

Autor tekstu: **Katarzyna Bocheńska**

Wirtualny świat coraz częściej staje się przedmiotem badań i analiz. Jedną z płaszczyzn, coraz bardziej intrygującą, są gry komputerowe. O istocie tego zjawiska, tzw. „nowych mediach” rozmawiam z Mirosławem Filiciakiem, medioznawcą i autorem książki *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Katarzyna Bocheńska: W swoich wypowiedziach (między innymi w publikacji *Wirtualny plac zabaw*) na temat roli gier komputerowych podkreśla pan, że środowiska akademickie wstrzeźliwie zachowują się wobec doniosłości tej grupy mediów. Co jest tego zasadniczym powodem?

Mirosław Filiciak: Myślę, że ta sytuacja się zmienia, czego najlepszym dowodem jest poznańska konferencja, organizowana już po raz drugi i znów notująca imponującą liczbę zgłoszeń. Gry przebijają się do świata nauk humanistycznych i być może czas przestać już mówić, że są uznawane za pariasa kultury — mam wrażenie, że już tak nie jest. Oczywiście wciąż jest problem rozbieżności w wizji kultury, jaką mają różni badacze. Jednak dla osób zajmujących się mass mediami gry stały się kolejnym, po filmie, kinie, telewizji i Internecie obiektem refleksji. To w pewnej mierze efekt wejścia do nauki nowego pokolenia, ale też wynik oczekiwań studentów, którzy coraz częściej oczekują, że na uczelniach zostaną przygotowani do analizy całego współczesnego pejzażu medialnego, a nie tylko jego wycinka. A nie ma wątpliwości, że gry już dziś są medium silnie w kulturze obecnym, tak jak i trudno polemizować z tezą, że ich rola będzie rosła. Można się oczywiście spierać, czy to dobrze, ale w wypadku pytania o wzrost znaczenia gier zabawa w przewidywanie przyszłości jest akurat wyjątkowo bezpieczna.



W czym tkwi potencjał gier komputerowych?

Ten potencjał ma różne wymiary. Nie chcę żeby źle to zabrzmiało, ale przede wszystkim — ogromny potencjał ekonomiczny. Ta dziedzina rozrywki otwiera dla producentów zupełnie nowe możliwości, bo gdzie indziej klienci płacą za wirtualne przedmioty prawdziwymi pieniędzmi? A w wypadku gier sieciowych taka usługa staje się coraz popularniejsza. Zresztą podłączenie do Internetu konsol do gier sprawia, że gry stają się jedną z „bram” do innych mediów, które zresztą coraz częściej się ze sobą łączą i nawzajem uzupełniają (widać to choćby na przykładzie gier i filmów, których fabuła jest osnuta wokół tych samych postaci, ale różne produkty „dopowiadają” różne części historii). Wierzę jednak, że chodzi nie tylko o pieniądze. Wybitny niemiecki filozof Walter Benjamin pisał o filmie, że to medium odpowiada sposobowi myślenia mas w XX wieku, jego logika jest zgodna z przemianami społecznymi — kino jest sztuką bardziej od poprzedników demokratyczną, a dużą rolę odgrywa w nim wymiar technologiczny. W pewnym sensie w XXI wieku gry i Internet pełnią tę samą funkcję, choć oczywiście nie znaczy to, że „zabijają” starsze media. Przeciwnie —

wszystkie zmiany medialne są zdumiewająco do siebie podobne. Benjamin w latach 30. krytykował — jak pisał — „biadanie na starą nutę”, czyli krytykę kina jako medium, które zniszczy pewien rodzaj wrażliwości. Osobiście uważam, że żadne medium nie jest nam w stanie nic narzucić — to raczej technika nagina się do oczekiwań społecznych. Żyjemy w czasach, w których przyzwyczajeni jesteśmy do możliwości dokonywania wyborów i obcowania z technologią. Gry wideo na to zapotrzebowanie odpowiadają.

Mirosław Filiciak — adiunkt w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, sekretarz Polskiego Towarzystwa Badania Gier. Jest medioznawcą, zajmuje się kulturą cyfrową i możliwościami, jakie otwiera ona przed uczestnikami. Niedawno ukazała się jego książka *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*.

Tak więc, jaki jest człowiek w „nowych mediach”?

Media nie zmieniają ludzi. To ludzie zmieniają media. Sam termin „nowe media” to tak naprawdę termin polityczny, którego od blisko 40 lat używa się jako postulatu, żeby stworzyć środki przekazu wolne od wad mediów starych. Bertold Brecht, choć nie używał tego terminu, jeszcze przed II wojną światową pisał w taki sposób o radiu — które zamiast scentralizowanego systemu nadawania chciał przekształcić w system komunikacji społecznej, taki, jak dzisiejszy Internet. Jeśli zaś chodzi o przypadek współczesny, a więc wypełniające nasze życie coraz szczelniej media cyfrowe, to znów trzeba odwołać się do ideologii, bo na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Niektórzy teoretycy kultury uważają, że media cyfrowe uwalniają nas spod dyktatu producentów, dają niespotykaną wcześniej autonomię, pozwalają wybierać i dokonywać decyzji, wymieniać informacje i gromadzić wiedzę poza oficjalnym systemem (czego dobrym przykładem może być choćby „amatorska” Wikipedia, dorównująca pod każdym względem największym tradycyjnym encyklopediom). Inni z kolei uważają, że to tylko kolejny, tyle że bardziej wyrafinowany sposób zniewolenia — mamy iluzję wolności, ale tak naprawdę musimy wybierać z katalogu rozmaitych produktów. Paradoksalnie wybieranie stało się przymusem. Nie można powiedzieć, kto ma rację. Osobiście uważam jednak, że obowiązkiem medioznawcy jest pomaganie w rozumieniu procesów rządzących mediami. Bo nie mam wątpliwości, że świadomy odbiorca medialny, choćby z tego względu, że to on płaci, nie stoi w konfrontacji z producentem na straconej pozycji.

Biorąc pod uwagę swoje doświadczenia i wiedzę, czy zaryzykuje pan orzeczenie, iż dochodzimy do schyłku dyskusji piętnujących alienację, zaniechanie kontaktów międzyludzkich wywołanych udziałem mediów internetowych w naszym życiu?

Nie ma wątpliwości, że sposób mówienia o Internecie i towarzyszącym mu mediach uległ zmianie. Kiedy jeszcze sieć była ciekawostką dla wybranych, wydawało się, że nowe medium rozsądzi stare struktury społeczne. I co? Dekadę później blisko 40% Polaków korzysta z sieci, a mimo to kontaktujemy się ze sobą. Wiele osób Internet ignoruje i dla nich świat nie zmienił się w ogóle. Każdy nowy wynalazek zostaje oswojony kulturowo, nie ma możliwości, by jedna technologia wyrzuciła świat do góry nogami. Kiedy pojawiły się pierwsze telefony, publikowano raporty medyczne dowodzące, że człowiek, w którego domu w każdej chwili może zadzwonić telefon nie wytrzyma tej presji i popadnie w szaleństwo. Dziś takie teorie nas bawią. Sieć stała się kolejnym z wielu mediów, dokonała raczej zmiany ilościowej niż jakościowej. Na pewno poszerzyła możliwości kontaktów międzyludzkich, ale badania

pokazują, że często przez sieć rozmawiamy z tymi samymi osobami, z którymi rozmawiamy przez telefon i spotykamy się twarzą w twarz. To potężne medium, ale tylko medium. Obecnie jeśli toczy się wokół niego jakiś spór, to ten, o którym wspominałem — czy media cyfrowe zdemokratyzują życie publiczne i kulturę, czy umocnią monopol wielkich koncernów. Wiara w to pierwsze — będąca również moim udziałem — jest może naiwna, ale to główna obietnica mediów cyfrowych, zwłaszcza Internetu. (to *a propos* pytania 6 też)

Przyszłość gier to

Przyszłość gier to na pewno drażnienie niewykorzystanych jeszcze nisz rynku — czyli próba dotarcia do kobiet (nie tylko za pomocą kolejnych mutacji „Simsów”, ale też rozmaitych gier wspierających ćwiczenia fizyczne) i ogólniej — wszystkich tych, którzy uważają, że gry są dla nich zbyt skomplikowane. Coraz więcej firm idzie tym tropem, proponując zrezygnowanie z tradycyjnego gamepada i zastąpienie go kamerami, mikrofonami, matami czy czujnikiem ruchu, który pozwala na beztrudną i nieskomplikowaną zabawę przed telewizorem. Zapewne nasili się też niestety zjawisko „hollywoodyzacji” gier — już dziś budżety niektórych tytułów zbliżają się do poziomu wielkich produkcji filmowych, co sprawia, że wydawcy podchodzą do nowych, ryzykownych pomysłów z rezerwą. Zamiast otwierać się na świeże pomysły, wybierają kontynuację sprawdzonych hitów. Mimo to na rynku wciąż dzieje się wiele ciekawego, a powiew świeżości powinna wnieść wchodząca na rynek nowa generacja konsol. Sądzę, że zarówno gracze, jak i badacze gier, nie powinni się nudzić...



Z tego co pan mówi wyłania się dość pozytywny obraz gier. A jakie niosą zagrożenia?

Cóż, jak ze wszystkiego trzeba korzystać z nich z umiarem. Nie jestem pedagogiem ani psychologiem, ale wydaje mi się, że głównym źródłem nieporozumień narosłych wokół gier jest przeświadczenie tej części dorosłych, która nie zdążyła zetknąć się z grami za młodu, że elektroniczna rozrywka jest skierowana wyłącznie do dzieci. W rzeczywistości rządzą nią te same prawa co choćby kinem — są produkcje dla najmłodszych, ale i tytuły, po które powinni sięgać wyłącznie pełnoletni gracze. Tych ostatnich jest coraz więcej, bo pierwsze pokolenie graczy dorosło i to właśnie oni są szczególnie atrakcyjnymi klientami — w odróżnieniu od dzieci sami zarabiają na swoje potrzeby. W Polsce długo ten problem nie był uregulowany, ale niedawno branża gier zdecydowała, że na półkach sklepowych mogą pojawiać się wyłącznie gry z oznaczeniem PEGI — zawiera ono informację m.in. o wymaganym wieku gracza. To czytelna informacja dla rodziców. Mam jednak wrażenie, że zbyt mało się o tym mówi i nie wszyscy dorośli kupujący gry swoim pociechom mają świadomość istnienia takiej klasyfikacji. Inną sprawą jest oczywiście popularne w naszym kraju piractwo — nielegalne kopie gier rzecz jasna nie mają żadnych oznaczeń.

Czy nie uważa pan, że sprzedawanie tzw. artefaktów pozbawia tę zabawę autentyczności i uczciwości gracza, który sam powinien wspiąć się na wyżyny doskonałości?

Nie wiem, co powinien, a czego nie powinien robić gracz. Oczywiście płacenie za przedmioty, które istnieją tylko w cyberprzestrzeni może dziwić, ale to kolejny dowód, że obowiązują tam te same mechanizmy, co w świecie realnym i trudno je od siebie oddzielać. Masz pieniądze, możesz w prosty sposób ułatwić sobie grę i przy okazji awansować w hierarchii graczy. Gorzej, jeśli nie masz, ale tutaj z kolei pojawia się inna okazja: można mozolnie zdobywać wirtualne dobra i sprzedawać je innym graczom. Wiele osób jest zaszokowanych tymi praktykami, ale w pewnym sensie jest to rozwinięcie zjawisk, które znamy z rynku „fizycznych” przedmiotów. Przecież jeśli płacę kilkaset złotych za buty, których wyprodukowanie kosztowało ułamek tej kwoty, to w istocie kupuję nie kawałek skóry, sznurowadła i podeszwy, ale właśnie niematerialną otoczkę produktu. Wykreowane przez reklamę poczucie prestiżu, poprawienia jakości życia, pewnej ideologii, z którą mogę się zidentyfikować. Edward Castronova, znany amerykański badacz zajmujący się ekonomią gier sieciowych uważa, że produkcja w uniwersach gier sieciowych powinna być tak samo opodatkowana, jak prowadzenie biznesu w świecie rzeczywistym. W pełni się z nim zgadzam — choć zapewne kulturowe oswojenie tego zjawiska zabierze kilka lat, to nie ma od niego odwrotu.

Co w przyszłości jest nam w stanie zaoferować wirtualny świat?

Mam nadzieję, że coraz więcej okazji, by nie tylko kupować i konsumować, ale też tworzyć i uczestniczyć. Wierzę w edukacyjny potencjał gier, ale nie tylko na podstawowym poziomie, czyli „zamiast nudnej lekcji przyswoimy sobie to bawiąc się z komputerem”. Sądzę, że ludzie przyzwyczajeni do gier oczekują od mediów, że zapewnią im możliwość aktywności, ingerencji w przekaz. Chciałbym, żeby ten potencjał się nie zmarnował, ale przenikał do innych dziedzin aktywności. Dlatego kibicuję zjawiskom takim jak machinima - filmy animowane tworzone przy użyciu gier przez samych graczy — czy modyfikacje gier przez użytkowników. Gra to produkt, ale też proces, którym gracz może kierować. Może młodzi gracze będą stawiać producentom mediów coraz wyższe wymagania? Po trosze już teraz tak się dzieje — spójrzmy jak dziś konstruowane są choćby programy czy seriale telewizyjne. O telewizji zwykliśmy myśleć, że to medium promujące leżenie na kanapie, a dziś, w pogoni za zainteresowaniem użytkowników wiele produkcji tworzy wokół siebie całe społeczności, jest w dużej mierze współtworzona przez fanów. Przecież te „wirtualne światy” — światy mediów — są przedłużeniem naszej rzeczywistości. Zamieszkują je ci sami ludzie. Kultura gier jest elementem naszej kultury. Mam nadzieję, że nie będzie to tylko kultura podsuwana nam przez wielkie korporacje, ale także kultura współtworzona przez użytkowników.