

#JestemLGBT: Sieci Społeczne i Wychodzenie z Szafy

Jan Gromadzki, Przemysław Siemaszko

Szybki wzrost liczby osób otwarcie identyfikujących się jako LGBTQ jest jednym z najbardziej spektakularnych przykładów zmian kulturowych w ostatnich dekadach. W USA odsetek respondentów, którzy znają kogoś, kto jest gejem lub lesbijką, wzrósł z mniej niż 25% na początku lat 80. do prawie 90% w 2013 roku. Ten gwałtowny wzrost decyzji o ujawnieniu tożsamości LGBTQ pozostaje w dużej mierze niewyjaśniony. W tym artykule wykorzystujemy unikalne dane, aby zbadać, czy wyjście z szafy części osób LGBTQ ma wpływ na decyzje innych osób, ich znajomych LGBTQ o ujawnieniu własnej tożsamości. Pokazujemy, że obserwowanie ujawniania się znajomych znacząco zwiększa prawdopodobieństwo ujawnienia tożsamości LGBTQ, co oznacza, że w przypadku wychodzenia z szafy mamy do czynienia z efektem kuli śnieżnej.

Decyzja o ujawnieniu tożsamości jest również, o czym często zapominamy, istotną decyzją ekonomiczną. Jaki jest wpływ sieci społecznych na indywidualne decyzje o ujawnieniu stygmatyzowanej tożsamości? Efekty sieciowe mają znaczenie w tym kontekście, ponieważ wpływają na postrzegane poziomy dyskryminacji. Osoby LGBTQ dowiadują się o kosztach ujawnienia się poprzez obserwację swoich znajomych. Aktualizują swoje przekonania o negatywnych konsekwencjach ujawnienia stygmatyzowanej tożsamości, zarówno natychmiast (skoro moi znajomi się ujawnili, to musieli wiedzieć, że nie będzie tak źle), jak i obserwując konsekwencje ujawnienia dla swoich znajomych po pewnym czasie.

Proponujemy teoretyczny model, który wyjaśnia rolę efektów sieciowych dla decyzji osób LGBTQ. Opieramy się na wcześniejszych pracach argumentując, że decyzje jednostek o ujawnieniu swojej tożsamości są determinowane z jednej strony przez postrzegane koszty ujawnienia (np. dyskryminacja w zatrudnieniu, stygmatyzacja, utrata przyjaciół lub rodziny), a z drugiej przez koszty ukrywania tożsamości (np. strach przed ujawnieniem, trudności w znalezieniu partnera, niemożność bycia sobą). Model teoretyczny sugeruje trzy możliwe do przetestowania hipotezy. Po pierwsze, wyjście z szafy przez osobę LGBTQ zachęca jej znajomych do podjęcia tej samej decyzji. Po drugie, wielkość efektów sieciowych powinna być największa dla użytkowników o najwyższych indywidualnych kosztach ujawnienia się. Wreszcie, znaczenie efektów sieciowych zależy od homogeniczności sieci, ponieważ podobieństwo do znajomych pozwala ukrywającym się osobom LGBTQ zaufać, że konsekwencje ich wyjścia z szafy będą podobne.

W 2019 roku, po brutalnych atakach na marsz równości w Białymstoku, tysiące polskich użytkowników zamieściło posty z hashtagiem „#JestemLGBT” na Twitterze. Ta spontaniczna kampania pozwoliła nam zebrać unikalne dane potrzebne do empirycznego zbadania roli efektów sieciowych. Wykorzystując te unikalne dane, jesteśmy w stanie określić dokładny czas kosztownej akcji ujawnienia tożsamości setek użytkowników LGBTQ. Co więcej, wykorzystujemy dane o wzorcach aktywności użytkowników przed kampanią, aby poznać ich sieci kontaktów i wygenerować dodatkowe zmienne. Łącząc informacje o czasie publikacji poszczególnych coming outów z sieciami użytkowników LGBTQ sprzed kampanii, jesteśmy w stanie skonstruować miarę ekspozycji na wychodzenie z szafy znajomych, która zmienia się z godziny na godzinę.

Obserwowanie wychodzenia z szafy przez znajomych miało silny dodatni wpływ na decyzje osób o ujawnieniu swojej tożsamości LGBTQ. Nasze wyniki nie wynikają z mechanizmu przekazywania informacji o akcji, ponieważ efekty były najsilniejsze po tym jak największe media krajowe informowały o akcji, a nie na początku kampanii. Wielkość efektów sieciowych jest dodatnio skorelowana z pozytywnym odbiorem postów coming outowych i ujemnie skorelowana z intensywnością homo- lub transfobicznych reakcji na ujawnienie tożsamości LGBTQ przez znajomych. Po drugie, okazuje się, że efekty sieciowe były silniejsze dla znajomych tej samej płci niż dla znajomych innej płci, co może wynikać z tego, że obserwowanie znajomych tej samej płci dokonujących coming outu dostarcza precyzyjniejszych informacji o poziomie dyskryminacji, z jaką spotka się dana osoba, kiedy wyjdzie z szafy. Wreszcie, okazuje się, że szacowane wyniki dotyczą wyłącznie wzajemnych relacji, a nie relacji typu fan-idol, co ponownie wskazuje na znaczenie bliskości osób w sieci.

Pełna wersja artykułu

Gromadzki J., Siemaszko P. (2022), #IamLGBT: Social Networks and Coming Out, IBS Working Paper 06/2022
https://ibs.org.pl/app/uploads/2022/10/GromadzkiSiemaszko_WP_06_2022.pdf