Lewicki A.M., 1998: *Obraz samochodu w sloganach reklamowych (reklama prasowa)*. W: Anusiewicz J., Bartmiński J., red.: *Język a kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*. Wrocław, s. 206-223.
- Linde-Usienkiewicz J., Smith P.G., red., 2005: *Nowy słownik angielsko-polski, polsko-angielski*. Warszawa.
- Lipińska J., 2008: *Tożsamość sieciowa*. W: Wawrzak-Chodaczek M., red.: *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*. Toruń, s. 211-220.
- Lisecki M., 2001: *Komunikacja przez komputer (CMC)*. W: Habrajska G., red.: *Język w komunikacji*. T. 3. Łódź, s. 106-118.
- Loewe I. 2004a: *O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej. Paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 85-103.
- Loewe I., 2004b: *Paratekst w Internecie*. W: Sokołowski M., red.: *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*. Olsztyn, s. 355-364.
- Loewe I., 2004c: *Udział Internetu w kształtowaniu kompetencji kulturowej (w tym językowej)*. W: Sokołowski M., red.: *Oblicza Internetu*. Elbląg, s. 127-139.
- Loewe I., 2006: *Laminarna i turbulentna historia autora i jego tekstu. Perspektywa*

- kulturowo-lingwistyczna. W: Bakuła K., Heck D., red.: *Efekt motyla. Humaniści wobec teorii choasu*. Wrocław, s. 149-164.
- Loewe I., 2012a: *Globalizacja kulturowa a język w mediach*. W: Kita M., Ślawska M., red.: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Katowice, s. 142-153.
- Loewe I., 2012b: *Internet i jego zasoby w polskich badaniach lingwistycznych. Rekonesans*. W: Kita M., Loewe I., red.: *Język w mediach. Antologia*. Katowice, s. 269-280.
- Loewe I., 2014: *Gadżety epok w kontekście wielokulturowości*. W: Kuros-Kowalska K., Loewe I., red.: *Dwujęzyczność, wielojęzyczność, wielokulturowość. Szanse i zagrożenia na drodze do porozumienia*. Gliwice, s. 103-118.
- Lubaś W., 1979: *Spoleczne uwarunkowania współczesnej polszczyzny*. Kraków.
- Lubaś W., 2012a: *Polska pisownia w Internecie, prestiż oficjalnej ortografii i jej nauczanie*. W: Kita M., Loewe I., red.: *Język w mediach. Antologia*. Katowice, s. 281-292.
- Lubaś W., 2012b: *Słownictwo potoczne w mediach*. W: Kita M., Ślawska M., red.: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Katowice, s. 193-209.
- Lubaś W., 2013: *Studia socjolingwistyczne*. Opole.
- Lubaś W., 2013a: *Socjolingwistyka jako metoda badawcza*. W: Tegoż: *Studia socjolingwistyczne*. Opole, s. 19-30.
- Łaziński M., 2005: *Czy gramatyka może przeszkadzać w rozmowie kobiety i mężczyzny?* W: Bartmiński J., Majer-Baranowska U., red.: *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*. Lublin, s. 119-146.
- Łaziński M., 2006: *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa*. Warszawa.
- Łęgiewicz J., 2006: *Poznajemy samochód*. Warszawa.
- Majka-Rostek D., 2004: *Komunikacja genderowa jako komunikacja międzykulturowa*. W: Kuczyńska A., Dzikowska E.K., red.: *Zrozumieć płęć. Studia interdyscyplinarne II*. Wrocław, s. 258-266.
- Maliszewska A., 2002: *Wirtualna bużka. Modyfikująca rola znaków graficznych w komunikacji internetowej*. W: Michalewski K., red.: *Tekst w mediach*. Łódź, s. 149-155.
- Mandal E., 2000: *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*. Katowice.
- Mandal E., 2005: *Kobiecość i męskość w psychologii*. W: Barska A., Mandal E., red.: *Tożsamość społeczno-kulturowa płci*. Opole, s. 29-45.

- Mandal E., Gawor A., Buczny J., 2010: *Analiza treści i hierarchicznej struktury stereotypu polskiej kobiety i polskiego mężczyzny*. W: Chybicka A., Kosakowska-Berezecka N., red.: *Między płcią a rodzajem – teorie, badania, aplikacje*. Kraków, s. 13-30.
- Mankiewicz A., 2007: *Dialogowość komunikacji on-line*. W: Ostaszewska D., red.: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 3: *Gatunek a odmiany funkcjonalne*. Katowice, s. 295-299.
- Mazurek P., 2006a: *Anatomia internetowej anonimowości*. W: Batorski D., Maroda M., Nowak A., red.: *Spoleczna przestrzeń Internetu*. Warszawa, s. 79-90.
- Mazurek P., 2006b: *Internet i tożsamość*. W: Batorski D., Maroda M., Nowak A., red.: *Spoleczna przestrzeń Internetu*. Warszawa, s. 113-132.
- Menes M., 2009: *Kierunki rozwoju motoryzacji światowej w pierwszych latach XXI wieku*. Warszawa.
- Miciukiewicz K., 2005: *Negocjowanie tożsamości i konstruowanie wspólnoty na czacie internetowym*. W: Hałas E., Konecki K.T., red.: *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Warszawa, s. 404-424.
- Miczka T., 2004: *Globalizacja – Internet – kultura – tożsamość*. W: Sokołowski M., red.: *Oblicza Internetu*. Elbląg, s. 13-30.
- Milewska B., 2011: *Puchatkopodobny – ‘zaledwie podobny do Puchatka’* W: Badyda E., Maćkiewicz J., Rogowska-Cybulska E., red.: *Wokół słów i znaczeń IV. Słowotwórstwo a media*. Gdańsk, s. 291-296.
- Milewska-Stawiany M., 2005: *Wychodzę tylko na momencik, czyli o uprzejmości w języku*. „Sprawy Nauki” nr 2. Dostęp online: http://www.sprawynauki.waw.pl/?section=article&art_id=1580 [dostęp: 30.08.2014]
- Moir A., Jessel D., 1993: *Płeć mózgu. O prawdziwej różnicy między mężczyzną a kobietą*. Przeł. N. Kancewicz-Hoffman. Warszawa.
- Nacher A., 2002: *Cyfrowa tożsamość. Gender w (polskiej) cyberprzestrzeni*. W: Radkiewicz M., red.: *Gender – kultura – społeczeństwo*. Kraków, s. 199-210.
- Nacher A., 2004: *Cyborg jako klucze – polityka produktywnych sprzeczności*. W: Radkiewicz M., red.: *Gender: konteksty*. Kraków, s. 119-129.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2003: *Pseudonimy internetowe (nicknames) jako forma autoreklamy*. „Prace Językoznawcze”, T. 5, s. 85-98.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2004: *Akronimy internetowe – wstępny zarys problematyki*. „Prace Językoznawcze”, T. 6, s. 75-83.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2009: *O internetowych dobrych obyczajach językowych, tzw. netykiecie, na przykładzie grup dyskusyjnych (Usenetu)*. W: Steciąg M., Bugajski M.,

- red.: *Norma a komunikacja*. Wrocław 2009, s. 219-226.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2011: *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*. Olsztyn.
- Nowak P., 2010: *Wielowymiarowość przestrzeni komunikacji społecznej na przełomie XX i XXI wieku – w poszukiwaniu modelu*. W: Karwatowska M., Siwiec A., red.: *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*. Chełm, s. 293-304.
- Nowik E.K., 2007: *Analiza dyskursu CB radio: profesjolekt kierowców TIR-ów. Studium pilotażowe*. W: Szpila G., red.: *Język a komunikacja*. T. 17: *Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*. Kraków, s. 121-128.
- Nowosad-Bakalarczyk M., 2004: *Męski i żeński punkt widzenia w językowym obrazie świata*. W: Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., red.: *Punkt widzenia w języku i kulturze*. Lublin, s. 277-291.
- Nowosad-Bakalarczyk M., 2009: *Płeć a rodzaj gramatyczny we współczesnej polszczyźnie*. Lublin.
- Ogonowska A., 2006: *Szkolny słownik mediów elektronicznych*. Kraków.
- Okuniewska H., 2011: *Nowe propozycje rozumienia funkcjonalnej neuroanatomii mowy i języka*. W: Kurcz I., Okuniewska H., red.: *Język jako przedmiot badań psychologicznych*. *Psycholingwistyka ogólna i neurolingwistyka*. Warszawa, s. 348-376.
- Olszański L., 2006: *Dziennikarstwo internetowe*. Warszawa.
- Ong W.J., 1992: *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Przeł. J. Japola. Lublin.
- Ostaszewska D., 2008: *Genologia lingwistyczna jako subdyscyplina współczesnego językoznawstwa*. W: Ostaszewska D., Cudak R., red.: *Polska genologia lingwistyczna*. Warszawa, s. 11-39.
- Pędzich B., 2012: *Jak powstaje socjolekt? Studium słownictwa parolotniarzy*. Warszawa.
- Pfaffenberger B., 1999: *Słownik terminów komputerowych*. Warszawa.
- Piądłowski K., 2006: *Portale internetowe*. Warszawa.
- Piekot T., 2008: *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*. Wałbrzych.
- Piprek J., Ippoldt J., 1994: *Wielki słownik niemiecko-polski, T.2*. Warszawa.
- Pisarek W., red., 2006: *Słownik terminologii medialnej*. Kraków.
- Polański E., oprac., 2008: *Poradnik językowy. Piszemy poprawnie*. Warszawa.
- Pręgowski M.P., 2006: *Między słowami. O wieloznaczności terminologii internetowej*. W: Jonak Ł. i in., red.: *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa, s. 413-425.

- Puzynina J., 1992: *Język wartości*. Warszawa.
- Pycia P., 2011: *Płeć a język. Na materialne współczesnego języka polskiego i chorwackiego*. Katowice.
- Rejter A., 2006: *Leksyka ekspresywna w historii języka polskiego. Kulturowo-komunikacyjne konteksty potoczności*. Katowice.
- Rejter A., 2008: *Instrumentarium współczesnej lingwistyki wobec gender*. W: Dąbrowski M., red.: *Lektury płci. Polskie (kon)teksty*. Warszawa, s. 15-29.
- Rejter A., 2009: *Lingwistyczne refleksje nad komunikacją internetową – perspektywa historyczna*. W: Ulicka D., red.: *Tekst (w) sieci*. T. 1: *Tekst, język, gatunki*. Warszawa, s. 111-120.
- Rejter A., 2011: *Uniwerbizmy w języku prasy drugiej połowy XX wieku. Próba analizy diachronicznej*. W: Badyda E., Maćkiewicz J., Rogowska-Cybulska E., red.: *Wokół słów i znaczeń IV. Słowotwórstwo a media*. Gdańsk, s. 307-317.
- Rejter A., 2013a: *Płeć – język – kultura*. Katowice.
- Rejter A., 2013b: *Problematyka relacji język – płeć w wybranych polskich pracach lingwistycznych. Uwagi o metodzie*. W: Tegoż: *Płeć – język – kultura*. Katowice, s. 11-25.
- Rejter A., 2013c: *Władza płci w perspektywie komunikacyjnej*. „Oblicza Komunikacji” nr 6: *Język władzy*, s. 23-37.
- Rejter A., 2014: *Problematyka tożsamości w dyskursach dotyczących płci*. W: Steciąg M., Bugajski M., red.: *Zielonogórskie seminaria językoznawcze 2013: Tożsamość w komunikowaniu*. Zielona Góra, s. 137-146.
- Rejter, [w druku]: *Pamięć stereotypu a dyskursy dotyczące płci*.
- Rostocki A.M., 1980: *Poczet twórców motoryzacji*. Warszawa.
- Rubner J., 1999: *O czym myślą mężczyźni, o czym marzą kobiety. Tajemnice mózgu człowieka*. Przeł. M. Skalska. Warszawa.
- Satkiewicz H., 1994: *Norma polszczyzny ogólnej a języki subkultur*. W: Anusiewicz J., Siciński B., red.: *Język a kultura*. T.10: *Języki subkultur*. Wrocław, s. 9-17.
- Schaff A., 1981: *Stereotypy a działanie ludzkie*. Warszawa.
- Shumarova N., 2004: *Podstawy socjolingwistyki*. Tyczyn.
- Sitarski P., 2002: *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*. Kraków.
- Siuda, P., 2010: *Sieciowe gender-switching a społeczności internetowe*. „Media Kultura Społeczeństwo” nr 1 (5), s. 127-138.
- Skudrzykowska A., Urban K., 2000: *Mały słownik terminów z zakresu socjolingwistyki*

i pragmatyki językowej. Kraków-Warszawa.

- Sokół M., 2009: *Repertuar podgatunków mowy forum internetowego w perspektywie genologii lingwistycznej*. W: Ulicka D., red.: *Tekst (w) sieci*. T. 1: *Tekst, język, gatunki*. Warszawa, s. 199-208.
- Starzec A., 1984: *Rozwój polskiej terminologii motoryzacyjnej (od początku do 1945 roku)*. Opole.
- Szczepaniak C., 2011: *Zrozumieć samochód. Samochód bez tajemnic*. Łódź.
- Szelichowski S., 2012: *Motoryzacja w Polsce*. Warszawa.
- Szpunar M., 2005: *Internet jako pole poszukiwania i konstruowania własnej tożsamości*. W: Hałas E., Konecki K.T., red.: *Konstruowanie jaźni i społeczeństwa. Europejskie warianty interakcjonizmu symbolicznego*. Warszawa, s. 378-403.
- Szpyra-Kozłowska J., Karwatowska M., 2003: Klient nasz pan a wszyscy ludzie są braćmi – seksizm we współczesnej polszczyźnie. „Etnolingwistyka”, nr 15, s. 195-218.
- Szpyra-Kozłowska J., Karwatowska M., 2004a: *Językowy obraz kobiet w polskiej refleksji językoznawczej*. „Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej”, nr 39, s. 111-132.
- Szpyra-Kozłowska J., Karwatowska M., 2004b: *On, ona, seks i język polski*. „Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej” nr 39, s. 133-155.
- Szpyra-Kozłowska J., Karwatowska M., 2005: *Jak Polka z Polakiem – językowe bariery w komunikacji między płciami*. W: Bartmiński J., Majer-Baranowska U., red: *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*. Lublin, s. 91-118.
- Szymczak M., red., 1992: *Słownik języka polskiego*. T. 1-3. Warszawa.
- Szymoniak K., 2008: *Między gazetą a Internetem – nowe gatunki dziennikarskie, parogatunki czy hybrydy?* „Język, Komunikacja, Informacja”, nr 3, s. 121-138.
- Śmiech W., 1986: *Derywacja prefiksalna czasowników polskich*. Wrocław.
- Tannen D., 1997: *Co to ma znaczyć. Jak style konwersacyjne kobiet i mężczyzn wpływają na to, kto jest wysłuchany, kto zbiera laury i co jest zrobione w pracy*. Przeł. A. Sylwanowicz. Poznań.
- Tannen D., 1999: *Ty nic nie rozumiesz: kobieta i mężczyzna w rozmowie*. Tłum. A. Sylwanowicz. Poznań.
- Tannen D., 2000: *Asymetrie: on swoje – ona swoje*. W: Stewart J., red.: *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*. Warszawa, s. 290-301.
- Taras B., 2004: *Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 42-51.
- Tokarski R., 2004: *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*. Lublin.

- Tomala E., 2004: *Analiza polskich portali internetowych dla kobiet*. W: Malinowska E., red.: *Sex i gender. Płeć biologiczna i kulturowa w refleksjach i badaniach młodych socjologów*. Łódź, s. 151-160.
- Walczak B., 2010: *Czy język polski dyskryminuje kobiety?* W: Arabski J., Ziębka J., red.: *Płeć języka – język płci*. Katowice, s. 217-228.
- Waleszczyk W., 2010: *Czy kobiety lepiej widzą kolory niż mężczyźni?* „Świat Nauki”, nr 10, s. 96.
- Wallace P., 2001: *Problematyka płci w sieci*. W: Tejże: *Psychologia Internetu*. Przeł. T. Hornowski. Poznań, s. 271-302.
- Waszakowa K., 2005: *Przejawy internacjonalizacji w słowotwórstwie współczesnej polszczyzny*. Warszawa.
- Wilczek W., 2014a: *Automobilista, kierownik, szofer... Nazwy kierowcy jako element leksyki motoryzacyjnej XX i XXI wieku*. W: Przyklenk J., red.: *Bogactwo polszczyzny w świetle jej historii*. T. 5. Katowice, s. 40-54.
- Wilczek W., 2014b: *Leksyka motoryzacyjna w ujęciu socjolingwistycznym (na podstawie portali internetowych dla miłośników motoryzacji)*. W: Żmigrodzki P., Pręcerek-Kisielak S., red.: *Bogactwo współczesnej polszczyzny*. Kraków, s. 377-385.
- Wilczek W., [w druku a]: *Płeć jako ściana między ludźmi. Trudności komunikacyjne kobiet i mężczyzn (na podstawie portali motoryzacyjnych)*.
- Wilczek W., [w druku b]: *Relacje i transgresje pola gatunkowego portalu motoryzacyjnego*.
- Wilczek W., [w druku c]: *Wybrane zagadnienia języka kobiet i języka mężczyzn na materiale portali motoryzacyjnych*.
- Wilkoń A., 2000: *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*. Katowice.
- Witkowska E., 2004: *Gender a rzeczywistość wirtualna: cyberfeminizm – wirus w starym systemie*. W: Radkiewicz M., red.: *Gender: konteksty*. Kraków, s. 127-154.
- Witosz B., 2005: *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*. Katowice.
- Wojciszke B., 2002: *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa.
- Wojtak M., 2006a: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*. „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, T. 15, s. 143–152.
- Wojtak M., 2006b: *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*. „Prace Językoznawcze”, T. 8, s. 61-77.
- Wojtak M., 2007: *Świat przedstawiony w prasie motoryzacyjnej (na przykładzie magazynu*

- Auto +). W: Nowak P., Tokarski R.: *Kreowanie światów w języku mediów*. Lublin, s. 219-236.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., 2006: *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa.
- Woźniak W., 2010: *Gatunek w sieci*. W: Wolny-Zmorzyński K., Furman W., red.: *Internetowe gatunki dziennikarskie*. Warszawa, s. 53-60.
- Wrycza J., 2006: *Kultura prowadzenia sporów na forum internetowym*. W: Sokołowski M., red.: *Oblicza Internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*. Elbląg, s. 305-314.
- Wrycza J., 2008a: *Emotikony wyzwaniem dla interpunkcji*. W: Tejże: *Galaktyka języka Internetu*. Gdynia, s. 29-39.
- Wrycza J., 2008b: *Hipertekst wobec ograniczeń książki drukowanej*. W: Tejże: *Galaktyka języka Internetu*. Gdynia, s. 107-115.
- Wyrwas K., 2004: *Kilka uwag o dyskusji na forum internetowym*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 52-72.
- Zalewska A., 2004: *O waloryzacji kolorów we współczesnej prasie kobiecej*. „Stylistyka”, nr 13, s. 221-233.
- Zdunkiewicz-Jedynak, 2008: *Natura hipertekstu. Gatunki wypowiedzi i język w Internecie*. W: Tejże: *Wykłady ze stylistyki*. Warszawa, s. 85-95.
- Zgółka T., 2010: *Parametry odróżniające odmiany językowe*. W: Milewska-Stawiany M., Rogowska-Cybulska E., red.: *Polskie języki. O językach zawodowych i środowiskowych*. Gdańsk, s. 34-40.
- Zgółkowa H., red., 2004: *Nowy słownik gwary uczniowskiej*. Wrocław.
- Zimny R., 2004: *Składnik emotywny w reklamach samochodów*. W: Wojtczuk K., Wierzbicka A., red.: *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*. Siedlce, s. 315-326.
- Zimny R., 2008: *Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych*. Warszawa.
- Żydek-Bednarczuk U., 1987: *Słownictwo z zakresu motoryzacji we współczesnym języku polskim*. Katowice.
- Żydek-Bednarczuk U., 1994: *Struktura tekstu rozmowy potocznej*. Katowice.
- Żydek-Bednarczuk U., 2004: *Tekst w Internecie i jego wyznaczniki*. W: Kita M., Grzenia J., red.: *Dialog a nowe media*. Katowice, s. 11-21.
- Żydek-Bednarczuk U., 2012: *Hipertekst w perspektywie lingwistycznej, komunikacyjnej i kulturowej*. W: Kita M., Ślawska M., red.: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Katowice, s. 167-177.

Wykaz zastosowanych skrótów:

- A – www.autopolki.pl
- AC – www.autocentrum.pl
- FS – www.forumsamochodowe.pl
- ISJP – Bańko M., red., 2000: *Inny słownik języka polskiego*. T. 1-2. Warszawa.
- KA – www.kobietaiauto.pl
- M – www.motocaina.pl
- MO – www.motomaniacy.com
- MP – www.forum.moto-portal.pl
- NSAP – Linde-Usienkiewicz J., Smith P.G., red., 2005: *Nowy słownik angielsko-polski polsko-angielski*. Warszawa.
- NSGU – Zgólkowa H., red., 2004: *Nowy słownik gwary uczniowskiej*. Wrocław.
- SJP – Szymczak M., red., 1992: *Słownik języka polskiego*. T. 1-3. Warszawa.
- SL – www.speedladies.pl
- SPP – Czeszewski M., 2006: *Słownik polszczyzny potocznej*. Warszawa.
- USJP – Dubisz S., red., 2003: *Uniwersalny słownik języka polskiego*. T. 1-4. Warszawa.
- WSF – Kłosińska A., Sobol E., Stankiewicz A., oprac., 2009: *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami*. Warszawa.
- WSNP – Piprek J., Ippoldt J., 1994: *Wielki słownik niemiecko-polski*, T.2. Warszawa.

Źródła internetowe:

- <http://allcarslogos.com/audi-car-logo-audi-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/bmw-car-logo-bmw-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/ferrari-car-logo-ferrari-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/ferrari-car-logo-ferrari-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/lamborghini-car-logo-lamborghini-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/mercedes-benz-car-logo-mercedes-benz-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://allcarslogos.com/peugeot-car-logo-peugeot-car-company-logos/> [dostęp: 26.08.2014]
- <http://autokult.pl/2010/07/08/czym-brac-zakrety-czyli-najpopularniejsza-auta-do-driftu> [dostęp: 12.08.2014]
- <http://www.autopolki.pl> [stosowany skrót: A]
- <http://autopolki.pl/aktualnosci/1186-wosp-motoryzacyjnie.html> [dostęp: 21.03.2013]
- <http://autopolki.pl/aktualnosci/1490-samochod-ma-znaczenie.html> [dostęp: 18.03.2014]
- <http://autopolki.pl/forum.html> [dostęp: 30.09.2013]
- <http://autopolki.pl/forum/default-topic/28-czy-warto-wstawi%C4%87-instalacj%C4%99-gazow%C4%85-do-auta.html> [dostęp: 12.07.2014]
- <http://autopolki.pl/forum/default-topic/4-czy-macie-k%C5%82opoty-z-odr%C3%B3żnieniem-prawej-strony-od-lewej.html> [dostęp: 3.06.2013]
- <http://autopolki.pl/forum/default-topic/6-jakim-autem-do-%C5%9Blubu.html> [dostęp: 25.09.2013]
- <http://autopolki.pl/gadzety.html> [dostęp: 02.10.2013]
- <http://autopolki.pl/gadzety/129-telefon-porsche.html> [dostęp: 21.08.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/auta-gwiazd/457-polscy-celebryci-wybiora-suv-a-czy-raczej-coupe.html> [dostęp: 12.06.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/162-ach-to-parkowanie.html> [dostęp: 4.03.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/1781-przepraszam-w-samochodzie-dziekuje.html> [dostęp: 22.03.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/1803-w-lewo-ale-ktore.html> [dostęp: 15.02.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2127-baba-za-kierownica-w-dziejach-historii.html> [dostęp: 14.03.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2133-baba-za-kolkiem-to-mit.html> [dostęp: 30.01.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2136-dlaczego-kobieta-pyta-o-droge-a-mezczyznie-nie-wypada.html> [dostęp: 15.02.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2280-co-kobiety-robia-za-kierownica.html> [dostęp: 18.02.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2321-styl-jazdy-po-mesku-know-how-typowych-samczych-zachowan.html> [dostęp: 18.02.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2406-kto-i-co-najbardziej-denerwuje-kierowcow.html> [dostęp: 2.03.2014]
- <http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/241-nie-oddawaj-kierownicy.html> [dostęp: 21.02.2014]

<http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2566-nie-zapomnij-wrzucic-biegu-czyli-jak-radzic-sobie-z-radami-partnera-podczas-jazdy.html> [dostęp: 20.02.2014]

<http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/2593-konie-mechaniczne-kilowaty-mile-moment-obrotowy-czy-wiesz-co-to-znaczy.html> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/lifestyle/felietony/63-uwaga-baba-za-kierownica.html> [dostęp: 20.02.2014]

<http://autopolki.pl/lifestyle/rankingi/2157-czym-do-slubu.html> [dostęp: 25.09.2013]

<http://autopolki.pl/mama-i-dziecko.html> [dostęp: 25.09.2013]

<http://autopolki.pl/mama-i-dziecko/2415-jak-rozmawiac-z-dzieckiem-ktore-boi-sie-jezdzic-> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/mama-i-dziecko/2919-jak-uczyc-dzieci-bezpieczenstwa-na-drozdze.html> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/porady/bezpieczenstwo/2901-polacy-rece-na-kierownice.html> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/porady/eksploatacja/1824-jak-nie-pomylic-paliwa-na-stacji.html> [dostęp: 12.06.2014]

<http://autopolki.pl/porady/kupno-sprzedaz/1916-jak-wybrac-pierwsze-auto.html> [dostęp: 12.07.2014]

<http://autopolki.pl/porady/kupno-sprzedaz/2438-kolor-samochodu-jednak-nie-najwazniejszy.html> [dostęp: 21.03.2014]

<http://autopolki.pl/porady/kupno-sprzedaz/67-klasyka-bmw-juz-od-9-tys.html> [dostęp: 22.06.2014]

<http://autopolki.pl/porady/nauka-jazdy/183-piec-zasad-kulturalnej-jazdy.html> [dostęp: 20.03.2014]

<http://autopolki.pl/porady/nauka-jazdy/2950-wszystko-co-powinienes-wiedziec-o-prawie-jazdy.html> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/porady/pielegnacja/2199-mycie-silnika-latwiejsze-niz-mydlisz.html> [dostęp: 2.07.2014]

<http://autopolki.pl/porady/pielegnacja/2932-odswiez-wnetrze-samochodu-na-wiosne.html> [dostęp: 25.04.2014]

<http://autopolki.pl/porady/pielegnacja/318-idealna-fryzura-do-auta.html> [dostęp: 12.09.2013]

<http://autopolki.pl/testy/2215-francuzki-mieszczuch-peugeot-208-allure.html> [dostęp: 20.06.2014]

<http://autopolki.pl/testy/2304-isuzu-d-max-nie-tylko-dla-farmera.html> [dostęp: 22.07.2014]

<http://autopolki.pl/testy/2907-mercedes-ml-350-cdi-auto-idealne-dla-kobiety-kazdej-kobiety.html> [dostęp: 12.06.2014]

<http://autopolki.pl/testy/341-femme-fatale-w-czerwieni.html> [dostęp: 20.01.2014]

<http://autopolki.pl/testy/349-500-tka-leniuszek.html> [dostęp: 22.06.2014]

<http://autopolki.pl/tuning/2295-tuning-po-mesku.html> [dostęp: 22.06.2014]

<http://forum.fordclubpolska.org/showthread.php?t=54578&page=3> [dostęp: 20.03.2014]

http://forum.gazeta.pl/forum/w,636,17515300,,od_2006_nowa_nazwa_FABIANKA_zamiast_Fabia.html?v=2 [dostęp: 15.07.2014]

<http://forum.samnaprawiam.com/ktora-strona-auta-jest-lewa-a-ktora-prawa-vt3959.htm> [dostęp: 25.08.2014]

<http://moto.onet.pl/1442820680,ford-ka-i,generacja.html> [dostęp: 30.08.2014]

<http://moto.onet.pl/testy-nowe/honda-civic-viii-ufo-na-drozdze-test-i-opinie/b1j5x> [dostęp: 16.07.2014]

<http://moto.wp.pl/kat,1007219,title,Uzywane-Honda-Civic-V-ponadczasowa-legenda,wid,12460125,wiadomosc.html> [dostęp: 21.08.2014]

<http://moto.wp.pl/kat,73756,title,Mercedes-W123-czyli-popularna-Beczka,wid,14235821,wiadomosc.html> [dostęp: 26.08.2014]

http://moto-portal.pl/glowna/Aktualnosci/Na_co_zwracamy_uwage_przy_doborze_opon.html [dostęp: 25.04.2014]

http://pl.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_W210 [dostęp: 26.08.2014]

<http://poradnia.pwn.pl/lista.php?id=63> [dostęp: 11.08.2014]

<http://poradnia.pwn.pl/lista.php?id=6740> [dostęp: 26.08.2014]

<http://poradnia.pwn.pl/lista.php?id=9424> [dostęp: 26.08.2014]

<http://wiadomosci.onet.pl/prasa/trudna-przyjazn-z-gps/xd29j> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11795-jestem-kobieta-i-sie-nie-znamprosze-o-pomoc/> [dostęp: 25.10.2013]

<http://www.autocentrum.pl> [stosowany skrót: AC]

<http://www.autocentrum.pl/autorentgen/chevrolet/lacetti/silnik-benzynowy-1.4dohc-16v-95km-od-2009/luz-w-ukladzie-kierowniczym-zbyt-twarde-zawieszenie-522710970/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/autorentgen/opel/astra/f/stan-tylnych-nadkoli-819235269/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/autorentgen/renault/scenic/i/scenic-tdi-1998-slabe-auto-awaryjne.zawieszenie-slabeod-trzech-lat-mam-to-cudo.teraz-padl-rozrzad-i-uszkodzil-glowice-1029708201/> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/autorentgen/skoda/fabia/i/uszczelka-pod-glowica-w-starych-silnikach-1.4-skodowskich-787735931/> [dostęp: 2.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/autorentgen/volkswagen/passat/b6/pompowtryskiwacze-128697509/> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/arrtee/ford-mondeo-1997/> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/flat-brava/dalszy-fiata-zywot-niemarny-10364/> [dostęp: 2.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/flat-brava/projekt-brava-ostateczna-wizualizacja-16058/> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/fso-polonez/spokojnie-to-tylko-awaria-3924/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/opel-vectra/wymiana-kompletu-rozrzadu-21788/> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/peugeot-406/a-znajomi-powtarzali-nie-kupuj-auta-na-f-14137/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/dzienniki-pokladowe/renault-laguna/zawieszenie-21078/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/johnyts/peugeot-406-2004/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/jzbychu/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/kasza85/alfa-romeo-164-1995/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/kierownik85/mitsubishi-lancer-evolution-2008/> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/twa-rog/honda-city-2010/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/wojtek8791/alfa-romeo-147-2002/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/awc/xenon58/honda-legend-2008/strona-7/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/citroen/bx/dyskusje/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/dziennik-kosztow/ford/ka/zaba-1999744350/wydatki-serwisowe> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/dziennik-kosztow/nissan/primera/1-6-gazownia-1999669052/pozostale-wydatki> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/dziennik-kosztow/opel/corsa/c-slicznotka-1999670045/wydatki-paliwowe> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/4x4/pickup-3-dyfry-reduktor-i-blokada-poprawka-1999927343/> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/audi/znowu-pasek-nawalil-1999960761/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/chevrolet-daewoo/radio-w-dajewo-matiz-jak-to-wyciagnac-680135513/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/chevrolet-daewoo/zakup-lanosa-1718889725/> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/ffk-sprawy-klubowe/kto-gdzie-na-wakacje-myka-moze-dzies-przy-okazji-na-piwku-sie-spotkamy-1224191795/> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/ffk-sprawy-klubowe/to-wy-nadal-jezdzicie-tymi-rdzawymi-fokamihehe-1924605650/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/jakie-auto/ekonomicznemale-autko-1999964144/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/jakie-auto/hatchback-do-15ty--1999936720/> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/jakie-auto/moto-event-east-2013-1999975634/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/jakie-auto/pierwsze-auto-do-7000-1999955876/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/klub-daewoofans/przedstawiamy-sie-1999930257/> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/klub-seata/jako-ze-az-wieje-chlodem-postanowilem-zalozyc-jakis-teamt-1999930009/> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/mondeo/czy-ktos-kto-ma-mkiv-2-0-tdci-140-km-1997634089/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/mondeo/uffodebralem-moje-autko-1999922813/> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/o-motoryzacji/przesuniecie-kierownicy-wzglem-fotela-1999977284/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/pogaduchy-nissanowe/normalnie-ze-100lat-1592190249/> [dostęp: 6.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/pogaduchy-p-s-a/zlapalem-wirusa-skromny-nazywa-sie-w-skrocie-ar1471-9jtd16v140km-hehe-1999938276/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/forum/vw-trojmiasto/dobry-warsztat-lpg-3miasto-1999942144/> [dostęp: 12.06.2014]

http://www.autocentrum.pl/go/617__Lista_raportow_Toyota_Yaris_-_Zuzycie_paliwa__31__920__2__1__1__1999__2005__340357899____.html [dostęp: 30.08.2014]

http://www.autocentrum.pl/go/618__Raport_Rover_400_-_Zuzycie_paliwa__1864357822__1__6__75__1__1995__2000__245471676____.html [dostęp: 11.06.2014]

http://www.autocentrum.pl/go/618__Raport_Volkswagen_Touran_-_Zuzycie_paliwa__346673793__1__1__6__1__2003__2010____536__.html [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/historia-motoryzacji/bmw/> [dostęp: 20.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/kultowe-wozy/lamborghini-urraco-maly-byk/> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/naszym-zdaniem/top-10%7C-niezwykle-supersamochody/> [dostęp: 6.11.2013]

<http://www.autocentrum.pl/naszym-zdaniem/top-10%7C-terenowki-na-weekendowe-wojaze/> [dostęp: 7.11.2013]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/audi-a3-i-s3-limousine-debiutuje-w-nowym-jorku/> [dostęp: 5.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/dacia-stworzy-male-auto-miejskie-na-bazie-tingo/> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/honda-cr-z-dostaje-spory-zastrzyk-mocy/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/klasa-g-mercedes-benz-klasy-g-wielki-lifting-w-2016-roku/> [dostęp: 25.08]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/nowa-toyota-auris-zadebiutuje-juz-w-paryzu/> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/nowosci/nowy-dostawczak-nissana/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/newsy/sport/toyota-yaris-r1a-rajdowka-dla-kazdego/> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/audi/80/b3/sedan/silnik-benzynowy-2.0-e-16v-137km-1990-1991/ocena-kierowcy-166832578/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/audi/80/b4/avant/silnik-diesla-1.9-tdi-90km-1991-1996/ocena-kierowcy-927844239/> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/audi/a4/b6/avant/silnik-diesla-1.9-tdi-pd-101km-2001-2004/ocena-kierowcy-233129011/> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/bmw/seria-3/e36/sedan/silnik-benzynowy-320-i-150km-1990-1998/ocena-kierowcy-1605705598/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/chevrolet/lacetti/kombi/silnik-benzynowy-1.4-i-16v-95km-od-2004/ocena-kierowcy-951158746/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/chevrolet/trailblazer/ii/silnik-benzynowy-4.3-i-v6-193km-1995-2005/ocena-kierowcy-1081738981/> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/citroen/c15/silnik-diesla-1.9-d-60km-1992-2006/ocena-kierowcy-1052130677/> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/citroen/xsara/ii/picasso/silnik-diesla-1.6-hdi-90km-2005-2010/ocena-kierowcy-1450061939/> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/daewoo/lanos/hatchback/silnik-benzynowy-1.6-i-16v-106km-1997-2004/ocena-kierowcy-934909766/> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/fiat/cinquecento/silnik-benzynowy-0.7-30km-1991-1996/ocena-kierowcy-1568384115/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/fiat/cinquecento/silnik-benzynowy-0.7-30km-1991-1996/ocena-kierowcy-728898090/> [dostęp: 15.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/fiat/punto/ii/hatchback/silnik-benzynowy-1.2-i-60km-1999-2010/ocena-kierowcy-1868693154/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/fiat/uno/ii/silnik-benzynowy-1.0-i.e-45km-1996-2002/ocena-kierowcy-1712443723/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/ford/fiesta/v/silnik-benzynowy-1.3-i-60km-1999-2003/ocena-kierowcy-181954050/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/ford/mondeo/ii/kombi/silnik-benzynowy-1.8-i-16v-115km-1996-2001/ocena-kierowcy-98727815/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/ford/sierra/ii/sedan/silnik-benzynowy-2.0-i-120km-1990-1993/ocena-kierowcy-1806914286/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/accord/vii/sedan/silnik-diesla-2.2-i-ctdi-140km-2002-2008/ocena-kierowcy-1443630190/> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/civic/v/hatchback/silnik-benzynowy-1.3-16v-75km-1991-1995/ocena-kierowcy-516535188/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/civic/vi/hatchback/silnik-benzynowy-1.5-i-114km-1995-2000/ocena-kierowcy-469484907/> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/civic/vi/hatchback/silnik-benzynowy-1.5-i-114km-1995-2000/ocena-kierowcy-106010889/> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/civic/vi/hatchback/silnik-benzynowy-1.4-i-s-90km-1995-2001/ocena-kierowcy-1572913427/> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/honda/stream/silnik-benzynowy-1.7-i-125km-2001-2007/ocena-kierowcy-1224566783/> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/mercedes/w123/sedan/silnik-benzynowy-2.3-136km-1980-1986/ocena-kierowcy-1906789697/> [dostęp: 20.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/mercedes/w124/sedan/silnik-benzynowy-2.3-132km-1985-1993/ocena-kierowcy-1676727277/> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/nissan/350z/coupe/silnik-benzynowy-3.5-i-v6-24v-283km-2003-2006/ocena-kierowcy-558914783/> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/opel/astra/g/hatchback/silnik-diesla-1.7-td-68km-1998-2000/ocena-kierowcy-1513481420/> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/peugeot/206/hatchback/silnik-benzynowy-1.4-i-75km-1998-2009/ocena-kierowcy-574622614/> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/renault/kangoo/ii/silnik-diesla-1.5-dci-82km-2003-2008/ocena-kierowcy-1922871869/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/renault/laguna/i/hatchback/silnik-diesla-1.9-dti-99km-1997-2000/ocena-kierowcy-1306787836/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/renault/thalia/ii/silnik-diesla-1.5-dci-85km-2008-2012/ocena-kierowcy-866002103/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/seat/marbella/silnik-benzynowy-0.9-kat-41km-1996-1998/ocena-kierowcy-1016922604/> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/skoda/fabia/i/hatchback/silnik-benzynowy-1.4-60km-1999-2007/ocena-kierowcy-1946425532/> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/skoda/favorit/kombi/silnik-benzynowy-1.3-63km-1988-1994/ocena-kierowcy-297398019/> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/skoda/felicia/i/hatchback/silnik-benzynowy-1.3-68km-1994-1998/ocena-kierowcy-382519326/> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/skoda/felicia/i/hatchback/silnik-benzynowy-1.3-68km-1994-1998/ocena-kierowcy-1653879539/> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/subaru/legacy/i/sedan/silnik-benzynowy-2.0-4wd-turbo-220km-1989-1994/ocena-kierowcy-1544478961/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/toyota/avensis/iii/sedan/silnik-diesla-2.2-d-4d-150km-2009-2011/ocena-kierowcy-1991695410/> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/toyota/celica/v/coupe/silnik-benzynowy-1.6-i-105km-1989-1994/ocena-kierowcy-787994479/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/volvo/460/silnik-benzynowy-1.8-90km-1991-1996/ocena-kierowcy-617106441/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/oceny/volvo/s80/i/silnik-diesla-2.5-tdi-140km-1999-2000/ocena-kierowcy-85720412/> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/opisy-techniczne/opis-techniczny-mercedes-w210/> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/opony/sprawdz-w-jakim-stanie-sa-twoje-opony/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/poradniki-dla-kierowcy/kupujesz-uzywany-samochod-przygotuj-sie-na-wydatki/> [dostęp: 30.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/poradniki-dla-kierowcy/na-majowke-do-sasiada-ale-tylko-na-trzezwo/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/cadillac-dts-amerykanska-s-klasa/> [dostęp: 8.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/ferrari-four-ff-wszechstronna-rewolucja/> [dostęp: 8.11.2013]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/j-jak-jazda-bez-kompromisow-lamborghini-aventador-j/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/motoryzacyjne-nowosci-2013-od-h-do-o/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/peugeot-2008-krol-lew/> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/prezentacje/porsche-cayman-s-ultraszybki-drapiezca/> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/raporty-z-jazd/mercedes-klasa-e-odswiezona-gwiazda/> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/raporty-z-jazd/skoda-citigo-g-tec-miejskie-auto-z-fabrycznym-gazem/> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/spalanie/seat/leon/ii/silnik-diesla-1.9-tdi-105km-2005-2012/raport-spalania-639182476/> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/spalanie/volkswagen/golf/ii/silnik-benzynowy-1.8-i-kat-90km-1987-1991/raport-spalania-617532930/> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/sport/volkswagen-castrol-cup-puchary-rozdane/> [dostęp: 10.11.2013]

<http://www.autocentrum.pl/strefa-ekspertow/tuning/daewoo-lanos-sportowy-filtr-i-obroty-889399456/> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/technika/akumulator-przed-zima-czyli-co-warto-wiedziec-i-zrobic/> [dostęp: 6.11.2013]

<http://www.autocentrum.pl/technika/anglik-po-polsku/> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/technika/kable-rozruchowe-tylko-awaryjnie/> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/testy/renault-megane-12-tce-po-prostu-dobre/> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/testy/rolls-royce-wraith-gran-turismo-dla-gentlemana/> [dostęp: 30.08.2014]

<http://www.autocentrum.pl/testy-aut-uzywanych/dobra-uzywka-fiat-grande-punto-2005-/> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.autocentrum.pl/testy-aut-uzywanych/klasa-b-czy-to-jeszcze-mercedes/> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.autocentrum.pl/wydarzenia/na-zywo-z-frankfurtu-nowosci-brytyjskich-marek/> [dostęp: 6.11.2013]

<http://www.auto-swiat.pl/gaznik/xjlfj> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.budmatdriftshow.pl/co-to-jest-drift.html> [dostęp: 15.07.2014]

<http://www.cda.pl/video/597539b/Blondynka-i-jej-nowiutki-samochod-z-salonu> [dostęp: 15.03.2014]

<http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/1071232,korek-na-dk86-sosnowiec-katowice-mistrzowie-kierownicy-lamia-przepisy-zdjecia-wideo,id,t.html> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/129257,chodziej-krol-szosy-z-trzema-promilami,id,t.html?cookie=1> [dostęp: 10.06.2013]

<http://www.fakt.pl/Pijak-prowadzil-TIR-a,artykuly,74900,1.html> [dostęp: 10.06.2013]

<http://www.filmweb.pl/film/Mistrz+kierownicy+ucieka-1977-7763> [dostęp: 26.04.2014]

<http://www.forum.fordclubpolska.org/showthread.php?t=54578> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl; moto-portal.pl> [stosowany skrót: MP]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/10185-volvo_v40_combi_benzyna_czy_diseal/page-2 [dostęp: 20.10.2013]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/10986-na-luzie/page-350> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11071-volkswagen-caddy-mk1/page-2> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11484-renault-megane-coupe/> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11583-ferrari-458-italia/> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11851-postrzeganie-kierowcy-bmw-w-polsce/> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/11851-postrzeganie-kierowcy-bmw-w-polsce/page-2?hl=kierowca> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/12064-wip-grzes/page-7> [dostęp: 15.07.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/12447-kupno-auta-do-max-65-tys/> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/12994-czy-strefa-kulturalnej-jazdy-jest-w-polsce-potrzebna/> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/13214-pierwsza-fura-ekonomiczna/> [dostęp: 3.07.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/13452-toyota-z-silnikami-mazdy/> [dostęp: 27.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/1905-blue_Honda_S2000_124_Tamiya/ [dostęp: 15.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/2129-Porsche_911_gt3/page-2 [dostęp: 10.07.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/239-Budowa_silnika_renault_megane/ [dostęp: 9.07.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/3663-nowe_mondeo/page-2 [dostęp: 26.10.2013]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/3778-jakie_auto_kupic_do_10tys_zl/page-3 [dostęp: 15.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/5150-Jakie_sa_dodatkowe_wymogi_dopuszczenia_samochodu_do_KJS_ow/ [dostęp: 5.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/6187-JAKIE_AUTO_WYBRAC/page-2 [dostęp: 28.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/6734-Auto_dla_kobiety_niezawodny_oszczedny_45_drzwiowy/page-2 [dostęp: 5.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/707-Fajne_autka/page-10 [dostęp: 6.07.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/7387-Niewiem_co_wybrac_prosze_o_pomoc/ [dostęp: 24.10.2013]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/7522-Audi_A8_Sheikh_of_Dubai/page-2 [dostęp: 9.07.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/7784-Chce_kupic_autkoDoradzcie/ [dostęp: 10.06.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/822-BMW_e36_316_/page-2 [dostęp: 2.06.2013]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/9072-na_luzie/page-455 [dostęp: 20.05.2014]

http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/9615-Ford_escort/ [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forum.moto-portal.pl/index.php?/topic/9617-SAMOCHODZIK/> [dostęp: 3.07.2014]

<http://www.forum.prawojazdy.com.pl/viewtopic.php?t=8695> [dostęp: 16.03.2014]

http://www.forumnew.moto-portal.pl/index.php?/topic/4048-Pijani_na_drodze/ [dostęp: 25.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl> [stosowany skrót: FS]

<http://www.forumsamochodowe.pl/1-4-mili-jakie-auto-do-15-000-zl-vt71525,15.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/1-auto-do-3000-vt45279.htm> [dostęp: 3.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/2-0-tdi-bkd-kopci-na-niebiesko-vt25215.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/40-karnych-punktow-w-ciagu-kilkunastu-minut-vt4602.htm> [dostęp: 25.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/5-drzwiowy-hatchback-do-8-tys-zl-vt72764,15.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/a3-czy-147-vt19861.htm> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/a-gdyby-tak-japonczyk-to-jaki-vt18954.htm> [dostęp: 20.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/akcja-4-vt56718.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/akcja-znicz-2011-vt50348.htm> [dostęp: 25.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-147-vt74640,30.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-156-vt43764,15.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-romeo-147-opinie-vt51967.htm> [dostęp: 2.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-romeo-1-4-turbo-benzyna-vt35026.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-romeo-156-2004-r-czy-citroen-c4-co-warto-kupic-vt72895.htm> [dostęp: 21.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/alfa-romeo-156-pare-pytan-vt10655.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/astra-f-i-nie-tylko-problem-rdzewiejacych-progow-vt16479.htm> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/astra-f-po-zmanie-silnika-nie-dociagniecia-mechanika-vt23452.htm> [dostęp: 5.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/astra-ii-1-6-czy-1-8-vt24992,15.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-80-b3-zmiana-butli-w-bagazniku-vt52228.htm> [dostęp: 10.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a3-7-9k-vt60299,30.htm> [dostęp: 20.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a3-a4-do-9-10-tys-vt37835.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a3-ocena-vt76277,30.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a3-prosze-o-porade-vt44870.htm> [dostęp: 5.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a4-1-9-gdzie-najlepiej-szukac-vt63927.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a4-1-9-tdi-130km-2003r-jaka-jest-jakosc-vt37940.htm> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a4-b5-czy-passat-b5-vt60745.htm> [dostęp: 16.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a4-b5-fl-problem-z-obrotomierzem-vt75140.htm> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a4-b6-vs-bmw-e90-320i-vt75966.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a6-c5-2-7bi-vs-tt-225-q-vt75642,15.htm> [dostęp: 25.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-a6-c5-2-7bi-vs-tt-225-q-vt75642.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-czy-vw-vt72710,15.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-czy-vw-vt72710,30.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-jaki-silnik-diesla-wybrac-vt74697,15.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-rs6-b6-vt71194.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/audi-w-mistrzostwach-swiata-fia-wyscigi-dlugodystansowe-vt62360.htm> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auta-miejskie-opis-i-przemyslenia-vt70302.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/autko-do-23-tysiecy-vt55756.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/autko-segment-d-do-60-tys-rok-produkcji-od-2009-accord-vt71280.htm> [dostęp: 2.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/autko-za-12000zl-vt44856.htm> [dostęp: 3.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-dla-mlodego-kierowcy-vt55458.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-dla-rodziny-2-1-do-30-tys-vt74450.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-10-000-vt7633.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-10-tys-vt40049.htm> [dostęp: 25.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-10tys-zl-dla-studenta-vt8350.htm> [dostęp: 2.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-12-tys-dla-mlodego-chlopaka-z-dziewczyzna-vt41839,30.htm> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-15k-zl-vt68591.htm> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-16k-zl-vt69139.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-30tys-benzyna-min-2007-r-i-w-miare-ekonomiczne-vt72123.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-30-tys-wiecej-informacji-w-srodku-vt74623.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-3-4-tys-z-gazem-preferowany-sedan-vt74303.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-35-tys-zl-benzyna-czy-diesel-vt55166.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-3-tys-vt63631,15.htm> [dostęp: 27.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-3-tys-vt63631.htm> [dostęp: 27.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-4000-zl-megane-vs-xsara-ii-vt66291,15.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-4500zl-sport-vt63119,15.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-7-8-tysiecy-combi-lub-hatchback-vt34921.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-8000zl-vt75625.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-ok-25k-prawdopodobnie-hatchback-vt73129.htm> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-do-zrobienia-vt67903.htm> [dostęp: 31.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/automatyczny-system-fotoradarow-przeciw-piratom-drogowym-vt16734.htm> [dostęp: 26.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-nowe-do-60-tys-uzywane-do-30-tys-vt72748.htm> [dostęp: 7.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-rodzinne-do-20-tys-zl-kombi-minivan-vt60039.htm> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-rodzinne-za-okolo-35-tys-zl-vt73798,30.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-w-teren-vt39683.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-automatem-do-robienia-200-km-miesiecznie-do-21-tys-zl-vt70926.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-gazem-do-15-tys-doradzcie-prosze-vt55318.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-klimatem-do-5k-na-nie-wiecej-niz-2-lata-vt72865,120.htm> [dostęp: 29.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-klimatem-do-5k-na-nie-wiecej-niz-2-lata-vt72865,75.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-lat-90-do-remontu-vt76340,30.htm> [dostęp: 30.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-napedem-4x4-vt62657.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/auto-z-zacieciami-sportowym-do-kwoty-30-37tys-vt76462,30.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/avensis-i-czy-vt71287.htm> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/benzyna-250-koni-vs-diesel-250-koni-vt74353.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bezawaryjny-32000-zl-vt75282.htm> [dostęp: 2.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/blacha-w-toyocie-yaris-vt20242.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-316-2000r-opinia-vt47197,15.htm> [dostęp: 22.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e36-316i-compact-instrukcja-obslugi-vt46249.htm> [dostęp: 20.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e36-318-jak-podnies-moc-vt17666.htm> [dostęp: 5.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e36-4-6tys-zl-vt67463.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e46-316i-1-9-benzyna-1998-r-vt56750.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e46-czy-hyundai-coupe-diesel-czy-benzyna-czy-ben-lpg-vt76094.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-e46-vs-vw-golf-iii-gaz-vt50301,15.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-m3-e46-cena-vt25260.htm> [dostęp: 5.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/bmw-seri-3-e46-opel-astra-ii-vt71303,15.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cabrio-do-20-000-pln-vt32960.htm> [dostęp: 24.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ceed-civic-czy-auris-do-40-tysiecy-vt69774.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/chamscy-kierowcy-vt11386.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/chcialbym-spedzic-z-toba-ten-dzien-malenka-vt63520.htm> [dostęp: 23.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/chlopaki-pomozcie-co-najlepsze-vt22645.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cichy-i-miekki-samochod-do-40-tys-vt14537.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ciekawe-auto-do-31-tys-zl-vt70363.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cinquecento-vt61116.htm> [dostęp: 3.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cinquecento-spotring-1-1-turbo-czy-swap-vt11103.htm> [dostęp: 15.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/citroen-c5-iii-za-28-tys-vt75076.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/civic-ufo-silnik-vt73614.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/clica-golf-audi-co-by-tu-wybrac-pomozcie-vt75192.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-lepsze-corsa-1-7dti-vs-ibiza-1-4tdi-vs-polo-1-4tdi-vt53106.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/colt-vs-audi-b4-1-9tdi-ktora-opcja-bardziej-oszczedna-vt56842.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-mogloby-rozwiazac-problem-powstawania-korkow-drogowych-vt36298,30.htm> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-myslisz-o-tym-aucie-vt19528,90.htm> [dostęp: 27.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-o-nim-sadzicie-vt31070.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-po-uno-do-10-tysiecy-vt30129,30.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-po-uno-do-10-tysiecy-vt30129.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cos-cyka-stuka-w-silniku-vt40539.htm> [dostęp: 7.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/cos-innego-do-8tys-vt64799.htm> [dostęp: 31.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/co-to-ku-moze-byc-vt579.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czas-na-nowe-auto-sportowe-40000-vt45374,30.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czesci-do-daewoo-vt28831,30.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-auto-po-taxi-z-przebiegiem-400-000-km-i-wyzej-to-zlom-vt75142.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-auto-po-taxi-z-przebiegiem-400-000-km-i-wyzej-to-zlom-vt75142,30.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-kupic-auto-co-ma-przjechane-ponad-230-tys-km-vt39468.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-kupic-teraz-auto-za-8-12-tys-czy-za-rok-za-25-30-tys-vt72572.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-rocznik-auta-jest-wazny-vt34499,30.htm> [dostęp: 5.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-sie-oplaca-zamienic-toledo-na-matiza-z-gazem-vt51367,15.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-zakladac-gaz-ford-fusion-vt37019.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-zgasimy-swiatla-w-naszych-autach-vt9958,105.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/czy-zgasimy-swiatla-w-naszych-autach-vt9958,120.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/daewoo-matiz-czy-warto-kupic-vt2454.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/daewoo-nubira-1-6-lpg-podczas-ruszania-i-jazdy-jest-slaba-vt74561.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-czy-benzyna-gaz-vt5834.htm> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-czy-benzyna-kompakt-10-12k-vt76629.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-czy-benzyna-merytorycznie-vt74013.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-czy-benzyna-merytorycznie-vt74013,15.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-czy-benzyna-vt15065,165.htm> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/diesel-przy-malych-przebiegach-vt33155,15.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dmc-delorean-vt34554.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/do-5-500-zl-lpg-vt73395.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dobry-i-ladny-wozek-do-10-tys-vt59500,15.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dobry-sedan-do-10-tys-zl-vt71485,15.htm> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/docieranie-silnika-w-nowej-fiescie-vt36821.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/do-paki-w-5-sekund-vt3252.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/duzy-i-wygodny-benzyniak-vt73882.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dylemat-amatora-vt75253.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dylemat-z-pierwszym-autem-do-8-tysiecy-vt71884.htm> [dostęp: 30.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dynamiczne-auto-do-20-tys-vt66852.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dynamiczny-suv-40k-vt74333.htm> [dostęp: 7.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/dzielny-samochod-do-podrozowania-dla-niewielkiej-osoby-vt61458,15.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/e39-520d-vs-stilo-1-9-jtd-vs-civic-em2-vt68657.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/e39-530d-525d-vs-vw-passat-b5fl-1-9-tdi-vt58743.htm> [dostęp: 20.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ekologiczny-samochod-vt54037.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ekonomiczne-wozidelko-do-10000-zl-vt75548,60.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ekonomiczne-wozidelko-do-10000-zl-vt75548,15.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ekonomiczny-samochod-do-pracy-dla-ojca-6tys-vt71072,30.htm> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/eksploatacja-d-max-kontra-ranger-vt68202.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/eliminujmy-pijkow-za-kierownica-vt71098.htm> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/eliminujmy-pijkow-za-kierownica-vt71098,15.htm> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/eliminujmy-pijkow-za-kierownica-vt71098,30.htm> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-125p-1968r-vt50013.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-125p-tuning-vt18754.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-brava-awaria-vt65883.htm> [dostęp: 13.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-bravo-1-9-jtd-vt64735.htm> [dostęp: 27.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-cc-700-gdzie-jest-alarm-vt31073.htm> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-cinquecento-900-duza-awaria-silnika-vt61710.htm> [dostęp: 20.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-panda-vt1173,15.htm> [dostęp: 11.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-puntoii-czy-dewoo-lanos-vt33307.htm> [dostęp: 29.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fiat-uno-vt33012.htm> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-cougar-prosze-o-opinie-vt44468.htm> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-escord-pierwszy-samochod-vt40470.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-ka-czy-fiat-seicento-vt27153.htm> [dostęp: 3.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-ka-za-i-przeciw-vt14979.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-mondeo-mk1-vt42525,30.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ford-mondeo-mk3-opinie-vt22281,45.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fura-na-laski-vt16648,15.htm> [dostęp: 22.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ fura-na-laski-vt16648,30.htm> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ galant-czy-accent-vt11562.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ galant-vs-lancer-wady-i-zalety-vt11733.htm> [dostęp: 21.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ garaz-blaszak-opinie-vt50834.htm> [dostęp: 5.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ gaz-do-megane-2-0-t-225-km-vt67971.htm> [dostęp: 24.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ golf-3-1-4-powrot-od-mechanika-nowy-kolektor-vt47943.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ grand-vitara-vt23130.htm> [dostęp: 21.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ haslo-vt71374.htm> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ hatchbeck-do-ok-24tys-vt75977.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ hondaaccordprzygoda-vt2702.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ honda-accord-vi-1999-vt45914.htm> [dostęp: 31.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ honda-accord-vi-2-0-147km-gaz-szarpanie-i-dlawienie-silnika-vt75916.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ honda-civic-1-4-90-koni-16v-96-rok-tuning-silnika-vt34762.htm> [dostęp: 20.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ honda-civic-viii-1-8t-opinie-vt61093.htm> [dostęp: 10.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ hyundai-santa-fe-i-czy-landrover-freelander-do-13-5-tys-zl-vt73772.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ hyundai-tucson-vs-kia-sportage-vt71033.htm> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ile-twoje-auto-spala-paliwa-bez-klamania-vt39242,15.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ ile-twoje-auto-spala-paliwa-bez-klamania-vt39242,45.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaka-firme-wybrac-vt19667.htm> [dostęp: 21.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-4x4-diesel-wolnossacy-vt60034.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-byscie-kupili-prosze-o-pomoc-vt40323,30.htm> [dostęp: 14.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-do-30-000-zl-vt54356.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-do-40-tys-vt70052,15.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-do-40-tys-vt70052.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-kupic-moj-pierwszy-sam-vt37130.htm> [dostęp: 6.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-kupic-w-przedziale-35000-38000zl-vt11515,30.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-wybrac-vt66576.htm> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-za-3-4tys-z-lpg-malo-palace-vt72908,15.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-auto-za-3-4tys-z-lpg-malo-palace-vt72908,30.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-kombi-do-18000-zl-vt76718.htm> [dostęp: 25.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-kombi-w-dieslu-do-3-tysiecy-vt74308.htm> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-kombi-w-dieslu-do-3-tysiecy-vt74308,30.htm> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-malo-awaryjne-i-niedrogie-do-12-tys-max-vt62413.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-opony-zimowe-do-mazdy-3-vt58461.htm> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakie-pierwsze-auto-kupic-vt72807,15.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jakimi-rzadkimi-niezwyklymi-autami-mieliscie-okazje-jezdzic-vt2410.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaki-niemiecki-albo-japonski-diesel-za-ok-20-000zl-vt10482,15.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaki-pasek-ford-fiasta-mk3-vt41703.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaki-samochod-kupic-do-3000zl-vt71415.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaki-samochod-vt64600.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jaki-silnik-diesel-benzyna-lpg-konkretny-przyklad-vt57141.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jeep-grand-cherokee-ii-z-2000-vt76455.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jezeli-jestes-nowy-przywitaj-sie-tutaj-vt1936,45.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/jtd-dti-tdi-vt44372.htm> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kilka-propozycji-na-pierwsze-autko-vt65166.htm> [dostęp: 11.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-parkuje-samochod-d-vt6626.htm> [dostęp: 25.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-szuka-samochodu-vt51996.htm> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,15.htm> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,30.htm> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,45.htm> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,60.htm> [dostęp: 20.03.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,75.htm> [dostęp: 20.03.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972,90.htm> [dostęp: 20.03.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kobieta-za-kierownica-vt41972.htm> [dostęp: 20.03.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kolejne-autko-8-12-tys-zl-vt75651.htm> [dostęp: 26.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kolizja-w-wyniku-zajechania-drogi-vt60140,45.htm> [dostęp: 5.06.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kombi-15-20-tys-na-krotkie-i-dlugie-trasy-vt20651.htm> [dostęp: 28.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kombi-do-30-tys-diesel-full-wypas-od-2008-roku-jakie-vt68078.htm> [dostęp: 28.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kombi-do-37tys-ktory-model-wybrac-vt17897.htm> [dostęp: 20.10.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kombi-lub-van-cena-do-20-tys-rocznik-powiedzmy-od-2000-vt6299.htm> [dostęp: 14.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/komis-autostrada-vt65186.htm> [dostęp: 25.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktore-4x4-vt43162,60.htm> [dostęp: 11.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktore-z-tych-aut-jest-waszym-zdaniem-najlepsze-vt40214,30.htm> [dostęp: 10.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktore-z-tych-aut-na-pierwszy-samochod-25-tys-vt63561.htm> [dostęp: 11.06.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktory-olej-mineralny-najlepiej-uszczelnia-vt49819,15.htm> [dostęp: 1.04.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktory-wybrac-jako-pierwszy-do-2000-zl-vt29271.htm> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ktory-z-tych-vt33159,15.htm> [dostęp: 28.04.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kultura-na-drodze-vt67367.htm> [dostęp: 23.03.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kupic-czy-nie-bravo-1-4-vt45843.htm> [dostęp: 7.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/kupno-samochodu-na-lata-vt65850.htm> [dostęp: 10.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/l200-2008r-jakie-wejda-maxymalne-opony-vt62481.htm> [dostęp: 25.03.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/ladny-szybki-sedan-7000-8000zl-vt75869.htm> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/lanos-z-lpg-vt41827,15.htm> [dostęp: 3.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/licznik-spalania-paliwa-vt64668.htm> [dostęp: 22.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/lusterka-m3-vt28340.htm> [dostęp: 10.06.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/maciej-zientarski-walczy-o-zycie-vt6871,90.htm> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/maciej-zientarski-znow-testuje-vt57520.htm> [dostęp: 20.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/male-autko-tikacz-vs-cienias-vs-swift-vs-sunny-inne-vt29965,15.htm> [dostęp: 2.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/male-zwinne-autko-jakie-vt75303.htm> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/mam-juz-dosc-poszukiwan-jednak-nowy-do-40-tys-pomocy-vt50438.htm> [dostęp: 7.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/marka-tata-indico-vt23681.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mazda3-lub-cos-podobnego-vt67780.htm> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mazda-626-vs-vectra-a-czy-vt9117.htm> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mazda-6-czy-warto-kupic-pod-instalacje-lpg-vt67191.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mazda-6-z-2003-vt75727.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mazda-audi-czy-bmw-vt73662.htm> [dostęp: 5.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mechanik-samochodowy-diagnosta-vt10445.htm> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/megane-1-6i-vt41278.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/megane-i-kombi-1-9dci-2001r-vs-bmw-e36-sedan-1-8i-1998r-vt75731.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/megane-laguna-406-focus-156-jakie-auto-kombi-vt50227.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-190-2-0-z-gazem-spalanie-vt35893.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-190-warto-kupic-vt15853,15.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-c180-spalanie-gazu-i-benzyny-jednoczesnie-vt63635.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-kaczka-czy-to-ma-sens-vt65846.htm> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-klasa-e-w210-1995-2002-okularnik-auto-na-taxi-vt4335.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-vs-lada-niva-vt47578.htm> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-w140-bmw-e38-czy-audi-a8-vt74606.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-w220-vt16731.htm> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mercedes-w221-420-cdi-vs-audi-a8-d3-4-2-tdi-ktore-lepsze-vt34283,15.htm> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/miejskie-autko-dla-kobiety-do-5-tys-co-kupic-na-slasku-vt74433.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/miejski-i-na-trasy-bogato-wyposazony-do-25tys-vt73164.htm> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mistrzowie-dakaru-na-verva-street-racing-vt57569.htm> [dostęp: 26.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/misubishi-pajero-2-5-td-vt16269.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mocno-uszkodzony-lub-nie-punto-94r-vt76252.htm> [dostęp: 6.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/moj-pierwszy-samochod-do-10000-zl-jaki-kupic-vt71639,45.htm> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/moment-obrotowy-diesel-a-benzyna-jaki-wybrac-vt56090,15.htm> [dostęp: 28.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mondeo-mk2-brak-abs-vt73926.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mondeo-mk2-stuki-w-nowym-zawieszeniu-i-dziwne-objawy-vt73927.htm> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/mondeo-veronika-vs-mondeo-tdci-vt4232.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/naped-na-tylnia-os-vt2291.htm> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nastepca-c5-auto-do-45-tys-vt69876.htm> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nie-wylacza-sie-silnik-vt71707.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nissan-terrano-ii-opinie-vt17,15.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowe-autko-vt63896.htm> [dostęp: 31.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowe-auto-dla-kobiety-vt74847.htm> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowe-auto-max-90-95-tys-vw-passat-b6-1-8tsi-vt27402.htm> [dostęp: 25.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowy-i-maly-do-35-tys-vt61666.htm> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowy-samochod-do-35-000-eur-niezawodny-diesel-japonski-vt74375.htm> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/nowy-samochod-do-ok-50-tys-vt58299.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/ocena-auta-bmw-do-8-tys-vt74444.htm> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/opel-astra-1-6-wymiana-silnika-na-1-8-vekra-vt10407.htm> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/opel-frontera-2-2-dti-vt22904.htm> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/opinia-o-pajero-vt46372.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/oswiadczenie-o-szkodzie-vt44121.htm> [dostęp: 20.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/parking-tylko-dla-kobiet-vt31806.htm> [dostęp: 25.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/parkowanie-vt47556,15.htm> [dostęp: 23.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/passat-b5-1-6-czy-1-8t-pomocy-vt75421.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/passat-b5-kolizja-jestem-poszkodowany-co-robic-vt44685.htm> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/passat-b5-warto-kupic-vt2865.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/passat-wart-swojej-ceny-vt76457.htm> [dostęp: 26.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pekniecie-blachy-nad-przednim-kolem-vt18285.htm> [dostęp: 24.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/peugeot-306-pare-problemow-vt64375.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/peugeot-406-coupe-2-2-hdi-czy-moze-toyota-celica-help-vt2218.htm> [dostęp: 2.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-autko-do-1000zl-vt48284.htm> [dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-autko-vt67197,15.htm> [dostęp: 6.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-4500-5500-vt66913,15.htm> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-6-tysiecy-czy-zbierac-wiecej-vt71268.htm> [dostęp: 2.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-8-13tys-zl-vt49746.htm> [dostęp: 2.06.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-dla-ksiedza-do-10000-zl-vt30034,15.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-dla-ksiedza-do-10000-zl-vt30034.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-do-2500-zl-vt74055.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-do-ok-15k-vt22498.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-do-ok-8000zl-vt72891.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-seat-leon-1-9-tdi-185-km-7s-100km-h-duzo-vt57576.htm>
[dostęp: 25.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-tanie-zrywne-malo-palace-vt25829.htm> [dostęp: 20.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-vt45266.htm> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwsze-auto-vt76862.htm> [dostęp: 27.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-13-17-tys-vt27312.htm> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-co-kupic-i-jak-szukac-do-11-tys-vt75682,15.htm>
[dostęp: 18.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-do-12tys-audi-vt71719,15.htm> [dostęp: 16.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-do-35000-d-vt41902,15.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-do-5-tys-vt69069.htm> [dostęp: 24.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-linki-do-oceny-vt75781.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-vt48502.htm> [dostęp: 27.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-vt6222.htm> [dostęp: 3.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-samochod-za-ok-10-000-vt34360.htm> [dostęp: 22.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-woz-z-lpg-w-przedziale-3-6-tys-wroclaw-vt75430,15.htm> [dostęp:
7.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pierwszy-woz-z-lpg-w-przedziale-3-6-tys-wroclaw-vt75430.htm> [dostęp:
9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pilnie-potrzebna-pomoc-przy-wyborze-auta-vt30278.htm> [dostęp:
23.10.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pirat-drogowy-zlapany-w-sieci-vt5600.htm> [dostęp: 27.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/polo-bluegt-wyjatkowo-oszczedny-a-zarazem-sportowy-vt53867.htm>
[dostęp: 15.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/polo-iv-vs-ibiza-iii-vs-fabia-i-vs-stilo-vt35358.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/polonez-caro-vt39809.htm> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/polski-magazyn-top-gear-vt6216,75.htm> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pomoc-przy-wyborze-auta-vt37303.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pomoc-przy-wyborze-vt74222.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/poradzie-w-spr-przekladki-karoserii-z-anglika-do-wersji-eur-vt35010.htm>
[dostęp: 28.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/porsche-cayenne-do-55-tys-vt73597.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/porsche-z-dieslem-juz-w-produkcji-vt14721.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/potrzebuje-waszej-rady-vt42505.htm> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/problem-z-brakiem-mocy-vitara-96-2-0-l-automat-vt67569.htm> [dostęp:
25.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/problem-z-odpaleniem-na-zagrzanym-silniku-vt67387.htm> [dostęp:
10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/problem-z-odpaleniem-silnika-ford-mondeo-mk3-2-0-tddi-115-vt52933.htm>
[dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/problem-z-praca-doradzcie-cos-vt42371,15.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/prosba-o-identyfikacje-marki-sportowe-gt-vt73529.htm> [dostęp: 2.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/prosba-w-wyborze-auta-do-2-5-tys-vt73964,15.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/przekroczenie-predkosci-vt2347.htm> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pytanie-o-alufelgi-vt48975.htm> [dostęp: 05.04.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/pytanie-o-olej-vt70751.htm> [dostęp: 3.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/rav4-czy-one-mialy-reduktor-i-czy-naprawde-sa-kiepskie-vt34491.htm>
[dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/renault-czy-warto-vt71877.htm> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/renault-megane-classic-vt39162.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/rodziny-samochod-do-10-tys-vt76209.htm> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/rodziny-wyzszy-benzyna-dogazu-2004r-mocny-pomocy-vt73111.htm>
[dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/rodziny-z-lekkim-zacieciem-za-20tys-vt10971.htm> [dostęp: 20.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-30-35-tysiecy-vt60045.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-35-45-tys-vt71516.htm> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-dla-mamy-do-ok-20tys-vt73336.htm>

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-dla-mamy-za-7-8tys-maks-vt72350,105.htm> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-2500-zl-vt64160.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-25-tys-vt75622,15.htm> [dostęp: 25.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-3tys-na-gaz-vt53604.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-3tys-na-gaz-vt53604.htm> [dostęp: 25.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-40-000zl-vt66224.htm> [dostęp: 5.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-45-tys-dla-kobiety-vt63483.htm> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-5-tys-z-lpg-i-klima-vt75849,30.htm> [dostęp: 1.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-6500-zl-vt76620.htm> [dostęp: 20.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-7000-zl-vt47742.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-ok-3000zl-3800zl-vt76485,15.htm> [dostęp: 15.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-dostawczy-do-5k-euro-vt67723.htm> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-do-tuning-u-vt77104,15.htm> [dostęp: 8.08.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-sportowo-podobny-do-10000-vt75453.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-terenowy-jaki-kupic-vt59297.htm> [dostęp: 19.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-twoich-marzen-vt13985.htm> [dostęp: 22.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-w-przedziale-5-10-tysiecy-vt74093,30.htm> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samochod-za-8000-11000-vt48613.htm> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/samuraj-pajero-a-moze-land-cruiser-vt22155.htm> [dostęp: 7.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/scirocco-r-vs-astra-vxr-vt70948.htm> [dostęp: 22.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/seat-arosa-vt76264.htm> [dostęp: 7.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/seat-cordoba-brazowe-maslo-na-korku-od-wlewu-oleju-vt60367.htm> [dostęp: 23.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/seat-ibiza-cupra-iii-vt70549.htm> [uzyskanie dostępu 2.05.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/seat-ibiza-zablokowany-silnik-vt791.htm> [dostęp: 22.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/segment-b-lub-c-do-11-tys-bezawaryjnosc-i-niskie-koszty-vt67517.htm>
[dostęp: 11.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/skoda-felicja-1-3-98r-awaria-silnika-vt76052.htm> [dostęp: 12.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/skrajny-wybor-golf-iv-corolla-e11-czy-golf-v-tsi-vt65521.htm> [dostęp:
20.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/skrzynia-manualna-czy-automatyczna-komfort-wygoda-vt47157.htm>
[dostęp: 27.04.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/skrzypiace-sprzeglo-w-yarisie-vt25051.htm> [dostęp: 12.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/sportowe-autko-do-zabawy-max-do-5-tysiecy-prosze-o-pomoc-i-vt20016,15.htm> [dostęp: 15.03.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/sprowadzanie-samochodu-skad-vt74471.htm> [dostęp: 25.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/sprowadzone-auto-z-polskiego-komisu-vt21103.htm> [dostęp: 21.08.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/sprzedam-auto-vt29215.htm> [dostęp: 11.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/studenckie-wozidelko-za-okolo-5000-zl-vt57853.htm> [dostęp: 16.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/subaru-legacy-97-2-5l-175km-przeegrzany-silnik-vt62152.htm> [dostęp:
23.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/suzuki-samuraj-vt29966.htm> [dostęp: 7.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/szukam-auta-do-5-tys-vt68860.htm> [dostęp: 5.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/szukam-auta-do-9tys-zl-max-vt70780.htm> [dostęp: 10.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/szybkie-autko-do-10-000tys-zl-vt59114,30.htm> [dostęp: 28.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/taksowka-do-22-000zl-vt44091,15.htm> [dostęp: 31.05.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tanie-autko-z-gazem-na-dojazdy-2500-3000-zl-vt41591.htm> [dostęp:
19.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tanie-auto-vt58262.htm> [dostęp: 15.03.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tanie-w-utrzymaniu-malo-awaryjne-autko-vt65059.htm> [dostęp: 12.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tani-samochod-dla-studenta-vt63923.htm> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tani-samochod-na-taksowke-vt60265,15.htm> [dostęp: 26.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/terenowka-do-35tys-vt37296.htm> [dostęp: 7.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/terenowka-suv-do-8-tys-vt66864.htm> [dostęp: 28.06.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/toyota-celica-od-2000-r-vt40455.htm> [dostęp: 21.08.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tragiczna-wielkanoc-na-polskich-drogach-vt7578,15.htm> [dostęp:
28.04.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/troszke-zadziorne-male-autko-do-35-000zl-vt71774.htm> [dostęp:
24.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/trwaly-mocny-z-klasa-do-25-tys-zl-vt75546.htm> [dostęp: 2.07.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/tylne-hamulce-astra-f-vt46818.htm> [dostęp: 25.03.2013]
<http://www.forumsamochodowe.pl/uwaga-rewolucja-w-przepisach-vt16727.htm> [dostęp: 26.04.2014]
<http://www.forumsamochodowe.pl/uzywane-vs-nowe-sportowe-vt37375.htm> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/v8-vt45824.htm> [dostęp: 28.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/vectra-b-mondeo-mk2-czy-mazda-323f-4-5k-vt65336.htm> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/volvo-v40-jak-wygladaja-koszty-vt75307.htm>

<http://www.forumsamochodowe.pl/vw-golf-iv-2-0-gaz-vt70671.htm> [dostęp: 23.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/vw-passat-b5-5-vs-ford-mondeo-mk3-vt72339.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/vw-passat-b6-silnik-stracil-moc-nie-odpala-vt71057.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/vw-polo-iii-vs-opel-corsa-c-vt44977.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/vw-polo-vs-honda-civic-vt41926.htm> [dostęp: 17.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wakacje-w-polscie-jakie-kupic-auto-do-4000-tys-vt72821,30.htm> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/warszawa-vt18714.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wybor-samochodu-vt26733.htm> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wybor-sposrod-5-aut-vt45674.htm> [dostęp: 24.07.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wycena-samochodu-vt60671.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wymarzony-model-vt75470.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/wypowiedzenie-oc-a-nowe-oc-vt70517.htm> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zabiora-samochody-pijanym-kierowcom-vt2252,15.htm> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zagazownia-4-runnera-vt23912,30.htm> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zakup-nubiry-i-watpliwosci-vt36299,15.htm> [dostęp: 20.05.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zakup-samochodu-uzywanego-35-40-tys-vt74531.htm> [dostęp: 14.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zamulanie-i-dymienie-diesla-vt76493.htm> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zanim-zamiescisz-tu-temat-przeczytaj-wazne-vt5298.htm> [dostęp: 27.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zlosliwe-zachowanie-kierowcow-vt34744.htm#p206957> [dostęp: 14.03.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/zmiana-silnika-vt26274.htm> [dostęp: 26.06.2014]

<http://www.forumsamochodowe.pl/z-okazji-dnia-matki-nowy-samochod-dla-mamy-40-50-tys-vt34111.htm> [dostęp: 28.07.2014]

http://www.its.waw.pl/Pijani_na_drogach,0,3252,1.html [dostęp: 15.03.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl> [stosowany skrót: KA]

<http://www.kobietaiauto.pl/autem-do-slubu,artykul,71,0> [dostęp: 18.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/baba-za-kierownica--czyli-jak-ulatwic-sobie-jazde-samochodem,artykul,49,0> [dostęp: 5.03.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/buty-do-auta,artykul,233,0> [dostęp: 10.03.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/jak-jezdzic-bezpieczniej,porada,22,0> [dostęp: 5.04.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/jak-poradzic-sobie-z-pouczejacym-cie-mezczyzna,artykul,535,0> [dostęp: 10.03.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/jak-uniknac-stresu-podczas-parkowania,artykul,585,0> [dostęp: 21.03.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/kolor-ma-znaczenie,artykul,82,0> [dostęp: 22.02.2013]

<http://www.kobietaiauto.pl/mialam-stluczke-i-co-dalej,porada,214,0> [dostęp: 5.04.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,102566040,pontiac-kombi> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,1077319529,peugeot-kombi> [dostęp: 10.06.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,1104977783,toyota-hatchback-5d-facelifting> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,1724470678,mercedes-minivan> [dostęp: 16.05.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,1758147600,seat-hatchback> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,1890775699,mercedes-sedan-w202> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,264049730,daewoo-matiz> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,377171949,honda-hatchback> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,441501969,skoda-hatchback> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,469156077,audi-sedan> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,501714462,trabant-n> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,563501866,audi-sedan> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,653928851,volkswagen-hatchback> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,666276163,renault-megane-i-hatchback> [dostęp: 22.05.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,678280019,land-rover-terenowy> [dostęp: 12.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,684956995,fiat-hatchback> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,746274692,volkswagen-kombi> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,913870662,volkswagen-hatchback> [dostęp: 14.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,944620506,alfa-romeo-sedan> [dostęp: 9.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/ocena-kierowcy,997153997,mazda-f> [dostęp: 20.06.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/oceny,208,ford-mondeo,550> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/onas> [dostęp: 2.06.2013]

<http://www.kobietaiauto.pl/pojazdy-dla-panstwa-mlodych,artykul,410,0> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/pytania-na-biegu---violetta-fiolka-najdenowicz,artykul,314,0> [dostęp: 12.01.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/szminka--fura-i-komora,artykul,45,0> [dostęp: 21.01.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/walka-plci-za-kolkiem,artykul,507,0> [dostęp: 21.02.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/z-brzuskiem-za-kolkiem,porada,631,0> [dostęp: 16.09.2013]

<http://www.kobietaiauto.pl/zdaniem-kobiet-samochody-elektryczne-sa-przyszloscia,artykul,611,0> [dostęp: 2.08.2014]

<http://www.kobietaiauto.pl/zostan-mistrzynia-parkowania---praktyczne-porady,artykul,515,0> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.koledzyzwojska.pl/meskie-dole-i-niedole/uwaga-baba-za-kolkiem> [dostęp: 20.03.2014]

<http://www.lhp.com.pl/autokierowca> [dostęp: 2.10.2012]

<http://www.magazynauto.pl/kalkulatory/kalkulator-mocy> [dostęp: 15.07.2014]

<http://www.magazyn-motoryzacyjny.pl/moc.html> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.mistrzkierownicy.pl/> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.mistrzowiekierownicy.pl/> [dostęp: 28.04.2014]

<http://www.mmpoznan.pl/319852/2010/10/12/kobieta-za-kierownica-to-kierowczyni?category=news> [dostęp: 4.06.2013]

<http://www.motocaina.pl> [stosowany skrót: M]

http://www.motocaina.pl/26_kwietnia_Motoserce_2014_przyjdz_i_wesprzyj_akcje,0,18407,0.html [dostęp: 25.04.2014]

http://www.motocaina.pl/7_powodow_dlaczego_kobiety_robia_prawo_jazdy_na_motocykl,0,3151,0.html [dostęp: 18.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Adele_zdala_prawo_jazdy_incognito,35,15090,0.html [dostęp: 11.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Ania_Czubak_ciezarowka_przez_swiat,0,10701,0.html [dostęp: 25.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Automaster_Show_w_Kamieniu_Slaskim_relacja_i_galeria,48,19159,0.html [dostęp: 30.07]

http://www.motocaina.pl/Baba_za_kiera_czyli_styl_jazdy_kobiet,0,1878,0.html [dostęp: 5.06.2013]

http://www.motocaina.pl/Baba_za_kierownica_Cztery_typy_meskich_reakcji,0,5356,0.html [dostęp: 12.02.2014]

http://www.motocaina.pl/Badania_potwierdzaja_kobiety_parkuja_lepiej_Film,0,4076,0.html [dostęp: 21.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Benzyna_czy_diesel_Oto_jest_pytanie,5,19309,0.html [dostęp: 8.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Benzyna_plynie_mi_we_krwi_czyli_felieton_blachary,0,262,0.html [dostęp: 26.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Boginii_szosy_czyli_kreowanie_seksizmu_na_drodze,0,2768,0.html [dostęp: 15.01.2014]

http://www.motocaina.pl/Bombki_misie_i_inne_prezenty_od_Mercedesa,24,3769,0.html [dostęp: 5.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Buty_i_samochody_idealne_polaczenie,24,4777,0.html [dostęp: 30.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Chcesz_testowac_samochody_i_miec_darmowe_przeglady,3,14953,0.html [dostęp: 9.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Choinkowe_bombki_dla_pasjonatow_motoryzacji,24,1484,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Co_powinnas_zrobic_zanim_kupisz_samochod,0,872,0.html [dostęp: 16.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Co_robic_gdy_pomylisz_zbiorniki_plynow_w_samochodzie,0,13537,0.html [dostęp: 26.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Czego_nie_dowiesz_sie_na_motokursie_czym_jezdzic,0,1034,0.html [dostęp: 20.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Damskie_auto_pastelowa_plachta_na_drogowego_byka,28,3831,0.html [dostęp: 21.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Damskie_ciuszki_na_motocykl_zuzlowy,0,979,0.html [dostęp: 25.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Drifting_ma_we_krwi_wywiad_z_Karolina_Pilarczyk,26,1402,0.html [dostęp: 8.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Dziecko_w_Ferrari_ojciec_w_areszcie,77,10260,0.html [dostęp: 20.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Dzinsy_Alfy_Romeo_Mi_To_sie_podoba,24,937,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Elektryczne_cacko_Mitsubishi_i_MiEV,0,918,0.html [dostęp: 20.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Eugenia_Capanna_motomaniaczka_od_zawsze,0,5307,0.html [dostęp: 15.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Ferrari_dla_malucha,0,3635,0.html [dostęp: 25.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Ferrari_na_ktore_stac_kazda_kobiete_Film,24,2480,0.html [dostęp: 28.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Ford_Fiesta_kobiecym_samochodem_roku_2013,0,12026,0.html [dostęp: 26.03.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/> [dostęp: 12.08.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewforum.php?f=6> [dostęp: 20.09.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=10&t=24&start=10> [dostęp: 16.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=10&t=28> [dostęp: 10.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=27> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=46&start=10> [dostęp: 16.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=57> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=57&start=10> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=57&start=20> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=57&start=30> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=13&t=66> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=15&t=33> [dostęp: 25.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=15&t=78> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=15&t=78&start=10> [dostęp: 10.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=21&t=10> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=21&t=13> [dostęp: 20.05.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=26&t=114> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=26&t=235> [dostęp: 2.06.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=26&t=60> [dostęp: 12.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=5&t=19> [dostęp: 10.09.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=20> [dostęp: 5.06.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=20&start=30> [dostęp: 12.04.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=20&start=50> [dostęp:

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=252> [dostęp: 15.06.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=268> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=273> [dostęp: 11.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=274> [dostęp: 5.06.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=290> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=296> [dostęp: 16.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=313> [dostęp: 30.04.2014]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=319> [dostęp: 14.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=321> [dostęp: 15.03.2013]

<http://www.motocaina.pl/forum/viewtopic.php?f=7&t=366> [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Idealny_kolor_kobiecego_auta,0,1002,0.html [dostęp: 23.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Inspiracje_slubne_dla_motocyklistki,0,13136,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Jak_brzmi_silnik_Hondy_przeznaczony_do_F1_Uslysz_to,35,14470,0.html [dostęp: 8.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Jak_podniec_motocykl,0,2141,0.html [dostęp: 20.03.2013]

http://www.motocaina.pl/Jak_upiekszyc_drzwi_garazowe,82,12200,0.html [dostęp: 25.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Jak_utrwalic_wlasciwe_nawyki_za_kierownica,0,11086,0.html [dostęp: 20.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Jak_wybrac_akumulator,52,16090,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Jak_zadbac_o_urode_w_podrozy,0,7061,0.html [dostęp: 29.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Jak_zamontowac_fotelik_dla_dziecka,77,10985,0.html [dostęp: 20.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Jesienny_Rajd_Teraz_Kobiety_ruszyly_zapisy,54,12687,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Jestem_motoholiczka,0,1717,0.html [dostęp: 5.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Kampania_koda_Citigo_wygrala_w_dotarciu_do_kobiet,0,14467,0.html [dostęp: 21.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kawa_z_dyskretna_nuta_wyscigowa,82,9379,0.html [dostęp: 28.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Kawiarnia_motocyklowa_Ducati,0,3329,0.html [dostęp: 29.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Klub_Amazons_WMC_for_women_only,0,1745,0.html [dostęp: 5.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobieca_Honda_Integra_miejski_styl_i_wygoda,0,3726,0.html [dostęp: 28.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiece_szkoly_nauki_jazdy_informator,0,17964,0.html [dostęp: 28.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiece_wzory_tapicerki_w_Twingo,24,656,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Kobieta_za_kierownica_TIRa_Dlaczego_by_nie_Filmy,0,2257,0.html [dostęp: 25.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobieto_ubierz_sie_prawidlowo_na_motocykl,28,13933,0.html [dostęp: 25.04.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiety_w_sporcie_motorowym_po_1950_roku,0,14315,0.html [dostęp: 15.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiety_w_sporcie_motorowym_po_1950_roku_czesc_2,109,14531,0.html [dostęp: 15.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiety_w_sporcie_motorowym_przed_1950_rokiem,109,13790,0.html [dostęp: 15.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kobiety_za_kierownica_cystern_film,0,2317,0.html [dostęp: 22.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Kolekcja_mebli_Bentleya,82,10589,0.html [dostęp: 15.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Kolorowe_kanistry_dla_kobiet_galeria,24,2677,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Konkurs_Chevroleta_nazwij_kolor_lakieru,0,1204,0.html [dostęp: 19.05.2014]

http://www.motocaina.pl/Kosmetyczka_od_Jaguara,0,1862,0.html [dostęp: 31.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Kosmetyki_ktore_trzeba_zabrac_w_podroz,0,4628,0.html [dostęp: 28.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Kto_smaruje_ten_jedzie,0,716,0.html [dostęp: 22.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Lusterko_najlepszy_przyjaciel_kobiety_kierowcy,0,996,0.html [dostęp: 12.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Mary_Anderson_kobieta_ktora_wymyslila_wycieraczki,109,5473,0.html [dostęp: 14.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Mercedes_rowniez_do_paznokci,24,10446,0.html [dostęp: 30.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Metody_na_wlosy_ktore_nie_lubia_kasku,24,260,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Miejsca_parkingowe_wylacznie_dla_kobiet,0,13412,0.html [dostęp: 28.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Moda_na_bezpieczna_jazde,0,2840,0.html [dostęp: 16.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Moto_zawody_kobieta_taksowkarz_Wybor_zawodu_i_auta,0,17062,0.html [dostęp: 10.03.2014]

http://www.motocaina.pl/MotoMamusie_opanowuja_Polske,0,14549,0.html [dostęp: 15.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Nie_masz_zimowek_Jedz_tramwajem,28,2590,0.html [dostęp: 25.04.2014]

http://www.motocaina.pl/Nie_wychowujmy_piradow_drogowych,0,4597,0.html [dostęp: 25.04.2014]

http://www.motocaina.pl/Niebezpieczne_parkingi_tylko_dla_kobiet,0,6877,0.html [dostęp: 28.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Niemal_polowa_Brytyjek_maluje_sie_za_kierownica,0,11683,0.html [dostęp: 16.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Niemowlaki_kochaja_Kawasaki,78,4085,0.html [dostęp: 16.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Nowa_Yamaha_FJR1300AE_2014,0,13756,0.html [dostęp: 16.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Parking_tylko_dla_kobiet,0,5142,0.html [dostęp: 28.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Parkowanie_stresujace_i_nieskuteczne,0,3644,0.html [dostęp: 22.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Parkowanie_to_sztuka,0,920,0.html [dostęp: 18.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Pasazerowie_Nie_denerwujcie_kierowcy,28,3728,0.html [dostęp: 15.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Patrz_mamo_jade,77,7317,0.html [dostęp: 20.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Perfumy_od_Jaguara,0,1778,0.html [dostęp:]

http://www.motocaina.pl/Pierwsze_w_Polsce_testy_samochodow_uzytkowych_Mercedesa,45,12581,0.html [dostęp: 9.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Pionierki_za_kierownica,109,11265,0.html [dostęp: 21.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Poczuj_zapach_kwiatow_w_aucie,0,1776,0.html [dostęp: 10.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Pomagier_parkowania,0,1015,0.html [dostęp: 17.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Poradnik_jak_jezdzic_na_motocyklu_i_zachowac_kobiecosc,0,439,0.html [dostęp: 31.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Porsche_w_kieliszku_czy_szachy_Bentleya_Konkurs_Motocainy,0,3601,0.html [dostęp: 15.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Prawy_Jaguar_srodkowa_polka,24,4436,0.html [dostęp: 28.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Rozmowa_z_Justyna_Czarnecka_sedzia_sportu_samochodowego,26,3284,0.html [dostęp: 9.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Rzesy_zdobiace_reflektory_Filmy,24,2329,0.html [uzyskanie dostępy: 23.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Samochodowe_kolczyki,24,1269,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Skrzynka_z_narzedziami_od_Forda_specjalnie_dla_kobiet,46,2552,0.html [dostęp: 8.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Sofa_jak_Cadillac,0,1004,0.html [dostęp: 05.10.2013]

http://www.motocaina.pl/Spadek_liczby_rejestracji_jednosladow,0,6348,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Sprzeczkaz_za_kierownica_kto_ja_wywoluje_i_jakie_sa_tego_konsekwencje,0,15486,0.html [dostęp: 22.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Super_meski_wozek_Skody,77,12443,0.html [dostęp: 25.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Szpilki_ktore_uchronia_przed_mandatem,24,1731,0.html [dostęp: 10.09.2013]

http://www.motocaina.pl/Szybkie_i_pakowne_auto_dla_kobiet,0,2153,0.html [dostęp: 15.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Telefon_Lamborghini,0,1245,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Telefon_od_Land_Rovera_odporny_na_wszystko,0,1471,0.html [dostęp: 21.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Test_Citroen_DS3_1_6_THP_powrot_do_przeszlosci,0,18855,0.html [dostęp: 10.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Test_Toyota_Auris_Hybrid_serce_w_rozterce,0,18976,0.html [dostęp: 25.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Top_15_motoryzacyjnych_propozycji_na_Halloween,35,14816,0.html [dostęp: 8.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Twoj_mezczyzna_moze_pachniec_Mercedesem,0,3656,0.html [dostęp: 30.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Uwaga_palenie_gumy_szkodzi,0,2666,0.html [dostęp: 11.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Volvo_przedstawia_system_autonomicznego_parkowania,0,11741,0.html [dostęp: 22.03.2014]

http://www.motocaina.pl/Wernisaz_fotografii_modowo_motoryzacyjnej_XXLMotoShoot,80,9514,0.html [dostęp: 29.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Wez_udzial_w_naszym_konkursie_i_zmien_styl_swojego_auta,0,15811,0.html [dostęp: 6.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Why_we_ride_czyli_niezwykly_dokument_motocyklowy_film,0,18647,0.html [dostęp: 23.05.2014]

http://www.motocaina.pl/Wielki_sukces_MotoMamusiek_w_Kutnie_zobacz_film,0,14896,0.html [dostęp: 8.11.2013]

http://www.motocaina.pl/Wszyscy_jestesmy_Rowni_na_drodze,0,10837,0.html [dostęp: 26.04.2014]

http://www.motocaina.pl/Wymysl_nazwe_dla_zawodu_kobiety_kierowcy,0,2386,0.html [dostęp: 4.06.2013]

http://www.motocaina.pl/Wyraz_siebie_w_dzien_slubu,0,4624,0.html [dostęp: 18.07.2014]

http://www.motocaina.pl/Wyscigowe_perfumy_od_Avon,0,2404,0.html [dostęp: 30.08.2014]

http://www.motocaina.pl/Z_czego_sie_smiejecie_Z_siebie_samych_sie_smiejecie,0,5971,0.html [dostęp: 5.06.2013]

http://www.motocaina.pl/Zestawy_naprawcze_do_opon_motocyklowych_przeglad,69,18715,0.html [dostęp: 20.06.2014]

http://www.motocaina.pl/Zmotoryzowana_Barbie,0,4146,0.html [dostęp: 25.09.2013]

<http://www.motofakty.pl/artukul/bmw-historia-koncernu-z-bawarii.html> [dostęp: 21.08.2014]

<http://www.motofakty.pl/artukul/google-opatentowal-zautomatyzowany-samochod.html> [dostęp: 5.10.2012]

<http://www.motomaniacy.com> [stosowany skrót: MO]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=1&t=26872&start=15> [dostęp: 5.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=1&t=28659&start=15> [dostęp: 8.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=1&t=31606> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=11779&start=15> [dostęp: 10.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=16178> [dostęp: 11.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=23054&start=195> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=26696&start=60> [dostęp: 16.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=26967&start=0> [dostęp: 18.06.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=28122> [dostęp: 11.06.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=28597&start=15> [dostęp: 22.10.2013]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=28666&start=60> [dostęp: 5.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=28688&start=390> [dostęp: 26.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29110&start=195> [dostęp: 9.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29379&start=0> [dostęp: 22.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29415&start=0> [dostęp: 2.08.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29415&start=105> [dostęp: 16.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29415&start=30> [dostęp: 11.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=29415&start=60> [dostęp: 22.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=30052&start=15> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=30249&start=0> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=30397&start=0> [dostęp: 7.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=30414> [dostęp: 26.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=31608> [dostęp: 10.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=31679&start=315> [dostęp: 7.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=32689> [dostęp: 10.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=6897&start=285> [dostęp: 14.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=11&t=7166&sid=975047284dacfb895d004872bf080b52&start=135> [dostęp: 11.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=13841&start=15> [dostęp: 28.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=26780&start=0> [dostęp: 9.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=26976&start=15> [dostęp: 25.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=30230> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=30250> [dostęp: 11.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=33&t=31232&start=15> [dostęp: 26.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=34&t=29033> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=34&t=29033> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=7&t=14617&start=0> [dostęp: 24.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=7&t=28116&start=0> [dostęp: 25.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=7&t=30106> [dostęp: 20.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=7&t=31779> [dostęp: 8.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?f=8&t=11319&sid=a30d781d1f977b3b8298db97fe2347ca&start=15> [dostęp: 12.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=107346> [dostęp: 12.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=119628> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=126527> [dostęp: 12.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=129464> [dostęp: 21.10.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=129629> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=137609> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=164571> [dostęp: 9.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=170745> [dostęp: 6.07.2014]

<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=196345> [dostęp: 20.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=201891> [dostęp: 25.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=221519> [dostęp: 5.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=224835> [dostęp: 25.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=250226> [dostęp: 6.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=262989> [dostęp: 18.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=2641> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=265827> [dostęp: 18.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=26986> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=283738> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=306400> [dostęp: 7.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=327609> [dostęp: 18.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=328558> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=329611> [dostęp: 18.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=345877> [dostęp: 16.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=347666> [dostęp: 12.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=347853> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=349186> [dostęp: 19.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=349574> [dostęp: 23.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=359562> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=363173> [dostęp: 11.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=371835> [dostęp: 12.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=77707> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?p=80001> [dostęp: 25.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=10593> [dostęp: 11.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=11319> [dostęp: 31.05.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=11491> [dostęp: 15.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=16702> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=17866&start=30> [dostęp:
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=18374> [dostęp: 22.03.2013]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=19177> [dostęp: 14.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=20104> [dostęp: 14.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=22759> [dostęp: 5.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=23686&start=90> [dostęp: 14.07.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=4506> [dostęp: 15.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=913> [dostęp: 23.06.2014]
<http://www.motomaniacy.com/viewtopic.php?t=9953> [dostęp: 20.07.2014]
<http://www.motor-talk.de/forum/fehler-in-allen-teilen-fiat-t3474646.html> [dostęp: 17.08.2014]
<http://www.renault.pl/> [dostęp: 26.08.2014]
<http://www.scigacz.pl/Kobieta,na,motocyklu,7640.html> [dostęp: 22.03.2014]

<http://www.shout.pl/strony-hobbystyczne-polskim-internecie/> [dostęp: 21.08.2014]
<http://www.smartdriver.pl/dobry-kierowca-nie-ma-plci-wywiad> [dostęp: 5.06.2013]
<http://www.speedladies.pl> [stosowany skrót: SL]
<http://www.speedladies.pl/news/item/236-kobieta-za-kierownicą-lagodzi-obyczaje> [dostęp: 18.03.2014]
<http://www.speedladies.pl/pasje/item/307-ich-%C5%9Bwiat-kr%C4%99ci-si%C4%99-wok%C3%B3%C5%82-fiata-punto> [dostęp: 10.07.2014]
<http://www.speedladies.pl/pasje/item/310-czarnula-czyli-autoportret-%C5%9Bbrubkami-malowany> [dostęp: 12.06.2014]
<http://www.speedladies.pl/w-drodze/item/299-motocykle-do-slubu> [dostęp: 01.10.2013]
https://www.google.pl/search?sourceid=navclient&hl=pl&ie=UTF-8&rlz=1T4ADSA_plPL376PL377&q=stereotyp+m%C4%99%C5%BCczynny+za+kierownic%C4%85 [dostęp: 31.03.2014]