

Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Katedra Projektowania i Analizy Komunikacji
ORCID 0000-0001-8159-4135

Współczucie w cyfrowych narracjach zwierzeniowych – studium przypadku

Compassion in digital confessional narratives – case study

Abstrakt

W ramach treści udostępnianych w sieci pojawiają się narracje zwierzeniowe dotyczące trudnych doświadczeń, chorób, wypadków, traum. Efektem ich publikowania może być zebranie środków na leczenie, uzyskanie wsparcia psychicznego, czy też integracja społeczności. Są one częściowo zasymilowane przez dyskurs rozrywki. Nadmiar treści tego typu ma wpływ m.in. na syndrom zmęczenia współczuciem [Moeller 1999].

Interesującym zagadnieniem w tym kontekście jest proces inicjowania i dekodowania współczucia implikowanego w wybranych przekazach cyfrowych.

Autorkę interesują werbalne i wizualne środki towarzyszące ekspozycji współczucia w środowisku cyfrowym. W badaniu wybranych narracji zwierzeniowych podjęta zostaje również próba wskazania dominujących praktyk odbiorczych.

Słowa kluczowe

współczucie, narracja, zwierzenie, komunikacja cyfrowa

Abstract

The content shared online includes narratives about difficult experiences, illnesses, accidents, traumas. The effect of publishing them can be to raise funds for treatment, obtain psychological support, or integrate communities. They are partially assimilated by the discourse of entertainment. An excess of this type of content has, among other things, an impact on compassion fatigue syndrome [Moeller 1999].

An interesting issue in this context is the process of initiating and decoding compassion implied in selected digital messages.

The author is interested in the verbal and visual means accompanying the exposure of compassion in the digital environment. As part of the study of selected confessional narratives, an attempt is also made to identify the dominant receiving practices.

Keywords

compassion, narrative, confession, digital communication

Wstęp

Media społecznościowe wydają się zdominowane przez treści służące budowaniu i promocji marek osobistych. Można odnieść wrażenie, że narracje publikowane w ramach portali społecznościowych częściej eksponują sukcesy niż porażki i są używane głównie w celu autoafirmacji użytkowników i dokumentowania ich efektywnego funkcjonowania w sieciach społecznych.

Według Byung-Chul Hana:

Spółeczeństwo paliatywne jest także społeczeństwem *Lubię to*. [...] *Like* jest znakiem, jest analogią współczesności. Opanowuje nie tylko media społecznościowe, lecz także wszystkie inne obszary kultury. Nic nie może boleć. [...] Zapomina się, że ból oczyszcza. Wychodzi od niego kataraktyczna siła. Kulturze podoba się brak możliwości katharsis. Tak dusimy się w żużlu pozytywności, który gromadzi się pod jej powierzchnią¹.

Jednak „żużel pozytywności”, o którym wspomina autor *Spółeczeństwa zmęczenia*, nie jest w stanie przykryć wszystkiego. W ramach komunikacji cyfrowej obserwujemy również obecność treści, w których ujawniany jest ból, traumy, choroby i deficyty jednostek oraz powiązanych z nimi osób, w tym najbliższych członków rodziny. Tym samym doświadczane klęski, rozczarowania, cierpienia zostają sformatowane jako post bądź szeroko rozumiany komunikat cyfrowy, który – owszem – może być lajkowany i udostępniany. Może też wzbudzać hejt. Reakcja na opublikowaną w sieci treść, nawet w rozpoznanej przez użytkownika społeczności wirtualnej, nie jest przecież do końca przewidywalna.

Zgodnie z diagnozą Byung-Chul Hana: „Sieć cyfrowa jako medium transparenacji nie jest jednak podporządkowana żadnemu imperatywowi moralnemu”² i zarazem jest zdeterminowana pod kątem ekonomicznym. W tym kontekście cyfrowe zwierzenia są nastawione na zysk i popularność, a ból jest multimodalną kreacją. Czy współczucie również?

Mimo wiedzy, że weryfikacja autentyczności cyfrowego wyznania jest trudna, a ryzyko konfabulacji – zarówno po stronie autora zwierzenia, jak i osób reagujących na nie – wysokie, w artykule podjęta została próba analizy wybranych narracji zwierzeniowych.

Na potrzeby badania przyjęto definicję operacyjną cyfrowej narracji zwierzeniowej. Jest to narracja pierwszoosobowa, anonimowa bądź umożliwiająca identyfikację użytkownika, opublikowana w sieci, ujawniająca treść poufną, zazwyczaj

¹ B.-Chul Han, *Spółeczeństwo zmęczenia i inne eseje*, tłum. R. Pokrywka, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2022, s. 205.

² Tamże, s. 143.

odnoszącą się do istotnych wydarzeń z życia prywatnego danej jednostki. W przypadku cyfrowych narracji zwierzeniowych kluczowe nie jest zaufanie do powiernika tajemnicy (konkretnej osoby), lecz zaufanie do technologii, moderatorów i społeczności wirtualnej³, z czym wiąże się m.in. zapewnienie o anonimowości. Autor zwierzenia, publikując je dobrowolnie w środowisku cyfrowym, zgadza się na możliwość komentowania postu przez społeczność odbiorców (np. członków społeczności wirtualnej) i niekiedy uaktywnia się podczas dyskusji z użytkownikami.

W ramach komunikacji cyfrowej obserwujemy również obecność treści, w których ujawniany jest ból, traumy, choroby i deficyty jednostek oraz powiązanych z nimi osób, w tym najbliższych członków rodziny.

Badanie zrealizowano metodą wielokrotnionego studium przypadku (*multiple case*), koncentrując się na grupie założonej na Facebooku *Wstydawka – sekcja wstydliwych rzeczy i wyznań* oraz cyfrowym projekcie *Humans of New York*, tworzonym w mediach społecznościowych. Głównym celem badania było wskazanie specyfiki inicjowania i dekodowania współczucia w sieci.

Współczucie – sposoby definiowania

Współczucie jest związane z solidaryzowaniem się uczuciowo z kimś cierpiącym⁴, a współczuć to zarazem uzalić się, pożałować, zmiłować się, ulitować, oszczędzić przykrości, wczuć się, postawić się w czyimś położeniu, rozumieć⁵.

Współczucie wiąże się więc z wrażliwością i umiejętnością wyjścia poza postawę egoistyczną. Badacze, definiując szczegółowo współczucie, wskazują jednak na szereg różnic⁶, w tym między współczuciem a litością. Jak zauważył Tadeusz Gadacz:

Współczucie jest pewnym rodzajem poznania uczestniczącego. Nie każda jednak forma poznania i rozumienia jest poznaniem uczestniczącym. Ks. Józef Tischner odróżniał współczucie

³ Zob. K. Zdanowicz-Cyganiak, *Trust in digital confessions on social media*, [w:] J. Paliszkiwicz, J. Gołuchowski, J.L.G. Cusumano (red.), *Trust, digital business and technology: issues and challenges*, Routledge, New York 2023.

⁴ *Słownik języka polskiego*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/wspolczucie.html> (dostęp 15.03.2023).

⁵ *Słownik synonimów*, red. A. Dąbrówka, E. Geller, R. Turczyn, Świat Książki, Warszawa 2005, s. 148.

⁶ Autorka, realizując badanie, będzie posługiwała się kategorią ogólną „współczucie”, nie odwołując się do różnic między współczuciem a litością oraz współczuciem a empatią.

od sympatii, litości oraz od miłości i miłosierdzia. Sympatia i współczucie dotyczą jedynie powierzchni osoby. Tylko miłość przenika osobę i zmienia jej życiową postawę. Miłość jest bezwarunkowa i irracjonalna. Nie da się jej wytłumaczyć żadnymi racjami. Współczucie jest także odmienne od litości, która ma swoje ograniczenia. Ludzie bronią się przed litością, uważając, że ona ich poniża. Litość jest uczuciem chwilowym i przemijającym⁷.

Podkreślana jest również różnica między współczuciem a empatią. Zgodnie z koncepcją Paula Blooma współczucie wiąże się z troską o drugą osobę, nie jest jednak równoznaczne ze współodczuwaniem jej emocji. Bloom porównuje empatię z wchodzeniem w skórę drugiego człowieka. W tym kontekście:

[...] empatia to czucie i doświadczanie tego, co czują i doświadczają inni. Jeśli ciebie boli, to również mnie boli. Gdy jesteś szczęśliwy, to ja też jestem szczęśliwy.

[...] Są ludzie, którzy bardzo troszczą się o innych, a nawet poświęcają swoje życie, niosąc pomoc potrzebującym, a przy tym mają niską empatię. Kiedy widzą, że kogoś boli, nie czują bólu. Kiedy psychoterapeuta pracuje z kimś w głębokiej depresji, sam nie popada w depresję. Natomiast rozumie, co się dzieje z pacjentem, i chce mu pomóc⁸.

Zdolność do współczucia jest uznawana za istotne kryterium w ocenie moralnej danej jednostki, niekiedy jest bezpośrednio łączona z ideą człowieczeństwa. Autorka *Widoku cudzego cierpienia* zauważyła:

Dopóki odczuwamy współczucie, czujemy, że nie jesteśmy współnikami tych, którzy tego cierpienia przysporzyli. Współczucie wyraża zarówno naszą bezsilność, jak i niewinność⁹.

Jednak to konsekwencje odczuwania współczucia wydają się kluczowe, czyli aktywność, konkretne decyzje, które podejmiemy, by odpowiedzieć na sytuację kryzysową doświadczaną przez Innego. Nasze reakcje są potwierdzeniem, że współczucie ma sens, ponieważ – jak zasygnalizowała Susan Sontag – „Współczucie to nietrwała emocja. Trzeba ją przekuć na działalnie, inaczej obumiera”¹⁰.

⁷ T. Gadacz, *Dobromyślni*, 12.06.2020, „Charaktery”, <https://charaktery.eu/arttykul/dobromyslmi> (dostęp 15.08.2022).

⁸ *Czym się różni empatia od współczucia – z Paulem Bloomem rozmawia M. Rotkiewicz*, 4.07.2017, „Polityka”, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1710758,1,czym-sie-rozni-empatia-od-wspolczucia-tlumaczy-prof-paul-bloom.read> (dostęp 30.03.2023).

⁹ S. Sontag, *Widok cudzego cierpienia*, tłum. S. Magala, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023, s. 100-101.

¹⁰ Tamże, s. 100.

Współczucie – kontekst mediów i komunikacji cyfrowej

Konkurencyjność produktów medialnych oraz ekspansja dyskursu rozrywki powodują, że mamy do czynienia z nadmiarem treści ukazujących prywatność, w tym intymność oraz inne doświadczenia utożsamiane z tabu i przekroczeniem norm społecznych. Kultura obnażania umożliwiła medialną ekspresję osobom i grupom przynależącym do mniejszości lub/i niewystarczająco reprezentowanym w dyskursie medialnym. Zarazem zainicjowała modę na ekstremalność medialnych zwierzeń i dokumentowanie oraz upublicznianie doświadczeń ryzykownych i skrajnych.

Konsekwencją rywalizacji o uwagę widza funkcjonującego w kulturze konwergencji, jest nadmiar treści wykorzystujących shockvertising, ujawniających tajemnice, odnoszących się do cierpienia, agresji i autoagresji, chorób, uzależnień, traum, konfliktów (w wymiarze rodzinnym, społecznościowym itd.), ale też przestępstw i wojen. Odpowiedzią odbiorców na ilość, jakość i transmedialność przekazu tego typu jest zmęczenie współczuciem...

Konsekwencją rywalizacji o uwagę widza funkcjonującego w kulturze konwergencji jest nadmiar treści wykorzystujących shockvertising, ujawniających tajemnice, odnoszących się do cierpienia, agresji i autoagresji, chorób, uzależnień, traum, konfliktów (w wymiarze rodzinnym, społecznościowym itd.), ale też przestępstw i wojen. Odpowiedzią odbiorców na ilość, jakość i transmedialność przekazu tego typu jest zmęczenie współczuciem, które według Susan D. Moeller może powodować, iż odrzucone zostaną w mediach historie, które nie są wystarczająco dramatyczne lub materiał będzie tworzony w taki sposób, by celowo wyeksponować sensacyjność danego wydarzenia i pokazać je w bardziej ekstremalny sposób niż podobne wydarzenie relacjonowane w przeszłości. Syndrom zmęczenia współczuciem wpływa na rezygnację z relacjonowania danej historii, niepokazywania jej finału i konsekwencji – w przypadku, gdy zainteresowanie widzów nie jest już tak intensywne. Porzucani się bohaterowie, ich dramaty, sądowe batalie i wyroki. Syndrom ten dotyczy więc nie tylko odbiorców, ale też dziennikarzy, w tym gatekeeperów.

Susan D. Moeller, koncentrując się głównie na treściach udostępnianych w telewizji, podkreśliła, że dyskurs rozrywki i sensacyjność przekazu nie stanowią antidotum na zmęczenie współczuciem. Zdaniem badaczki właściwą odpowiedzią na to zjawisko jest danie swobody utalentowanym zespołom reporterów, operatorów

i producentów oraz umożliwienie im definiowania i długofalowego relacjonowania historii pozytywnych i negatywnych, inspirujących i złych, przerażających, ale i tych niosących radość¹¹.

Magdalena Hodalska, badając reakcje użytkowników sieci na publikowane w mediach tradycyjnych fotografie dziecięcych ofiar wojen, zwróciła uwagę na zjawisko współczucia 2.0¹². Zdefiniowała w ten sposób emocjonalne reakcje odbiorców, którzy tworzą alternatywne, wizualne narracje z wykorzystaniem fragmentów zdjęć upublicznionych pierwotnie w mediach (telewizji bądź prasie). W centrum tych wizualnych narracji są wizerunki dzieci. Rekonstruując reakcje internautów na zdjęcie Alana Kurdi, 3-letniego uchodźcy, który utonął we wrześniu 2015 roku, badaczka stwierdziła, że zmęczenie współczuciem ustępuje współczuciu 2.0, które – poprzez graficzne ingerencje w zdjęcia nieżyjących już dzieci, stwarza możliwość wyrażenia „wirtualnej troski”. Na grafikach udostępnianych przez internautów ciało małego chłopca nie leży już porzucone na plaży. Twórcy wizualnych narracji, korzystając z oryginalnej fotografii, dołączają nowe elementy, np. otulają ciało dziecka kocem, pod jego główką umieszczają poduszkę. Tak reagują na pierwotny obraz. Graficznym hołdem wyrażają to, co wydaje się wykraczać poza kod werbalny. Co warto podkreślić, współczucie 2.0, mimo zaangażowania emocji, wydaje się bezpieczne dla użytkownika, nie jest związane z kontaktem bezpośrednim z osobą potrzebującą, często też nie wiąże się z wydatkowaniem środków finansowych.

Analizując zdywersyfikowane komunikaty cyfrowe wzbudzające współczucie, możemy zauważyć następujące tendencje:

- na posty informujące o śmierci poszczególnych osób i udostępnione nekrologi użytkownicy często reagują poprzez emotikony i emoji, symbolicznie wyrażając żal; często ideogramy zastępują formalne składanie kondolencji. Niekiedy informacje tego typu są po prostu lajkowane, co może być odebrane dwuznacznie;
- wpisy, w których relacjonowane są trudne doświadczenia, np. związane z utratą pracy, chorobą, rozstaniem, często komentowane są równie symbolicznie, za pomocą emoji wyrażających płacz (oznaczających „przykro mi”) lub tulących serce (oznaczających „trzymaj się”);
- cyfrowe narracje dotyczące zwierzeń osób publicznych, z reguły komentowane są lakonicznie (wsparcie i współczucie w komentarzu lub emoji), zdarza się jednak, że ten rodzaj komunikatów inicjuje polaryzację opinii i w komentarzach zaczynają dominować szyderstwa lub hejt;

¹¹ S.D. Moeller, *Compassion Fatigue. How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*, Routledge, New York/London 1999, s. 321-322.

¹² M. Hodalska, *Compassion 2.0: How Internet users share »virtual care«?*, „Kultura – Media – Teologia” 2017, nr 31.

- narracje inicjującej współczucie, z reguły informujące o chorobie osoby dorosłej bądź dziecka i zbiórce środków finansowych na ratującą życie operację lub lek, publikowane są przez organizacje dobroczynne w serwisach charytatywnych i w mediach społecznościowych poszczególnych fundacji (zob. Fundacja Siepomaga, Fundacja Dzieciom *Zdążyć z pomocą*). Często dramatyczne posty upubliczniane są np. na Facebooku, gdzie rodzice, ukazując cierpienie swoich dzieci (zbliżenia na ich twarze, ciała z podłączoną specjalistyczną aparaturą, zdjęcia w szpitalnych łóżkach), proszą o wpłaty i udostępnienie informacji. Posty są bardzo emocjonalne, towarzyszą im nagłówki typu: „Ostatnia szansa!”, „Dziecko umiera!”, „Błagamy o pomoc!”, „Krytycznie pilne!”, „Wznowa!”, „Przerzuty!”, „Pomocy!”. Niekiedy dołączane są nagrania video (cierpiące dzieci, dzieci w trakcie rehabilitacji, płacz rodziców i prośby o wpłaty), a wpisy są stylizowane na narracje pierwszoosobowe, w których chore dzieci opowiadają o swojej codzienności i marzeniach, zarazem zwracając się bezpośrednio o pomoc (zob. profil na Facebooku *Fabiankowa Pomoc*). Użytkownicy z reguły komentują posty w postaci emoji, dołączają GIF-y (misie, anioły, serduszka), potwierdzają w komentarzach, że udostępnił post, zapewniają o modlitwie;
- współczucie i udzielenie wsparcia danej społeczności może mieć formę pomocy pośredniej, np. wspieranie danej kampanii społecznej, organizacji charytatywnej, społeczności poprzez symboliczne klikanie (zob. program Polskiej Akcji Humanitarnej „Pajacyk”) lub granie w specjalnie udostępnioną grę¹³.

Mimo twórczej, wyrażającej współczucie aktywności internautów – zdefiniowanej przez Magdalenę Hodalską jako współczucie 2.0, , trudno jednoznacznie stwierdzić, w jakim stopniu specyfika komunikacji cyfrowej wpływa na minimalizowanie syndromu zmęczenia współczuciem. Tym bardziej, że cyfrowa infodemia, oversharing i bańki informacyjne mogą spowodować, że syndrom ten się utrzyma.

Współczucie w cyfrowych narracjach zwierzeniowych – wybrane przykłady z mediów społecznościowych

Media społecznościowe ze względu na oferowane możliwości wirusowego dystrybuowania treści, a także trendy dotyczące eksplorowania prywatności i cyfrowego dzielenia się nią, stały się kluczową wirtualną przestrzenią umożliwiającą promocję zwierzeń w sieci. Dlatego też obie społeczności wybrane do studium przypadku są bezpośrednio związane z mediami społecznościowymi.

¹³ Zob. J. Zając, *Własne dobro czy prawdziwa pomoc? Przykłady nowych form zachowań pomocnych za pośrednictwem Internetu*, [w:] A. Ogonowska, G. Ptaszek (red.), *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2013.

Mimo twórczej, wyrażającej współczucie aktywności internautów – zdefiniowanej przez Magdalenę Hodalską jako współczucie 2.0, trudno jednoznacznie stwierdzić, w jakim stopniu specyfika komunikacji cyfrowej wpływa na minimalizowanie syndromu zmęczenia współczuciem.

Wstydawka – sekcja wstydlivych rzeczy i wyznań to prywatna grupa na Facebooku, która została założona w 2020 r. przez polskich internautów i obecnie liczy 154,4 tys. członków. Zgodnie z informacjami udostępnionymi przez administratora jest to „Grupa polegająca na tym, że wypisujecie swoje wstydlive historie, wyznania i inne rzeczy! Czujcie się swobodnie, ponieważ na grupie jest włączona opcja anonimowych postów!”¹⁴. Ocena wieku i statusu członków społeczności jest trudna do weryfikacji. Z dużym prawdopodobieństwem część członków społeczności komunikuje się z kont, w ramach których nie są wskazane prawdziwe dane. Dominująca tematyka poruszana w wyznaniach, tj. problemy z rówieśnikami, trudności w związkach, zaburzenia w zakresie samoakceptacji, może stanowić potwierdzenie hipotezy, że w społeczności przeważa młodzież. Zdarzają się jednak wyznania, w których zasygnalizowany jest nieco starszy wiek autora postu: student, dziewczyna lat 30 itd. Ze względu na możliwość publikowania w społeczności treści poufnych, administratorzy sugerują, że informacje udostępniane w tej grupie powinny w niej pozostać. Zapis ten wiąże się z ryzykiem udostępnienia cyfrowego wyznania poza grupą, bez zgody członka społeczności. Z uwagi na poszanowanie regulaminu grupy, w procesie badawczym nie będą wskazywani autorzy poszczególnych, analizowanych postów, ani nie pojawią się pseudonimy/dane użytkowników komentujących opublikowane w sieci zwierzenia. Z perspektywy badawczej nie zamierzam koncentrować się na sensacyjności bądź prawdopodobieństwie zamieszczanych wyznań – interesuje mnie bowiem kontekst współczucia, sposób jego implikowania przez zwierających się i dekodowania przez odbiorców.

Na potrzeby badania od września 2022 r. do kwietnia 2023 r. prowadzono monitoring grupy. Do szczegółowej analizy wybrano 100 postów, koncentrując się na tych

¹⁴ Wszystkie cytaty dotyczące grupy *Wstydawka – sekcja wstydlivych rzeczy i wyznań* pochodzą z profilu ww. społeczności, <https://www.facebook.com/groups/wstydawkaofficial/about> (dostęp 15.09.2022).

komunikatach, które wyróżniały się pod kątem liczby polubień. Zbadano również zdywersyfikowane formy reakcji użytkowników zamieszczone w komentarzach.

Przeprowadzone badanie umożliwia sformułowanie następujących wniosków:

- narracje zwierzeniowe w większości publikowane są anonimowo, za pośrednictwem moderatora, choć zdarzają się również wpisy bezpośrednio z kont członków społeczności;
- posty są z reguły lakoniczne, składają się z kilku zdań, nie są dołączane dodatkowe elementy wizualne, jedynie zdarza się dobrany do postu barwny background;
- z reguły zdanie inicjalne brzmi: „Wstydzę się tego, że...”;
- posty są często komentowane przez liczne grupy użytkowników, zdarza się, że dane wyznanie ma 500-600 polubień i ponad 200 komentarzy. Są też wyznania nieskomentowane przez nikogo. Trudno jednoznacznie wskazać, co decyduje o tak dużym zainteresowaniu społeczności danym wyznaniem, bowiem zwierzenia o podobnej tematyce i stylistyce wzbudzają różnorodne reakcje;
- trudno weryfikować autentyczność zamieszczanych w grupie zwierzeń. Odnosząc się do ogólnej konwencji wpisu i dominującej tematyki można jednak wskazać ich różnicowanie: m.in. zwierzenia dotyczące problemów rodzinnych/rówieśniczych/szkolnych, zwierzenia dotyczące ciała i seksualności, zwierzenia odnoszące się do chorób i uzależnień, zwierzenia miłosne, zwierzenia ujawniające podjęte próby samobójcze, myśli samobójcze, autoagresję, ale też zwierzenia utrzymane w konwencji satyrycznej i prowokacyjnej, w których nieraz wykorzystywany jest absurd i wulgaryzmy;
- różnorodność zwierzeń i ich powagi (np. zwierzenia typu: „wstydzę się swojej choroby, depresji i tego, kim jestem” publikowane są obok wpisów typu: „A ja się wstydzę, że mam łupież”) może powodować, że część odbiorców nie będzie w stanie odczuwać współczucia, ponieważ grupa, w ramach której nadawcy wykorzystują zwierzenia w tak różnych celach, nie będzie traktowana poważnie – raczej jako społecznościowy eksperyment;
- czy intencją wyznania typu: „Wstydzę się, że nie potrafię nawet popełnić samobójstwa”, jest wzbudzenie współczucia? Z pewnością autor wyznania nie chce być oceniany. W ramach komentarzy członków społeczności otrzymuje współczucie oraz próby pocieszenia i deklaracje wsparcia, np. „Masz drugą szansę, nie zmarnij jej”, „Jeśli potrzebowałbyś z kimś pogadać, to możesz się odezwać”, „To jest znak, że nie powinieneś”. Jednak część internautów reaguje na ten post, korzystając z emoji komunikujących śmiech (ponad 50 osób) bądź decyduje się na wpisy typu: „Ale kozak”, „Jeśli serio chcesz umrzeć, to tak czy siak i tak to zrobisz”;
- z reguły następuje dość szybka reakcja społeczności (nie tylko moderatorów) na użytkowników drwiących z postów dotyczących dramatów rodzinnych, chorób, myśli samobójczych. Moderatorzy również dodają posty dyscyplinujące

społeczność pod kątem reakcji na treści dotyczące samobójstw: „(...) w każdym poście o tej tematyce, nie brakuje w komentarzach ,śmieszków’, ,doradców’ piszących poradniki jak najlepiej to zrobić, lub ludzi oceniających, że post został napisany dla uwagi. Każda taka osoba będzie banowana, a pisanie do mnie później na priv w niczym wam nie pomoże. Z własnego doświadczenia wiem, że czasem jeden post na facebooku jest w stanie bardzo dużo zmienić i często jest to bezradna prośba o pomoc. Dlatego proszę o więcej empatii i zrozumienia” (pisownia oryginalna);

- zdarza się, że autorzy cyfrowych wyznań, mając świadomość, jak odmiennie wykorzystywana jest dana społeczność, uzupełniają swoje wyznania dopiskiem: „Nie dla jaj”, „Na poważnie”, chcąc uniknąć komentarzy podważających autentyczność wyznania.

Analiza komentarzy publikowanych przez społeczność skupioną wokół grupy potwierdza, że jeśli zwierzenie spotka się ze zrozumieniem odbiorców i wzbudzi u nich współczucie, to komentujący zaczynają dzielić się doświadczeniami. W ten oto sposób pierwotnie opublikowany post o próbie samobójczej może być pretekstem do opowiadania o swoich kryzysach i próbach wyjścia z nich. To największa wartość dodana tego typu projektów.

Drugie przedsięwzięcie, które umożliwia zbadanie cyfrowych narracji zwierzeniowych i inicjowanego przez nie współczucia, to inicjatywa *Humans of New York*. Projekt powstał w 2010 r. i początkowo był blogiem fotograficznym. Jego założyciel – amerykański fotograf Brandon Stanton, do zdjęć ludzi przypadkowo spotkanych na ulicach miasta zaczął dołączać ich krótkie wypowiedzi. W ten sposób narracja cyfrowa zaczęła się rozwijać, a jej równoważnym elementem (obok fotograficznego portretu) stały się opowieści mieszkańców. To dzielenie się historią jest charakterystyczne dla idei *digital storytelling*¹⁵.

Obecnie projekt Brandona Stantonona jest wciąż aktywny. To nie tylko blog www.humansofnewyork.com, książki dokumentujące fotograficzne spotkania (m.in. *Humans of New York*, 2013 i *Humans of New York: Stories*, 2015), liczne wystawy i projekty opisujące życie mieszkańców innych miast i krajów. To również aktualizowana regularnie strona promująca inicjatywę na Facebooku – www.facebook.com/humansofnewyork (17 milionów obserwujących). Dostęp do projektu jest bezpłatny, ale Brandon Stanton chcąc utrzymać otwartą formułę *Humans of New York*, założył zbiórkę i publikuje również treści bardziej osobiste z dostępem jedynie dla subskrybentów Patreon.

¹⁵ Zob. K. Zdanowicz-Cyganiak, *Digital storytelling – sztuka dzielenia się opowieściami*, „Perspektywy Kultury” 2017, nr 17, <https://czasopisma.ignatianum.edu.pl/pk/article/view/1852/1846> (dostęp 12.03.2023).

Ze względu na utrzymany otwarty dostęp do cyfrowej zawartości *Humans of New York* oraz stały monitoring projektu prowadzony przez autorkę, to właśnie narracje cyfrowe umieszczone na Facebooku zostały wybrane do analizy. Dodatkowym argumentem była możliwość obserwacji praktyk odbiorczych związanych z cyfrowymi narracjami klasyfikowanymi jako część projektu *Humans of New York*.

To, co wyróżnia te narracje, to ich zarówno bezpośredni, jak i pośredni charakter zwierzeniowy. Mamy do czynienia z tematami charakterystycznymi dla zwierzeń, np. związanymi z trudnymi relacjami z rodzicami, kryzysami psychicznymi, traumami. Ale w ramach tego projektu publikowane są nieraz dygresje i fragmenty wspomnień, które nie dotyczą doświadczeń trudnych, lecz wiążą się z istotnymi momentami życia (w kontekście świadomości narratora, jego dojrzewania itd.). Są to wpisy, które mają w sobie pewien potencjał uniwersalności i odnoszą się do wątpliwości i wągłdów w sobie, których możemy doświadczyć na poszczególnych etapach naszego życia, bez względu na kontekst kulturowy. Nie są to więc sensu stricto cyfrowe narracje zwierzeniowe, ale z pewnością cyfrowe świadectwa, z których możemy się uczyć, analogicznie jak z projektów tzw. żywych bibliotek.

Fotografie, które publikuje Brandon Stanton, mają zazwyczaj charakter portretowy. Zdarzają się zdjęcia, na których nie widzimy twarzy autora cyfrowego zwierzenia, jedynie element ubrania bądź sylwetki. Nazwiska narratorów nie pojawiają się w nagłówkach postów, jednak niekiedy w wyniku analizy komentarzy możemy zidentyfikować imię lub nawet pełne dane autora opublikowanej opowieści.

Analizując posty zamieszczane w ramach *Humans of New York*, można odnieść wrażenie, że najbardziej emocjonalne reakcje użytkowników wzbudzają wyznania dotyczące śmierci najbliższych, doświadczenia choroby oraz samotności. Narracje publikowane przez Brandona Stantona miewają ponad 3000 znaków, zawierają często wyeksponowany etap stasis, relację z wyraźnym punktem kulminacyjnym, niekiedy w finale historii ulokowane jest przesłanie. Odbiorcy potrafią nie tylko wielokrotnie włączać się w dyskusję, komentując post, ale też stają się narratorami własnych opowieści.

Tak stało się w przypadku zwierzenia zamieszczonego 15.12.2021 r. Jego autor (znamy tylko imię – Dan) napisał:

Pewnego dnia moja najmłodsza córka zapragnęła tańczyć. Założyła więc stare rzeczy baletowe siostry i zaczęła biegać po pokoju. Ma dopiero dwa lata, więc nie jest szybka. Ale był taki moment, kiedy próbowałem ją gonić i natychmiast zabrakło mi tchu. To właśnie sprawiło, że wykonałem pierwszy test. Onkolog powiedział, żebym nie szukał diagnozy w Google. Ale i tak to zrobiłem (...). Mój umysł natychmiast skierował się w stronę moich dzieci.

Pracownik socjalny powiedział nam, jak przekazać im wiadomości – bądź szczerzy, znajdź wygodne miejsce. Ale przede wszystkim bądź szczerzy. Posadziliśmy ich w salonie i nawet nie pamiętam, co im powiedzieliśmy. Fizycznie byłem tam, ale w mojej głowie byłem daleko,

patrzac w przyszłość. Czy ktoś inny może ich kochać tak jak ja? Czy ktoś inny może sprawić, że pocują się bezpiecznie? [...]. Czasami idę tak daleko tą drogą. Ale moja żona i ja mamy umowę. Czasami dobrze jest pozwolić sobie na smutek i płakać. Ale po prostu nie możesz zostać w tej dziurze. Musisz wrócić i znaleźć coś pozytywnego, na czym można się skupić.

A dla mnie zawsze były to nasze dzieci. [...] Kiedyś patrzyłem na te stare zdjęcia i myślałem: »Tak, świetnie się bawiliśmy«. Ale teraz naprawdę je widzę. Wszystko, co jest wyświetlane: radość, bezwarunkową miłość. Wszystko. Jest jedno zdjęcie, które zawsze mnie zatrzymuje. Zostało zrobione tydzień po mojej diagnozie. Jestem z moją najstarszą córką – na potańcówce ojca z córką w stołówce jej przedszkola. Tak dobrze pamiętam tamtą noc. Tańczymy na zdjęciu. Ale nie trzymam jej za ręce, jak wszyscy inni. Trzymam ją całą”¹⁶.

Nagle widzimy, jak osoby komentujące zaczynają tworzyć wspólnotę, przekazując sobie wyrazy współczucia, porównując doświadczenia, odsłaniając swoje biografie. I to jest z pewnością zjawisko przełamujące syndrom zmęczenia współczuciem.

185 tys. osób polubiło ww. narrację. Otrzymała ona 3,2 tys. komentarzy. Wśród nich dominują emocjonalne podziękowania za podzielenie się historią, wyrazy współczucia przekazywane wprost („Tak mi przykro...”, „Modlę się za ciebie...”, „To łamie mi serce”), życzenia siły i zdrowia. Jeden z użytkowników napisał:

Cała miłość. Tak łatwo jest stać się ślepym na błogosławieństwa tego życia, ale ty pomagasz komuś, prawdopodobnie wielu, pamiętać, aby otworzyć swoje serca, rozejrzeć się wokół na to, co jest właściwe, i pielęgnować to, co jest teraz. Dziękuję za twoje światło.

Inny komentujący dodał:

Straciłem ojca w wieku 12 lat, po jego pięcioletniej walce z rakiem. Zawsze był kochający, ale po diagnozie stał się tak uważny i skupiony na naszej rodzinie. Nawet jeśli było wiele smutnych momentów, te lata były najlepsze z mojego dzieciństwa i pozostałem wdzięczny za te wspaniałe wspomnienia. Mam nadzieję, że na ciebie czeka lepsze zakończenie, ale wiedz, że nawet jeśli nie, twoje dzieci nigdy nie zapomną miłości, którą im przekazałeś. Prawie 20 lat

¹⁶ Wszystkie cytaty pochodzą ze strony *Humans of New York*, <https://www.facebook.com/humansofnewyork> (dostęp 15.09.2022). Tłumaczenie własne.

później hojnie korzystam z możliwości rozmowy o ojcu i czuję wielką wdzięczność za to, co miałem.

To właśnie wydaje się najistotniejsze – swoista łańcuchowość narracji, która wytwarza się wśród tych komentujących, dla których historia Dana staje się impulsem do opowiedzenia historii własnej – o stracie, o tym, co odbiera choroba, ale także o opiece nad chorymi, depresji i żałobie. Nagle widzimy, jak osoby komentujące zaczynają tworzyć wspólnotę, przekazując sobie wyrazy współczucia, porównując doświadczenia, odślaniając swoje biografie. I to jest z pewnością zjawisko przełamujące syndrom zmęczenia współczuciem.

Zakończenie

Współczucie w cyfrowych narracjach zwierzeniowych może być inicjowane i dekodowane w różnorodny sposób:

1. Trudno jednoznacznie wskazać intencje nadawców, tworzących cyfrowe narracje zwierzeniowe dotyczące trudnej sytuacji życiowej, doświadczanych krzywd, chorób, strat, jednak upublicznianie tych treści w mediach społecznościowych wiąże się ze zwróceniem uwagi na problem, otrzymaniem psychicznego wsparcia, nieraz konkretnej porady i pomocy. Być może nie są to narracje świadomie konstruowane jako komunikaty, które mają wzbudzić współczucie – jednak bez współczucia, udzielanie przez użytkowników wsparcia w wymiarze emocjonalnym lub konkretnym (np. finansowym), wydaje się niemożliwe. Współczucie jest więc warunkiem emocjonalnej interakcji i „zalogowania” się użytkownika w narracji.
2. Część cyfrowych narracji zwierzeniowych wzbudzających współczucie odbiorców wyróżnia się ze względu na charakterystyczne zdania inicjalne („Wstydę się, że...”, „Nigdy nikomu o tym nie mówiłem, ale..”, „Boję się, że...”). Niekiedy pod koniec narracji zwierzeniowych sformułowana jest wprost prośba o wsparcie/pomoc lub podsumowanie ma charakter przesłania.
3. Współczucie wyrażone w postaci emotikon, emoji lub animowanego GIF-u jest uwarunkowane specyfiką komunikacji cyfrowej oraz narzędziami, które są w ramach niej oferowane. Z drugiej strony reagowanie tylko w ten symboliczny sposób, zwłaszcza nadużywanie wizualnych elementów – nieadekwatnych niekiedy do sytuacji komunikacyjnej, może być interpretowane jako przejaw makdonaldyzacji komunikacji cyfrowej.
4. Odbiorcy cyfrowych narracji zwierzeniowych publikują komentarze eksponujące współczucie i deklarujące wsparcie. Często pojawiają się jednak komentarze podważające autentyczność i sens opublikowanych narracji, zbliżone do hejtu. Skrajność reakcji na narracje zwierzeniowe potwierdza polaryzację społeczną, utrzymującą się również środowisku cyfrowym. Jak zauważył Matt Taibbi: „Przez

pokolenia robiliśmy coś innego, bo jedność i konformizm przynosiły większe zyski, ale teraz wiadomości sprzedają jeden zasadniczy produkt: podziały. [...]. Potrzebni nam jesteście zaniepokojeni, wstępnie nabuzowani, uzależnieni od konfliktu”¹⁷.

Być może polaryzacja społeczna ma również wpływ na syndrom zmęczenia współczuciem – w mediach i poza nimi.

Przedstawiona w artykule analiza jest jedynie wstępem do badań dotyczących współczucia w komunikacji cyfrowej. Z pewnością osobnej interpretacji wymagają narracje, które są udostępniane przez portale zbiorów charytatywnych. Mamy tam do czynienia z silnym nacechowaniem emocjonalnym, ekspozycją zdjęć i nagrań prywatnych – dokumentujących doświadczanie choroby, cierpienie, rozpacz dziecka i jego najbliższych. Nagłówki mają formę błagania o współczucie i pomoc, są dramatycznymi zapowiedziami zbliżającej się śmierci i wyczerpania sił oraz możliwości tych, którzy walczą o życie chorego. Kontakt z tego typu treściami jest trudny, a walka o uwagę odbiorcy i swoista konkurencyjność tych przekazów powodują, że narracje te stają się coraz bardziej drastyczne. Tu syndrom zmęczenia współczuciem może oddziaływać najsilniej, a treści te mogą nie przebijać się poza bańki informacyjne poszczególnych użytkowników.

Prowadzone badania dotyczące medialnego kontekstu zwierzeń, częściowo wykraczające poza materiał badawczy przedstawiany w artykule, pozwalają na sformułowanie tezy, że wartością dodaną współczucia w cyfrowych narracjach zwierzeniowych jest swoisty barter narracyjny: opowieść za opowieść, wyznanie za wyznanie i także współczucie za współczucie. Zwierzenia nadawcy niekiedy inicjują zwierzanie się odbiorców i dzięki temu w sekcji komentarzy tworzy się swoista wirtualna społeczność konfesyjna. Warunkiem wstępu do niej – podstawowym – jest współczucie oraz gotowość, by słuchać i opowiadać.

Jeżeli, rzeczywiście, w przypadku współczucia w sieci kluczowa jest reakcja odbiorców: kliknięcie, udostępnienie, komentowanie, alternatywne narracje i ich wirusowość, to kolejnym etapem – wynikającym ze współczucia – powinny być działania poza rzeczywistością online.

Najtrudniejszy jest pierwszy krok. Offline.

¹⁷ M. Taibbi, *Nienawiść sp. z o.o.*, *Jak dzisiejsze media każą nam gardzić sobą nawzajem*, tłum. S. Gałązka, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2020, s. 51.

Bibliografia

- Chul Han B., *Spółeczeństwo zmęczenia i inne eseje*, tłum. R. Pokrywka, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2022.
- Czym się różni empatia od współczucia – z Paulem Bloomem rozmawia M. Rotkiewicz, 4.07.2017, „Polityka”, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/nauka/1710758,1,czym-sie-rozni-empatia-od-wspolczucia-tlumaczy-prof-paul-bloom.read> (dostęp 30.03.2023).
- Gadacz T., *Dobromyślni*, 12.06.2020, „Charaktery”, <https://charaktery.eu/artukul/dobromyslmi> (dostęp 15.08.2022).
- Hodalska M., *Compassion 2.0: How Internet users share »virtual care«?*, „Kultura – Media – Teologia” 2017, nr 31.
- Humans of New York*, <https://www.facebook.com/humansofnewyork> (dostęp 15.09.2022).
- Moeller S., D., *Compassion Fatigue. How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*, Routledge, New York/London 1999.
- Słownik języka polskiego*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/wspolczucie.html> (dostęp 15.03.2023).
- Słownik synonimów*, red. A. Dąbrówka, E. Geller, R. Turczyn, Świat Książki, Warszawa 2005.
- Sontag S., *Widok cudzego cierpienia*, tłum. S. Magala, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2023.
- Taibbi M., *Nienawiść sp. z o.o. Jak dzisiejsze media każą nam gardzić sobą nawzajem*, tłum. S. Gałązka, Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2020.
- Wstydawka – sekcja wstydlivych rzeczy i wyznań*, <https://www.facebook.com/groups/wstydawkaofficial/about> (dostęp 15.09.2022).
- Zajac J., *Własne dobro czy prawdziwa pomoc? Przykłady nowych form zachowań pomocnych za pośrednictwem Internetu*, [w:] A. Ogonowska, G. Ptaszek (red.), *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2013.
- Zdanowicz-Cyganiak K., *Digital storytelling – sztuka dzielenia się opowieścią*, „Perspektywy Kultury” 2017, nr 17, <https://czasopisma.ignatianum.edu.pl/pk/article/view/1852/1846> (dostęp 12.03.2023).
- Zdanowicz-Cyganiak K., *Trust in digital confessions on social media*, [w:] J. Paliszkievicz, J. Gołuchowski, J.L.G. Cusumano (red.), *Trust, digital business and technology: issues and challenges*, Routledge, New York 2023.

Biogram

Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak – adiunkt w Katedrze Projektowania i Analizy Komunikacji na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Autorka dwóch monografii: *Obce. Reaktywacja – szkice* (Katowice 2013) oraz *Kto się boi Marii K.? Sztuka i wykluczenie* (Katowice 2005). Współautorka monografii *W świecie aksjologii, polityki i kultury. Studenci wobec mediów – na podstawie badań empirycznych* (Katowice 2018) oraz podręcznika *Zarządzanie w kulturze, sztuce i turystyce kulturowej* (Warszawa 2014). Redaktorka monografii *(Ko)media – konteksty dyskursu medialnego* (Warszawa 2014). Przygotowuje książkę dotyczącą kultury konfesyjnej i medialnego kontekstu zwierzeń.