

Ewa A. Jagiełło

UNIwersytet Łódzki

Etnograf w cybermedynie. Próba zastosowania etnograficznej analizy zawartości

Wśród badaczy społecznych dwudziestego wieku, będących świadkami kolejnych, nieraz rewolucyjnych innowacji, raz po raz odżywał nurt technologicznego determinizmu. Technologia przedstawiana bywała jako determinanta kulturowa, albo też – w ujęciach mniej radykalnych – jako istotny element ludzkiego świata, który współdziała na zasadzie sprzężeń zwrotnych z systemem kulturowym. Jak wskazuje Postman, każda innowacja technologiczna, ale zwłaszcza taka, która przyczynia się do zmiany sposobu komunikacji, wnosi ferment do kultury, języka, relacji społecznych:

Telegraf i tania prasa zmieniły nasze rozumienie „informacji”. Telewizja zmienia to, co niegdyś oznaczały terminy takie jak „debata polityczna”, „wiadomości” i „opinia publiczna”. Komputer znów zmienia „informację”. Pismo zmieniło to, co kiedyś rozumieliśmy przez „prawdę” i „prawo”; potem kolejnej zmiany dokonał druk, teraz telewizja, a w końcu komputer (...) Stare słowa ciągle wyglądają tak samo, używa się ich w tego samego rodzaju zdaniach. Ale znaczą coś innego (...) technika despotycznie włada naszą podstawową terminologią. Zmienia definicje „wolności”, „prawdy”, „inteligencji”, „faktu”, „mądrości”, „pamięci”, „historii”.

(Postman 1995: 17)

Internet z całą pewnością wpisuje się w tę koncepcję rozwoju technologicznego, dzięki szerokiemu zasięgowi, gwarancji względnej anonimowości czy szczególnemu charakterowi interakcji w sieci, tworzy bowiem środowisko, w którym wykształcają się nowe wzory kulturowe, językowe i społeczne.

Nie sposób zaprzeczyć, że Internet przez dwie dekady intensywnego rozwoju zdążył wrosnąć w krajobraz współczesności. Niezależnie, czy potraktuje się go jako nowy nośnik informacji, którego poprzednikami był druk, telefon, radio lub telewizja, czy też jako nową przestrzeń społecznych interakcji, które podejmowane są na nieznaną wcześniej skalę, zauważyć należy, że wnosi nowe jakości do kultury, życia społecznego i osobistych doświadczeń użytkowników. Jednocześnie jako część współczesnej kultury technologicznej, sam ewoluuje w szybkim tempie w określonym kierunku:

obejmuje coraz liczniejszą sieć użytkowników, mnoży zasoby, oferuje coraz więcej narzędzi o interaktywnym charakterze. Jak zauważa Robert Kozinets, w ciągu ostatniej dekady liczba użytkowników Internetu zwiększyła się na całym świecie – z czterdziestu pięciu milionów w 1996 roku do półtora miliarda w roku 2009. Ponadto zmienia się sposób korzystania z Internetu – od biernego przeglądania zawartości we wcześniejszych latach dziewięćdziesiątych, do aktywnej komunikacji i możliwości wpływania na zawartość sieci w pierwszej dekadzie obecnego stulecia. Wedle minimalnych rachub przynajmniej sto milionów ludzi na świecie nawiązuje w Internecie relacje z innymi, rozrastające się szybko portale społecznościowe w rodzaju Twittera, Facebooka czy rodzimej Naszej klasy są przestrzenią licznych interakcji, które stanowią ważną część społecznych doświadczeń użytkowników. Ludzie w Internecie szukają nie tylko informacji, ale realizują istotne potrzeby społeczne – łączą się w grupy podzielające zainteresowania, przekonania lub wartości, popierają i rozpowszechniają idee, w które wierzą lub zwalczają takie, które uznają za szkodliwe, kreują własny wizerunek, oceniają innych i sami poddają się ocenie, publikują teksty, obrazy i filmy, dyskutują, uprawiają różne formy społecznej wymiany, romansują i podejmują cały szereg innych aktywności, których nie sposób tu wymienić (por. Kozinets 2010: 2-15). Wobec zasięgu cyberswiata oraz rozległości ludzkich cyberdziałań, część badaczy nie pozostaje obojętna, poddając te złożone zjawiska i procesy refleksji antropologicznej.

Tworzenie subdyscypliny naukowej, czy po prostu nowej specjalizacji w ramach szerszego kierunku, obarczone jest ryzykiem niepowodzeń i błędów. Te ostatnie jednak z perspektywy czasu często okazują się trampoliną, od której odbijają się kolejni badacze, by dokonywać nowych odkryć i bardziej udanych analiz. Internet jest obszarem trudnym, przede wszystkim z uwagi na ów nieustannie i szybko zmieniający się charakter. Zanim dokonana zostanie naukowa eksploracja jakiegoś jego aspektu, pojawiają się zupełnie nowe sposoby obecności ludzi i kultury w cyberswiecie, co pociąga za sobą konieczność dostosowywania narzędzi i strategii badawczych. Dobrym przykładem jest relacja tekstów, obrazów i dźwięków. O ile jeszcze dekadę wstecz możliwości związane z audiowizualnością były stosunkowo ograniczone, obecne narzędzia internetowe pozwalają na swobodną manipulację dźwiękiem i obrazem. Dzięki udoskonalonej technice użytkownicy są nie tylko odbiorcami, ale również nadzwyczaj płodnymi twórcami treści audiowizualnych w sieci, i ten rodzaj komunikacji międzyludzkiej w widoczny sposób przybiera w Internecie na sile.

Niezaprzeczalnie Internet stwarza dla etnografa niezwykle możliwości – pozwala na stałe prowadzenie obserwacji zdarzeń, interakcji i znaczeń generowanych w odległych i zróżnicowanych kulturowo przestrzeniach, które skumulowane pojawiają się w sieci. Zastanowić się jednak wypada nad ograniczeniami wynikającymi chociażby z charakteru relacji pomiędzy badaczem i „terenem”. Z pewnością istotnym dla rozpoczęcia etnograficznych badań w Internecie jest zdefiniowanie związku pomiędzy rzeczywistością *off-line* i *on-line*, bowiem – w zależności od przyjętej koncepcji – przesuwać się może „środek ciężkości” projektu badawczego. A zatem, uwzględniając wzajemne powiązania pomiędzy tym co dzieje się w Internecie i poza nim, podjąć można badania nad relacją między nową technologią a kulturą współczesną oraz jej przemianami. Można również patrzeć na skondensowane w sieci treści (ale też działania, interakcje i inne), jako na manifestacje i reprezentacje owej kultury. Wreszcie badania w sieci mogą stanowić część szerszej zakrojonego projektu – w tym wypadku obserwacja tego, co dzieje się *on-line* stanowi uzupełnienie działań podejmowanych przez etnografa w tradycyjnie pojmowanym terenie. Możliwe jest jednakże

potraktowanie cyberprzestrzeni jako sfery autonomicznej. Wówczas z powodzeniem poszukiwać można zjawisk występujących wyłącznie w sieci lub przybierających w Internecie szczególnie, odrębny od rzeczywistości *off-line* wyraz.

Obecność etnografa w Internecie może mieć bierny lub aktywny charakter. W pierwszym przypadku badacz poprzestaje na obserwacji, nie wchodząc w interakcje z osobami obecnymi w sieci, zaś zgromadzone dane poddaje jednemu z wariantów etnograficznej analizy zawartości. W tym wypadku ograniczone są możliwości pozyskiwania informacji, z drugiej jednak strony badacz nie wpływa na badaną rzeczywistość, a zatem – po części przynajmniej – zniwelowany zostaje problem wymuszenia danych. Druga postawa polega na aktywnym uczestniczeniu w życiu społeczności wirtualnych, zabieraniu głosu na forach oraz nawiązywaniu bliższych kontaktów z internautami w celu uzyskania dodatkowych wiadomości. Strategii takiej mogą towarzyszyć wywiady i ankiety przez Internet. Niezależnie od wyboru podejścia, postuluje się pełną jawność – etnograf powinien sygnalizować swoją obecność, przedstawiać w miarę możliwości cele badania oraz sposoby wykorzystania pozyskanych w Internecie danych. Jeżeli niemożliwym staje się dotarcie do wszystkich uczestników, których skład jest przecież zmienny, należy informować o planach i intencjach badawczych administratorów stron (por. Cavanagh 1999, Kozinets 2009).

W badaniach *on-line* pojawia się również problem ze sprecyzowaniem podmiotu badania. Charakter medium skazuje na brak pewności, na ile badania hipertekstu są równocześnie badaniami ludzi. Z tym z kolei ściśle związana jest kwestia tożsamości osób w badaniu uczestniczących – brak kontaktów twarzą w twarz z „rozmówcą” zmusza do zastanowienia nad koniecznością (lub jej brakiem) identyfikacji badanych czy stosowania charakterystyk społecznych. Badania etnograficzne w sieci – jak każda subdyscyplina – niosą nowe perspektywy, ale również mają swoje ograniczenia. Stąd konieczność obrania odpowiedniego przedmiotu zainteresowań i rozważny dobór narzędzi badawczych.

W niniejszym artykule pragnę podzielić się refleksjami towarzyszącymi etnograficznym badaniom nad cyberspołecznościami muzułmańskimi, a zwłaszcza zatrzymać się przy dwóch wzmiankowanych wyżej zagadnieniach – Internetem jako terenem badań oraz kwestią tożsamości ludzi, którzy uczestniczą w tego rodzaju projekcie.

Tradycyjne etnograficzne badania terenowe nad światem islamskim, siłą rzeczy, prowadzone są w społecznościach zlokalizowanych. Bada się fragmenty islamskiego świata, przypisane do miejsca części składowe muzułmańskiej *ummy*, w ich naturalnym środowisku. Internet stwarza odmienne możliwości, pozwala bowiem na ignorowanie przestrzeni fizycznej i istniejących w tej przestrzeni granic, dzięki czemu społeczności muzułmańskie w Internecie ukształtowane są w odmienny sposób. W sieci możemy obserwować nietypowe dla prawdziwego świata spotkania prowadzące do zderzania różnych wizji szeroko pojętego islamu.

Jeżeli przyjąć, że Internet jest terenem, to ma on odmienną naturę. Uderza nagromadzenie zdarzeń, ich intensywność oraz fakt, że każdy cyfrowy epizod podlega rejestracji. Obserwacje w prawdziwym terenie są uwarunkowane sposobem naszego postrzegania, ten zaś skazuje badacza na częściową przynajmniej porażkę. Każdy, kto prowadził badania terenowe, najprawdopodobniej doświadczył frustracji płynącej z ulotności rzeczywistych zdarzeń i niemożności ich zarejestrowania w całej złożoności i rozległości (również tej przestrzennej). Ten problem po części zostaje rozwiązany w cyberbadaniach. Dzięki symultanicznemu charakterowi interakcji z jednej strony oraz zasadzie stałej rejestracji zasobów z drugiej, Internet stanowi płaszczyznę

pośrednią pomiędzy tym, co dzieje się tu i teraz, a tym co zdarzyło się w przeszłości i dociera do badacza w formie źródeł zastanych. W porywie cyberentuzjazmu można by przyjąć, że w tej sytuacji etnograf jest wreszcie w stanie objąć całe czasoprzestrzenne bogactwo terenu. A jednak nasuwa się ważne zastrzeżenie – fragmentaryczność i ograniczenia w badaniach internetowych pojawiają się w nieco innej formie. Zaostrzeniu podlega prawidłowość, z którą po części w tradycyjnym terenie również można się spotkać: widzimy przede wszystkim to, co nam pokazano – możliwości eksplorowania „terenu” zamykają się w ramach świata przedstawionego, zaś weryfikacja prawdziwości owego świata jest w Internecie znacznie trudniejsza niż w trakcie tradycyjnych badań. Nawet nawiązanie relacji z forumowiczami – a więc łączenie analizy zawartości z aktywną obecnością etnografa w sieci – nie daje gwarancji przełamania tego ograniczenia. Inną kwestią odnoszącą się bezpośrednio do badań nad islamem w sieci jest zasięg Internetu, który określany bywa jako medium globalne. Tymczasem badacze wskazują na nierównomierny dostęp ludzkości do sieci (por. m.in. Baym 1998, Castells 2008, Kozinets 2009), stawiając pod znakiem zapytania ową globalność. Różnice przebiegają wzdłuż granic społecznych, państwowych i geograficznych. Nancy Baym pisze o klasie średniej, która kształtuje trzon kultury Internetu. Dane publikowane na w serwisie Internetworldstats (www.internetworldstats.com) wskazują jednoznacznie na nierównomierny dostęp do Internetu populacji zamieszkujących różne kontynenty – od przodującej w tej dziedzinie Ameryki Północnej (76,2% populacji), poprzez Australię/Oceanię (60, 8%) i Europę (53%), po Amerykę Południową (36, 5%), Azję (20, 1%) czy Afrykę (8,7%). Kwestia nierównomierności dostępu do Internetu jawi się z jeszcze większą ostrością, jeśli zważyć na liczbę ludności zamieszkującej poszczególne kontynenty. Z tych bardzo ogólnych danych można wyciągnąć łatwe do przewidzenia wnioski: liczba użytkowników Internetu jest wyższa na obszarach ekonomicznie i technologicznie lepiej rozwiniętych, a ponadto w tej dziedzinie dominują regiony anglojęzyczne. Wypada zatem stwierdzić, że Internet zawiera jedynie potencję globalności, ale wciąż medium globalnym nie jest. Jednocześnie jednak godzien podkreślenia jest kierunek zmian – w latach 2000-2009 dostęp do Internetu wzrósł na poszczególnych kontynentach od 129, 6% w Ameryce Północnej do 1.176,8% na Bliskim Wschodzie. Każdy rok przynosi innowacje, wzrasta również popyt na usługi telefonii mobilnej w zakresie dostępu do sieci. W wielu miejscach świata Internet zespolony jest wyraźniej z systemem edukacji, więc liczba użytkowników będzie się stopniowo powiększać – na niektórych przynajmniej obszarach – wraz ze zmianą pokoleniową. Przypuszczać zatem należy, że cybertechnologie są na tyle rozległym i opłacalnym biznesem, a zarazem wielofunkcyjnym medium, że rozpowszechniać się one będą na świecie w stosunkowo szybkim tempie. Nadal pozostaje problemem bariera względnej zamożności i wykształcenia, z tym, że jest to bariera stara jak świat. Wydaje się również, że demokratyzacja dostępu do sfery publicznej poprzez Internet jest zauważalna. Internet staje się medium poprzez które swoje poglądy komunikują grupy marginalne czy kontestujące społeczno-polityczną rzeczywistość – a więc takie, które poza siecią mają ograniczone możliwości wyrażania wyznawanych poglądów. Do głosu na przykład dochodzą blogerzy, którzy oprotestowują lokalny, często bardzo restryktywny obyczajowo lub politycznie świat – przykładu dostarcza słynny blog Egipcjanina – Waela Abbasa, który walczy z łamaniem praw człowieka w jego kraju. W kontekście powyższych rozważań warto spojrzeć na problem użytkowania Internetu przez społeczności muzułmańskie. Oczywiście i tu ważny jest kontekst „państwowo-geograficzny” – z dużym prawdopodobieństwem wystąpią różnice pomiędzy poszczególnymi krajami zamieszkiwanymi przez

muzułmanów. Badacze zjawiska wskazują jednak na fakt, że w większości krajów arabskojęzycznych istnieje jakaś forma kontroli państwowej lub cenzury. Jak przytacza Abdalla Uba-Adamu (2002):

Rządy posługują się różnymi środkami, aby ograniczyć przepływ informacji *on-line*. Arabia Saudyjska, Jemen i Zjednoczone Emiraty Arabskie cenzurują treści poprzez serwery Proxy (...), aby filtrować i blokować określoną zawartość. W wielu państwach, włączając Jordanię, opodatkowanie i polityka w zakresie telekomunikacji utrzymują ceny usług internetowych na wysokim poziomie, co sprawia, że pozostają one poza finansowym zasięgiem wielu osób (...). Tunezja stworzyła najbardziej szczegółowy w regionie system legislacyjny dotyczący Internetu, który po części został zaprojektowany po to, by poddać kontroli wszystkie krytyczne wobec rządu treści. W większości państw, gdzie nie zostało stworzone prawo internetowe, prawne lub po prostu istniejące ograniczenia wolności słowa i prasy mają wpływ na to, co pojawia się *on-line*, szczególnie na publicznych forach i czatroomach.

Duża uwaga w państwach islamskich przykładana jest do portali społecznościowych, gdzie pojawia się wiele treści antyislamskich lub po prostu kontrowersyjnych dla pobożnych muźmanów. Za szczególnie niebezpieczne uznawane bywa Youtube, gdzie obraz uwiarygodnia zamierzony przekaz. Ten portal blokowany był już między innymi przez Indonezję, Turcję, Iran i Pakistan. Ostatnie dni przyniosły nowe informacje dotyczące Pakistanu, gdzie odbyła się manifestacja fundamentalistycznie zorientowanych studentów przeciwko Internetowi jako źródłu obraźliwych treści dotyczących islamu. Równolegle rząd Pakistański odciał dostęp do portali Facebook i Youtube¹ (www.wyborcza.pl).

A jednak muźmańskie portale rozrastają się w Internecie i większość z nich oferuje wersję arabską przekazywanych treści. Uznać zatem można, że choć w wielu islamskich krajach dostęp do Internetu może być ograniczony, zaś zawartość podlega cenzurze, jest to uczęszczane miejsce spotkań i wymiany idei muźmanów z różną historią, poglądami czy przynależnością społeczną i państwową.

Obserwacje czynione w muźmańskim portalu społecznościowym Islamicity.com są częścią zaplanowanych, szerszych badań porównawczych nad internetowym dyskursem o islamie w językowym środowisku anglo- i frankofońskim. Poczynając od lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia, na mocy tendencji powstałej w Stanach Zjednoczonych, muźmanie coraz wyraźniej zaznaczali w Internecie swoją obecność. Zjawisku temu przydano ogólną etykietę „cyberislamu”. Tymczasem treści, które za tą etykietą stoją, są bardzo złożone i zróżnicowane – mają wydźwięk religijny, społeczny, psychologiczny i polityczny. Istotnym kontekstem cyberislamu – zwłaszcza jeśli chodzi o społeczności posługujące się językami europejskimi – jest Zachód i jego agresywnie promowane w świecie idee. Muźmanie na różne sposoby uwikłani są w konflikt wartości i często dokonywać muszą trudnych wyborów – pomiędzy tradycyjną, zdeterminowaną przez religię obyczajowością i moralnością, a zlaicyzowaną, zachodnią rzeczywistością, w której albo żyją, albo stykają się z nią bardziej pośrednio dzięki procesom globalizacji, rozwojowi turystyki, ekspansji ideologicznej i działaniom wojennym. Stosunek do Zachodu, jego zdobyczy i wartości legł u podstaw wykształcenia się dwóch przeciwstawnych kierunków w myśli muźmańskiej (i ich pochodnych) – modernizmu oraz fundamentalizmu. Internet odzwierciedla ten problem,

¹ Bezpośrednią przyczyną tej decyzji podjętej w maju 2010 roku był ogłoszony na Facebooku konkurs na najbardziej udaną karykaturę Mohammada. Konkurs z kolei był zainspirowany pogróżkami kierowanymi w stronę twórców *South Park*, którzy przedstawili, nie pierwszy raz zresztą zadzierając z fundamentalistycznie nastawionymi muźmanami, Proroka przebranego za pluszowego niedźwiadka.

ale zauważmy, że również może kształtować, pobudzać lub tonować określone postawy.

W wirtualnej przestrzeni upowszechnia się wiadomości o islamie, prowadzi działalność misyjną, można tu dokonać konwersji i zdać z niej relację, zaaranżować małżeństwo, uczyć się języka arabskiego albo znaleźć pomoc w pamięciowym przyswojeniu wersetów Koranu. Każdy z trzech głównych nurtów islamu – sunniti, szyiti i sufici – wyraźnie zaznacza własną obecność w sieci. Swoje przekonania promują w Internecie fundamentaliści, moderniści, polityczni dysydenci, zaś doświadczeniami religijnymi i życiowymi dzielą się neofici, apostołi, tradycjonalistki, integryści i feministki, muzułmańscy poeci i wielu innych, posługując się nie tylko tekstem, ale coraz powszechniej również przekazem filmowym². Tu – podobnie jak w meczecie – można „uczestniczyć” w piątkowym nabożeństwie czy wysłuchać kazania. Jak wspomniałam, tradycyjne społeczności lokalne skupiają się wokół meczetu, w którym działa konkretny imam. Choć jego autorytet związany jest z pełnioną funkcją, to jednocześnie daje on świadectwo własną osobą i życiem. Tymczasem w Internecie pojawiają się wirtualne postaci cyberimamów, działających w oderwaniu od tradycyjnego środowiska społecznego. Dzięki nim w sieci ścierają się rozmaite poglądy i interpretacje, które przez pojedynczych imamów przedstawiane być mogą jako obowiązujące w islamie. Działalność takich osób stanowić może konkurencję dla lokalnych kaznodziejów pozbawionych równie dużej charyzmy czy umiejętności retorycznych. To z kolei może prowadzić do rozluźnienia ścisłej zależności pomiędzy jednostką a lokalną społecznością i jej orientacją religijną. Z drugiej strony cyberkaznodzieje nie podlegają tak ścisłej społecznej kontroli, co z pewnością niekorzystnie odbija się nieraz na ich rzetelności i wiarygodności. Rosnąca popularność aktywności religijnej *on-line*, zwłaszcza wśród młodzieży wzbudza wśród niektórych entuzjazm, wśród innych niepokój i sprzeciw, który wiąże się z obawą, że ta pośrednia forma uczestnictwa rozpowszechni się z nadmiarem i znacznie wypierać tradycyjne zgromadzenie religijne (por. El-Tahawy 2008).

Przestrzeń wirtualna ma eksterytorialny i międzykulturowy charakter, staje się miejscem, gdzie przecinają się różne ścieżki ideologiczne, a przedstawiciele rozległego świata islamu wchodzą ze sobą w interakcje. Społeczności muzułmańskie w sieci czy cyberislam nie są bytami autonomicznymi, w sposób oczywisty odwołują się do zewnętrznej rzeczywistości, równocześnie jednak w cyfrowej przestrzeni z racji jej charakteru pojawiają się tendencje i zjawiska nietypowe dla świata muzułmańskiego. Rozważmy dwa istotne aspekty tego zagadnienia. Po pierwsze, kluczem do konstruowania omawianych cyberspołeczności muzułmańskich nie jest lokalność, a wspólny, zachodni język (nawet jeśli to język drugi) oraz identyfikacja z konkretnym odłamem islamu, co w wyraźny sposób odróżnia je od społeczności muzułmańskich. Jest to znacząca różnica, która rzutuje na sposób postrzegania w tym konkretnym przypadku relacji *on-line/off-line*. W świecie islamu funkcjonuje ogromne ideowe rozczłonkowanie i znaczny, etnoregionalnie uwarunkowany synkretyzm kulturowy. Niejednorodna muzułmańska społeczność rozsiana po całym świecie dodatkowo dzieli się na autochtonów żyjących w poszczególnych regionach świata muzułmańskiego oraz na imigrantów mieszkających w Europie czy Stanach Zjednoczonych. Na przykład według badań przeprowadzonych przez Centrum porozumienia chrześcijańsko-muzułmańskiego działającego przy Uniwersytecie w Georgetown amerykańscy muzułmanie pochodzą z osiemdziesięciu różnych krajów, co wiąże się z rozbięciem kulturowym i ideologicznym tej zbiorowości. Wedle Marty Widy (2005), która prowadziła

² Rzecz jasna, wystąpienia poszczególnych kaznodziejów utrzymane są w różnej formie – od zapalczczych, bardzo poważnych kazań niektórych imamów po pełne absurdu i humoru prezentacje w stylu Baba Alego popularnego na Youtube (por. www.ummafilms.com).

badania wśród francuskich muzułmanów, pochodzący z różnych części świata muzułmanie koncentrują się wokół własnych meczetów, co również wiąże się z przestrzeganiem odmiennych, bo związanych z różnymi tradycjami prawnymi, obrządków religijnych. Społeczność muzułmańską we Francji dzieli również światopogląd – od radykalizmu, poprzez mistycyzm do ludowego islamu.

Druga płaszczyzna porównania to restryktywność muzułmańskiego świata przeciwstawiona anonimowości Internetu. Dzięki możliwości ukrycia się za nickiem i awatarem, Internet pozwala na pełniejszy udział różnych grup w życiu religijnym i religijnych dysputach oraz poszerza repertuar tematów, które podejmowane są z większą swobodą. Prawdopodobnie ta w szczególności dotyczy ludzi młodych i kobiet, które mogą bardziej otwarcie niż w lokalnych środowiskach wygłaszać własne opinie, zasięgać rady, prosić o wsparcie czy kontaktować się z obcymi mężczyznami. W piśmiennictwie amerykańskim zjawisko aktywizacji kobiet muzułmańskich w Internecie zyskało nazwę syndromu „cyberfatimy”. W sieci ujawniają się również grupy, które przez konserwatywne społeczności muzułmańskie są odrzucane, marginalizowane lub ciążą na nich sankcje. Należą do nich między innymi homoseksualiści muzułmańscy czy apostości, którzy tworzą odrębne strony i portale, gdzie dzielą się żywymi doświadczeniami czy spostrzeżeniami na temat islamu oraz tworzą wirtualne grupy wsparcia. Demokratyczność, eksterytorialność i multikulturowość cyberislam, podyktowana charakterem medium – stanowi również o jego sile ideologicznej, która może przekładać się na rzeczywistość *off-line*.

Jak wspominałam wcześniej, w tym artykule pragnę przedstawić próbę etnograficznej eksploracji jednego z licznych portali muzułmańskich, zwanych czasami cybermedynami. Posłużyłam się jedną z wielu wersji „etnograficznej analizy zawartości” (*ethnographic content analysis* – ECA), zaproponowaną przez Davida L. Altheide. Oto najważniejsze postulaty oddające ramy tego modelu, którego autor inspiracji poszukuje m.in. w teorii ugruntowanej:

Etnograficzna analiza zawartości opiera się na założeniu, że możliwe jest takie prowadzenie badań różnego rodzaju źródeł zastanych, aby odzwierciedlały one zasady etnograficznej pracy terenowej.

Celem takiej analizy może być zatem: pogłębiony opis pewnej społeczno-kulturowej rzeczywistości, odnalezienie związków pomiędzy jej elementami, a przede wszystkim odkrycie powtarzalnych wzorów działań lub znaczeń. Efekty społecznych interakcji czy też znaczenie ludzkich działań – obszary zainteresowań etnografii „terenowej” – mogą stać się przestrzenią badawczą w proponowanej tu perspektywie, przy czym każda cecha powinna być oglądana w kontekście innych, zaś analiza winna być dokonywana na drodze komparatywnej. Metoda ta również umożliwia zbieranie danych z różnych środowisk i łączną ich analizę – można zatem w duchu etnografii multisemiotycznej poddawać oglądowi teksty, obrazy, przekazy filmowe i dźwiękowe.

Etnograficzna analiza zawartości ciąży wyraźnie ku podejściu indukcjonistycznemu. Dopuszcza się tu na wstępnych etapach pracy zbieranie możliwie szeroko zestawionych danych bez precyzyjnie ustalonego celu i zakresu, aby uwrażliwić się na teren. Badacz powinien być nastawiony przede wszystkim na odkrywanie, (w dalszej zaś kolejności pojawia się dopiero weryfikacja). Zbieranie danych, analiza i interpretacja nie są poukładanymi chronologicznie – w ścisłym i dyscyplinującym porządku – etapami pracy badawczej. Jej przebieg powinien mieć charakter kołowy i zwrotny, co zapobiega wymuszaniu danych, a jednocześnie sprzyjać rozszerzeniu kontekstu,

ściślejszemu wiązaniu spostrzeżeń z terenem i uzyskiwaniu coraz większej gęstości. Zbieranie danych powinno przeplatać się z konceptualizacją i rekonceptualizacją problemu badawczego i analizą materiałów. Teren ma pozostawać otwarty, badacz zaś powinien wykazywać dużą elastyczność i unikać sztywnych procedur.

Uzbrojona w te założenia, które legitymizowały przyszłe działania, zabrałam się do kulturowego *entre*. Zgodnie z przekonaniem, że metody etnograficzne są przekładalne na badania w Internecie, zdecydowałam się na długotrwały kontakt z terenem. Dyskusyjna jest w wypadku badań w sieci „głębia zanurzenia”, żyje się bowiem w dwóch światach jednocześnie, przy czym ten realny – jak przynajmniej wynika z moich doświadczeń – niejednokrotnie dominuje nad terenem. Badacz jest jednocześnie na stanowisku i poza nim. Nie ma tu mowy o karnawalizacji terenowego doświadczenia, szoku kulturowym czy – przynajmniej na początkowym etapie pracy – o obustronnej przyjaźni z tubylcami. W badaniach wirtualnej przestrzeni znajduje jednak zastosowanie stawiany już przez klasyków badań terenowych postulat maksymalnej uważności, drobniagowego zbierania danych, szacunku dla szczegółu, który może tłumaczyć sens szerszej całości. Interesuje mnie zatem wszystko, co pojawia się w moim mieście: czytam i gromadzę informacje, świadectwa konwertytów, komentarze, pytania i odpowiedzi, zbieram obrazy i materiały filmowe, przeglądam „stolska na bazarze”, wreszcie jestem forumowym lurkerem, robię notatki terenowe.

A oto jak wygląda badana cybermedyna. Na podstawie treści zamieszczanych w informacyjnej części portalu, jego struktury i zawartości poszczególnych działów, można wnioskować, że promuje on pokojową koegzystencję w pluralistycznym ideologicznie społeczeństwie zachodnim i skupia muzułmanów odłamu sunnickiego o liberalnym nastawieniu. Jednocześnie jednym z jasno eksplikowanych celów jest pomoc w byciu muzułmaninem hołdującym islamskim wartościom, poprzez szeroko rozumianą edukację, porady duchownych i autorytetów, a także wielowątkowe dyskusje między użytkownikami. Portal otwarty jest również na dialog z niewiernymi – zarówno wyznawcami innych religii, jak i ateistami – co pełni podwójną funkcję: pozwala kreować pozytywny wizerunek muzułmanina i stanowi część programu misyjnego. Jednym z nieobowiązkowych kryteriów rejestracji na forum jest wyznanie – wśród członków islamicity dominują oczywiście muzułmanie, zaś w drugiej kolejności chrześcijanie, ale pojawiają się również buddyści, Żydzi, humaniści, agnostycy oraz ateści.

Źródłem informacji cennych dla etnografa jest dział pytania i odpowiedzi (Q&A). Wpisy odzwierciedlają problemy czy konflikty, do których w tradycyjnie rozumianym terenie być może nie mielibyśmy wglądu. Teren może uzupełniać, reformować, a nawet momentami wywracać do góry nogami wcześniej przyswojoną przez badacza wiedzę – do tradycji etnograficznego piśmiennictwa należy tryumfalna konstatacja: twierdzi się, że jest tak, ale teren pokazuje, że jest zupełnie inaczej. W Internecie – dzięki natężeniu informacji, ich dostępności, a często naiwnej wręcz bezpośredniości wypowiedzi, teren „uderza” w szczególny sposób. Każdy podręcznik o islamie zawiera informacje o tym, że muzułmanie modlą się pięć razy dziennie, przed modlitwą osiagają stan *haram* poprzez *ablucję*, mają zakaz picia alkoholu etc. Zasady te w opisach etnograficznych, w oparciu o terenowe obserwacje, ujawniają się przefiltrowane przez partykularny, kulturowy filtr. W obserwowanej przeze mnie wirtualnej społeczności najsilniej (prawdopodobnie z powodów, o których wspominałam wcześniej) uderzają problemy wynikające z zetknięcia islamu ze światem Zachodnim wyrażane między innymi poprzez pytania do imama: na przykład czy muzułmanin może używać

perfum na bazie alkoholu? Czy przy rytualnych ablucjach można mieć pomalowane paznokcie? Czy chory na serce muzułmanin może przyjąć przeszczep od niewiernego? To z kolei pokazuje, że Internet może być traktowany, z pewnymi ograniczeniami, jako istotne źródło wiedzy etnograficznej.

W Internecie trudna do zrekonstruowania jest zwłaszcza charakterystyka społeczna naszych „informatorów”, twórców tekstów, które badamy (a takiej rekonstrukcji pomagają się niektórzy autorzy). Kto stawia wcześniej przytoczone pytania: konwertyci, a może drugie pokolenie imigrantów? Takie trudności powinny być uwzględniane już na etapie formułowania celu badań, niektóre bowiem cele są znacznie trudniejsze (jeśli w ogóle możliwe) do osiągnięcia niż inne. A jednak czegoś możemy dowiedzieć się o informatorach.

Islamicity.com został stworzony w Ameryce i jej mieszkańców głównie obsługuje. Jednocześnie jednak ma działy regionalne, które odnoszą się do problemów i opinii ludzi żyjących na innych kontynentach, którzy sprawnie posługują się językiem angielskim. Na forum obecność swoją zaznaczają osoby mieszkające w Indonezji, Turcji, Maroku, Francji, RPA, Arabii Saudyjskiej, Sudanie czy Indiach. Dobra znajomość angielskiego sugeruje, że przedstawiciele innych krajów (również frankofońskich) mają staranne wykształcenie. Wielu zresztą pisze o tym wprost, przedstawiając się jako absolwenci uniwersytetów, wielbiciele literatury angielskiej, prawnicy, lekarze czy nauczyciele. Drobiazgowy przegląd postów i profili użytkowników pozwala stwierdzić, że w islamicity spotykają się muzułmanie o różnym pochodzeniu, doświadczeniach życiowych i religijnych – konwertyci i urodzeni muzułmanie, mieszkańcy kilku kontynentów i wielu regionów, imigranci brytyjscy i amerykańscy, mieszkańcy krajów zislamizowanych, których dzielą dodatkowo tradycje pochodzące z sunnickich szkół prawnych.

Pełna weryfikacja tożsamości każdej z osób na forum nie jest możliwa, choć oszustwa w islamicity wykryć jest dość prosto. Język tego forum jest specyficzny, łączy English przeplata się tu z transkrypcjami arabskich słów i wyrażeń. Równie charakterystyczny jest sposób argumentowania poprzez odwołanie do autorytetu hadisów, czasami z wykazaniem łańcucha ich autorów. Stosunkowo łatwa do zweryfikowania jest również „lokalizacja” – ludzie lubią pisać o realiach życia w miejscu zamieszkania. Zresztą, jeśli zaistniałaby taka konieczność, można przeprowadzić mozolny test spójności autobiograficznych relacji. Każde miejsce w przestrzeni Internetu jest tworzone przez konkretnych ludzi, którzy często przez kilka lat z rzędu zamieszczają tam swoje opinie, wyznania, opisy życiowych doświadczeń, zdjęcia, filmy, komentarze zewnętrznej i wirtualnej rzeczywistości, wchodzą w powtarzalne interakcje z innymi użytkownikami, wreszcie „okazują” emocje i uczucia.

Zaciekawiona faktem, że jeden z seniorów na forum i „lokalnych” autorytetów, zastosował taki skrót imienia swej interlokutorki, który po angielsku oznaczał „oszustwa” (co zresztą wzbudziło jej gwałtowny sprzeciw), zgromadziłam i ułożyłam datami wszystkie posty tej użytkowniczki z różnych działów forum z ostatnich dwóch lat. Nie udało mi się wprawdzie wykryć oszustwa, ale za to ułożyły się w całość i potwierdziły wzajemnie duże fragmenty jej biografii. Nigdy nie możemy być jednak pewni, kto – parafrazując profesora Kurczewskiego (2006: 11-13) – kryje się za postacią perskiej księżniczki. Istnieje jednak możliwość patrzenia na tego rodzaju teksty w duchu Goffmana, jako na kulturowo zdeterminowane role i społeczne przedstawienia, niekoniecznie zaś jako na atrybuty realnych ludzi.

Przyglądając się dyskursowi poświęconemu islamowi zauważyć można symboliczne

punkty węzłowe, wokół których ogniskuje się konflikt wartości. Jedną z takich kluczowych kwestii jest zasłona. W zależności od regionu przybiera ona różny charakter i rozmiar – od hidżabu, czyli chusty czarnej lub wzorzystej na różne sposoby wiązanej na głowie, która może być uzupełniona przez zasłonę na twarz (*nikab*) po szczelnie otulające całą sylwetkę czarne czadory lub błękitne burki. Niezależnie od formy, na Zachodzie zasłona jest jednym z kluczowych wątków dysputy o świecie islamu. Zważywszy na poziom emocji, jaki towarzyszy dyskusjom o chustce, musimy uznać, że nie chodzi o kawałek kolorowego materiału, ale o jeden z istotnych symboli w walce o wartości pomiędzy oboma obszarami cywilizacyjnymi. Zasłona jest argumentem w dyskursie feministycznym, bywa przedmiotem satyrycznych rysunków, ustosunkowują się do niej głowy państw, staje się tym samym istotną częścią debat politycznych nad kwestią integracji muzułmanów. Przykładów jest co najmniej kilka. W niektórych państwach zasłanianie twarzy w miejscach publicznych jest prawnie zakazane (Belgia, Francja), w innych trwają polityczne dysputy dotyczące tej praktyki (na przykład Hiszpania, Niemcy). Często pada argument, że zasłona wyraża idee, które nie tylko stoją w opozycji, ale na swój sposób zagrażają wartościom składającym się na tożsamość narodową w konkretnym państwie. W tym dyskursie biorą udział najbardziej znani europejscy politycy – jak chociażby Nicolas Sarkozy prezentujący dość twardą linię polityczną wobec burki na terytorium Francji. Oto fragment słynnego, oklaskiwanego przez polityków francuskich i krytykowanego przez muzułmanów z całego świata przemówienia, które prezydent Francji wygłosił w Congrès de Versailles dwudziestego drugiego czerwca 2009 roku.

Problem burki nie jest problemem religijnym, raczej kwestią wolności i godności kobiety. To nie jest to symbol religijny, ale znak uległości i poniżenia. (...) Burka nie jest mile widziana we Francji. (...) W naszym kraju nie możemy zaakceptować więźniarek za parawanem, odseparowanych od życia społecznego, pozbawionych tożsamości. To nie jest nasz pomysł na wolność.

(www.lepost.fr)

Zasłona bywa wreszcie przedmiotem artystycznych parafraz i fantazji o erotycznym podtekście, streszczając tym samym obraz kobiety Wschodu tkwiący korzeniami w dyskursie orientalistycznym. W Internecie krążą i są komentowane również przez muzułmanów zdjęcia roznegliżowanych kobiet w zasłonach na tle orientalnych dekoracji albo zachodnich modelek stylizowanych na odaliski w reklamowych fotografiach.

Postanowiłam zatem, przy użyciu etnograficznej analizy zawartości, podjąć próbę zrekonstruowania znaczeń, jakie przypisywane były przez użytkowników islamcity zasłonie. Na etapie pracy, który tu omawiam, nie zważałam na pozytywny czy negatywny charakter stwierdzeń. Koncentrowałam się wyłącznie na treściach wypowiedzi uczestników różnych działów forum islamcity.com, nie brałam zaś pod uwagę obrazów, które pojawiały się na portalu. Interesowały mnie ramy znaczeniowe, symboliczny kontekst, w którym zasłona była umieszczana. W rezultacie analizy dwustu postów, w których treści pojawiło się hasło hidżab, powstała wstępna pajęczyna kategorii, które do owych ram znaczeniowych się odnoszą. Ta pajęczyna w przyszłości będzie rozbudowywana i weryfikowana w innych środowiskach danych, aż do chwili nasycenia.

Wśród postów dominowały wypowiedzi odnoszące się do osobistych doświadczeń z hidżabem. Zdarzały się komentarze do wydarzeń zewnętrznych, które w jakiś sposób dotyczyły zasłony, jak również opinie formułowane przez mężczyzn lub

nie-muzułmanów. Noszenie zasłony było rozważane na czterech poziomach. Po pierwsze zasłona traktowana była jako istotna część składowa doświadczenia religijnego. W najbardziej osobistym sensie mogła być przedstawiana jako droga wybierana przez kobietę w dążeniu do samodoskonalenia w islamie, czyli do pełnego podporządkowania się woli i prawom Allaha. W tym kontekście założenie zasłony stawało się ważnym krokiem w osobistym dżihadzie, walce z pokusami zewnętrznego świata, własną próżnością i innymi wadami, których pokonanie prowadziło do bycia lepszą muzułmanką. Bardziej kategoriyczne w swej wymowie były wypowiedzi, w których noszenie hidżabu przedstawiane było jako *fard* – jeden z ustanowionych przez Boga i przekazanych przez Posłańca obowiązków muzułmanki. Tu najczęściej powoływano się w argumentacji na autorytety i hadisy, które potwierdzały taki sposób patrzenia na zasłonę. Ale noszenie hidżabu to również działanie cementujące muzułmańską wspólnotę lub – odwrotnie – zasłona jako temat wzbudzający kontrowersje, prowadzić miał do *fitny*, czyli do dezintegracji muzułmańskiej społeczności, wewnętrznych waśni i rozłamów.

Na innym poziomie decyzja dotycząca hidżabu wiązana była z biograficzną zmianą (przy czym rzecz mogła dotyczyć biografii własnej lub życia kobiet muzułmańskich w ogóle). Założenie hidżabu stawało się zatem kamieniem milowym w doświadczeniu konwertytek lub było naturalną konsekwencją procesu dojrzewania, w wyniku którego pojawiała się potrzeba albo gotowość do przyjęcia zasłony.

Najwięcej jednak wypowiedzi odnosiło się do dwóch pozostałych kategorii, które umownie mogą być nazwane stylem życia i ekspresją „ja”. Warto zauważyć, że te kategorie są sobie bliskie, lecz niezupełnie ze sobą powiązane. Podstawowa różnica tkwi w sposobie ujmowania problemu. W kategorii „styl życia” mieszczą się wypowiedzi oceniające z punktu widzenia estetyki czy mody hidżab, jego rozmaite warianty i sposoby wiązania. Tu również dyskutowano kwestie piękna (lub jego braku) i skromnego uroku kobiet skrywających się za zasłoną, jak również oceniano zdjęcia modelek prezentujących muzułmańską modę. W przypadku „autoekspresji” w wypowiedziach bardziej lub mniej explicite pojawiała się kwestia tożsamości – kulturowej, płciowej czy religijnej. Hidżab był zatem częścią szerszej dyskusji nad tożsamością, której istotnym kontekstem społecznym stawał się Zachód wraz z jego odmiennymi wartościami, które mogły być dwojako interpretowane. Z jednej strony jako niedające się pogodzić z islamem i stojące w opozycji względem wartości muzułmańskich – wówczas akcentowano nieprzychylny stosunek do muzułmanów, a zwłaszcza obsesyjną krytykę kobiet decydujących się nosić hidżab. Z drugiej jednak strony świat Zachodu przedstawiany był jako miejsce życia, do którego norm muzułmanie obu płci – nie zrzucając fundamentalnych zasad religii – powinni starać się dostosować.

Drugą płaszczyzną odniesienia stawała się *umma* sprawująca kontrolę nad swoimi członkami i wypracowująca wzory zachowania. Była ona zatem widziana z dwójakiej perspektywy – jako środowisko, do którego przynależą autorzy wypowiedzi, a więc najbliższe otoczenie społeczne, które w bezpośredni sposób wpływa na zachowania swoich członków, ocenia je i komentuje oraz jako szerszy i bardziej odległy kontekst społeczny. W tym drugim wypadku *umma* jawiła się jako środowisko wypracowujące normy i lokalne lub ogólnie muzułmańskie wzorce.

Hidżab był rozumiany również jako wyznacznik tożsamości kulturowej i religijnej. I znów mogło chodzić o makro- albo mikroskalę. Prawo do zasłony – jeśli rozpatrywane w odniesieniu do norm zachodniej kultury – było opisywane jako jeden z esencjonalnych aspektów bycia muzułmanką, zaś niechęć członków społeczeństw

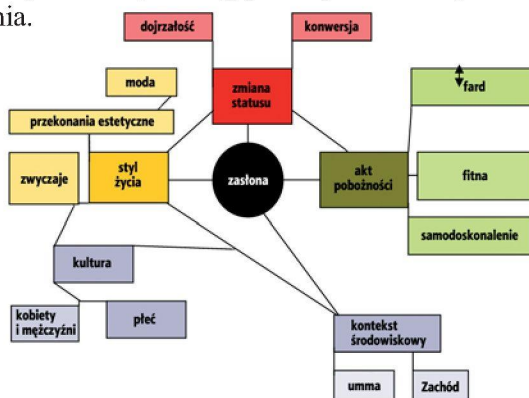
zachodnich względem hidżabu interpretowana była jako wyraz fundamentalnego niezrozumienia kultury muzułmańskiej, a nawet objaw ksenofobicznego lęku przed islamem. Innym wymiarem było lokowanie hidżabu (i innych form zasłony) w kontekście konkretnych, regionalno-kulturowych obyczajów, które niekoniecznie obowiązywać muszą w całym świecie islamu.

Inną formą związku zasłony z autoekspresją była kwestia dwupłciowości. Hidżab bywał zatem rozpatrywany jako znak i atrybut kobiecości, który streszcza podstawowe cechy i skłonności, jakimi powinna charakteryzować się kobieta, takimi jak skromność, przywiązanie do tradycji, poświęcenie dla rodziny, wierność względem męża, etc. Te cechy były przeciwstawiane męskim skłonnościom, które przez Boga zostały zaprojektowane jako zupełnie różne. I tu do głosu dochodził Zachód widziany przede wszystkim jako miejsce, w którym mieszają się porządki, a konwencja społeczna zakłada naturalny, ontologicznie uzasadniony stan rzeczy. W takim ujęciu noszenie zasłony bywało rozumiane jako wyraz siostrzanej solidarności muzułmank, które decydują się trwać przy tradycyjnych wartościach wbrew przesyconemu relatywizmowi zachodniemu otoczeniu.

Przedstawione powyżej znaczenia przypisywane zasłonie zostały zaledwie naszkicowane. Z uwagi na ograniczony zakres badań nie można również uznać uzyskanych wyników za reprezentatywne dla muzułmanów jako całości. Przeprowadzone badania wskazują jednak – przynajmniej w odniesieniu do konkretnego wirtualnego terenu – na przydatność etnograficznej analizy zawartości jako narzędzia pozyskiwania danych w Internecie. Warto podkreślić, że zastosowana strategia jest szczególnie użyteczna na początkowych etapach badań, kiedy zmierza się do rozpoznania terenu i możliwie najszerzego udokumentowania problemu badawczego, który następnie może być zgłębiany przy użyciu innych narzędzi.

Doświadczenia nabyte podczas pracy w islamicity pozwalają potwierdzić przyjęte założenia dotyczące muzułmanów w sieci. Hidżab jest rozumiany przez muzułmanów jako istotny symbol, za którym kryje się złożony system znaczeń. Zachodnie interpretacje zasłony, czy szerzej – pozycji kobiety w islamskich środowiskach – wydają się katalizować postawy samych muzułmanów, którzy w sposób bardziej świadomy i silnie zideologizowany patrzą na kwestię tradycyjnego ubioru kobiety.

Zróznicowanie prezentowanych postaw i lokalnych tradycji, jakie za takimi postawami często stoją, pozwala z kolei potwierdzić, że sieć nie jest bezpośrednim odwzorowaniem rzeczywistości. Dzięki eksterytorialnemu charakterowi pozwala na komunikowanie się osób pochodzących z różnych środowisk społecznych i etnicznych, stając się współczesną agorą o niespotykanych wcześniej rozmiarach i możliwościach, nowym wydaniem „melting pot” i przestrzenią otwartą dla społecznych negocjacji znaczenia.



Literatura:

- Adamu U. A., Islam and the Internet, www.kanoonline.com/publications/islam_and_the_internet.htm, 2002, (27.10.2010).
- Altheide D. L., Reflections: Ethnographic Content Analysis, *Qualitative Sociology*, 10 (1), 1987, s. 65-77.
- Androutsopoulos J., Potentials and limitations of discourse-centered online ethnography, *Language@Internet*, 5 (8), <http://www.languageatinternet.de/articles/2008>, 2008, (27.10.2010).
- Baym N., The Emergence of Online Community, [w:] *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer Mediated Communication and Community*, red. Jones S. G., Sage, Thousand Oaks, London, New Dehli 1998, s. 35-68.
- Castells M., Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2003.
- Castells M., Społeczeństwo sieci, PWN, Warszawa 2008.
- Cavanagh A., Behaviour in Public? Ethics in Online Ethnography, http://www.cybersociology.com/files/6_2_ethicsinonlineethnog.html, 1999, (27.10.2010).
- Communities in Cyberspace, red. Kollok P., Smith M., Routledge, New York 2005.
- El-Tahawy A., The Internet is the New Mosque. Fatwa at the Click of a Mouse, www.arabinsight.org/aiarticle, 2008, (27.10.2010).
- Kozintes R. V., Netnography. Doing Ethnographic Research Online, Sage, Los Angeles, London, New Dehli, Singapore, Washington 2010.
- Kurczewski J., Wstęp: Lem, Baudrillard i Wielka Sieć, [w:] *Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu*, red. Kurczewski J., Wydawnictwo Trio, Warszawa 2006, s. 9-21
- Postman N., Technopol. Triumf techniki nad kulturą, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1995.
- Rheingold H., The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier, www.rheingold.com/vc/book, 2000, (27.10.2010).
- Widy M., Życie codzienne w muzułmańskim Paryżu, Wydawnictwo Akademickie Dialog, Warszawa 2005.

Źródła internetowe:

- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (07.08. 2010).
- <http://islamicity.com> (07.08. 2010).
- http://www.lepost.fr/article/2009/06/22/1588158_le-congres-de-versailles-en-un-clin-d-oeil.html (07.08. 2010).
- http://wyborcza.pl/1,75477,7909234,Dzis_Miedzynarodowy_Dzien_Rysowania_Mahometa_Pakistan.html (07.08.2010).