

0/ INTERNET. POWAŻNA SPRAWA.

*Dziękuję Karolinie Sikorskiej za pomysł, pomoc
i niezbędną dawkę przemocy.*

**NIECNE MEMY
DWANAŚCIE WYKŁADÓW
O KULTURZE INTERNETU**

MAGDALENA KAMIŃSKA

MAGDALENA KAMIŃSKA
NIECNE MEMY. DWANAŚCIE WYKŁADÓW O KULTURZE INTERNETU

recenzje: prof. dr hab. Wiesław Godzic, prof. dr hab. Andrzej Gwóźdź
ilustracje i projekt okładki: Agnieszka Grodzińska
redakcja: Karolina Sikorska
projekt książki: Marcin Matuszak

Wydawca: Galeria Miejska Arsenal
Stary Rynek 6, 61-772 Poznań
tel. 061 8529502/01
www.arsenal.art.pl
arsenal@arsenal.art.pl
Dyrektor: Wojciech Makowiecki

Druk: Zakład Poligraficzny Moś & Łuczak

Poznań 2011

© 2011 Magdalena Kamińska, Galeria Miejska Arsenal

ISBN 978-83-61886-21-1

Patronat/matronat medialny:

KULTURA
POPULARNA



artinfo.pl



Spis treści

- 000 **Wstęp**
Rozdział 1
Konflikt, przemoc, prowokacja w cyberkulturze
- 000 Rozdział II
Stfu n00b! Język w sieci
- 000 Rozdział III
Uwaga, zaraźliwe memy! Perypetie znaku w internecie
- 000 Rozdział IV
**Cyberbohaterowie, cybergwiazdy, cybercelebryci.
Od pani Barbary do Pedomisia**
- 000 Rozdział V
Magiel elektryczna. E-tabloidy i fenomen cyberplotki
- 000 Rozdział VI
**Internet jako medium autoprezentacji i kreowania
tożsamości**
- 000 Rozdział VII
Sieć wam w płęć! Zjawisko transwestytyzmu sieciowego
- 000 Rozdział VIII
**Ta grzeszna miłość jest dziką siłą. Internetowa fanfikcja
w kulturze polskich nastolatek**
- 000 Rozdział IX
**Interfaith. Wojny wyznaniowe w internecie, cyberkościoty,
parodie religii**
- 000 Rozdział X
**Groupmind power: grupowa inteligencja, kolektywna dusza,
zbiorowe ciało?**
- 000 Rozdział XI
Portal aukcyjny jako system wymiany
- 000 Rozdział XII
Wspólnota wirtualna: od denizena do netizena
- 000 **Zakończenie**
- 000 **Bibliografia**



Rozdział 9

Interfaith. Wojny wyznaniowe w internecie, cyberkościóły, parodie religii

Podobnie jak inne religie, kult Niewidzialnej Różowej Jednorożczyni opiera się zarówno na wierze, jak i na wiedzy. Wierzymy, że Niewidzialna Różowa Jednorożczyni jest różowa, wiemy, że jest niewidzialna, ponieważ nie możemy jej zobaczyć.

Steve Eley

Hasło „religia w internecie” budzi niepokój, ponieważ w dyskursie dziennikarskim często łączy się z pojęciem „niebezpieczne nowe ruchy religijne”. Medialna panika wokół tematu „groźnych cybersekt” wezbrała po doniesieniach na temat zbiorowego samobójstwa w misjonującej za pośrednictwem CMC grupie Brama Niebios (*Heaven's Gate*). 26 marca 1997 w domu pod San Diego odkryto zwłoki 39 jej członków. Wierzyli oni, że Kosmiczni Bracia, którzy zainicjowali proces ewolucji na Ziemi, zamierzają powrócić, by zabrać na pokłady swych statków najbardziej zaawansowane duchowo jednostki ludzkie i włączyć je do swojej szczęśliwej wspólnoty. Wybrańcy muszą jednak dobrowolnie porzucić swe fizyczne ciała. Za sygnał, że czas się zabierać, lider grupy, Marshall Herff Applewhite, uznał pojawienie się komety Hale'a-Boppa; Kosmiczni Bracia mieli się przemieszczać ukryci w jej ogonie. Brama Niebios – abstrahując od jej dość oryginalnego końca – uprawiała kolejny, banalny „kult latających spodków”, których w XX wieku pojawiło się tak wiele, że uznać je wręcz można za znak czasów¹ (obecnie do najbardziej znanych należą raelianie i scjentologowie²). Mają one charakter hybrydyczny: łączą (pseudo)naukowe, magiczne, religijne, tradycyjne i hipernowoczesne komponenty wierzeniowe.

Dzięki popularności tego rodzaju hybryd socjologowie mogą – pozornie paradoksalnie – konstatować zarazem narastającą laicyzację i wzrost poziomu religijności we współczesnym świecie. Wiara, podobnie jak przed wiekami, również i dziś ma za zadanie bronić swych wyznawców przed zagrożeniami, niepewnością i ryzykiem. W XX wieku radykalnej przemianie uległy jednak media transmitujące „dobre nowiny”, wymagania odbiorców wobec dystrybutorów tychże, a także charakter wspomnianych zagrożeń: nie chodzi już o niebezpieczeństwa naturalne, lecz przede wszystkim o cywilizacyjne i społeczne³. W ten sposób otwarte zostało pole działania dla licznych innowacyjnych organizacji religijnych. Często wyrażana bywa opinia, że na niebezpieczny urok owych kojących nowe lęki za wysoką cenę „sekt” szczególnie podatne być muszą jednostki społecznie zmarginalizowane i wyobcowane⁴. Analogiczne założenia czyniono wobec *geeków* – „maniaków komputerowych”, którzy mają rekrutować się spośród osób społecznie niewydolnych *in real life* i dręczonych zaburzeniami emocjonalnymi, wybierających zatem „życie w Sieci” jako formę ucieczki w świat fantazji⁵.

Wskazywano też, że cyberprzestrzeń stanowi idealne środowisko dla agresywnie nastawionych fanatyków, ułatwiając im odnajdowanie jednostek podobnych sobie i stymulowanie się nawzajem do dewiacji, zamykając na światopoglądową odmienność i pielęgnując nietolerancję. Wreszcie CMC ma odcinać indywidualnego użytkownika od „mądrości ciała”, upodatniając go na zagrażające podstawom jego realnego bytu urojenia⁶. Założenia te jednak nie potwierdzają się w badaniach. Zarówno *geekowie*, jak wyznawcy tak zwanych nowych ruchów religijnych są najczęściej wykształconymi młodymi dorosłymi pochodzącymi z wyższych lub średnich klas, a ich funkcjonowanie społeczne zazwyczaj nie jest zaburzone⁷. Osoby labilne emocjonalnie nie są zresztą atrakcyjnym łupem dla demonicznych guru, ponieważ podobnie jak łatwo entuzjazmują się nowymi ideami, tak i szybko tracą zainteresowanie nimi. Absorpcja jednostek niezamożnych i niewykształconych nie zapewnia ruchowi kultowemu ani zwiększenia dochodów, ani dobrej sławy. Wszelkiej maści ideologiczni werbownicy spragnieni szybkiego sukcesu wolą zatem „polować” na elitę, która ze swej strony jest szczególnie zainteresowana innowacjami,

zarówno technologicznymi, jak i ideowymi. Jak łatwo odgadnąć, odkrycie paraleli między postacią *geeka* i „ofiary sekty” nasiliło, nie zaś ukoilo popularne lęki przed religią w internecie. Douglas E. Cowan zwraca uwagę, że najskuteczniejszym medium szerzenia tych lęków jest sam internet. Prowadzone w jego ramach „antykultowe” kampanie bazują na starym chwycie retorycznym rodem z *Protokołów mędrców Syjonu*: heterodoksyjne wierzenia prezentowane są jako składające się z warstwy egzoterycznej, jawnej i niegroźnej, oraz ezoterycznej, trzymanej w sekrecie przed „niewtajemniczonymi”, a w istocie krwiożerczej⁸.

Istotnie: ICT, pozwalając na powielanie informacji w błyskawicznym tempie i w zasadzie za darmo, otwierają przed samozwańczymi prorokami pozbawionymi finansowych środków propagandowe szanse, których w innych warunkach nie mogliby otrzymać⁹. „W Sieci wszystkie religie znajdują się teoretycznie na pozycji równorzędnej”¹⁰; głos tradycyjnych przywódców religijnych, takich jak Dalaj Lama czy papież Kościoła Rzymskokatolickiego, jest tu równouprawniony z głosem nikomu nieznanym kapłanów i proroków¹¹. Dlatego w Sieci toczą się szczególnie intensywne zmagania o dominację między różnymi ruchami wierzeniowymi a ich konkurencją i oponentami¹². Są one prowadzone specyficznymi metodami, których forma wynika z architektury internetu. „Konstrukcja cyberprzestrzeni sprzyja rozbuchanej i niekontrolowanej replikacji wszelkich informacji, jej rozprowadzaniu i powielaniu”. Z drugiej strony „internauci przejawiają wyraźną tendencję do przyklepania etykiety autorytetu każdemu, kto zamieszcza w sieci jakieś treści”¹³, co skutkuje rozmyciem tego pojęcia oraz inflacją ekspertyzmu. ICT są zatem idealnym narzędziem po pierwsze dla Weberowskich religijnych wirtuozów, po drugie dla podmiotów toczących z innymi „wojny religijne”, wszelkiej maści ruchów opozycyjnych i ideologicznych antagonizmów, wreszcie po trzecie dla ewangelizatorów i rekruterów nowych członków dla ruchów religijnych¹⁴. Pamiętać jednak trzeba, że aby wykorzystała w pełni możliwości tego narzędzia nie czyniąc z niego obosiecznej broni, trzeba umieć poradzić sobie ze specyficznymi wyzwaniem cyberprzestrzeni, na które nie wszyscy chętni są przygotowani¹⁵.

Pod koniec milenium w Sieci transmitowano szczególnie dużo treści apo-

kaliptycznych, w tym również przedstawiających sam internet jako demona, a Billa Gatesa jako Antychrysta¹⁶. W 1995 roku świat obiegł sensacyjny *news* o kolejnym groźnym kulcie: dowodzona przez Shoko Asaharę i absorbująca elity intelektualne sekta Najwyższa Prawda (*Aum Shinrikyo*), której wierzenia stanowiły kompilację buddyzmu, hinduizmu i chrześcijańskiego apokaliptyzmu ze specyficznym japońskim akcentem fobii nuklearnej, dokonała ataku gazowego na metro tokijskie.

Po zamachu na WTC Amerykanie gromadnie rzucili się do klawiatur: 23% szukało wówczas w internecie informacji o islamie, 41% wysłało lub otrzymało *via* prośbę o modlitwę, a 7% donowało charytatywnie¹⁷. Pierwsze studia dotyczące religii online powstawały w atmosferze owej millenijnej psychozy i z tego powodu posiadały zabarwienie dystopijne¹⁸. Obecnie widmo tego medium jako narzędzia demonicznych hipnotyzerów (skądinąd znane dobrze z historii kultury filmowej) wyraźnie zbladło. Coraz częściej wyrażane są optymistyczne opinie, że Sieć należy traktować jako zbawienny czynnik „antyparafialny i antyignorancki”, dzięki któremu każdy członek zdigitalizowanego społeczeństwa jest w stanie dotrzeć do większej ilości informacji, niż przysługiwałaby mu z racji pozycji społecznej oraz wykształcenia¹⁹. Wobec uprawomocniającej się wizji internetu jako ogólnodostępnej „eklezyjastycznej biblioteki” nie dziwią ustalenia badaczy, że najpopularniejsze religijne czynności wykonywane online mają charakter indywidualny²⁰. „Religijni surferzy” działają jednak na wiele różnych sposobów. Zaobserwowano na przykład, że konwertyci zachowują się w Sieci inaczej niż lojaliści, a najaktywniejsze na polu sieciowych praktyk religijnych są jednostki gorliwe w tym zakresie również *in real life*. W szczególności dotyczy to osób niedawno nawróconych oraz przedstawicieli religijnych mniejszości, szukających w Sieci współwzrostu²¹.

Użytkownicy odbierają „udomowiony” internet nie tylko jako kolejną formę publikacji, ale przede wszystkim jako „narzędzie, miejsce i stan bycia”, co wiąże się z faktem, że jego technologia staje się dla nich przejrzysta. To właśnie „ucodziennienie” CMC ma umożliwić „cichą rewolucję religijnych wrażliwości”, która dokonuje się za jej pośrednictwem²². Nie tyle to, co wirtualne

zastępuje dziś to, co realne, co raczej wirtualne jest brane za fizycznie obecne, stymulując tym samym metafizyczne myślenie. Dlatego internet może funkcjonować jako przestrzeń realizacji religijnej utopii, funkcjonując na przykład jako wirtualne niebo-cmentarz²³. Z drugiej strony polifoniczność Sieci sprawia, że w jej ramach podważone może zostać absolutnie każde twierdzenie. ICT zawsze podsuwają użytkownikowi kontrprawdę i tym samym uniemożliwiają realizację monopolu ideologicznego. Można rzec, że upowszechnienie się CMC wpływa relatywizująco, heterodoksywizująco i efemeryzująco na wszelkie idee, przez co ewidentnie „psuje interesy” religiom jako monopolistom prawdy. Z tego powodu indoktrynatorzy wszelkiej maści mają w internecie jednocześnie łatwiejsze (tania tuba) i trudniejsze (otwarcie na publiczne szyderstwa i ataki) zadanie²⁴. CMC ułatwia także praktykę religijną osobom, które z różnych powodów chcą ominąć pośredników i organizacje. Dzięki temu ewidentnie ześwieccza wierzenia, stymulując synkretyzację, re-negocjując granice między sacrum i profanum²⁵, współtworząc wytwarzanie „popularnej tradycji” i wspierając fenomen „religii *a la carte*”²⁶, a tym samym wprowadzając znaczącą korektę do teorii sekularyzacji.

Teoretycy sekularyzacji na ogół rozumieli religijność dość wąsko, biorąc pod uwagę przede wszystkim jej organizacyjny aspekt. Jego wpływ istotnie wydaje się zmniejszać wraz ze wzrostem industrializacji. Trudno jednak orzec, czy gdziekolwiek rzeczywiście zrealizował się społecznie typ idealny religijności, w którym kongregacja propagowałaby konsekwentnie spójny obraz świata, znajdujący wierne odzwierciedlenie w światopoglądzie jednostki. Kultury oferują wiele alternatywnych opcji wyrażania wiary w sacrum i perspektyw transcendencji biologii oprócz klasycznej, wyraźnie zakreślonej, hierarchicznie uporządkowanej i łatwej do zbadania kongregacji²⁷. Taki model sekularyzacji, w którym im bardziej zindustrializowane, stechnologizowane, empirycystyczne i unaukowane społeczeństwo, tym mniej religijne, przy czym proces ten postępuje nieuchronnie, pogłębiając laicyzację w postępie geometrycznym z pokolenia na pokolenie, zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i społecznym, nie realizuje się dziś przede wszystkim dlatego, że nowe formy praktyki mediów promują wiele polimorficznych sposobów wy-

rażania niereligijnych form duchowości²⁸. Piotr Siuda pisze w tym kontekście o „prywatyzacji religii”, w ramach której „sakralizacji ulega doświadczenie”, a sacrum traci charakter zewnętrzny²⁹. W późnej nowoczesności religia wydaje się aktualizować raczej jako źródło zasobów kulturowych niż instytucja społeczna³⁰, choć niektórzy badacze dowodzą pojawienia się w tym kontekście nowych ról społecznych: cybermistyka³¹ oraz przedsiębiorcy duchowego (*spiritual entrepreneur*)³².

Internet porównuje się zarówno do zwierciadła, jak i do cienia świata offline. W cyberprzestrzeni funkcjonuje bardzo niewiele zjawisk, które nie mają swego pierwowzoru lub odbicia *in real life*. Podobnie niewiele wymenić można zjawisk offline, które nie posiadają ekwiwalentu w przestrzeni wirtualnej³³. Jednak wyniki badań praktyk CMC coraz częściej sugerują, że uczestnicy kultury współczesnej używają ICT w sposób zakorzeniony w ich codziennym *real life*, nie traktując ich jako substytutu tradycyjnych form zachowań, lecz jako platformę zachowań wobec nich komplementarnych. Tak właśnie dzieje się w przypadku „zonajnyzowanych” praktyk religijnych³⁴. Dlatego niektórzy badacze, jak na przykład Siuda, zakładając, że „to, co robimy w Sieci, w znacznej mierze wynika z tego, kim jesteśmy w świecie offline”³⁵ dochodzą do wniosku, że „internet jako technologia nie zmienia religii sensu stricto”, nie wprowadza bowiem do niej nowych elementów, lecz jedynie wzmacnia istniejące w „realu” granice i zmiany³⁶. Trzeba jednak pamiętać, że literalnie innowacyjne wierzenia w ogóle nie istnieją, gdyż każde spośród nich musi w pewnym wymiarze opierać się na tradycji – wynalezionej, odziedziczonej, zapożyczonej lub skradzionej. Teoretyczno-metodologiczny spór toczący się w naukach społecznych o zakres pojęciowy określeń „religia” i „magia” skupiał się jak dotąd głównie na porównawczej analizie naukowych, magicznych i religijnych praktyk i modeli świata. Byłby jednak bardziej owocny poznawczo, gdyby skoncentrować go właśnie wokół zróżnicowań stylów pracy z tradycją: preferowanych metod selekcji i kreowania pamięci, sposobów implementacji kulturowych wspomnień, wreszcie konstruowania określonych systemów dystrybucji wiedzy. Systemy te zostały ostatnio uzupełnione o nowe medium komunikacji, a według niektórych badaczy nawet o nowy rodzaj wiedzy: e-wiedzę.

Wiedzę można zdefiniować jako „zinterpretowaną treść, możliwą do pozyskania przez członka danej wspólnoty i zrozumiałą w określonym kontekście”³⁷. Jako e-wiedzę traktuje się zarówno digitalne reprezentacje tej treści, jak i tego kontekstu. Poszczególne elementy wiedzy mogą być kodyfikowane, kombinowane, ponownie uświadamiane i wymieniane. Społeczne funkcjonowanie wiedzy nie ogranicza się jedynie do jej aspektu przedmiotowego. Stanowi ona także określoną sieć przepływów, co ma między innymi tę konsekwencję, że określona treść może w jej ramach zmieniać znaczenie w zależności od kontekstu. Model przekazywania wiedzy uległ radykalnej zmianie wskutek pojawienia się sieciowych ICT, dzięki którym jego forma ewoluuje obecnie od modelu łańcucha do modelu sieci, rewolucjonizując całościowy wymiar ludzkiego doświadczenia poznawczego. Zmieniają się miejsce i czas użytkowania wiedzy, interfejsy, intensywność zaangażowania, wzrasta preferencja dla „wiedzy momentalnej” oraz jej agentów jak i zdolność do działania wielozadaniowego³⁸.

W ramach ogólnie pojętej wiedzy można rozróżnić następujące jej formy, które zarazem wyznaczają etapy jej formowania: dana (zbiór niezorganizowanych faktów i/lub symboli), informacja (zbiór danych zorganizowany w taki sposób, że zyskują one znaczenie), wiedza właściwa (informacja przedstawiona w kontekście, który umożliwia jej aplikację), wreszcie mądrość (niełatwy do zdefiniowania najwyższy, refleksywny poziom wiedzy, powstający wskutek udanej aplikacji i/lub syntezy tejże)³⁹. Z uwagi na formę artykulacji wiedzę można podzielić na eksplicytną, czyli artykułowaną wprost, i implicytną, milczącą (tacytną), opartą na doświadczeniu, z trudem poddającą się werbalizacji, kontekstową. Milczące i werbalizowane formy wiedzy nie funkcjonują rozłącznie, lecz nieustannie konwertują w siebie: proces socjalizacji oznacza konwersję wiedzy implicytnej w implicytną, internalizacji – eksplicytną w implicytną, kombinacji – eksplicytną w eksplicytną, zaś eksternalizacji – implicytnej w eksplicytną⁴⁰. Interpretacja wiedzy jako procesu pozwala na analizę jej dynamiki, czyli tego, jak zawartość, kontekst i wspólnotowy aspekt wiedzy zmieniają się w trakcie jej formułowania, transmisji i użytkowania⁴¹. Transpozycja wiedzy w e-wiedzę jest związana z kształtowaniem się warstwy

digeratów (*digerati*) i pojęciem cyberpiśmienności. Wśród użytkowników wyodrębniają się zbiory „cyfrowych tubylców” (*digital natives*) i „cyfrowych imigrantów” (*digital immigrants*), którzy gorzej sobie radzą z wyzwaniem ICT, na przykład preferują tekst, nie zaś grafikę, realizację jednego celu zamiast wielu naraz itp.⁴². Pojawianie się innowacyjnych sposobów przekazywania i przechowywania wiedzy indukują nowe zachowania społeczne i praktyki zrzeszania się (na przykład *swarming*, który omówię w następnym rozdziale).

Zdaniem Davida Hakkena do kategoryzacji dana-informacja-wiedza należałoby dziś dodać kod. Wokół niego właśnie toczy się bowiem jedna z najważniejszych współczesnych wojen kulturowych: ruchy *open source* i wolnego oprogramowania walczą o powszechny dostęp do kodu. Oznacza to jego zdaniem konflikt dwóch form kumulacji wiedzy: modelu katedry i modelu bazaru, w ramach którego wiele jednostek współpracuje ze sobą bez hierarchicznych uporządkowań i nadzoru⁴³. Jednak główny problem z internetem jako medium wiedzy polega na tym, że w jego ramach nadzwyczaj łatwo nią manipulować. Niektóre badania wykazują, że użytkownicy bez zastrzeżeń ufają wiadomościom znalezionym w Sieci, poniekąd na zasadzie rozszerzenia zakorzenionego kulturowo zaufania do słowa pisanego⁴⁴. Wypracowane *in real life* narzędzia ograniczania wolności publikacji nie są jednak w stanie funkcjonować w cyberprzestrzeni w sposób wydolny. W morzu e-wiedzy krążą się więc i mnożą lawice przekłamań, plotek, „mitinformacji” (*mythinformation*)⁴⁵, pseudohistorii i pseudowiedzy⁴⁶. Jednak świadomość różnic pomiędzy postaciami wiedzy – np. faktu, że wiedza musi być oparta na informacji, lecz sama informacja nie jest jeszcze wiedzą – dzięki upowszechnianiu się ICT rośnie. Z tego powodu społeczeństwo współczesne coraz rzadziej określa się mianem informacyjnego, a coraz częściej właśnie jako społeczeństwo wiedzy. Jak twierdzi Hakken, jego nowy reżim kształtuje się przede wszystkim w konsekwencji używania zautomatyzowanej technologii informacyjnej (*automated information technology*, AIT) bazującej na maszynach programowalnych łączących dane i informacje. Zmiana systemu dystrybucji wiedzy łączy się ze zmianą systemu produkcji, a tym samym ustroju: kapitalizm staje się postkapitalizmem⁴⁷. W perspektywie społecznej wiąże się to ze zmianą stylu

edukacji, organizacji pracy i w konsekwencji ze specyficznym współczesnym wcieleniem ekspertyzmu, które Hakken określa jako „wniebowstąpienie *geeka*” (*Geek Ascension*). Postać maniaka komputerowego zmienia dziś waloryzację z negatywnej na pozytywną. *Geek*, będący równocześnie digeratem, staje się obiektem podziwu jako „członek nowej elity kulturalnej: kochającej popkulturę, technocentrycznej Wspólnoty Społecznie Nieprzystosowanych, składającej się z ludzi, którzy cierpieli w konwencjonalnym systemie edukacji, ponieważ byli nazbyt kreatywni”. Celują oni w budowaniu „wolnych i twórczych systemów”⁴⁸, jednak nie w sensie *creatio ex nihilo*, lecz brikolażu. Dotyczy to również systemów religijnych, które w pewnym sensie są właśnie systemami wiedzy, wytwarzającymi określone obrazy świata.

Synkretyzm religijny i ideowy brikolaż to historycznie obciążone znaczeniowo terminy, które mogą konotować „gorszą jakość” danego zespołu wierzeń. W przeszłości antropologii i religioznawstwa bywały używane do opisu zjawisk traktowanych jako wyraz kulturowego prymitywizmu lub degeneracji. W kontekście „digitalizacji wiary” synkretyzację należy jednak rozumieć przede wszystkim jako proces „udomawiania” elementów nieswoistych wierzeń. W trakcie procesu indygenizacji „tutejsi” i „przybysze” badają kwestię przynależności i renegocjują kulturowe granice⁴⁹, na przykład linie demarkacyjne między nauką, religią a magią. Ponownie, używane w naukach społecznych definicje tych pojęć nie są światopoglądowo neutralne. Z tego powodu łatwiej o ścisłą definicję zjawiska tak złożonego i polimorficznego jak kultura niż dużo bardziej przecież intersubiektywnie zrozumiałego pojęcia wierzenia. Sytuację dodatkowo utrudnia fakt, że badacz eksplorujący społeczne ścieżki wiary nieodmiennie staje w pewnym momencie wobec konieczności podjęcia gałęzi, na której siedzi: nauka również okazuje się w pewnym wymiarze jedynie wierzeniem. Jednak najpoważniejszy problem nauk społecznych z konceptualizacją religii online wywodzi się z prób aplikacji klasycznej Durkheimowskiej definicji religii, w ramach której wierzenia i praktyki znajdujące swe ucieleśnienie w wyobrażeniach kolektywnych pełnią funkcję „społecznego cementu” scalającego wspólnotę⁵⁰. O ile nie ma wątpliwości co do tego, że media są w stanie rozprzestrzeniać wierzenia zarówno w sensie idei, jak

i symbolicznych form, nie jest łatwo odpowiedzieć na pytanie, czy internet stanowi środowisko, w którym uprawiać można praktyki religijne⁵¹.

Lorne L. Dawson zauważa, że o ile tylko można w uzasadniony sposób użyć określenia „wspólnota wirtualna”, kontynuując linię Durkheimowską trzeba też założyć, że posiada ona – podobnie jak wspólnota realna – sakralny charakter, a zatem, że obecność sacrum w internecie jest nieodzowna. Coraz więcej badaczy stoi dziś zaś na stanowisku, że wspólnoty wirtualne rzeczywiście istnieją. Ich cechy definicyjne to według Dawson: 1) interaktywność, 2) stabilność członkostwa, 3) pojawienie się postaw netizeńskich (*netizenship*), 4) obecność mechanizmów kontroli społecznej, 5) osobiste zaangażowanie członków, 6) praktyka kulturowa odbywająca się w przestrzeni publicznej. Wspólnota wirtualna ostatecznie realizuje się wówczas, gdy użytkownicy wykazują poczucie odpowiedzialności za partnerów interakcji, co objawia się w tym, że czują się zobowiązani do podtrzymywania komunikacji poprzez negocjacje i ulepszanie lokalnie obowiązujących norm celem ochrony wszystkich uczestników przed różnymi formami dewiacji (oszustwa, prześladowanie, *flaming*, „porywanie” awatarów, kradzież przestrzeni czy własności, spamowanie itp.). Grupa online musi też zacząć wytwarzać procedury rozwiązywania konfliktów i wewnętrzne instytucje o charakterze penitencjarnym, tworzone i wprowadzane celem integracji środowiska. Bycie członkiem wspólnoty wirtualnej polega przede wszystkim na przyjęciu zobowiązania wzajemnej pomocy, co przekłada się na szereg zróżnicowanych praktyk, takich jak zbieranie i tworzenie FAQ, opieka nad *newbies*, wzajemne obdarowywanie się członków, np. darmowym *software'em*, itp.⁵². Użytkownik zaangażowany społecznie w CMC wspierając dowolnego partnera w jej ramach, wspiera ją samą. Dlatego mniejsze znaczenie ma to, który użytkownik daje w określonym przypadku respons, gdyż każdy z nich postrzegany jest w tym kontekście nie jako jednostka, lecz jako część wspólnoty: „Odwzajemnienie jest dostrzegane przez całą grupę i składa się z małych, jednostkowych aktów”⁵³. W tej sytuacji nawet „niewidzialni” *lurkerzy* mogą mieć poczucie przynależności do wirtualnej wspólnoty i – choćby niepełnoprawnego – w niej członkostwa⁵⁴. Wreszcie należy wziąć pod uwagę, że w środowiskach wirtualnych tożsamość wielu

użytkowników, być może nawet większości, jest tożsama z ich tożsamością we wspólnotach realnych. Z tych powodów „społeczności wirtualne można uznać za pełnoprawne społeczności ludzkie, mogące uzupełniać lub zastępować partycypację w społecznościach organicznych”⁵⁵.

Pamiętać trzeba, że we współczesnych społeczeństwach zachodnich religia, będąca przecież także stylem życia, staje się, podobnie jak i on, produktem i towarem⁵⁶. Na „duchowym rynku” panuje dziś ogromna konkurencja, do której włącza się kto żyw, chętnie zaprzęgając do swego biznesu elementy religijne, magiczne oraz naukowe i fabrykując niezliczone „twory quasi-religijne”, jak na przykład poradniki psychologii popularnej czy praktyki bioenergoterapeutyczne⁵⁷. Sprawdza się obiegowa opinia, iż dziś każdy może stworzyć własną religię, co jest szczególnie łatwe przy zastosowaniu ICT, dzięki którym można „mieszać, kopiować, wklejać” heterogeniczne elementy kultury popularnej i wysokiej, czerpane z wielkiego digitalnego archiwum, jakim jest internet („religia/rytuał patchworkowy”)⁵⁸. Siuda wyróżnia trzy rodzaje związków między religią a kulturą popularną: 1) popkultura staje się religią, 2) religia dialoguje z popkulturą, przy czym obie wykorzystują się nawzajem (np. „podbierając” sobie metody promocji, w ramach których określone marki funkcjonują jak ikony), 3) popkultura wchodzi w spór z religią⁵⁹. Również „wirtualne wspólnoty online stają się ważnym elementem duchowego rynku dóbr”⁶⁰. „Religia w internecie wzmacnia indywidualizację, prywatyzację, utowarowienie religii. Przyczyna się do niszczenia autorytetów religijnych, zlewania się sfery religijnej z popkulturą. Religijne społeczności wirtualne wzmacniają ukonstytuowanie ludzkich relacji w oparciu o zdecentralizowane sieci kontaktów”⁶¹. Współczesna jednostka jest nastawiona indywidualistycznie, konsumerystycznie, refleksyjnie i skoncentrowana na zagadnieniu własnej tożsamości. W przeszłości na nastawienie refleksyjne mogły sobie pozwolić jedynie jednostki stojące najwyżej w społecznej hierarchii. Wówczas religia rzadko była wybierana, lecz na ogół „przytrafiała się” ludziom. Dzisiaj namysł nad sensem istnienia jest czynnością dużo bardziej popularną i jest to jeden z powodów, dla których w zmediatyzowanym społeczeństwie ekspertem od wiary może zostać każdy. Dystrybucja generowanych w ten sposób treści poprzez

decentralistyczne i interaktywne nowe media powoduje zwrotnie wzrost ekspertyzmu i jego inflację, a hierarchiczne, wertykalne struktury tracą w nich wydolność. Dlatego zadanie zdefiniowania i rozdzielania obszarów sacrum i profanum staje się coraz trudniejsze⁶².

Paradoks sekularyzacji społeczeństw zachodnich polega na tym, że coraz więcej osób deklaruje się jako wierzące, ale równocześnie coraz więcej dystansuje się od tradycyjnych instytucji religijnych⁶³. Wciąż większość wierzy w Boga/bogów, lecz rosnące rzesze wolą swoje sprawy z Nim(i) załatwiać bez pośredników. Nie oznacza to, że religia zanika, lecz że zaczyna być masowo praktykowana jako autonomiczna i indywidualistyczna, a jej uwspółcześnione praktyki przybierają formę bliską pastiszu („religijność kafeteryjna”). Do tego dochodzi zjawisko utowarowienia kultury⁶⁴, szczególnie wyraźnie zauważalne w USA, gdzie rozmaite religie nie od dziś rywalizują ze sobą o wpływy, nierzadko dość bezpardonowymi metodami⁶⁵. W tym kulturowym kontekście nie dziwi stwierdzenie Shirley R. Steinberg, że „wiara w Jezusa jest milionowym interesem”⁶⁶. Jako przykład owego *Christotainment* podać można na przykład zjawisko *Christofashion*: setki sklepów online sprzedają dziś różnego rodzaju „Jezusowe gadzety”, na przykład „chrześcijańskie stroje” („Ogłoś wszystkim swą wiarę chrześcijańską przez noszenie chrześcijańskich ubrań! Nosząc chrześcijańskie t-shirty (...) od firmy X – *Produkty Chrześcijańskie* obwieścisz całemu światu twoją wiarę w Jezusa Chrystusa, naszego Zbawiciela!”)⁶⁷. Symbole religijne są „ikonami kulturowymi”, które w marketingu stanowią kapitał, a będąc równocześnie własnością publiczną mogą być dowolnie wykorzystywane bez oglądania się na prawa autorskie⁶⁸.

Einstein wydobywa podobieństwa i współzależność marketingu i religii jako form kulturowych. Obie polegają na „opowiadaniu historii i nadawaniu znaczenia”, czyli dystrybuowaniu określonej wiedzy i skłanianiu ludzi, by „wierzyli w to, co nie do uwierzenia”. Religia czyni to poprzez dystrybucję mitów, rytuałów i praktyk, opierając się na zbiorowej akceptacji systemu wierzeniowego i wspólnocie wiary. Marketing działa poprzez reklamę i *shopping*, dążąc do powszechnej akceptacji wierzeń co do właściwości produktu i budowania wspólnoty marki. Na podstawie analiz tych paraleli Einstein wyrokuje,

iż religia stała się dziś produktem, zaś produkty – religiami⁶⁹. Porównanie to można przeprowadzić choćby na przykładzie opracowanego przez religioznawców schematu religijnej konwersji: 1) kontakt, 2) poszukiwanie, 3) formalne przyjęcie członkostwa, 4) konwersja – zyskanie tożsamości, 5) konfessja – apostołat. W trakcie tego procesu neofita stopniowo nabywa nowy obraz świata, wzmacniany przez partycypację we wspólnocie. Marketing próbuje w analogiczny sposób wiązać klienta z marką⁷⁰. Branding w reklamie przenosi się zatem na grunt biznesu religijnego.

Odzwierciedlenie tego miszmaszu krzyżujących się nowych prądów i nieustannie rearanżowanych fragmentów tradycji w internecie określić można mianem „cyberduchowości”. Większość tych popularnych wierzeń magicznych i religijnych można określić mianem animistycznych, ponieważ zakładają one istnienie ducha przenikającego/działającego poprzez materię. To wierzenie pozwala niektórym cyberteologom-amatorom na zinterpretowanie również samego internetu jako boga, ducha, jego hipostazę, narzędzie czy też emanację. W animistycznym ujęciu sacrum może potencjalnie zrealizować się wszędzie i poprzez wszystko, zaś człowiek może uświęcić wszystko to, co uświęcić zapragnie. Ta animistyczno-organicystyczna wizja internetu, a także świata, jest wobec zachodniego modelu monoteizmu ewidentnie nieortodoksyjnej proveniencji⁷¹. Dlatego Christopher Helland podzielił przejawy religijności w internecie z perspektywy instytucjonalnej, kategoryzując je na religie oficjalne oraz popularne, wymykające się spod kontroli organizacji⁷². Inni badacze, np. Siuda czy Glenn Young⁷³ wolą kategoryzować je pod kątem typologii praktyk: „Sieciowa religia [*online religion*] to te miejsca, które oferują użytkownikom interakcje oraz partycypację, a więc społeczności wirtualne, ale również inne zakątki e-sieci, o których internauta stwierdzić może, że pozwalają na praktykowanie danej religii (...). Religia w sieci [*religion online*] to [zaś] bardziej formalne i instytucjonalizowane oblicze religii, czyli wszelkie serwisy, które informują, ale nie dają możliwości partycypacji”⁷⁴. Podział ten jest zdaniem Dawson i Douglasa E. Cowana użyteczny, ale nie uniwersalny, ponieważ wiele sajtów oferuje użytkownikom obie możliwości, stwarzając sytuacje niejednoznaczne (np. adoracja online)⁷⁵. Marilyn

C. Krogh i Brooke Ashlet Pillifant urozmaiciły te kategoryzacje, wyróżniając pięć rodzajów sajtów religijnych: 1) strony *public relations*, 2) cybercentra (*cyberhubs*), 3) strony dla poszukiwaczy (*seeker sites*), 4) strony kandydackie (*joiner sites*), 5) wspólnoty wirtualne. Te pierwsze dostarczają podstawowych informacji o grupie, lecz nie zapraszają do wejścia w relację z nią, a dostępny poprzez nie materiał ma charakter statyczny. Drugie służą członkom grup istniejących *in real life*, dostarczając im dewocyjnych materiałów. Trzecie instruuja poszczególnych zainteresowanych, prowadząc coś na kształt „kursów korespondencyjnych”. Czwarte zaś wyjaśniają, jakie są wymagania związane z członkostwem lub duchowym treningiem i ułatwiają zainteresowanemu przyłączenie się do najbliższej grupy offline⁷⁶.

Cytowane kategoryzacje nie pozwalają jednak na ujęcie w ich ramach wszystkich cyberreligijnych fenomenów. Posługując się ustaleniami cytowanych badaczy proponuję następujący podział form e-religii:

- 1) e-religie mainstreamowe, związane z praktyką typu „religia w sieci”. Ukształtowane są w sposób pozwalający użytkownikom uwierzyć, że stanowią „oficjalny organ” organizacji religijnych powszechnie akceptowanych w świecie offline, zinstytucjonalizowanych, ilościowo, ekonomicznie, teologicznie i strukturalnie rozwiniętych, dysponujących zawodową, wyspecjalizowaną warstwą pasterską,
- 2) e-religie kontrkulturowe, związane z praktyką typu „sieciowa religia”. Są genetycznie powiązane z odrodzeniem okultystycznym XIX wieku lub/i XX wieku (tzw. New Age). Nie posiadają jasno wyodrębnionej i zinstytucjonalizowanej warstwy kapłańskiej, choć nierzadko próbują imitować jej obecność, pasterze są jednak w ich wypadku samozwańcy lub też każdy wyznawca jest swoim własnym kapłanem. Ten rodzaj praktyki e-religijnej odpowiada promowaniu postawy indywidualizmu w duchowej sferze życia i dlatego jej popularność może być błędnie interpretowana jako wyraz sekularyzacji społeczeństw zachodnich,
- 3) parodie religii i antyreligie. Tych fenomenów cytowani badacze nie uwzględniają. Są to praktyki komentujące samo zjawisko religii, przede

wszystkim poprzez formułowanie deklaracji lub pseudodeklaracji pseudowiary albo antywiary. Koncepcje kształtujące dystrybuowane w ich ramach obrazy świata są proweniencji filozoficznej lub popfilozoficznej. Spektrum tych fenomenów rozwija się od kolejnych form satanizmu aż do memetycznych parodii wierzeń religijnych takich jak dyskordianizm⁷⁷, Religia Niewidzialnej Różowej Jednoróżczyni⁷⁸ czy Kościół Latającego Potwora Spaghetti⁷⁹. Powiązane zjawiska antyreligii i satyry religijnej w postaci takiej cyberspołecznej praktyki, która jest w tej chwili popularna w internecie, a którą określić można jako trollowanie wierzących, wydają się nie mieć historycznego precedensu. Zarówno antyczne *graffito blasfemo*, jak polemiki kontrreformacyjne niewątpliwie sztydziły z form wiary, jej zasad i wyznawców, lecz czyniły to w innych celach i realizowały je odmiennymi środkami. Usiływały przede wszystkim stymulować ewaluację światopoglądów, wskazywać metody sanacji organizacji i wykorzeniać pewne praktyki religijne, nie zaś tworzyć formuły zbiorowego zabawiania się fenomenem wiary. Fenomen internetowej pseudo- i antyreligii nie pasuje do klasycznego wyobrażenia o wierzeniach, które wykrystalizowało się w naukach społecznych. Dlatego właśnie proponuję uznać je za najistotniejszy jakościowo aspekt innowacji praktyk i postaw religijnych animowany przez CMC. Trudno byłoby udowodnić, iż religijny humor i humorystyczna religia są zjawiskami, które po raz pierwszy w historii ludzkości objawiły swe istnienie właśnie w internecie, jednak to dzięki ICT po raz pierwszy przybierają one kształt ruchu społecznego. „Leweleryzująca” idee cyberprzestrzeni czyni je zjawiskami tak samo publicznymi, jak poważne praktyki religijne, poprzez które aktualizowana jest relegacja śmiechu z obszaru sacrum⁸⁰. Zauważalny element humorystyczno-satyryczny sprawia, że wiele antykultowych ruchów w cyberprzestrzeni, opozycjonujących nie jedynie wybrane, lecz wszystkie wierzenia religijne⁸¹, nie jest uważanych za „autentyczne” formy e-religii⁸². Niewątpliwie jednak zasługują one na takie określenie, gdyż stanowią formę artykulacji określonego światopoglądu: poglądów, przekonań i wierzeń.

W poszczególnych przypadkach granice między zaproponowanymi tu kategoriami są płynne, na co przykładem może być dyskordianizm, który dokonuje nie tylko „humoryzacji sacrum”, ale także „sakralizacji humoru”. Ani jednak takie, ani też inne ujawniające się w cyberprzestrzeni formy synkretyzacji wierzeń nie mogą być uznane za aberracyjne. Religie bowiem jedynie symulują stabilność i jednorodność swej tradycji. W rzeczywistości ulegają nieustannym zmianom, pozwalając aplikować sobie heterogeniczne szczepy idei lub też służąc za „tradycyjalną” pożywkę dla nowszych form wierzeń. Przykładem może tu być choćby rola lokalnie dostępnych form chrześcijaństwa w kształtowaniu się współczesnych afroamerykańskich kultów animistycznych⁸³, neopogańskiego ruchu wicca⁸⁴ czy wspomnianego na początku tego rozdziału Aum Shinrikyo. Czasem oddziaływanie to ma charakter tak złożony, że precyzyjne wyznaczenie wektora wpływów jest niemożliwe. Ma to miejsce na przykład w przypadku wspomnianych kultów afroamerykańskich, w których mieszają się tradycje afrykańskie, chrześcijańskie oraz dziewiętnastowieczny spirytyzm, wszystkie radykalnie przetworzone i formujące zupełnie nową jakość. Każde wierzenie jest więc synkretyczne, wszelka ortodoksja zaś – symulowana. Każdy ruch religijny musi zbudować sobie tylko swoisty obraz świata, osadzony jednak mocno w zastanym kulturowym kontekście. Z jednej strony powinien się zatem intensywnie inspirować, a z drugiej – starać się czynić wrażenie konceptu innowacyjnego. W tym celu musi połączyć przynajmniej dwie tradycje. E-wierzenia potrafią bić wszelkie rekordy pod tym względem: popularna w internecie w latach 90. XX wieku solitarna (praktykowana indywidualnie) wicca synkretyczna⁸⁵ inkorporuje wszelkie koncepcyjnie dostępne tradycje magiczne i religijne, brikolerska magia chaosu idzie jeszcze dalej, włączając do swego systemu również technologię i naukę⁸⁶, dyskordia podważa zaś wszystkie wierzeniowe tradycje łącznie z własną. Nie bez powodu systemy te zyskały popularność właśnie dzięki internetowi. ICT umożliwiają użytkownikom uprawianie tego rodzaju praktyk remiksowych tak skutecznie, jak żadne wcześniejsze medium wiedzy.

Co zatem kulturoznawca może odnaleźć w religijnych przestrzeniach internetu? Liczne dowody na archaiczny i zarazem wiecznie świeży potencjał

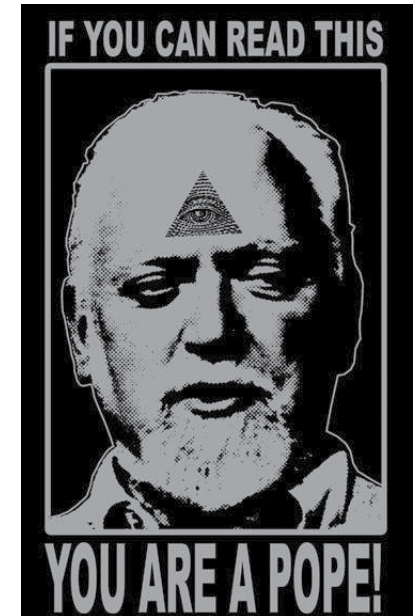
wierzeniowego synkretyzmu, ale także rzeczywiście innowacyjną – lub przynajmniej po raz pierwszy ujawnioną, bo dotychczas skutecznie rugowaną z przestrzeni publicznej przez kolejne wcielenia Ecowskiego mnicha Jorge – potęgę „śmiejącego się Jezusa”. Sieć z pewnością nie jest spełnioną utopią: tradycyjną a brutalną wojnę religijną da się w niej toczyć. Na szczęście niemożliwym jest, by ją w jej ramach wygrać⁸⁷.



9C/ TEN JEDNOROŻEC JEST RÓŻOWY. JEST TAKŻE NIEWIDZIALNY. ZASTANAWIASZ SIĘ, DLACZEGO? MY TEŻ.



9B/ LATAJĄCY POTWÓR SPAGHETTI



9D/ DYSKORDIA. JEŚLI POTRAFISZ TO PRZECZYTAĆ, TO JESTEŚ PAPIEŻEM.



9A/ ŚMIEJĄCY SIĘ JEZUS

Przypisy:

- 1 Por. Gregory L. Reece, *UFO Religion. Inside Flying Saucer Cults and Culture*, I.B.Tauris & Co Ltd, London- New York 2007, s. 150-155.
- 2 Tamże, s. 182-191.
- 3 Piotr Siuda, *Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 44.
- 4 Por. np. bp Zygmunt Pawłowicz, *Sekty w Polsce*, Stella Maris, Gdańsk 2000, s. 37-41.
- 5 „W latach 90. wśród obserwatorów tego nowego medium powszechne były następujące powiązane ze sobą obawy związane z internetem:
 - Częste korzystanie z internetu prowadzi do społecznej izolacji, a nawet samotności lub depresji, w miarę jak silne związki *face-to-face* nawiązywane z fizycznie bliskimi osobami dla realizacji zróżnicowanych celów zostają zastąpione przez słabe, zmediatyzowane relacje z fizycznie odległymi osobami, nawiązywane dla realizacji określonych celów,
 - Częste korzystanie z internetu prowadzi do mniejszego zaangażowania w *real life*, produkując samotników, <<nerdów komputerowych>>, a nawet uzależnionych od internetu lub komputera,
 - Częste korzystanie z internetu zubaża interakcje społeczne w miarę jak bogate interakcje *face-to-face* są zastępowane przez ubogie, płytkie, fałszywe i ulotne interakcje online”. Za: Jan A.G.M. van Dijk, *The Network Society. Social Aspects of New Media*, Sage, London-Thousand Oaks-New Delhi, 2006, s. 167.
- 6 Lorne L. Dawson, Jenna Hennebry, *New Religions and the Internet: Recruiting in a New Public Space*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, Taylor & Francis Books, New York-London 2004, s. 156.
- 7 Dijk, dz. cyt., s. 168.
- 8 Za: Douglas E. Cowan, *Contested Spaces: Movement, Countermovement, and E-Space Propaganda*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 256.
- 9 Dawson, Hennebry, dz. cyt., s. 160.
- 10 Siuda, dz. cyt., s. 63.
- 11 Tamże, s. 66.
- 12 Tamże, s. 154.
- 13 Tamże, s. 156.
- 14 Lorne L. Dawson, Douglas E. Cowan, *Introduction*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 7.
- 15 Dawson, Hennebry, dz. cyt., s. 163.
- 16 Robert A. Campbell, *Searching for the Apocalypse in Cyberspace*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 239.
- 17 Za: Elena Larsen, *Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 17.
- 18 Dawson, Cowan, *Introduction*, dz. cyt., s. 9.
- 19 Tamże, s. 14.
- 20 Larsen, dz. cyt., s. 17.
- 21 Tamże, s. 18.
- 22 Christopher Helland, *Popular Religion and the World Wide Web: A Match Made in (Cyber) Heaven*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 31.
- 23 Brenda E. Brasher, *Give Me that Online Religion*, Jossey-Bass Inc., San Francisco 2001, s. 54.
- 24 Dawson, Cowan, *Introduction*, dz. cyt., s. 3.
- 25 Gordon Lynch, *What is this “Religion” in the Study of Religion and Popular Culture?*, [w:] *Between Sacred and Profane. Researching Religion and Popular Culture*, ed. by Gordon Lynch, I. B. Tauris & Co, London-New York 2007, s. 54.
- 26 Helland, dz. cyt., s. 23.
- 27 Renata Furman, *Wicca i wiccanie. Od tradycji do wirtualnej wspólnoty*, Nomos, Kraków 2006, s. 26-27.
- 28 Heidi Campbell, *“This Is My Church”: Seeing the Internet and Club Culture as Spiritual Spaces*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 111.
- 29 Siuda, dz. cyt., s. 140.
- 30 Dawson, Hennebry, dz. cyt., s. 165.
- 31 Brasher, dz. cyt., s. 94.
- 32 Mara Einstein, *Brands of Faith. Marketing Religion in a Commercial Age*, Routledge, New York-London 2008, s. 19.
- 33 Dawson, Cowan, *Introduction*, dz. cyt., s. 5.
- 34 Lorne L. Dawson, *Religion and the Quest for Virtual Community*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt., s. 79.
- 35 Siuda, dz. cyt., s. 10.
- 36 Tamże, s. 22.
- 37 Donald Norris, Jon Mason, Paul Lefrere, *Transforming E-Knowledge. A Revolution in the Sharing of Knowledge*, Society for College and University Planning, Ann Arbor 2003, s. 4.
- 38 Tamże, s. 4.
- 39 Tamże, s. 5.

- 40 Tamże, s. 7.
- 41 Tamże, s. 6.
- 42 Tamże, s. 27.
- 43 David Hakken, *The Knowledge Landscapes of Cyberspace*, Routledge, New York-London 2003, s. 165.
- 44 Por. np. Katarzyna Stankiewicz, *Wpływ Internetu na percepcję wiarygodności informacji*, [w:] *Spoleczeństwo informacyjne - wizja czy rzeczywistość? Księga konferencyjna II ogólnopolskiej konferencji naukowej*, red. Lesław H. Haber, tom II, Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne, Kraków 2004, źródło internetowe: <http://winntbg.bg.agh.edu.pl/skrypty2/0096/407-415.pdf>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011.
- 45 Hakken, dz. cyt., s. 261.
- 46 Ronald H. Fritze, *Invented Knowledge. False History, Fake Science and Pseudo-Religions*, Reaktion Books, London 2009, s. 9.
- 47 Hakken, dz. cyt., s. 7.
- 48 Tamże, s. 5.
- 49 Sally McAra, *Land of Beautiful Vision: Making a Buddhist Sacred Place in New Zealand*, University of Hawai'i Press, Honolulu 2007, s. 7.
- 50 Por. Emile Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, przeł. A. Zadrożyńska, PWN, Warszawa 1990.
- 51 Por. Dawson, dz. cyt., s. 75.
- 52 Tamże, s. 85.
- 53 Siuda, dz. cyt., s. 134.
- 54 Dawson, dz. cyt., s. 83-84.
- 55 Siuda, dz. cyt., s. 136.
- 56 Tamże, s. 39.
- 57 Tamże, s. 43.
- 58 Tamże, s. 46.
- 59 Tamże, s. 51.
- 60 Tamże, 139.
- 61 Tamże, s. 21.
- 62 Tamże, s. 48.
- 63 Tamże, s. 50.
- 64 Einstein, dz. cyt., s. 6.
- 65 Tamże, s. 7.
- 66 Shirley R. Steinberg, *Joining Team Christ: On the Path to Christotainment*, [w:] *Christotainment: Selling Jesus Through Popular Culture*, ed. by Shirley R. Steinberg, Joe L. Kincheloe, Westview Press, Boulder 2009, s. XI.
- 67 Za: Christine M. Quail, *Christogimmicks and Christian Consumer Culture*, [w:] *Christotainment: Selling Jesus Through Popular Culture*, dz. cyt., s. 177.
- 68 Einstein, dz. cyt., s. 71.
- 69 Tamże, s. 78.
- 70 Tamże, s. 82.
- 71 Furman, dz. cyt., s. 14.
- 72 Helland, dz. cyt., s. 30.
- 73 Glenn Young, *Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt. s. 93.
- 74 Siuda, dz. cyt., s. 17.
- 75 Dawson, Cowan, *Introduction*, dz. cyt., s. 6.
- 76 Marilyn C. Krogh, Brooke Ashlet Pillifant, *The House of Netjer: A New Religious Community Online*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, dz. cyt. s. 208.
- 77 Dyskordianizm to kult Eris-Dyskordii, antycznej bogini niezgody, odchodzący jednak daleko od starożytnych wzorców religijności. Ten „dowcip przebrany za religię i religia udająca dowcip” powstał w latach 50. XX wieku pod wpływem buddyzmu zen. Praktykuje podważanie wierzeń religijnych poprzez satyrę, posługując się przede wszystkim metodą udawania religii, co jednak ma prowadzić do rzeczywistej iluminacji. Jako taki dyskordianizm wypracował paradoksalną, fałszywie-prawdziwą mitologię i rytuały, a także parodystyczną wspólnotową hierarchię (każdy wyznawca dyskordii jest papieżem tej religii). Dyskordianie uważają chaos za pozytywną siłę twórczą, przez co koncepcja Eris zazębia się z magią chaosu, choć obu ruchów nie należy utożsamiać. Zob. np. <http://www.czarymary.pl/eris.html>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011.
- 78 Religia Niewidzialnej Różowej Jednorożczyni to ukształtowana prawdopodobnie w 1990 roku na Usenetowej grupie dyskusyjnej alt.atheism parodia teistycznych i deistycznych założeń, wedle których istoty boskie nie podlegają wyznaczonym przez siebie prawom. Prowadzi to do niemożności dowiedzenia faktu ich materialnego istnienia. Konstatacja tej niemożności nie powinna być używana jako przesłanka wniosku o ich istnieniu, co jest jednak nagminnie praktykowane przez teologów. Teologia NRJ jest parodią tego sposobu rozumowania (np. Bogini jest określana jako jednocześnie niewidzialna, żeńska i różowa). Przedstawia się Ją pod postacią blaknącego różowego jednorożca lub też jako pustą przestrzeń. Przykładowe zasady wiary NRJ: „Ona woli ananasy i pizzę z szynką niż pepperoni i grzyby. To drugie jadają jedynie wyznawcy nikczemnej Fioletowej Ostrygi Zatrącenia”. „Dla wyznawców NRJ ważną liczbą jest 42. A oto dlaczego. Jakie jest znaczenie życia, wszechświata i w ogóle wszystkiego? Jeśli dodasz cyfry roku, w którym Ona została objawiona

(1+9+9+4), otrzymasz 23. Jeśli dodasz 4 (liczba Jej kopytek), 2 (Jej uszy), 2 (Jej oczy), 1 (Jej róg), 1 (Jej ogon) i 9, otrzymasz wynik 42”. Za: <http://www.pinkunicorn.net/>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011.

79 Latający Potwór Spaghetti to kolejne bóstwo parodii religii – pastafarianizmu (od *pasta* – włoski makaron). Kościół LPS stworzył w 2005 fizyk Bobby Henderson w ramach protestu przeciwko decyzji stanowego departamentu edukacji w Kansas, który zezwolił na nauczanie w szkołach o „inteligentnym projekcie”. Henderson napisał wówczas list otwarty, opublikowany w internecie, w którym zadeklarował wiarę w nadnaturalnego stwórcę wszechrzeczy wyglądającego jak porcja spaghetti z klopsikami. Zażądał, aby nauczaniu pastafariańskiej teorii kreacji w szkołach poświęcono tę samą ilość godzin, co ewolucji i „inteligentnemu projektowi”. Ta deklaracja stała się popularnym internetowym memem, który przekroczył swą wyjściową funkcję symbolizowania amerykańskiego sporu o kreacjonizm. Henderson rozwinął swój pomysł, wydając w 2006 roku *The Gospel of the Flying Spaghetti Monster*. Publikuje też w Sieci korespondencję, którą otrzymuje, podkreślając, że nikt z korespondentów nie traktuje poważnie jego wiary w LPS, lecz notorycznie grożą mu oni śmiercią za szyderstwa z Boga. Przykładowe zasady pastafarianizmu: LPS jest niewidzialny, stworzył świat po pijanemu i podrzucił ludziom pomysł ewolucji, by wystawić na próbę ich wiarę. Wzorcowymi pastafarianami są piraci, których „czarny PR wynika ze spisku średniowiecznych chrześcijańskich teologów oraz wyznawców Hare Kriszna”; naprawdę kochają oni pokój i rozdają dzieciom cukierki. Im jest ich na świecie mniej, tym bardziej – za karę – wzrasta globalne ocieplenie. W 2008 roku, kiedy wzmożła się aktywność piratów w Zatoce Adeńskiej, Henderson zauważył, że Somalia posiada największą ilość piratów i zarazem najniższą emisję dwutlenku węgla na świecie, co jest dowodem na istnienie LPS. Internauci tworzą liczne „rękodzieła religijne LPS”, które krążą w internecie jako humorystyczne memy. W 2005 Szwed Niklas Jansson stworzył *Stworzenie Adama* Michała Anioła na dewocjonalium LPS; kolaż ten stał się najbardziej rozpoznawalnym emblematem ruchu. Za: <http://www.venganza.org/>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011.

80 Brasher, dz. cyt., s. 36.

81 Siuda, dz. cyt., 179.

82 Tamże, s. 182.

83 Por. Ennis B. Edmonds, Michelle A. Gonzalez, *Caribbean Religious History: An Introduction*, New York University Press, New York 2010, s. 94.

84 Por. Joanne Pearson, *Wicca and The Christian Heritage. Ritual, Sex and Magic*, Routledge, Abingdon-New York 2007, s. IX.

85 Furman, dz. cyt., s. 6.

86 Por. <http://www.chaosmatrix.org/library/whatischaos.php>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011.

Bibliografia

- Albert Sylvie, Flournoy Don, LeBrasseur Rolland, 2009, *Networked Communities: Strategies for Digital Collaboration*, IGI Global, Hershey-London
- Anderson Benedict, 1997, *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, przeł. S. Amsterdamski, Wydawnictwo Znak, Warszawa-Kraków
- Arquilla John, Ronfeldt David, 2000, *Swarming and the Future of Conflict*, Rand, Santa Monica
- Bailey Cameron, 1996, *Virtual Skin: Articulating Race in Cyberspace*, [w:] *Immersed in Technology: Art and Virtual Environments*, ed. by Mary Ann Moser and Douglas MacLeod, The MIT Press, Cambridge
- Banks Michael A., 2008, *On the Way to the Web. The Secret History of the Internet and Its Founders*, Apress, Berkeley
- Bauman Zygmunt, 2009, *Konsumowanie życia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Baumgärtel Tilman, 2005, *Immaterial Material: Physicality, Corporality, and Dematerialization in Telecommunication Artworks*, [w:] *At a Distance. Precursors to Art and Activism on the Internet*, ed. by Annmarie Chandler, Norie Neumark, MIT Press, Cambridge-London
- Bell David, 2001, *An Introduction To Cybercultures*, Routledge, London-New York
- Bennett Andy, 2008, "Still Talking About My Generation!" *The Representation of Youth in Popular Music* [w:] *The Changing Portrayal of Adolescents in the Media Since 1950*, ed. by Patrick E. Jamieson, Daniel Romer, Oxford University Press, New York
- Ben Ze'ev Aron, 2005, *Miłość w Sieci. Internet i emocje*, przeł. A. Zdziemborska, Rebis, Poznań
- Besnier Niko, 2009, *Gossip and the Everyday Production of Politics*, University of Hawai'i Press, Honolulu
- Bisbort Alan, 2008, *Media Scandals*, Greenwood Press, Westport
- Blake Barry, 2010, *Secret Language. Codes, Tricks, Spies, Thieves, and Symbols*, Oxford University Press, New York
- Blank Trevor J., 2009, *Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore*

and the Internet, [w:] *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*, ed. by Trevor J. Blank, Utah State University Press, Logan

Bridges Eileen, Goldsmith Ronald E., Hofacker Charles F., 2006, *Businesses and Consumers as Online Customers*, [w:] Mehdi Khosrow-Pour, *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce*, Idea Group, Hershey-London

Bronner Simon J., 2009, *Digitizing and Virtualizing Folklore*, [w:] *Folklore and the Internet Vernacular Expression in a Digital World*, ed. by Trevor J. Blank, Utah State University Press, Logan

Brown Richard Maxwell, 2003, *Vigilantism*, [w:] *The Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*, ed. by Karen Christensen, David Levinson, Sage Publications, Thousand Oaks-London-New Delhi

Burridge Kate, 2005, *Weeds in the Garden of Words. Further Observations on the Tangled History of the English Language*, Cambridge University Press, Cambridge

Campbell Heidi, 2004, "This Is My Church": *Seeing the Internet and Club Culture as Spiritual Spaces*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, Taylor & Francis Books, Inc., New York-London

Campbell Robert A., 2004, *Searching for the Apocalypse in Cyberspace*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, Taylor & Francis Books, Inc., New York-London

Carnes Patrick, Delmonico David L., Griffin Elizabeth, 2001, *In the Shadows of the Net. Breaking Free of Compulsive Online Sexual Behavior*, Hazelden, Center City

Carter Cynthia, Weaver C. Kay, 2003, *Violence and the Media*, Open University Press, Buckingham-Philadelphia

Chesher Chris, 2001, *Ontologia domen cyfrowych*, [w:] *Widzieć, myśleć, być. Technologia mediów*, red. Andrzej Gwóźdź, Universitas, Kraków

Chesler Phyllis, 2009, *Woman's Inhumanity to Woman*, Lawrence Hill Books, Chicago

Cobley Paul, 2005, *The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics*, Routledge, London-New York

Cothrel Joseph, Williams Ruth L., 1996, *Online Communities: Helping Them Form and Grow*, „Journal of Knowledge Management”, nr 3 (1)

Coulter Natalie, 2006, *The Consumption Chronicles: Tales from Suburban Canadian Tweens in the 1980*, [w:] *Seven Going on Seventeen. Tween Studies in the Culture of Girlhood*, ed. by Claudia Mitchell, Jacqueline Reid-Walsh, Peter Lang Publishing, New York

Damer Bruce F., 2003, *Avatar Communities*, [w:] *The Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*, ed. by Karen Christensen, David Levinson, Sage Publications, Thousand Oaks-London-New Delhi

Dawkins Richard, 1996, *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Prószyński i S-ka, Warszawa

Dawson Lorne L., Henneby Jenna, 2004, *New Religions and the Internet: Recruiting in a New Public Space*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, Taylor & Francis Books, New York-London

Day Graham, 2006, *Community in Everyday Life*, Routledge, London-New York

Deibert Ronald, Palfrey John, Rohozinski Rafal, Zittrain Jonathan (red.), 2010, *Access Controlled. The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace*, The MIT Press, Cambridge-London

Desjardins Mary, 2006, *Ephemeral Culture/eBay Culture: Film Collectibles and Fan Investments*, [w:] *Everyday Ebay. Culture, Collecting, and Desire*, ed. by Ken Hillis, Michael Petit, Nathan Scott Epley, Routledge, New York-London

Kanellis Panagiotis, Kiountouzis Evangelos, Kolokotronis Nicholas, Martakos Drakoulis (red.), 2006, *Digital Crime and Forensic Science in Cyberspace*, Idea Group Publishing, London

Dohnal Wojciech, 2001, *Antropologiczne koncepcje plemienia. Studium z historii antropologii brytyjskiej*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań

Dorson Richard M., 1976, *Folklore and Fakelore: Essays Toward a Discipline of Folk Studies*, Harvard University Press, Cambridge

Driscoll Catherine, 2002, *Girls. Feminine Adolescence in Popular Culture & Cultural Theory*, Columbia University Press, New York

Duits Linda, 2008, *Multi-Girl-Culture. An Ethnography of Doing Identity*, Amsterdam University Press, Amsterdam

Dunbar Robin, 1996, *Grooming, Gossip and the Evolution of Language*, Faber and Faber, London-Boston

Durkheim Emile, 1990, *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, przeł. A. Zadrożyńska, PWN, Warszawa

Dziedzic Bogusław, 2010, *Wszyscy święci w ekranie zakłęci*, [w:] *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, red. W. Chyła, M. Kamińska, M. Kosińska, P. Kędziora, Wydawnictwo Naukowe, Poznań

Edmonds Ennis B., Michelle A. Gonzalez, 2010, *Caribbean Religious History: An Introduction*, New York University Press, New York

Elisar Shimrit, 2007, *Online Dating. How to Find Love and Friendship on the Internet*, How To Books Ltd, Oxford

Etzioni Amitai, Etzioni Oren, 1999, *Face-to-face and Computer-mediated Communities: A Comparative Analysis*, „Information Society”, nr 15 (4)

Ezzell Matthew B., 2009, *Pornography, Lad Mags, Video Games, and Boys: Reviving the Canary in the Cultural Coal Mine*, [w:] *The Sexualization of Childhood*, ed. by Sharna Olfman, Praeger Publishers, Westport

Fine Gary Alan, 2002, *Shared Fantasy: Role-Playing Games as Social Worlds*, University Of Chicago Press, Chicago

Flavián Carlos, Guinaliu Miguel, 2006, *Virtual Communities and E-Business Management*, [w:] Mehdi Khosrow-Pour, *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce*, Idea Group, Hershey-London

Flichy Patrice, 2007, *The Internet Imaginaire*, transl. by Liz Carey-Libbrecht, MIT Press, Cambridge

Forman-Brunell Miriam (red.), 2001, *Girlhood in America. An Encyclopedia*, ABC-CLIO, Santa Barbara-Denver-Oxford

Fritze Ronald H., 2009, *Invented Knowledge. False History, Fake Science and Pseudo-Religions*, Reaktion Books, London

Furman Renata, 2006, *Wicca i wiccanie. Od tradycji do wirtualnej wspólnoty*, Nomos, Kraków

Gamson Joshua, 1994, *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*, University of California Press, Berkeley-London

Geraci Robert M., 2010, *Apocalyptic AI: Visions of Heaven in Robotics, Artificial Intelligence, and Virtual Reality*, Oxford University Press, New York

Ghosh Sumit, Turrini Elliot (red.), 2010, *Cybercrimes: A Multidisciplinary Analysis*, Springer, Berlin-Heidelberg

Goffman Erving, 2000, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Wydawnictwo KR, Warszawa

Granovetter Mark S., 1978, *The Strength of Weak Ties*, „American Journal of Sociology”, Issue 6

Godzic Wiesław, 2007, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa

Grzenia Jan, 2007, *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

Kristina Hackmann, 2006, *Video Girls: Between Changing Exploratory Behavior and Self-authorization*, [w:] *Seven Going on Seventeen. Tween Studies in the Culture of Girlhood*, ed. by Claudia Mitchell, Jacqueline Reid-Walsh, Peter Lang Publishing, New York

Haddon Leslie, 2004, *Information and Communication Technologies in Everyday Life*, Berg, Oxford-New York

Hakken David, 2003, *The Knowledge Landscapes of Cyberspace*, Routledge, New York-London

Hannerz Ulf, 2001, *Thinking About Culture in a Global Ecumene*, [w:] *Culture in the Communication Age*, ed. by James Lull, Routledge, London-New York

Haraway Donna J., 1991, *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, Routledge, New York

Harris Anita, 2004, *Future Girl. Young Women in the Twenty-First Century*, Routledge, New York-London

Heim Michael, 1993, *The Metaphysics of Virtual Reality*, Oxford University Press, Oxford

Herring Susan, 2000, *Gender Differences in CMC: Findings and Implications*, „CPSR Newsletter”, Winter, Volume 18, Number 1

Herring Susan C., Scheidt Lois Ann, Kouper Inna, Wright Elijah, 2007, *Longitudinal Content Analysis of Blogs: 2003–2004*, [w:] *Bloggng, Citizenship, and the Future of Media*, ed. by Tremayne, Routledge, New York-Abingdon

Hillis Ken, Petit Michael, Epley Nathan Scott (red.), 2006, *Everyday Ebay. Culture, Collecting, and Desire*, ed., Routledge, New York-London

Hillis Ken, Petit Michael, Epley Nathan Scott, 2006, *Introducing Everyday Ebay*, [w:] *Everyday Ebay. Culture, Collecting, and Desire*, ed. by Ken Hillis, Michael Petit, Nathan Scott Epley, Routledge, New York-London

Hoggart Richard, 1976, *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, PIW, Warszawa

Jackson Linda A., 2008, *Adolescents and the Internet*, [w:] *The Changing Portrayal of Adolescents in the Media Since 1950*, ed. by Patrick E. Jamieson, Daniel Romer, Oxford University Press, New York

Jenkins Henry, 1995, *‘Infinite diversity in infinite combinations’: genre and authorship in Star Trek*, [w:] John Tulloch, Henry Jenkins, *Science Fiction Audiences. Watching Doctor Who and Star Trek*, Routledge, London-New York

Jenkins Henry, 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa

Johansson Thomas, 2007, *The Transformation of Sexuality: Gender and Identity in Contemporary Youth Culture*, Ashgate Publishing, Burlington

Jones Steve, Kucker Stephanie, 2001, *Computers, the Internet, and Virtual Cultures*, [w:] *Culture in the Communication Age*, ed. by James Lull, Routledge, London-New York

Magdalena Kamińska, 2009, *Cybertabloid – choroba społeczna czy zbiór współczesnych parabol moralnych? Analiza fenomenu medialnego*, [w:] *Wartości w komunikowaniu*, red. Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń

Kamińska Magdalena, 2008, *Flaming i trolling – kulturotwórcza rola konfliktu we wspólnocie wirtualnej*, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Toruń

Kamińska Magdalena, 2010, *Memy, signa i sigile. Perspektywy e-semiologii*, [w:] *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, red. Wojciech Chyła, Magdalena Kamińska, Marta Kosińska, Piotr Kędziora, Wydawnictwo Naukowe Bogucki, Poznań

Kamińska Magdalena, 2007, *Rzeczywistość wirtualna jako „ponowne zaczarowanie świata”. Pytanie o status poznawczy koncepcji*, Wydawnictwo Naukowe Bogucki, Poznań

- Kamińska Magdalena, 2010, *Prowokacja w internecie jako akt transgresji granic*, [w:] *Granice kultury*, red. A. Gwóźdź, Wydawnictwo Śląsk, Katowice
- Kardaras Dimitris, Karakostas Bill, 2006, *Virtual Communities in Banking Customer Retention*, [w:] *Encyclopedia of Virtual Communities and Technologies*, ed. by Subhashish Dasgupta, Idea Group Reference, Herhsey-London-Melbourne-Singapore
- Keen Andrew, 2007, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Kember Sarah, 2003, *Cyberfeminism and Artificial Life*, Routledge, London-New York
- Kim Amy Jo, 2000, *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities*, Longman Publishing, Boston
- King Barry, 2003, *Embodying an Elastic Self: The Parametrics of Contemporary Stardom*, [w:] *Contemporary Hollywood Stardom*, ed. by Martin Barker, Thomas Austin, Bloomsbury Publishing, New York
- Koh Joon, Kim Young-Gu, 2004, *Knowledge Sharing in Virtual Communities: An E-business Perspective*, „Expert Systems with Applications”, nr 26 (2)
- Koven Mikel J., 2008, *Film, Folklore, and Urban Legends*, The Scarecrow Press, Lanham
- Lalik Rosary, Oliver Kimberly L., 2005, „*The Beauty Walk*” as a Social Space for Messages about the Female Body: Toward Transformative Collaboration, [w:] *Geographies of Girlhood. Identities In-Between*, ed. by Pamela J. Bettis, Natalie G. Adams, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah
- Larsen Elena, 2004, *Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online*, [w:] *Religion Online: Finding Faith on the Internet*, ed. by Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, Taylor & Francis Books, Inc., New York-London
- Laver James, 1949, *Style in Costume*, Oxford University Press, London
- LeBaron Michelle, Pillay Venashri, 2007, *Conflict Across Culture. A Unique Experience of Bridging Differences*, Nicholas Brealey Publishing, London
- Levine Judith, 2002, *Harmful to Minors, The Perils of Protecting Children from Sex*, University of Minnesota Press, Minneapolis-London
- Levy Frederick, 2008, *15 Minutes of Fame. Becoming Star in the YouTube Revolution*, Alpha Books, New York-London
- Loska Krzysztof, 2001, *Elektroniczne ciało w poszukiwaniu tożsamości*, [w:] *Gender – film – media*, red. E. H. Oleksy i E. Ostrowska, Rabid, Kraków
- Lull James, 2001, *Superculture for the Communication Age* [w:] *Culture in the Communication Age*, ed. by James Lull, Routledge, London-New York
- Lynch Gordon, 2007, *What is this “Religion” in the Study of Religion and Popular Culture?*, [w:] *Between Sacred and Profane. Researching Religion and Popular Culture*, ed. by Gordon Lynch, I. B. Tauris & Co, London-New York
- Maffesoli Michel, 2008, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, PWN, Warszawa
- Mathewson James, Donatone Frank, Fishel Cynthia, 2010, *Audience, Relevance, and Search. Targeting Web Audiences with Relevant Content*, IBM Press, Boston
- Mazzarella Sharon R., 2005, *It's a Girl Wide Web*, [w:] *Girl Wide Web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*, ed. by Sharon R. Mazzarella, Peter Lang, New York-Washington
- McAra Sally, 2007, *Land of Beautiful Vision: Making a Buddhist Sacred Place in New Zealand*, University of Hawai'i Press, Honolulu
- McNeill Lynne S., 2009, *The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice*, [w:] *Folklore and the Internet. Vernacular Expression in a Digital World*, ed. by Trevor J. Blank, Utah State University Press, Logan
- Menkel-Meadow Carrie, 2003, *Conflict Theory*, [w:] *The Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*, ed. by Karen Christensen, David Levinson, Sage Publications, Thousand Oaks-London-New Delhi
- Mikołajewska Barbara, 1999, *Zjawisko wspólnoty. Wybór tekstów*, The Lintons' Video Press, New Haven
- Mitchell Claudia, Reid-Walsh Jacqueline, 2002, *Researching Children's Popular Culture. The Cultural Spaces of Childhood*, Routledge, New York-London
- Modleski Tania, 2008, *Loving with a Vengeance. Mass-Produced Fantasies for Women*, Routledge, New York-Abindgon
- Mossberger Karen, Tolbert Caroline J., McNeal Ramona S., 2008, *Digital Citizenship. The Internet, Society, and Participation*, MIT Press, Cambridge-London
- Muniz Albert Jr., 2001, O'Guinn Thomas C., *Brand Community*, „Journal of Consumer Research,” nr 27 (4)
- Noam Eli M., Pupillo Lorenzo Maria (red), 2008, *Peer-to-Peer Video. The Economics, Policy, and Culture of Today's New Mass Medium*, Springer, New York-Roma
- Norris Donald, Mason Jon, Lefrere Paul, 2003, *Transforming E-Knowledge. A Revolution in the Sharing of Knowledge*, Society for College and University Planning, Ann Arbor
- Palmer Alexandra, Clark Hazel, 2005, *Introduction*, [w:] *Second Hand Fashion*, ed. by Alexandra Palmer and Hazel Clark, Berg, Oxford-New York
- Petrovic John E., Ballard Rebecca M., 2005, *Unstraightening the Ideal Girl; Lesbians, High School, and Spaces to Be*, [w:] *Geographies of Girlhood. Identities In-Between*, ed. by Pamela J. Bettis, Natalie G. Adams, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah
- Philips Susan E., 2007, *Transforming Talk. The Problem with Gossip in Late Medieval England*, The Pennsylvania State University Press, University Park

- Pinsky Drew, Young Mark, Stern Jill, 2009, *The Mirror Effect. How Celebrity Narcissism Is Seducing America*, New York, Harper Collins
- Poitevin Guy, 2010, *From the Popular to the People*, [w:] *Communication Processes Vol. 3: Communication, Culture and Confrontation*, ed. by Bernard Bel, Jan Bro-uwer, Biswajit Das, Vibodh Parthasarathi, Sage Publications, New Delhi
- Preece Jenny, 2000, *Online Communities: Supporting Sociability, Designing Usability*, John Wiley & Sons, Chichester
- Qin Zheng, 2009, *Introduction to E-commerce*, Tsinghua University Press, Beijing
- Reece Gregory L., 2007, *UFO Religion. Inside Flying Saucer Cults and Culture*, I.B.Tauris & Co Ltd, London- New York
- Rheingold Howard, 2000, *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, The MIT Press, London-Cambridge
- Rogozińska Anna, 2010, *Konstruowanie wirtualnej tożsamości: w stronę antropologii internetowych praktyk kulturowych*, [w:] *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, red. W. Chyła, M. Kamińska, M. Kosińska, P. Kędziora, Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Rojek Chris, 2001, *Celebrity*, Reaktion Books, London
- Romer Daniel, 2008, *Mass Media and the Socialization of Adolescents Since World War II*, [w:] *The Changing Portrayal of Adolescents in the Media Since 1950*, ed. by Patrick E. Jamieson, Daniel Romer, Oxford University Press, New York
- Rossi Paolo, 2001, *Uczony*, przeł. B. Bielańska, [w:] *Człowiek baroku*, red. Rosario Villari, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa
- Russell Stuart J., Peter Norvig, 1995, *Artificial Intelligence. A Modern Approach*, Simon & Schuster, Englewood Cliffs
- Sahlins Marshall, 1991, *Socjologia wymiany w społeczeństwach pierwotnych*, [w:] *Współczesne teorie wymiany społecznej. Zbiór tekstów*, red. M. Kempny, J. Szmatka, PWN, Warszawa
- Sampson Eleri, 1997, *30 Minutes To Make the Right Impression*, Kogan, London
- Schantz Ned, 2008, *Gossip, Letters, Phones. The Scandal of Female Networks in Film and Literature*, Oxford University Press, New York
- Schmid David, 2005, *Natural Born Celebrities. Serial Killers in American Culture*, The University of Chicago Press, Chicago-London
- Schopenhauer Artur, 1983, *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*, przeł. B. i Ł. Konorscy, Wydawnictwo Literackie, Kraków
- Scodari Christine, 2005, *You're Sixteen, You're Dutiful, You're Online. "Fangirls" and the Negotiation of Age and/or Gender Subjectivities in TV Newsgroups*, [w:] *Girl Wide Web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*, ed. by Sharon R. Mazzarella, Peter Lang, New York-Washington
- Sheldon Kerry, Howitt Dennis, 2007, *Sex Offenders and the Internet*, John Wiley & Sons Ltd, Chichester
- Siuda Piotr, 2010, *Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprze-strzeni*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Smith Greg, 2006, *Goffman*, Routledge, Oxon-New York
- Snyder Donald R., 2000, *Life on Your Screen: Webcam Women*, [w:] *Web Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, ed. by David Gauntlett, Arnold, London
- Snyder Ilana, 2002, *Preamble*, [w:] *Silicon Literacies. Communication, Innovation and Education in the Electronic Age*, ed. by Ilana Snyder, Routledge, London-New York
- Stadnik Katarzyna, Wójciewicz Anna, 2009, *Anielice czy diablice? Dziewczeta w szpohnach seksualizacji i agresji w perspektywie socjologicznej*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Stankiewicz Katarzyna, 2004, *Wpływ Internetu na percepcję wiarygodności informacji*, [w:] *Społeczeństwo informacyjne - wizja czy rzeczywistość? Księga konferencyjna II ogólnopolskiej konferencji naukowej*, red. Lesław H. Haber, tom II, Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne, Kraków
- Steinberg Shirley R., 2009, *Joining Team Christ: On the Path to Christotainment*, [w:] *Christotainment: Selling Jesus Through Popular Culture*, ed. by Shirley R. Steinberg, Joe L. Kincheloe, Westvie Press, Boulder
- Stern Susannah, 2008, *Sexual Selves on the World Wide Web: Adolescent Girls' Home Pages as Sites for Sexual Self-Expression*, [w:] *Sexual Teens, Sexual Media. Investigating Media's Influence on Adolescent Sexuality*, ed. by Jane D. Brown, Jeanne R. Steele, Kim Walsh-Childers, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Mahwah
- Thorn Matthew, 2004, *Girls and Women Getting Out of Hand: The Pleasure and Politics of Japan's Amateur Comics Community*, [w:] *Fanning the Flames. Fans and Consumer Culture in Contemporary Japan*, ed. by William W. Kelly, State University of New York Press, Albany
- Toffoletti Kim, 2007, *Cyborgs and Barbie Dolls. Feminism, Popular Culture and the Posthuman Body*, IB Tauris, London-New York
- Tsaliki Liza, 2001, *Women and New Technologies*, [w:] *Feminism and Postfeminism*, ed. by Sarah Gamble, Routledge, London-New York
- Turkle Sherry, 1995, *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster, New York
- Turner Graeme, 2004, *Understanding Celebrity*, Sage Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi
- Villeneuve Nart, 2010, *An Analysis of the Origins of International Efforts to Protect Children Online*, [w:] *Access Controlled. The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace*, ed. by Ronald Deibert, John Palfrey, Rafal Rohozinski, Jonathan Zittrain, The MIT Press, Cambridge-London

- Wakeford Nina, 1996, *Sexualized Bodies in Cyberspace*, [w:] *Beyond the Book: Theory, Culture, and the Politics of Cyberspace*, ed. by W. Chernaik, M. Deegan, A. Gibson, London University Press, London
- Wallace Patricia, 2001, *Psychologia Internetu*, przeł. T. Hornowski, Rebis, Poznań
- Wallis Mieczysław, 2004, *Wybór pism estetycznych*, Universitas, Kraków
- Willett Rebekah, 2006, *Constructing the Digital Tween: Market Discourse and Girls' Interests*, [w:] *Seven Going on Seventeen. Tween Studies in the Culture of Girlhood*, ed. by Claudia Mitchell, Jacqueline Reid-Walsh, Peter Lang Publishing, New York
- Whitty Monica, 2004, *Peering into Online Bedroom Windows: Considering the Ethical Implications of Investigating Internet Relationships and Sexuality*, [w:] *Readings in Virtual Research Ethics: Issues and Controversies*, ed. by Elizabeth A. Buchanan, Information Science Publishing, Hershey-London
- Wolfe Cary, 2010, *What is Posthumanism?*, University of Minnesota Press, Minneapolis-London
- Wróblewska Violetta, 2007, *Ludowa bajka nowelistyczna. Źródła – wątki – konwencje*, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń
- Yap Alexander Y., 2002, *Enabling E-commerce Growth Through the Social Construction of a Virtual Community's Culture*, „Journal of Electronic Commerce Research”, nr 3(4)
- Yar Majid, 2005, *Cybercrime and Society*, Sage Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi 2006
- Yee Nicholas, 2006, *The Psychology of Massively Multi-user Online Role-playing Games: Motivations, Emotional Investment, Relationships and Problematic Usage*, [w:] *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environment*, ed. by Ralph Schroeder, Ann-Sofie Axelsson, Springer, Dordrecht
- Zalot Michael C., 2008, *Digital Dreamtime, Sonic Talismans: Music Downloading and the Tribal Landscape*, [w:] Tyrone Adams, Stephen A. Smith, *Electronic Tribes: the Virtual Worlds of Geeks, Gamers, Shamans, and Scammers*, University of Texas Press, Austin
- Zaltsman Rita, 2008, *The Challenge of Intercultural Electronic Learning: English as Lingua Franca*, [w:] *Cyberculture and New Media*, ed. by Francisco J. Ricardo, Rodopi, Amsterdam-Atlanta

Źródła internetowe

- 23% Polaków: wybór Jaruzelskiego na prezydenta – dobry, 2009-07-14, <http://sondaz.wp.pl/kat,1699,wid,11313249,wiadomosc.html?ticaid=1ba5c>, data weryfikacji URL: 22 stycznia 2011
- Barlow John Perry, *A Declaration of the Independence of Cyberspace*, <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- Bigo Łukasz, *Grał trzy dni i... umarł*, „PC World”, 17 września 2007, <http://www.pcworld.pl/news/124009/Grał.trzy.dni.i.umarł.html>, data weryfikacji URL: 25 stycznia 2011
- Farrell Nick, *Hackers Catch Puppy-Chucker*, „TechEye”, 06 September 2010, <http://www.techeye.net/internet/hackers-catch-puppy-chucker>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- Godwin Mike, *Meme, Countermeme*, <http://www.wired.com/wired/archive/2.10/godwin.if.html>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- Hitler zaprasza na imprezę. Dla szefów klubu to „zabawne”, dla prokuratury – nie, *Gazeta.pl*, 2010-01-18, http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,80708,7469042,Hitler_zaprasza_na_impreze__Dla_szefow_klubu_to_zabawne__.html, data weryfikacji URL: 2 lutego 2011
- Hsiao Aron, *How Did eBay Start? A Brief History of eBay*, http://ebay.about.com/od/ebaylifestyle/a/el_history.htm, data weryfikacji URL: 15 stycznia 2011
- <http://archiwum.polityka.pl/art/krytyka-pustego-rozumu,429138.html>, data weryfikacji URL: 2 lutego 2011
- <http://cpsr.org/issues/womenintech/herring/>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- http://pl.wikipedia.org/wiki/Prawo_Godwina, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- <http://pobozni-chlopcy.blogspot.com>, data weryfikacji URL: 21 stycznia 2011
- <http://szafasztywniary.blogspot.com/>, data weryfikacji URL: 22 stycznia 2011
- <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/Canon>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/Fanon>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011
- <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/TheIliad>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

http://www.artinspires.com/display_motivational.asp, data weryfikacji URL: 2 lutego 2011

<http://www.chaosmatrix.org/library/whatischaos.php>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

<http://www.fotka.pl/>, data weryfikacji URL: 21 stycznia 2011

<http://www.pinkunicorn.net/>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

http://www.plotek.pl/plotek/1,78648,7722391,Gazety_przygotowaly_sie_na_smierec_Lohan.html

http://www.pudelek.pl/artykul/23830/media_przygotowuja_sie_na_smierec_lohan;

<http://www.kozaczek.pl/plotka.php?id=22347>, data weryfikacji URL: 30 stycznia 2011

<http://www.venganza.org/>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

<https://groups.google.com/group/pl.rec.gry.komputerowe/msg/596acd57b66e2ccdhl=pl> lub <http://tante.pbworks.com/w/page/19403022/TrollTaxonomy>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

Jones Quentin, *Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, Volume 3, Issue 3, December 1997, źródło internetowe: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00075.x/full>, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

Kasiak Ewa, *Jak Facebook i social media dostarczają informacji złodziejom*, <http://internet-news.com.pl/jak-facebook-i-social-media-dostarczaja-informacji-zlodziejom/>, data weryfikacji URL-i: 15 stycznia 2011

Klimowicz Marta, *Szafiarki – modowa społeczność internetowa*, <http://klimowicz.blox.pl/2008/03/Szafiarki-modowa-spoleczosc-internetowa.html>, data weryfikacji URL: 22 stycznia 2011

Milewski Bartosz, Pająk Przemysław, *Spiders Web: Zanim klikniesz „publikuj”*, http://technologie.gazeta.pl/internet/1,104665,7932697,Spiders_Web__Zanim_klikniesz__publikuj_.html, data weryfikacji URL: 21 stycznia 2011

Młodzi internauci o cyberprzemocy, http://gemius.pl/pl/archiwum_prasowe/2007-02-08/01, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

Nielsen Jakob, *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*, October 9, 2006, http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html, data weryfikacji URL: 1 lutego 2011

Piwnicka Anna, *Złodzieje korzystają z Facebooka*, <http://nt.interia.pl/wiadomosci/news/zlodzieje-korzystaja-z-facebooku,1530791,62>, data weryfikacji URL: 13 września 2010

Puchaczewski Tomasz, *Kontrowersyjny radar na Facebooku*, <http://interaktywnie.com/biznes/newsy/social-media/kontrowersyjny-radar-na-facebooku-5107>, data weryfikacji URL: 30 stycznia 2011

Rheingold Howard, *Smart Mobs. The Next Social Revolution*, Basic Books, Cambridge 2002, wersja online dostępna przez: http://www.smartmobs.com/book/book_toc.html, data weryfikacji URL: 5 stycznia 2011

Rosen Christine, *Virtual Friendship and the New Narcissism*, „The New Atlantis”, Number 17, Summer 2007, za: <http://www.thenewatlantis.com/publications/virtual-friendship-and-the-new-narcissism>, data weryfikacji URL: 30 stycznia 2010

Snyder Ilana, *Hyperfiction: Its Possibilities in English*, <http://www.schools.ash.org.au/litweb/ilana.html>, data weryfikacji URL: 2 lutego 2011

Przypisy do fotografii

Źródła internetowe

- o <http://images1.wikia.nocookie.net/uncyclopedia/images/thumb/5/55/Woot.jpg/300px-Woot.jpg>
- 1a <http://demotivation.me/>
- 1b <http://www.funnypictures24.com/funny1/funnycat184.jpg>
- 1c http://www.lolhome.com/img_big/funny-picture-1301585547.jpg

- 2a http://media.photobucket.com/image/noob%20stfu%20or%20gtfo/Maccano1/th_NoobPoster.jpg
- 2b http://amazingdata.com/mediadata63/Image/14-omgeyechart_pictures_fun_weird_interesting_4315_2990.jpg
- 2c http://s3-llnw-screenshots.wegame.com/4-9967541530915707/9967541530915707_1.jpg
- 2d <http://www.myconfinedspace.com/wp-content/uploads/2006/06/lol-jesus-brb.jpg>

- 3a http://images4.wikia.nocookie.net/__cb2010062015220/nonsensopedia/images/o/09/THIS_IS_SPARTA.jpg
- 3c http://www.pantherkut.com/wp-content/uploads/2007/07/bold_cat.jp
- 3d <http://c.wrzuta.pl/wi16004/7e8a9d0b002823a54b803442/o/hitler%20melanz%20ostateczny>

- 4a http://i.ytimg.com/vi/ItJc26UK_-g/o.jpg
- 4b tego Gracka nie mogę znaleźć, w zamian może być załączony, jego adres:
<http://i.pinger.pl/pgr343/29efe827001c69614967c5a5/gracus.JPG>
- 4c <http://media.ebaumsworld.com/picture/ringy8680/CCrocker.jpg>
- 4d http://images.quickblogcast.com/9/7/2/8/1/228392-218279/pedobear_powerpuff_girls.jpg

- 5a http://www.theage.com.au/ffximage/2005/06/23/paris_pet_narrowweb__200x287.jpg
- 5b <http://e.lansik.pl/la527/6fac8fe00017c7b949156f72>
- 5c http://statchg.demotywatory.pl/uploads/201004/1272631889_by_mmRrrAuuxD_500.jpg
- 5d „National Enquirer”, January 18, 2010, s. 1.

- 6a <http://pobozni-chlopcy.blogspot.com/2009/07/zoty-chopak.html>
- 6b <http://pobozni-chlopcy.blogspot.com/2009/07/zoty-chopak.html>
- 6c <http://pobozni-chlopcy.blogspot.com/2009/07/zoty-chopak.html>
- 6d <http://pobozni-chlopcy.blogspot.com/2009/07/zoty-chopak.html>

7a <http://www.unc.edu/depts/jomc/academics/dri/idog.jpg>
7b http://2.bp.blogspot.com/_pHdOSQV2FZw/S4GRl_lfrXI/AAAAAAAAACRI/c-yYjPQ6meo/s1600/free_online_porn.jpg
7c <http://www.cartoonstock.com/lowres/ndwo192l.jpg>
7d <http://transka.files.wordpress.com/2009/07/cybersex-nerd-demotivational-poster.jpg>

8a http://www.google.pl/imgres?imgurl=http://i998.photobucket.com/albums/af110/kaulitzgirl/20269206_19950823_twincest_zimmer_4.jpg
8b <http://demotywatory.pl/1813189/Bill>
8c http://4.bp.blogspot.com/_6R8af99Mofc/TELGL3fgbGI/AAAAAAAAAK4/aebxnd0ISo4/s320/Achilles_Patroclus_Berlin_F2278.jpg
8d http://fco3.deviantart.net/fs46/f/2009/183/5/c/Demotivational_Yaoi_by_cat_gray_and_me78.jpg
9a http://theoldbill.typepad.com/photos/images_of_jesus/laughing_jesus2.JPG
9b <http://www.dedroidify.com/images/pope.jpg>
9c <http://www.dedroidify.com/images/pope.jpg>
9d <http://www.dedroidify.com/images/pope.jpg>

10a <http://villagethinker.files.wordpress.com/2011/01/anonymous2.jpg>
10b <http://icanhascheezburger.com/>
10c <http://outfitnm.com/wp-content/uploads/v-for-vendetta-guy-fawkes-masks-big.jpg>

11a <http://crystalcomments.com/6/36482.jpg>
11b http://members.arstechnica.com/x/ghezbora/ebay_kitteh.jpg
11c http://staticg.demotywatory.pl/uploads/201008/1281699928_by_theluid_500.jp
11d <http://www.allegrofun.pl/allegro/images/2/2bd9c75dc5152468c8a813ccfc918db3.jpg>

12a http://staticg.demotywatory.pl/uploads/201011/1290034720_by_HrabiaZuo_500.jpg
12b <http://ideacodes.com/wp-content/uploads/smc-howard.jpg>
12c http://imgs.xkcd.com/comics/online_communities.png
12d http://farm3.static.flickr.com/2654/3793055357_ec374a98fa.jpg

