

# Adam Pomieciński

---

## E-humanitaryzm : Pomaganie przez klikanie

---

Kultura Popularna nr 3 (33), 86-95

---

2012

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Adam Pomieciński

# E-huma- nitaryzm:

*pomaganie  
przez klikanie*

Problematyka humanitaryzmu tradycyjnie traktowana jest jako domena etyki, filozofii, psychologii społecznej, wchodzi także w obszar zainteresowań nauk zajmujących się kulturą. Zaciekawienie tą kwestią na gruncie nauk społecznych wiąże się ze wzrostem znaczenia czynników związanych z kulturą – z wykluczeniem społecznym, konfliktami na tle etnicznym, głodem na masową skalę, wojnami, wymuszonymi migracjami, uchodźctwem. Pojęcie „klęski humanitarnej”, tak samo jak „pomocy humanitarnej”, na stałe zagościło w serwisach informacyjnych i newsach dziennikarskich. Kryzysy społeczne, ekonomiczne i ekologiczne, których skala i zasięg przekroczyły lokalne ramy, wzmocniły jeszcze bardziej rangę tych pojęć. W zlinkowanym i usieciowionym świecie idee związane z globalną solidarnością zaczęły stanowić swoisty kapitał nowoczesnych społeczeństw. Już przed laty Niklas Luhmann, w zapomnianym nieco dziele *Trust and Power* (1979), diagnozował, że ze względu na rosnące poczucie niepewności i dominację ryzyka niezbędne jest zorientowanie ludzkich działań na pomoc i zaufanie. Współczesna kultura bazująca na wirtualnych relacjach wyraźnie umocniła działania plasujące się w obszarze pomocy humanitarnej. Tym samym powszechna komunikacja lub, jak twierdzi Manuel Castells, „technologia sieci” (Castells, 2003: 12) zintensyfikowała interakcje pomiędzy ludźmi, stwarzając nowe możliwości oferowania wzajemnej pomocy. Wymiana e-maili, niektóre popularne gry online czy listy dyskusyjne w stylu „Porozmawiajmy o humanitaryzmie. To jest piękny odruch serca człowieka. Bezinteresowna pomoc będącym w potrzebie” ([www.forum.gazeta.pl](http://www.forum.gazeta.pl)) oprócz zorientowania uczestników internetowej komunikacji na działania niesienia pomocy innym, wykształciły swoistą przestrzeń, w której procesy fabularyzacji i folkloryzacji przekazu są ze sobą nierozłączne.

**Adam Pomieciński**, adiunkt w Instytucie Etnologii i Antropologii Kulturowej UAM w Poznaniu, zajmuje się problematyką współczesnych ruchów alterglobalistycznych, autor książki *Reklama w kulturze współczesnej* (Poznań 2005).

## Humanitaryzm i e-humanitaryzm

Powszechnie przyjęło się, że pomoc humanitarna to pomoc dla ofiar dotkniętych klęskami żywiołowymi, to znaczy powodowanymi przez ekstremalne siły natury (powódzie, susze, trzęsienia ziemi itp.), a także różnego typu konflikty zbrojne, kataklizmy i katastrofy. Pomoc humanitarna prowadzona jest więc w sytuacjach nadzwyczajnych i koniecznych, w celu przyniesienia ulgi ofiarom w cierpieniu. Wpisuje się ona w zasadniczą ideę humanitaryzmu i egalitaryzmu. W swych ogólnych założeniach organizacje humanitarne odwołują się bowiem do poczucia sprawiedliwości społecznej, ogólnoludzkiego prawa do pomocy, przestrzegania warunków godności ludzkiej i podstawowych praw człowieka. Humanitaryzm jest przede wszystkim postulatem ideowo-moralnym, ale także politycznym. W działaniach tych uczestniczą nie tylko organizacje humanitarne i wolontariusze. Dołączają do nich Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Ministerstwa Obrony Narodowej czy Centra Koordynacji Ratownictwa Ludności poszczególnych państw narodowych. Pomoc humanitarną wspierają także instytucje międzynarodowe, np. Czerwony Krzyż, ONZ, UNICEF, Międzynarodowa Organizacja do spraw Migracji. Niekiedy mandat akcji humanitarnej przypisywany jest NATO, które prowadzi „wojny w imię pokoju”. Wreszcie w pomoc humanitarną angażują się także ikony światowego kina, muzyki, sportu, jak: Angelina Jolie, Brad Pitt, Bono, Bob Geldof, Muhammad Ali, którzy stali się mediatorami między nami a milionami cierpiących ludzi.

Dzisiaj trudno sobie wyobrazić akcje humanitarne bez nagłośnienia ich w mediach. Dobrze wiemy, że kultura popularna, bazująca na emocjach, chętnie posługuje się obrazami cierpienia i dobroczynności. Nowe media na czele z internetem dały nowe możliwości prowadzenia akcji humanitarnych. Miliony anonimowych internautów na świecie codziennie klikają przy klawiaturach swoich komputerów, aby nieść pomoc ludziom głodującym, cierpiącym skrajną biedę, bezdomnym. Wirtualnie angażują się w budowanie zbiorników wodnych oraz studni w Afryce, Azji i Środkowej Ameryce, wspierają opiekę medyczną dzieci, uczestniczą w doraźnych akcjach pomocowych krajów dotkniętych trzęsieniem ziemi (np. Haiti), suszą (np. Somalia), powodziami i huraganami (np. Nowy Orlean w stanie Luizjana). Prócz tego pomagają chronić zagrożone wyginięciem zwierzęta, lasy tropikalne i amerykańskie prerie; pomagają tradycyjnym plemionom Indian Ameryki Południowej i ludności rolniczej w Etiopii w podniesieniu wydajności ziem uprawnych; przyczyniają się do zmniejszenia efektu cieplarnianego.

Znaczącym wymiarem współczesnego humanitaryzmu stały się więc liczne wzmianki w mediach masowych o tragicznych katastrofach w różnych częściach naszego globu i o natychmiastowych reakcjach niesienia pomocy potrzebującym. Światową solidarność i chęć niesienia pomocy humanitarnej zaczęły potwierdzać też liczne komentarze internautów, którzy udowodnili, że wirtualna sieć to niemal idealne pole do aktywności tego rodzaju. Coraz częściej informacje o akcjach dobroczynnych – niczym krążące w sieci łańcuszki szczęścia – rozprawdane są za sprawą e-maili oraz internetowych banerów reklamowych. Przesyłając wiadomość do swoich znajomych lub klikając w baner z nazwą sponsora lub popularnego produktu, użytkownicy sieci codziennie zbierają określoną ilość kliknięć, za które darczyńcy (nierzadko globalne korporacje) przekazują uzgodnione środki (np. produkty żywnościowe, pieniądze), i które następnie rozdysponowane są na rzecz organizacji niosących pomoc potrzebującym. Nie można zapominać, że takie medialne komunikaty konstruują społeczne opinie o katastrofach i kataklizmach. Tym samym wyeksponowaniu ulega relacja między przekazami kultury popularnej a przekazem folklorystycznym. Wspólnota sieciowa sprzyja tworzeniu więzi na odległość, kodyfikuje i utrwała pewne sytuacje komunikacyjne, jak również kreuje zuniwersalizowaną narrację przeżywania traumy i koszmaru. Internet wyzwolił w ludziach masową potrzebę uczestnictwa w globalnej wspólnocie. E-humanitaryzm, czyli internetowa aktywność, która ma na celu ulżyć tym, którzy zostali dotknięci katastrofami czy konfliktami zbrojnymi w różnych miejscach na świecie, pokazuje, że jako badacze kultury mamy do czynienia z wciąż rozrastającą się przestrzenią aktywności ludzkiej, włączając także aktywność, która posiada wyraźne znamiona o charakterze folklorystycznym. Nowoczesne media wsparły sferę publiczną oraz źródła społecznej solidarności. Jak sugeruje Darin Barney, interaktywna cecha nowych mediów umożliwiła wysoki stopień interwencji i wyborów, dokonywanych przez użytkowników sieci (Barney, 2008: 82). Informacje w cyfrowej wersji mogą być bez ograniczeń kopiowane, zapamiętywane, ponownie przetwarzane, powielane i dystrybuowane. Ta cecha cyfrowej sieci nie pozostaje obojętna wobec masowych komunikatów o wciąż nowych kataklizmach i klęskach humanitarnych. Jednakże nowe typy form pomocy humanitarnej nie wzięły się z niczego, a potrzeba ich nagłośnienia i chęć natychmiastowego działania od dawna wiązała je z „kulturą mediów”.

## Lekarze Bez Granic i medialne asocjacje

Ważne wyznaczniki dla współczesnego humanitaryzmu zostały stworzone w latach 70. ubiegłego wieku. Wówczas to grupa lekarzy zainspirowanych przez doktora Bernarda Kouchnera powołała do życia międzynarodową organizację *Lekarzy Bez Granic* (*Médecins sans Frontières*). Jak zauważył Kevin McDonald, przyczyną powstania *Lekarzy Bez Granic* była zmiana natury konfliktów i wzrastające ograniczenia tradycyjnych organizacji pomocowych jak na przykład Międzynarodowy Komitet Czerwonego Krzyża. Pomoc Czerwonego Krzyża mogła docierać jedynie w strefach konfliktów, gdzie regularne oddziały wojskowe walczyły między sobą, a serwis medyczny był zabezpieczony przez lekarzy wojskowych. Ale już w latach 60. XX wieku procesy dekolonizacji i liczne wojny domowe o charakterze partyzanckim pokazały, że konflikty zmieniają swoje oblicze, a granica między ludnością cywilną a żołnierzami wyraźnie się zaciera. Dodatkowo polityka Międzynarodowego Komitetu Czerwonego Krzyża nie pozwalała ekipom od nagłych wypadków wyjechać do pracy w strefy kryzysu, co stanowiło krytyczny komentarz członków państw do wojny (McDonald, 2006: 75).

To przede wszystkim z tych powodów Kouchner, do którego wkrótce dołączył doświadczony doktor z Bangladeszu Rony Brauman, a także inni lekarze, zdecydował się na utworzenie w 1971 roku *Lekarzy Bez Granic* – organizacji humanitarnej, której nazwa nawiązywała do przekonania jej założycieli, że wszyscy ludzie mają prawo do opieki medycznej, i że to prawo jest ważniejsze niż granice państwowe. *Lekarze Bez Granic*, kierując się zasadami etyki lekarskiej i bezstronnością, zdecydowali się na niesienie pomocy ludziom bez względu na przekonania polityczne, wyznanie, religię czy kolor skóry. Natychmiastowa widoczność katastrof i konfliktów w „kurczącym się świecie” sprawiła, że ich działalność stawała się coraz bardziej transparentna i spektakularna. Uhonorowaniem tego było przyznanie organizacji w 1999 roku Pokojowej Nagrody Nobla.

Zespoły medyczne *Lekarzy Bez Granic* były często świadkami okrucieństw i przemocy na dużą skalę. Stąd członkowie tej organizacji chętnie wykorzystywali możliwości, które dawały media, aby upublicznić swoją działalność. Bardzo szybko więc zaczęli wypowiadać się na temat kluczowych problemów współczesnego świata – kryzysów, nadużyć, niedoskonałości systemów opieki zdrowotnej i pomocy. Nie stronili również od krytyki politycznej konkretnych państw i rządów: w 1985 roku *Lekarze Bez Granic* opowiedzieli się przeciwko rządowi w Etiopii, nagłośnili w 1994 roku ludobójstwo w Rwandzie, potępiłi masakrę serbskich cywilów w Srebrenicy w 1995 roku, jak również bombardowania Rosjan w stolicy Czeczenii w 1999 roku, a w 2007 roku informowali o wzroście przemocy wobec ludności cywilnej w konfliktach w Czadzie i Somalii. W obliczu prowadzonych kampanii humanitarnych główne media na całym świecie zaczęły pełnić rolę pośrednika między cierpiącymi obcymi a sumieniem tych, którzy pozostawali w niewielu bezpiecznych strefach na naszym globie (Ignatieff, 1998: 13). Akcje humanitarne oprócz tego, że realizowane były w konkretnych regionach świata, zyskiwały swój medialny wymiar. Wspomniany przeze mnie Kevin McDonald zauważył, że w pierwszej dekadzie funkcjonowania *Lekarzy Bez Granic* istniała wyraźna przepaść między medialnym profilem organizacji a rzeczywistymi akcjami. W latach 1971–1978 organizacja wysyłała co roku przeciętnie tuzin lekarzy.

Od samego początku w skład wysyłanych zespołów obowiązkowo wchodził jeden wysłannik prasowy, którego zadaniem było dbanie o udratycznienie działań i roli lekarzy w środkach masowego przekazu (McDonald, 2006: 76). Strategia ta spotykała się często z silną krytyką, a nierzadko z oskarżeniami o „utowarowienie tragedii” oraz zarzutami o utrwalanie stereotypowego modelu – bohater (lekarze *Médecins sans Frontières*) i ofiary. Z drugiej jednak strony przedstawiciele organizacji, wielokrotnie z narażeniem własnego życia, pokazywali obywatelom zachodnich państw „niedociągnięcia” i „patologie” nowoczesnych systemów społecznych, a także mimowolnie stawali się rzeczownikami wykluczonych, biednych i zmarginalizowanych w świecie globalnego kapitalizmu.

Relacje *Lekarzy Bez Granic* często nacechowane są emocjonalnością. Wywołują przez to liczne komentarze i dyskusje. Richard H. Robbins w swojej książce *Globalne problemy a kultura kapitalizmu* (2006) przytacza wypowiedź jednego z działaczy organizacji: „Ubodzy nie mają siły nabywczej, więc rynek ich ignoruje – stwierdził doktor James Orbinski, prezes międzynarodowej organizacji *Lekarze Bez Granic*. Znużyła mnie koncepcja, według której ten, kto nie jest w stanie zapłacić, umiera” (Robbins, 2006: 301). Determinizm działań i ich wielowymiarowość sprawiają, że zjawisko współczesnego humanitaryzmu można odbierać jako społeczny proces, który dokonuje nieustannych korekt obowiązujących ideologii politycznych, ekonomicznych i gospodarczych. Nie tylko bezpośrednie działania, ale także i apele mają na celu poruszyć światową opinię publiczną.

Stowarzyszenie francuskiego doktora Bernarda Kouchnera, a w ślad za nim inne organizacje pomocowe, ujawniły kulturę nagłej potrzeby. Odwoływanie się do natychmiastowego działania, udzielanie pomocy ludziom uwikłanym w aktualne kryzysy, skupienie się na bieżących wypadkach połączone z nagłośnieniem tych praktyk w mass mediach ukształtowało nowy wymiar współczesnego humanitaryzmu. Wydaje się wręcz, że bez medialnych odniesień dzisiejszy humanitaryzm nie miałby prawa istnieć. Jako dowód tego przytoczyć można także wypowiedź Bono, lidera irlandzkiego zespołu muzycznego U2, zaangażowanego w szereg spektakularnych akcji humanitarnych: „Kiedy związałem się z Live Aid, powiedziałem (...): «Nie mogę zapomnieć o ludziach, których widziałem w telewizji. Musimy spróbować coś zrobić. Bez rozgłosu». Nie powiedzieliśmy nikomu, że wyjeżdżamy. Po prostu pojechaliśmy tam po kryjomu” (Assayas, 2007: 238). Jednak ucieczka od telewizyjnych kamer była tylko iluzoryczna, a sam Bono dość często pojawiał się w popularnych programach, w których poruszał cały wachlarz tematów związanych z zaangażowaniem w działalność charytatywną i polityką na rzecz potrzebujących.

*Lekarze Bez Granic* jako jedna z pierwszych organizacji humanitarnych na szeroką skalę wykorzystwała możliwości komunikacyjne mediów. Prośby i listy otwarte publikowane na łamach największych dzienników prasowych, liczne przekazy telewizyjne, fotorelacje i reportaże na stałe obecne w Internecie są dziś ważnymi formami działalności wszystkich organizacji o profilu charytatywnym. Taka aktywność zakłada, że postawione cele można realizować jedynie razem z innymi i przy wsparciu innych. Znamienne w tym kontekście wydają się słowa szefa ONZ do spraw pomocy na temat głodu w Nigrze, które dziennikarze zanotowali w lipcu 2005 roku: „Od niedawna pomoc zaczęła docierać do ogarniętego głodem Nigru. Apele w listopadzie, marcu i maju nie przyniosły rezultatu. Dopiero obrazy umierających dzieci sprawiły, że świat się obudził” ([http://www.pomagamy.pl/niusy/niger\\_obrazy\\_glodujacych\\_onz](http://www.pomagamy.pl/niusy/niger_obrazy_glodujacych_onz)).

htm). Obrazy głodujących i umierających dzieci obiegły wówczas niemal wszystkie media od Ameryki po Azję. W jednoznaczny sposób słowa te podkreślają ścisłe związki nowego humanitaryzmu z kulturą mediów. Nie ma więc przesady w stwierdzeniu, że asocjacje medialne stały się nieodłącznym elementem akcji humanitarnych bazujących na coraz większej interaktywności środków przekazu.

## ***E-humanitaryzm i e-folklor***

Interaktywność nowych mediów, a także ich sieciowy charakter sprzyjają rozwojowi wirtualnych wspólnot, które generują własne opowieści o interesującym je świecie. Zakrojone na szeroką skalę akcje humanitarne stały się impulsem do tworzenia różnego typu forów i portali społecznościowych, których podstawowym celem jest niesienie pomocy potrzebującym. Dwa procesy, o których mowa – sieciowa pomoc humanitarna i digitalna aktywność folklorystyczna, nierozzerwalnie koegzystują ze sobą. Na jednym z portali społecznościowych jego uczestnik instruuje innych, jak „bez żadnego wysiłku” nieść internetową pomoc: „Jeśli tylko korzystacie z poczty od Google (ewentualnie Yahoo) i przeglądacie internet przez Firefoxa, to możecie założyć sobie konto w Replayforall. Dzięki tej usłudze, taka codzienność jak wysyłanie e-mailów przeistacza się w pomoc rozmaitym celom charytatywnym. Replayforall to dodatek, który na dole naszych wiadomości, automatycznie doczepia baner reklamowy. Istnieje kilka rodzajów takich banerów. Każdy wspiera inny cel i organizację charytatywną. Dzięki nim, możemy wesprzeć Fundację walczące z rakiem, biedą, brakiem czystej wody czy z plagą AIDS. To od nas zależy jaki cel wybierzemy. Pomoc jest jak najbardziej rzeczywista. Każda wysłana wiadomość, przynosi konkretny rezultat. W zakładce «my impact» możemy podejrzeć ile podarowaliśmy godzin edukacji o HIV, ile dostarczyliśmy czystej wody czy jak wiele godzin opieki zapewniliśmy zwierzętom. Więcej wysłanych wiadomości i więcej znajomych zaproszonych do zabawy, przekłada się na większą pomoc. Statystyki naszej aktywności widzimy nie tylko my, ale także odbiorcy wiadomości. Sam wygląd sygnaturki możemy dostosować do własnych potrzeb, np. dodając do niej własny tekst. Jeśli nie chcemy wysłać do kogoś wiadomości z banerem, wystarczy, że klikniemy tylko jeden przycisk” (<http://www.eioba.pl/a/24u2/pasywne-pomaganie-przeglądaj-internet-wysyłaj-e-maile-i-pomagaj>).

W innym zaś miejscu internauta zachęca do czytania swojego bloga o pomaganiu i śle prośby o podpisanie listu do rządu w sprawie wojny w Darfurze: „Zapraszam na swój blog o pomaganiu (...). Przy okazji bardzo proszę Was o podpisanie listu do rządu w sprawie Darfuru. Poniżej, o co chodzi: W sudańskim Darfurze od czterech lat trwa ludobójstwo. Giną kobiety i dzieci. Przemoc i gwałty są na porządku dziennym. Wojna przyniosła już 400.000 śmiertelnych ofiar. Darfur to piekło na ziemi, największa katastrofa humanitarna naszych czasów. Do początku kwietnia zbierane będą podpisy pod listem nawołującym do większego zaangażowania wspólnoty międzynarodowej i Unii Europejskiej w rozwiązaniu kryzysu w Darfurze. List zostanie wręczony naszemu prezydentowi, premierowi oraz marszałkom Sejmu i Senatowi. List możecie podpisać wchodząc na główną stronę [darfur.pl](http://www.darfur.pl) i wybrane z «Popularne» «List do polskich władz»” (<http://www.forum.tweaks.pl/www/Blogpomagajinfo-t6o28.html>). E-humanitaryzm implikuje powstanie wspólnot *online*, które w podobny sposób diagnozują realną rzeczywistość.

Uczestnictwo w kulturze „nowego humanitaryzmu” i czynne kreowanie wspólnoty doświadczeń stymulują niczym nieograniczoną aktywność folklorystyczną. Jest ona wyzwalana potrzebą współuczestniczenia w obiegu treści o globalnym zasięgu. Internet – o czym pisali już Barry Wellman i Bernie Hogan – zdemokratyzował produkcję i dystrybucję idei (Wellman, Hogan, 2005: 45). Nowa globalna solidarność i chęć pomocy wszystkim pokrzywdzonym przez los zdają się potwierdzać ich spostrzeżenia.

Przykłady zaprezentowanych tekstów odzwierciedlają jedną z podstawowych cech folkloru, a mianowicie zdolność do ciągłej replikacji (np. Sulima, 2005: 576 i inne). To właśnie na tym mechanizmie bazuje e-humanitaryzm. Replikowanie daje możliwość przekazywania i ponownego odczytywania tekstów, a w kontekście prowadzonych działań pomocowych zapewnia trwałość i względną niezbywalność komunikatów. Fakty zaczynają być fabularyzowane i relacjonowane w kolejnych przekazach medialnych. Przynależnym do tego typu praktyk elementem są komentarze kreowane przez odbiorców. Niezliczona wprost liczba takich komentarzy jest wynikiem zachęcania potencjalnych odbiorców komunikatu do szybkiej interakcji. Kultura nagłej potrzeby staje się kulturą szybkiego działania. I w tym przypadku nietrudno o wymowne przykłady. Członkowie *Klubu Wertep* zrzeszającego miłośników samochodów terenowych zareagowali na wezwania do niesienia pomocy po trzęsieniu ziemi w Iranie w 2003 roku. Wspólnie z Polską Akcją Humanitarną zorganizowali konwój humanitarny do regionów dotkniętych skutkami kataklizmu. Na stronach internetowych tworzonych przez pasjonatów motoryzacji trwała ożywiona dyskusja: „ – Prosimy wszystkich o pomoc i zaangażowanie w miarę własnych możliwości, bo tylko z Waszą pomocą wyprawa będzie mogła dojść do skutku. – Pojechać nie pojedziemy. Ale może by jakąś zrzutkę pieniężną i ciuchową zrobić? Albo jakoś pomyśleć, jak można byłoby pomóc w inny sposób? Przecież wiadomo, że nieszczęście się stało. – Na przyszłość o takich akcjach na priv proszę informować. Wtedy można coś pod własnym logiem zorganizować” (<http://www.motonews.pl/forum/?op=fvt t=34751 c=65 f=35>). W innym miejscu, „pod tekstem” na temat humanitarnego postępowania wobec zwierząt, skupili się zwolennicy wegetarianizmu, ekolodzy, obrońcy zwierząt, pacyfści, którzy pozostawili szereg osobistych komentarzy: „-Przejdź na weganizm, to nie gryzie ;)”. – Niektórzy sądzą, że można «humanitarnie» zabijać, na wojnie, w rzeźniach, itd. Jakże się oni myślą :( - A można humanitarnie umierać?” ([http://forum.gazeta.pl/forum/w,29,125764857,125793879,Re,humanitaryzm\\_.html](http://forum.gazeta.pl/forum/w,29,125764857,125793879,Re,humanitaryzm_.html)). Zróżnicowanie i bogactwo tego typu treści czynią z internetu rozległe archiwum folklorystyczne, ale również pokazują rosnące znaczenie działań humanitarnych w codziennej kulturze.

Według szacunkowych danych codziennie w różnego typu akcjach e-humanitarnych bierze udział kilkaset tysięcy Polaków, zaś na świecie kilka milionów (np. Szkot, 2010; Jasiołek, 2010). Przyglądając się bodaj najbardziej znanej w Polsce akcji dobroczynnej *Pajacyk* Polskiej Akcji Humanitarnej, której celem jest przeciwdziałanie niedożywieniu dzieci, zauważymy, że liczba dziennych kliknięć przekracza z łatwością 150 tysięcy. Z danych statystycznych prowadzonych przez Polską Akcję Humanitarną wynika, że w 2008 roku w brzuszek pajacyka kliknęło 42 852 806 internautów, w 2009 roku już 50 019 970, a w 2010 roku liczba ta wyniosła aż 74 669 417. Inicjatyw o podobnym charakterze jest w Internecie bez liku. Można chociażby wymienić międzynarodową organizację Habitat for Humanity niosącą pomoc w budowaniu domów dla ubogich rodzin w kilkuset krajach na świecie (klikając w specjalne banery, przyczyniamy się do budowy konkretnych domów dla



konkretnych rodzin i wspólnot), a także specjalne programy, jak program ONZ do walki z głodem na świecie *World Food Programme*. W ramach tej inicjatywy utworzono grę *Free Rice*, która polega na uczeniu się angielskich słów, a za poprawnie wykonane zadania internauta zdobywa wirtualne ziarenka ryżu, które oznaczają realny posiłek dla osób z najbiedniejszych regionów świata. W sieci funkcjonuje dziś wiele innych charytatywnych gier i quizów *online*, jak *Treewala* (za poprawne odpowiedzi otrzymujemy wirtualne liście, za nie zaś sadzimy prawdziwe drzewa), *Foldit* (gra naukowa wspierająca walkę z AIDS i innymi chorobami) czy *Free Poverty* (gra bazująca na znajomości geografii świata, dzięki której internauci zbierają pitną wodę dla regionów dotkniętych suszą).

Na marginesie rozważań o współczesnym humanitaryzmie warto podkreślić, że złożone formy interakcji społecznych, jakie zachodzą w trakcie działań pomocowych, powodują swobodnie przenikanie rozmaitych lokalnych treści do globalnego obiegu. Violetta Krawczyk-Wasilewska podaje przykład globalnego podania funkcjonującego po tragicznym trzęsieniu ziemi na Haiti w styczniu 2010 roku, które przyniosło śmierć ponad stu tysiącom Haitańczyków i pozostawiło bez dachu nad głową ponad milion osób mieszkających w tym kraju. Dzięki nowoczesnym środkom informacji świat natychmiast dowiedział się o tej tragedii, a z pomocą pośpieszyły światowe organizacje humanitarne. Jak pisze Krawczyk-Wasilewska: „Trzęsienie ziemi na Haiti spotkało się nie tylko z postawami solidarnościowymi wobec ofiar kataklizmu, ale wywołało również stare demony z odległej przeszłości. W dzień po pierwszym i głównym wstrząsie ziemi haitańskiej jedna z amerykańskich stacji telewizyjnych, CBN wyemitowała, *talk-show* kontrowersyjnego i konserwatywnego gospodarza programu 700 Club Pat Robertsona, zwanego «telewangelistą». W programie tym Pat Robertson przywołał stare podanie przypisujące Haitańczykom wszelkie dziejowe nieszczęścia jako karę za zawarcie paktu z diabłem przez przywódców antyfrancuskiej rewolucji z roku 1791. Robertson podkreślił, że mimo zwycięstwa Haitańczyków nad kolonizatorami, od tamtej pory nieustające przekleństwo ciąży nad tym biednym krajem. Oczywiście przekaz Robertsona został natychmiast sfilmowany i zacytowany przez amerykańską telewizję informacyjną CNN, a także reprodukowany przez wiele innych agencji prasowych w ich wydaniach internetowych” (Krawczyk-Wasilewska, 2011: 43–44). Sposoby przetwarzania takich narracji i ich digitalne formy sprawiają, że współczesność jawi się jako „złoty wiek dla folkloru”. Nie ma więc nic dziwnego w tym, że coraz częściej sięgamy do klasycznych opracowań Jana Stanisława Bystronia, Czesława Hernasa czy Józefa Burszty, by zrozumieć zmiany w otaczającej nas kulturze. Podobnie jak e-humanitaryzm i związane z nim mechanizmy społecznego zaangażowania uzmysławiają nam, że współczesny folklor jest zjawiskiem żywym, stale przekraczającym granice świata „realnego” i „wirtualnego”.

Immanentną cechą e-folkloru i e-humanitaryzmu pozostaje „logika kliknięcia”. Zawiera się w niej cała kreatywność przekazu, poetyckość treści i siła komunikacji. E-humanitaryzm, uwzględniający interaktywny charakter mediów, wzbogaca mechanizmy i formy uznawane za przejawy e-folkloru. Nowoczesne strategie marketingowe na czele z reklamą internetową wykorzystały formuły charakterystyczne dotąd dla zjawiska folkloru. Podobnie czynią to akcje e-humanitarne. O ich powodzeniu decyduje często szybkość rozprzestrzeniania się informacji (chodzi zarówno o komunikaty dotyczące światowych tragedii i kryzysów, jak też form zaradczych). Spontaniczny i nieformalny ich obieg (przekazywanie treści drogą e-mailową, publikowanie

informacji na portalach społecznościowych i komercyjnych jak *Allegro* czy *Tablica*) czynią z e-humanitaryzmu pasjonujący obiekt badań antropologicznych i folklorystycznych. Warto uświadomić sobie, że e-humanitaryzm jest również jednym z przejawów powszechnej globalizacji, efemerycznym układem więzi ponad granicami lokalnych wspólnot.

Arjun Appadurai pisał przed laty o „eksperymentalnym zaangażowaniu się w nowoczesność” (Appadurai, 2005: 20). Dziś raczej nie należy mówić już o „eksperymentowaniu”, tylko o masowym i transnarodowym przemieszczaniu się różnych „mikronarracji”. Użytkownicy internetu wypracowali bowiem schematy ucześnieństwa i błyskawicznego reagowania, czego egzemplifikację stanowi zarówno e-humanitaryzm, jak i e-folklor. Kluczem do ich istnienia jest nie tylko zaawansowana technologia komputerowa, ale otwartość i horyzontalny charakter dzisiejszych struktur społecznych. Jak stwierdził Hakim Bey, „wszak sama istota internetu opiera się na zapośredniczeniu” (Bey, 2003: 119). To właśnie – mówiąc w największym skrócie – stanowi o swoistości e-folkloru i zapewne także e-humanitaryzmu. Refleksja o niezbywalności pewnych „form” kultury nabiera więc nowych znaczeń, szczególnie w kontekście nieustannego recyklingu idei, kategorii i pojęć.

#### BIBLIOGRAFIA

- Appadurai A., 2005, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Kraków.
- Assayas M., 2007, *Bono o Bono*, Kraków.
- Barney D., 2008, *Spółeczeństwo sieci*, Warszawa.
- Bey H., 2003, *Poetycki terroryzm*, Kraków.
- Castells M., 2003, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań.
- Ignatieff M., 1998, *The Warrior's Honor: Ethnic War and the Modern Conscience*, London.
- Jasiołek K., 2010, *Dobroczynność w sieci*, „Komputer Świat” (archiwum online: <http://www.komputerswiat.pl/nowosci/internet/2010/02/dobroczynnosc-w-sieci.aspx>).
- Krawczyk-Wasilewska V., 2011, *Haitański pakt z diabłem, albo podanie globalne*, „Literatura Ludowa”, nr 2 (55).
- Luhmann N., 1979, *Trust and Power*, New York.
- McDonald K., 2006, *Global Movements. Action and Culture*, Oxford.
- Sulima R., 2005, *Folklorystyka jako antropologia słowa mówionego*, [w:] Czermińska M. (red.), *Polonistyka w przebudowie*, t. 1, Kraków.
- Szkot A., 2010, *Tak organizacje charytatywne walczą o datki*, „Dziennik” (archiwum online: <http://wiadomosci.dziennik.pl/wydarzenia/artykuly/107418,tak-organizacje-charytatywne-walczą-o-datki.html>).
- Wellman B., Hogan B., 2005, *Internet w życiu codziennym*, „Kultura Popularna”, nr 2 (12).

#### ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- <http://www.forum.gazeta.pl> (15.07.2011).
- <http://www.eioba.pl/a/24u2/pasywne-pomaganie-przełączaj-internet-wysyłaj-maile-i-pomagaj> (02.09.2011).

[http://forum.gazeta.pl/forum/w,29,125764857,125793879,Re,humanitaryzm\\_.html](http://forum.gazeta.pl/forum/w,29,125764857,125793879,Re,humanitaryzm_.html) (23.08.2011).

<http://www.forum.tweaks.pl/www/Blogpomagajinfo-t6o28.html> (25.08.2011).

<http://www.motonews.pl/forum/?op=fvt t=34751 c=65 f=35>(25.08.2011).

[http://www.pomagamy.pl/niusy/niger\\_obrazy\\_glodujacych\\_onz.htm](http://www.pomagamy.pl/niusy/niger_obrazy_glodujacych_onz.htm) (02.09.2011).