

共享經濟的轉變

由搭便車了解車主與搭車者的心路歷程

學生:李家齊 指導老師:吳宗昇 教授

一、緒論

身在充滿偏頗且貼滿污名標籤的社會中執行搭便車此行為，如何和陌生人從眼神交流或初次的行為互動中取得信任、破除汙名並進一步得到彼此感情之建立與聯繫，更在這些互動下形成自有的文化意義與新的旅行型態。

二、研究問題

- 問題一、車主願意乘載陌生人與搭車者開始出現搭便車的行為之動機為何，進一步探討兩者彼此的觀察與心理揣測，至實際互動後有何心態上的轉換。
- 問題二、在歷史脈絡下，搭便車本身的意義已多次地轉變。欲分析兩者之間的互動模式與汙名的形成與去除。

三、文獻回顧

舊型v.s新型共享經濟

舊型共享經濟 - 搭便車



沒有任何媒介能夠得知雙方(車主與搭車者)的評價。

新型共享經濟 - Uber



可事先在網路平台上看到評價。(大多時候共享的不是真正閒置的資源，而是刻意創造出來的共享商品。)

汙名

搭車者

駕駛者因為被汽車安全包覆，形成了符號上的階級地位，而當時沒能力擁有汽車者會被邊緣化，且因這些人常在路邊搭便車，被視為危險的存在(不可預測性)。

車主

搭便車者因為難以捉摸性，國家視他們為潛在的威脅，為了要抑制搭車者的人數，利用媒體宣導搭便車與犯罪事件有高度相關，播報許多車主強暴、殺人案件，造成恐慌。

四、研究發現

1 汙名三面向

第三面向:歧視(在行為上)
→本研究未出現此現象，因此不做討論

無知(在知識上)



負面影響來源:家人

自己需要被認同，不安感可來自於沒有獲得重要他人的認同，會懷疑自己的行為是不好的。



負面影響來源:新聞媒體

(搭便車)負面文章多是女性搭便車時會被性侵或殺害等類新聞，但在有實際經驗的個人分享上都是很正面。

偏見(在態度上)



負面影響來源:喝酒、吃檳榔

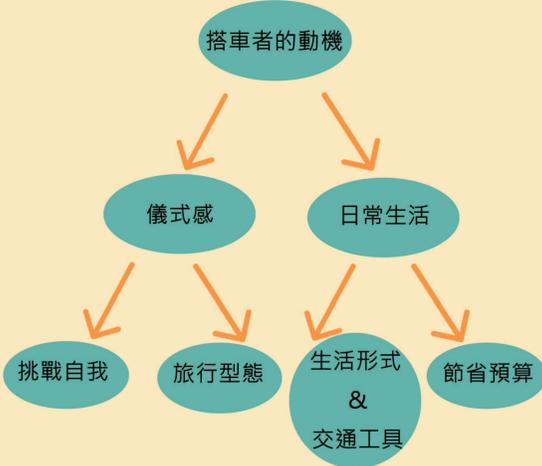
兩個大叔，副駕地板上都是喝完的酒罐，還吃著檳榔，問我要不要坐車(台語).....但後來事實證明他們是好人。



負面影響來源:刺青、壯碩

外表看起來像是刺青或壯碩等特徵，本來會對我造成恐懼，但在實際搭便車後，就覺得他們都一樣是司機。

2 搭車者的動機



3 執行前後的心態轉換

搭車者

在攔車時，內心較多疑慮

尚未執行前會較緊張，擔心搭不到車，有經驗後，面對未知會更放鬆，覺得安全。

車主

通常是搭車者上車後不安感始出現

多數車主對搭便車的概念不熟悉。當他們在路邊遇到搭車者有明確地點的紙牌或看到其正在旅行，才較願意乘載。

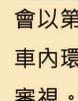
4 彼此雙向的審視

從搭車者的角度

在無法得知雙方評價的當下，是如何判斷搭乘/乘載與否。



以直覺作為判斷依據



審視。



以社會認知的安全性作判斷

有沒有女生在車上、如果是家庭車內環境、氣氛作為快速的出遊的更安全。

從車主的角度

當車主看到搭車者時會在兩種情況下，一為車輛行駛中，二為車輛靜止時。



車輛行駛中

車主對有拿牌子的搭車者停車可能性較高，因為目的較明確。讓車主在第一眼能馬上決定是否乘載。



車輛靜止時

車主有較多時間觀察並決定是否要載搭車者。此時，對雙方皆處舒適的情況做搭車的媒合。

五、結論

搭車之動機共四項

- 儀式感: 挑戰自我、旅行型態
- 日常生活: 生活形式與交通工具、節省預算

會刻意減弱造成汙名的可能

- 搭車者: 避免多人搭同台便車、衣著活潑明亮
- 車主: 若搭車者為一單獨女性，而車主為男性，則會避免承載

執行前後的心態轉換

- 搭車者: 搭便車前多受汙名所影響而感到不安，搭便車後對於此項活動評價多為正面
- 車主: 承載前多不熟悉搭便車的概念或搭車者的意圖，會有些猶豫

六、觀點與討論

在訪談中，數名搭車者表示，若今天換作是他們為車主，他們並不會想要乘載路邊的搭車者，因擔心安全疑慮。但事實上，他們身為搭車者卻也有風險的存在。你覺得為什麼這些人可以接受自己身為搭車者進到陌生人(車主)的車內，卻無法接受自己身為車主而陌生人(搭車者)進到自己的車內？如果是你，你覺得你比較能夠接受哪一種？為什麼？