

Alternate Reality Games – gry rzeczywistości alternatywnej – zjawisko graniczne

ALEKSANDRA MOCHOCKA

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Abstract

Alternate Reality Games – a fringe phenomenon

*Alternate Reality Games, typical of the culture of the 21st century, are a fringe phenomenon which fail to conform to the canonical definitions of games created in the 20th century. ARG are characterised by multimediality, information acquisition, massive participation resulting in collective intelligence, an illusion of reality, and an idiosyncratic form of narrativity. The article highlights the distinctive features of ARG as gleaned from the analyses of the prototypical ARG *The Beast*, as well as from formal definitions suggested by ARG practising scholars, and discusses them in the light of contemporary game definitions.*

Tytułem wstępu

Zgodnie z założeniem, iż najlepszym sposobem zaprezentowania danego zjawiska jest sprowokowanie odbiorcy do działania, Frank Rose (2007) wplata w tekst artykułu przedstawiającego kulisy powstania ARG *Year Zero* czerwone litery; wyodrębnione, dają ukrytą wiadomość. W podobny sposób rozpo-

czyniała się omawiana przez Rose'a gra stworzona w roku 2007 przez studio 42 *Entertainment* na zamówienie Trenta Reznora, wokalisty *Nine Inch Nails*:

[...] przypadkowe litery w terminarzu trasy koncertowej na plecach koszulki [sprzedawanej podczas inauguracyjnego występu] wydawały się nieco pogrubione. Dwudziestośmioletni fotograf z Lizbony, Nuno Foros, zdał sobie wtedy sprawę, że złożone razem litery o pogrubionej czcionce tworzą napis *i am trying to believe*. Foros zamieścił zdjęcie koszulki na forum fanów Nine Inch Nails, zwanym *the Spiral*. Ludzie zaczęli wpisywać „iamtryingtobelieve.com” w przeglądarki (tamże, akap. 1)¹.

Według Rose'a ARG to „nowy rodzaj fikcji interaktywnej, której gracze nie konsumują jedynie w sposób bierny” (tamże, akap. 5). W zakodowanym czerwonymi literami tekście Rose (2007) ilustruje tę myśl przykładem z *Year Zero*: „Zbadane na spektrografie cykanie świerszcza dało numer telefonu w Cleveland. Dwa miliony ludzi, które zadzwoniło pod ten numer, usłyszało głos kobiety w nocnym klubie, rozpaczliwie wykrzykującej, że zaraz umrze”.

ARG czyli *Alternate Reality Game* lub *Games* (gra albo gry rzeczywistości alternatywnej) mają za sobą równą dekadę. O ile jednak w piśmiennictwie anglojęzycznym znaleźć można liczne publikacje o ARG, w Polsce – choć pojawiają się już projekty naśladowujące w mniejszym lub większym stopniu wzorce zachodnie² – jest to nadal temat rozpoznany w niewielkim stopniu. Warty polecenia jest wprowadzający do tematu artykuł Marty Miklicz (2007). Autorka rozpoczyna tekst definicją ARG podawaną przez Wikipedię, a następnie przedstawia podstawowe założenia oraz chronologię projektów *The Beast*, *I Love Bees*, *The Art of the Heist* i *The Perplex City* – wychodząc ze słusznego, a wręcz niezbędnego w tym szczególnym przypadku założenia, że o nowym zjawisku nie da się mówić bez odwołań do praktyki (tamże, s. 161). Omawiając ARG, Miklicz koncentruje się na takich zagadnieniach, jak: rozumienie ARG jako sposobu narracji, adekwatnego do możliwości technicznych oraz potrzeb społecznych XXI wieku (tamże, s. 165-166); odgrywanie wiary w realność gry (tamże, s. 167); wspólny wysiłek i kooperacja graczy (tamże, s. 167-168); czy ostatecznie, wykorzystanie ARG w reklamie (tamże, s. 168-171).

Poniższy artykuł ma na celu pogłębioną analizę cech dystynktywnych zjawiska, po pierwsze – na przykładzie założycielskiego ARG, *The Beast*, i jego opracowań (uzupełnionych o odniesienia do kolejnego klasycznego projektu, *I Love Bees*); po drugie – wykorzystując sformalizowane definicje, propono-

¹ Cytaty z tekstów anglojęzycznych w przekładzie A. Mochockiej.

² Do miana „pierwsz[ej] na polskim rynku Alternate Reality Game” pretenduje Operacja Kapsel, projektowana przez Click5 dla Tymbarku (Szarek, 2009).

wane przez praktyków i jednocześnie teoretyków gatunku; po trzecie – zestawiając uzyskane wnioski z obowiązującymi definicjami gier. W ten sposób wyodrębnione cechy dystynktywne ARG pozwalają stwierdzić, iż pomimo niewątpliwej odmienności zjawisko to nadal mieści się w obszarze gier, jednocześnie zmuszając tak badaczy, jak i użytkowników, do przesunięcia granicy oddzielającej gry od innych typów działań.

***The Beast* jako prototypowa gra rzeczywistości alternatywnej**

Pierwszym klasycznym ARG była zrealizowana w 2001 roku *The A.I. Web Game / The Beast*. Pomysł na ARG wykryć można m. in. w dziele tak odległym, jak *The Club of Queer Trades* G.K. Chestertona z roku 1905 (Alexander, 2006, s. 9-10)³, czy w spiskowej legendzie miejskiej znanej pod hasłem *Paul is Dead* (Stewart, bez daty, akap. 1)⁴. Jednak dopiero twórcy finansowanej przez Micro-

³ Wspomniany tekst Chestertona to zbiór opowiadań w konwencji detektywistycznej, dotyczących spraw na pozór kryminalnych, a w gruncie rzeczy (co stanowi element zaskoczenia) jedynie niezwykłych czy dziwnych. Pierwsze opowiadanie, „The Tremendous Adventure of Major Brown”, mówi o emerytowanym wojskowym, który natrafia na splot niewytłumaczalnych zdarzeń i szuka pomocy prywatnego detektywa. W punkcie kulminacyjnym opowiadania okazuje się, iż w sposób nieuświadomiony wziął udział w grze, zaprojektowanej przez Adventure and Romance Agency, Ltd. Mr Northover, przedstawiciel agencji, wyjaśnia, iż każdy, kto zgodnie ze „współczesnym pragnieniem” chciałby urozmaicić swój żywot, może opłacić abonament i w zamian napotkać „zdumiewające i cudaczne zdarzenia”; „Opuszczając domostwo, zaczepiony zostaje przez podeksycytowanego kominiarza, zapewniającego o spisku na jego życie; wsiada do dorożki, i zostaje zawieszony do palarni opium; otrzymuje tajemniczy telegram albo pełną dramatyzmu wizytę, i tak natychmiast wrzucony zostaje w wir zdarzeń. Niezmiernie barwna i poruszająca opowieść zostaje pierwiej napisana przez jednego z naszych wybitnych nowelistów [...]” (Chesterton, 1905/2008, s. 29-30). I dalej: „[...] nie ma bardziej godnego pożałowania aspektu współczesności niż to, iż człowiek współczesny poszukuje artyzmu na siedząco. Jeśli życzy sobie podróży do krainy baśni, czyta książkę; jeśli pragnie rzucić się w bitewny zamęt, czyta książkę; jeśli chce się wznieść do nieba, czyta książkę; jeśli chce zjechać po poręczach schodów, czyta książkę. My damy mu te wizje, ale przy tym damy mu ćwiczenia, konieczność dawania susów od ściany do ściany, walki z nieznanymi dżentelmenami, biegu ulicami w ucieczce przed pogonią – bardzo dobre dla zdrowia i przyjemne ćwiczenia” (tamże, s. 30).

⁴ W 1969 w Wielkiej Brytanii, a następnie w Stanach Zjednoczonych, pojawiła się plotka o śmierci Paula McCartneya; w Stanach rozpoczęła się od artykułu w prasie studenckiej na Drake University (Beatlesbible, bez daty, s. 2, akap. 1; 7). Głosiła, iż McCartney zginął w wypadku samochodowym w roku 1966 i od tego momentu w *The Beatles* zastępował go sobowtór (tamże, s. 1, akap. 1-3). W październiku 1969 niezidentyfikowany słuchacz zadzwonił na antenie do prezentera radiowego Russa Gibba, ogłaszając, iż jeśli odsłucha się „Revolution 9” wstecz, usłyszy się potwierdzenie faktu śmierci McCartneya (frazą „number nine” miałyby brzmieć „turn me on, dead man”) (tamże, s. 2, akap. 3). Następnym etapem był artykuł Freda LaBoura; tym razem autor, opierając się na podsunętej prezenterowi wskazówce, wymyślił kilka kolejnych, łącznie z nazwiskiem nieistniejącego sobowtóra (s. 2, akap. 4). Gibb wyemitował godzinną audycję na ten temat i od tej pory plotka zaczęła już żyć własnym, międzynamodowym życiem (s. 2, akap. 6). Fani zaczęli doszukiwać się aluzji do śmierci muzyka, m. in. odsłuchując piosenki Beatlesów wstecz, wrywając z kontekstu tekstów piosenek znaczące frazy, doszukując się znaczeń w projektach okładek (np. przykładając lusterko do obrazka, co mogło dać numer telefonu albo zaszyfrowany przekaz, czy analizując układ cyfr i liter w przedstawianych na okładkach tablicach rejestracyjnych) (s. 3-5). Członkowie zespołu dystansowali się od tych działań. Po upływie kilku tygodni i publikacji prasowych *dementi* plotka wyciszyła się (s. 5).

soft i Dream Works gry – pomyślanej jako wsparcie promocyjne filmu Stevena Spielberga *Artificial Intelligence* – połączyli kilka nowatorskich elementów w spójną całość, odnosząc masowy sukces i wyznaczając kierunek rozwoju dla nowego gatunku.

Gra wystartowała bez jakiejkolwiek reklamy, a jej premiera nie była oficjalnie ogłoszona (McGonigal, 2003a, s. 4). Podsuwając trzy równoległe wskazówki (ukryte w trailerach filmowych oraz w plakatach promocyjnych), zaserwowano jedynie potencjalnym graczom, że jeśli poszukają dalszych tropów, będą w stanie odkryć jakąś intrygującą tajemnicę; co znaczące, nie wskazano na możliwość zdobycia jakiejkolwiek nagrody ani nie wyjaśniono zasad. Część trailerów i plakatów podawała nazwisko Jeanine Salla jako „terapeutki maszyn myślących”; w jednym z trailerów ukryto zakodowany numer telefonu; we wzór innego plakatu wpleciono niepokojący przekaz⁵ (Wikipedia, 2010). Każda z tych dróg prowadziła do dalszych strzępków informacji i poleceń. 11 kwietnia 2001 Cabel Sasser, programista z Oregonu, założył pierwszą i, jak się okazało, największą i najprężniej działającą internetową grupę dyskusyjną, *The Cloudmakers*⁶, do której w szybkim tempie dołączali kolejni użytkownicy (McGonigal, 2003a, s. 2), wspólnie rozpracowując podsunięte tropy⁷. Cytując Jane McGonigal:

Praca *The Cloudmakers*, i ogólnie cała rozgrywka, opierała się na wyszukiwaniu i interpretowaniu rozwoju fabuły i dowodów, które krążyły przede wszystkim po stronach internetowych i w e-mailach, ale także w rozmowach telefonicznych, faksach, w reklamach telewizyjnych i prasowych, jak również w sporadycznych wydarzeniach w czasie rzeczywistym. Graczom dawano do rozwiązania skomplikowane i czasochłonne łamigłówki, które mogły wymagać umiejętności w zakresie programowania, tłumaczeń, łamania zabezpieczeń, niszowej wiedzy o literaturze, historii i sztukach pięknych oraz brutalnym łamaniu kodów (McGonigal, 2003a, s. 2)

Według Seana Stewarta legenda miejska „Paul is Dead” zainspirowała Jordana Weismana do stworzenia projektu ARG („The A.I. Web Game”).

⁵ „Evan Chan was murdered. Jeanine is the key”.

⁶ <http://www.cloudmakers.org/>

⁷ 48 godzin po założeniu grupy the Cloudmakers liczyli sobie 153 uczestników, natomiast w dniu zakończenia gry (24 lipca 2001) było ich 7480, z dorobkiem 42 209 postów (McGonigal, 2003a, s. 2). W lipcu 2001 gra miała około trzech milionów unikalnych użytkowników (Kim, Allen, Lee, 2008, s. 38), z których – co nietypowe dla np. gier komputerowych – 50 procent stanowiły kobiety; standardowo natomiast najwięcej graczy mieściło się w przedziale od 16 do 25 lat (tamże, s. 40). W przypadku innego projektu ARG, *I Love Bees* z 2004 roku, początkowa liczba graczy wynosiła 100 osób, aby w przeciągu 12 tygodni wzrosnąć do trzech milionów; w tej liczbie mieściło się 100 000 aktywnych graczy. W pierwszym tygodniu gry na jednym z forów gracze wysyłali 50 komentarzy na każde 30 sekund; powstało ponad milion postów na forach oraz średnio 33 000 linii chatu dziennie (tamże). Warto przy tym pamiętać, że trudno dojść do ścisłych danych demograficznych dotyczących graczy, gdy gra nie wymaga rejestracji (McGonigal, 2008, s. 224).

Zagadki i zadania były zbyt trudne dla pojedynczej osoby, natomiast współpracujący gracze rozwiązywali je szybciej, niż mogli przewidzieć projektanci (także i oni pracowali w zwartej grupie⁸). Przywoływany przez McGonigal (2003a) Elan Lee zauważa, że chociaż twórcy *The Beast* poprzez odpowiedni dobór zadań wymuszali kooperację wśród graczy, nie spodziewali się jednak aż tak wielkiej siły społeczności (s. 2). Lee przytaczał anegdotę o tym, jak wszystkie zadania rozpisane w schemacie projektowym na trzy miesiące (łatwe – do pokonania w jeden dzień, trudniejsze – do pokonania w ciągu tygodnia itd., a także zagadki, których gracze najpewniej nie będą w stanie w ogóle pokonać) zostały przez The Cloudmakers rozwiązane w pierwszym dniu⁹ (tamże, s. 2-3).

Niemniej jednak podstawowe założenia projektowe udało się twórcom *The Beast* zrealizować. Jordan Weisman pragnął, aby projekt opierał się na czterech fundamentach: po pierwsze, gra ma być „archeologicznym” odtwarzaniem opowieści rozbitej na fragmenty, a zadaniem graczy jest zebranie ich w całość; po drugie, gra ma opierać się na współpracy w zespole, co podyktowane jest właściwościami Internetu¹⁰; po trzecie i czwarte, gra będzie atrakcyjniejsza („fajniejsza”) „jeśli nikt się nie dowie, kto ją tworzy i dlaczego” i „jeśli do ciebie przyjdzie przez tyle różnych kanałów, ile tylko się da” (Weisman, cyt. za Stewart, bez daty, akap. 3-7).

Niezmiernie ważny był aksjomat: gra nie ma okazywać, że jest grą (zasada *this is not a game* albo TINAG). Wśród elementów gry – zarówno 666 pierwotnie zaprojektowanych¹¹, jak i dodawanych później – zdecydowana większość należała do stron internetowych o celowo spreparowanych, uniemożliwiających identyfikację kodach, zaopatrzonych w „realistyczne” *pop-upy* powiadamiające o aktualizacjach oprogramowania czy reklamujące fikcyjne towary. Strony gry znakomicie podszywały się pod witryny, z jakimi na co dzień mieli do czynienia gracze (McGonigal, 2003a, s. 3). Założeniem projektantów było

⁸ W przypadku projektu *I Love Bees* z 2004 roku zespół projektowy liczył sobie 30 osób. Byli to: *storyteller* (literat odpowiedzialny za scenariusz), *community lead* (osoba monitorująca graczy oraz raportująca codziennie o wszelkich możliwych informacjach pojawiających się na temat gry w mediach), a także wsparcie techniczne i dźwiękowcy (odpowiedzialni za projektowanie, bezpieczeństwo oraz funkcjonowanie stron internetowych, tudzież przygotowanie plików audio będących wskazówkami w grze). (Kim, Allen, Lee, 2008, s. 39-40).

⁹ Za wzorem *The Beast* klasyczne „ARG podtrzymuje zainteresowanie graczy, generując nowe treści oparte na nieustannie aktualizowanym stanie gry. [...] Typowy cykl aktualizacji opowieści zabiera tydzień, co daje graczom czas, aby ją przemyśleć, zanim nastąpi nowe zdarzenie lub opublikowana zostanie nowa zagadka” (Kim, Allen, Lee, 2008, s. 38). Mamy tu do czynienia z nieustającym sprzężeniem zwrotnym pomiędzy projektantami a graczami.

¹⁰ Weisman „żywił przekonanie, które wszyscy podzielaliśmy, że jeśli o świecie umieścimy wskazówkę w tureckiej gazecie, przed obiadem będą o niej dyskutować po piwnicach dzieciaki ze szkoły średniej w Iowa” (Weisman cytowany przez Stewarta, bez daty, akap. 5).

¹¹ Przypadkowa zbieżność tej liczby z mitycznym numerem Bestii dała przyczynek nazwie projektu (Stewart, bez daty, akap. 12).

„stworzyć w sieci całkowicie samowystarczalny świat, głęboki na, powiedzmy, tysiąc stron, a następnie za jego pomocą opowiedzieć historię, posuwając fabułę naprzód wraz z cotygodniowymi aktualizacjami, ukrywając każdy nowy fragment opowieści w taki sposób, że potrzeba będzie zmyślnej pracy zespołowej, aby się do niego dokopać” (Stewart, bez daty, akap. 14). Przy tym, jak ujmuje to Stewart, „jeśli gra miała zgłaszać pretensje do rzeczywistości, bohaterowie w niej występujący musieli także być realni” (tamże, akap. 13)¹².

Dążenie projektantów do jak najpełniejszego mimetyzmu (oraz ich niewątpliwy sukces w tym zakresie) dały podstawę „mitowi Bestii”, a właściwie mitowi łatwowieznego czy też naiwnego uczestnika¹³. Media rozpisywały się o autentyczności, „pełnej rzeczywistości”, „kompleksowej iluzji rzeczywistości”; podkreślano zacieranie granicy między fikcją a rzeczywistością, jednocześnie zwracając uwagę, iż jest to potencjalnie niebezpieczne, zagrażające zdrowiu psychicznemu (i porządkowi publicznemu!) zjawisko (cyt. za McGonigal, 2003b, s. 6-7). Nową grę określono m. in. jako „**przerażająco** realną” (tamże, s. 6; podkr. A.M.), a „głęboki realizm szybko zaczęto zrównywać z czymś, w co można by uwierzyć”, obawiając się, iż gracze mogą mieszać grę z rzeczywistością, np. biorąc strony internetowe gry za autentyczne czy niezależne od gry (tamże, s. 6).

Do formułowania takich postaw przyczyniała się tworzona na bieżąco nomenklatura gry; terminem *rabbit hole* (królicza nora) określono ten element ARG, który jako pierwszy sprowokował graczy do wejścia w grę (tamże, s. 7). McGonigal zauważa, że taka metafora – nory – sugeruje przypadek, a nawet wypadek, akcydentalne zaangażowanie się bezwolnych graczy, którzy po prostu „wpadli do alternatywnego świata” (tamże). Nie tylko krytykowano zbyt (czyli szkodliwe) zaangażowanie się graczy (zbyt głęboką immersję), co czyniono już wcześniej w przypadku gier takich jak RPG czy MMORPG, ale przede wszystkim sugerowano, iż inaczej, niż w przypadku wspomnianych typów, nie podjęli oni decyzji o udziale świadomie (tamże, s. 8)¹⁴. Stawało to

¹² O tym elemencie wspomina też Dave Szulborski: „Szczególnie ważne jest stworzenie postaci, które wydają się realistyczne i interesujące. Wiarygodność i spójność dialogów, motywacji i zachowań bohaterów ARG jest kluczowa, ponieważ większość ARG zawiera interakcje między postaciami i Graczami” (2005b, akap. 7).

¹³ McGonigal (2003b) odwołuje się tu do koncepcji łatwowieznego widza powszechnej w filmoznawstwie prawie do schyłku XX wieku. Wedle tej koncepcji na pierwszych pokazach filmowych widzowie całkowicie i bezwładnie zatracali poczucie rzeczywistości, czego przykładem miały być np. ucieczki przed rozpędzonym (na ekranie) pociągami (s. 4-6).

¹⁴ Jak podaje McGonigal (2003b), wspomniane głosy pochodziły m.in. z *The New York Times*, *BBC News*, *USA Today*, *Kansas City Star*, *Joystick*, *AdWeek*, *Fox News*, *Wired*, i *Slate* (s. 6-7), pojawiały się także na licznych konferencjach czy sympozjach naukowych poświęconych grom. McGonigal przytacza m. in. anonimowego naukowca, który nazwał gry podobne do *the Beast* „schizofrenicznymi maszynami” (*schizophrenia machines*) (tamże, s. 2).

w sprzeczności z podstawowym warunkiem gry jako działania podejmowanego dobrowolnie (tamże, s. 9).

Jane McGonigal rozprawia się z „mitem Bestii”, proponując w zamian „efekt Pinokia”. Jak pisze:

Na pierwszy rzut oka wydaje się oczywiste, że *The Beast*, źródło założycielskich opowieści o łatwowierności ludzi grających w gry immersyjne, w ogóle nie mogłaby nikogo ogłupić. Sean Stewart [...] zawsze śmieje się, gdy pytam go o graczy biorących *The Beast* za rzeczywistość. „Gra osadzona jest w roku 2142 naszej ery”, przypomina mi nieraz. „Są w niej roboty-zabójcy i myślące domy. Jak ktoś mógłby się nie rozeznać?” (McGonigal, 2003b, s. 9-10).

Futurystyczne tło podawanych jako „autentyczne” zdarzeń służyło więc jako metakomunikat Gregory’ego Batesona, sygnalizujący wejście w zabawę: „Działania, które podejmujemy, nie oznaczają tego, co oznaczałyby czynności przez nasze działania reprezentowane”, ponieważ teraz właśnie chcemy się bawić (cyt. za: Schechner, 2006, s. 123-124). Nie była to mistyfikacja w rodzaju opisywanych przez Katie Hafner poczynąń Debbie Swenson, która do maja 2001 roku prowadziła stronę fikcyjnej nastolatki, Kaycee Nicole Swenson, umierającej na białaczkę (za Schechner, 2006, s. 158). Inaczej niż tysiące odwiedzających blog Kaycee ludzi, wierzących całkowicie w istnienie dziewczyny¹⁵ (tamże), uczestnicy *The Beast* zdawali sobie doskonale sprawę z tego, co robią. Według McGonigal (2003b) w ARG gracze świadomie i celowo stosują nie tyle zawieszenie niewiary (Coleridge’owskie *willful suspension of disbelief*), ile odgrywanie wiary (*performing belief* – pojęcie, które McGonigal buduje na rozważaniach Kendalla L. Waltona dotyczących *make-believe play*) (s. 9-10;

¹⁵ „Przez niemal rok tysiące ludzi wchodziło na stronę tego blogu, by śledzić jej wysiłki. Wielu czytelników nabrało poczucia, jakby ją znali; niektórzy prowadzili z nią regularne rozmowy przez telefon. Niektórzy posyłali jej prezenty. Cierpiący na raka mówili o niej, jak o natchnieniu” (Hafner cytowana przez Schechnera, 2006, s. 158). Autorka mistyfikacji przyznała się do swoich działań kilka dni po „odegranej” śmierci postaci nastolatki (tamże). Niektórzy z odwiedzających bloga zaczęli żywić podejrzenia co do jego autentyczności jeszcze przed „śmiercią” Kaycee, na podstawie np. nieścisłości medycznych czy identycznych błędów w pisowni na stronach Kaycee oraz udającej jej matkę Debbie Swenson („Kaycee chronicles...”, 2001, akap. 21-23). Po „śmierci” „córki” Debbie odgrywała rozpacz, ale fanów Kaycee zdumiało, jak szybko i cicho odbył się pogrzeb, odmówiono im też możliwości złożenia kwiatów czy kondolencji (tamże, akap. 25-26). Co charakterystyczne, do demistyfikacji doprowadziły m. in. skoordynowane działania grupy internetowej *the Scooby Doos* (ok. 50 osób) wyodrębnionej z uczestników otwartego bloga *Metafilter* – jej uczestnicy zaczęli zestawiać swoje wątpliwości oraz wykorzystywać narzędzia takie jak wyszukiwarki czy Photoshop (tamże, akap. 28-36; „Is it possible that Kaycee did not exist?”, 2001, wpisy z 18-20 maja). I dalej, „zmyślona przez Swenson historia była tak umiejętnie skonstruowana i tak przekonująca emocjonalnie, że **nawet w obliczu dowodów** mistyfikacji, wielu ludzi – wyrafinowanych weteranów Internetu – **odrzucało** sceptycyzm i **nie przestawało** w nią wierzyć (*continued to believe it*)” („Kaycee chronicles...”, 2001, akap. 10; podkreślenie – A.M.).

s. 15-16). Zasadniczą różnicę stanowi tu konieczność podjęcia działań (*performance*); gracze wychodzą od wewnętrznego zawieszenia niewiary, aby przejść do działań i potwierdzić oraz zademonstrować innym uczestnikom (istotne jest tu współdziałanie i współoddziaływanie) swoją **odgrywaną wiarę** w rzeczywistość gry (tamże, s. 15)¹⁶.

Efekt Pinokia jest, jak ujmuje to McGonigal, „pragnieniem, aby gra przestończyła się w prawdziwe życie, i odwrotnie, aby codzienne życie przestończyło się w «prawdziwą żywą grę»”¹⁷ (tamże, s. 1). W przypadku *The Beast* gracze dokładali wielu (podjętych jak najbardziej świadomie i celowo) starań, aby podtrzymać iluzję, że nie mają do czynienia z grą. Dwa tygodnie od rozpoczęcia gry pewien uczestnik opublikował na publicznym chacie listę 22 stron internetowych, z których tylko 6 odnalazł szukając wskazówek czy rozwiązując zagadki, pozostałe zaś odkrył, używając identyfikacji WHOIS (tamże, s. 10). Operatorzy gry przeoczyli taką możliwość, rejestrując wszystkie strony pod jedną nazwą; iluzja, że strony te stanowią niezależne witryny, upadła (tamże). Pozostali gracze zgodnie potępili takie zachowanie, uznając, że psuje zabawę, i wprowadzając zasadę kurtyny: „Hej wszyscy, nie próbujmy tu zerkać za kurtynę czarnoksiężnika”¹⁸ (tamże, s. 10-11). Problem nie leżał w wykorzystanym przez „przeniewiercę” narzędziu WHOIS (ostatecznie zespoły graczy posługiwały się już najrozmaitszymi technikami informatycznymi, co uważano za całkowicie dozwolone, „sportowe”, zgodne z niepisanymi regułami gry, kolejna techniczna sztuczka nie powinna więc wzbudzić tak wielkich kontrowersji), ale w zaburzeniu iluzji rzeczywistości. Techniki informatyczne dozwolone były w mniemaniu ogółu graczy jedynie w takim zakresie, jaki nie naruszał

¹⁶ Por. rozważania Katarzyny Prajzner (2009) na temat *make-believe* w ujęciu Waltona oraz Marie-Laure Ryan (s. 47-52). Warto przy okazji zauważyć, że w sekcji „Wolicjonalne zawieszenie niewiary” Prajzner podważa tezy Pimentela i Teixeira o „mentalnym przełączniku”, który zgodnie z Coleridge’owską zasadą pozwala użytkownikowi zagłębić się w wirtualny świat (tamże, s. 26). Autorka przytacza cytaty z Janet H. Murray w zmienionym brzmieniu, pisząc: „kiedy przedostajemy się do fikcyjnego świata, nie *zawieszamy* krytycznego zmysłu, ale wyzwalamy zmysł kreatywności” (tamże, s. 26-27, podkr. oryg.). W oryginale Murray (1997) mówi, że „nie **tylko** «zawieszamy» zmysł krytyczny, ale **ponadto** uruchamiamy kreatywność” („we do not merely «suspend» a critical faculty; we also exercise a creative faculty”) (s. 11; podkr. A.M.). Oryginalna myśl Murray wskazuje raczej na dwuznaczność zagłębiania się w fikcję – należy zawiesić niewiarę, ale ponieważ nie jest to warunkiem wystarczającym, trzeba także w sposób twórczy wzmocnić odczucie rzeczywistości doświadczenia (tamże). Także McGonigal, mówiąc o *performing belief*, nie odrzuca *the willing suspension of disbelief* (2003b).

¹⁷ Autorka używa tu zwrotu „a real little game” przez analogię do „a real little boy” – prawdziwego chłopca, w którego pragnął zamienić się Pinokio (a w filmie *A.I.* robot imitujący dziecko) (McGonigal, 2003b).

¹⁸ Pojęcie „kurtyny czarnoksiężnika” kojarzy się z powieścią L. Franka Bauma, *Czarnoksiężnik z Krainy Oz* (*The Wonderful Wizard of Oz*, 1900) i przedstawionym tam zwyczajnym człowiekiem, który utrzymuje iluzję magicznych mocy. W słynnej ekranizacji z 1939, gdy bohaterowie odkrywają tożsamość fałszywego czarodzieja, pada z jego ust (na darmo!) popularny w kulturze amerykańskiej cytat: „Pay no attention to that man behind the curtain” („Nie zwracajcie uwagi na człowieka za kurtyną”) (Dirks, bez daty).

kruchej warstewki fikcji ukrywającej sztuczny świat. Podobne przypadki – poświęcanie znaczącego wysiłku na skoordynowane działania w celu zatarcia fikcyjnego statusu gry – powtarzały się jeszcze wielokrotnie (s. 11-14).

McGonigal cytuje tu analogię Michaela J. Aptera do tłumy widzów, tygrysa i klatki; pusta klatka jest nudna, tygrys bez klatki – wzbudzi lęk, dopiero tygrys w klatce w przyjemny sposób zainteresuje audytorium. W ten sposób można zilustrować „ramę bezpieczeństwa” (termin Aptera), czyli oddzielenie gry od problemów codzienności a jednocześnie gwarancję, że gracze nie poniosą poza grą konsekwencji swoich decyzji w grze (s. 14). Jak trawestuje to McGonigal: celem projektanta gier takich jak *The Beast* jest „dostarczenie tłumowi tak środków, jak i motywacji, by zgromadzeni ludzie mogli mówić: «Jaka klatka? Nie widzę żadnej klatki!», **jednocześnie** wznosząc ochy i achy nad jej śliczną pozłacaną konstrukcją i zapierającą dech w piersiach wielkością” (s. 15, podkr. A.M.). Przedstawione spojrzenie na zabawę przypomina nie tyle zachodnioeuropejski racjonalizm – promujący rozumienie zabawy, która jest „Na niby / [...] / Na boiskach i w innych szczególnych miejscach / Podległa regułom / Głównie dla dzieci / Po pracy [...]” (Schechner, 2006, s. 140) – ile raczej przeciwstawną mu koncepcję *maja-lila*. Jak wyjaśnia Schechner, *maja-lila* to „pojmująca życie jako zabawę koncepcja filozofii hinduskiej, w której granice między «rzeczywistością» a «złudzeniem», «prawdą» a «fałszem» są nieustannie zmienne i w pełni przenikalne. Idea, że życie jest snem, grą, sportem, dramatem” (s. 136), że gra może toczyć się „Wszędzie / Dla każdego / Przez cały czas” (s. 140).

ARG miał być więc sposobem opowiadania, tak grą, jak i narracją. Co więcej, Stewart podkreśla, iż ARG powinno być środkiem wyrazu artystycznego, a immersja, jakiej mają doświadczać gracze, ma być porównywalna z doświadczeniem czytelniczego odbioru literatury (bez daty, akap. 12)¹⁹.

Projekt ARG cechował się szeregiem podobieństw do innych gier, na tyle właśnie, aby uczestnicy rozpoznali go jako grę, lecz jednocześnie wprowadzał kilka istotnych różnic. I tak, udział w grze nie wymaga jakichkolwiek narzędzi czy nośników, jakimi nie dysponowaliby gracze w życiu codziennym, nie wymaga też wcielania się w fikcyjną rolę. Nie istnieją granice między grą a światem poza nią. „Książkę można zamknąć, film ogląda się w kinie – ale ta Gra powinna umykać takim ograniczeniom” (Stewart, bez daty, akap. 9); nie funkcjonuje więc jasno wytyczony, wyodrębniony magiczny krąg gry. Według Borlanda i Kinga w ARG rozwiązanie zagadki czy wykonanie zadania pozwa-

¹⁹ Jane McGonigal (2006), zapytana o to, czy ARG projektowane jako element treści reklamowych może być sztuką, odpowiada, iż „dobrze zaprojektowana gra jest piękna. Doskonale skonstruowane doświadczenie, elegancko wykreślone interakcje, to forma sztuki. Jakakolwiek gra, nad którą pracuję, niezależnie od przeznaczenia, zalicza się do działań artystycznych” (akap. 39).

la przejść do następnego etapu, podobnie jak np. w grach komputerowych (z których tradycji nowy gatunek obficie czerpie). Inaczej jednak niż w tych ostatnich (według przytoczonych badaczy), przechodzący do kolejnego etapu gracz w ARG otrzymuje – zamiast punktów – nowy fragment opowieści czy też jeszcze jedno wyzwanie. Zasadnicza różnica między znanymi już postaciami gier a ARG leży zaś w zbiorowym uczestnictwie (badacze wprowadzają dalej frazę: *the „collective” detective*) (Borland, King, 2005, s. 22).

Kolejnym wyznacznikiem jest bezpośredniość doznań. „Gry rzeczywistości alternatywnej reprezentują nowy gatunek gier cyfrowych, zaprojektowany tak, aby zatrzeć granicę pomiędzy doświadczeniem gracza w cyfrowej rzeczywistości wewnątrz gry i w świecie realnym poza grą”²⁰ (Kim, Allen, Lee, 2008, s. 36). W pewnym sensie projekty ARG realizują założenia głębokiej gry (*deep play*) oraz ciemnej gry (*dark play*), tak jak rozumieją je m.in. Clifford Geertz czy Diane Ackerman, a przede wszystkim Richard Schechner (McGonigal, 2006, akap. 32-34). Kluczowa jest tu zwłaszcza Schechnerowska idea ciemnej gry, w której nie można postawić sztywnej granicy pomiędzy grą a rzeczywistością, obserwatorom trudno jest jednoznacznie określić, co należy do gry, a co do zwyczajnego świata, i nie każdy z uczestników – grając – zdaje sobie sprawę z tego, że bierze udział w grze (McGonigal, 2006, akap. 34; Montola, 2009, s. 15; Schechner, 2006, s. 140-144)²¹. Z drugiej strony, w przypadku ARG – inaczej niż w innych typach *pervasive games* – mamy do czynienia z efektem Pinokia, a gracze nie są bezwolnymi marionetkami (choć termin *puppet master* mógłby to sugerować)²². Jak mówi o innym wielkim projekcie McGonigal, „publiczny spektakl *I Love Bees* napędzany był świadomą decyzją, aby dostroić się do słuchowiska, nadawanego w Internecie i w sieci budek telefonicznych” (2005, s. 9).

²⁰ Pojęcie **przelamywania/przekraczania** granicy w odniesieniu do *pervasive games* stosuje m.in. Montola (2009). Sprzeciwia się mu Christy Dena (2009), akcentując, iż Montola niesłusznie skupia się na wybranej granicy, zakładając że wszyscy doświadczający zjawiska gier dzielą jednakowe przekonanie o jej istnieniu; pomijając już słuszność teorii *magicznego kręgu*, dla licznych (doświadczonych) użytkowników ta granica nie jest, czy też nigdy nie była, istotna (s. 172-173). McGonigal (2003a) pisze o *stereoscopic vision* (**widzeniu stereoskopowym/przestrzennym**) niezbędnym, by brać udział w *The Beast* – postrzeganiu jednocześnie rzeczywistości i struktury gry w celu uzyskania spójnej wizji świata (s. 3). Nie chodzi więc o rozdzielanie rzeczywistości zastanej i rzeczywistości gry i zacieranie tej granicy, ale o nakładanie (*layering*, jak proponuje McGonigal) dwóch planów postrzegania (tamże). Eva Nieuwdrop (2005) proponuje, aby (w ślad za propozycjami Goffmana) mówić nie tyle o murze wydzielającym magiczny krąg, ile o **ścianie komórkowej** (*cell membrane*), przez którą dochodzi do dwukierunkowej wymiany pomiędzy telicznym światem codziennego życia i paratelicznym światem gry (s. 1; s. 6).

²¹ U Schechnera ciemna gra wiąże się dodatkowo z zagrożeniem, nawet śmiertelnym (tamże, s. 141-142).

²² Wolna wola graczy a gry typu *power play* (wymagające raczej *puppet masters* niż tradycyjnie pojmowanych mistrzów gry) – patrz: McGonigal, 2007, s. 14-15.

„Ten rodzaj immersji czynił świat gry rzeczywistością nie tyle «wirtualną» (symulowaną) czy «wzbogaconą» (wzmocnioną), a bardziej rzeczywistością «alternatywną» (nałożoną)” (McGonigal, 2003a, s. 3). Łączyła się z tym następująca cecha *The Beast*: wszelkie minigry (zagadki, puzzle, wyzwania) miały dosłowne (w odróżnieniu od symbolicznego, typowego dla innych rodzajów gier) znaczenie diegetyczne (McGonigal, 2003a, s. 5). Było to, jak wyjaśnia McGonigal, wchodzenie w interakcje z *signifié*, różne od interakcji z *signifiant* (tamże). W ujęciu semiotycznym, jak proponuje Montola (2009), oznacza to, że ARG (mieszcząc się w szerszej kategorii *pervasive games*) opiera się przede wszystkim na związkach indeksacyjnych – inaczej niż tradycyjne gry, które korzystają z zależności symbolicznych oraz/lub ikonicznych (s. 20). To „robienie czegoś naprawdę” [*doing things for real*] (tamże)²³.

Inne definicje

Jak zauważa Dave Szulborski (2005), dla niewtajemniczonego obserwatora ARG może przypominać wiele zjawisk, od fenomenu religijnego lub duchowego (nawet powiązanego z sektą), przez „rodzaj kontroli umysłów lub spisków na wielką skalę” (Introduction, akap. 1, 2), grę komputerową, opowieść zamieszczoną w Internecie, po serię zagadek (tamże, akap. 10). Aby uniknąć wieloznaczności, wraz z rosnącą popularnością nowego zjawiska twórcy ARG przedstawiali więc kolejne bardziej lub mniej sformalizowane definicje, tak deskryptywne, jak i preskryptywne.

Po doświadczeniach z *The Beast* Weisman założył pracownię projektową 42 Entertainment. Credo firmy to hasła m. in. takie jak „doświadczenie/doznanie rządu”, „treść jest jego podporą”, „świat jest naszym teatrem”, „kultura uczestnictwa”, „tworzenie nowych środków przekazu”, „świat jako platforma”, „siła społeczności”, „prawo przyciągania”, „ukrywaj na widoku” czy „lokalne do globalnego” (42 Entertainment, bez daty). I tak np. firma deklaruje, iż „rozwijają oryginalne treści i własność intelektualną na styku tworzenia fabuł [*storytelling*] i projektowania gier”. „Ukrywaj na widoku” odnosi się do tego, iż „elementy opowieści, pomysłowo rozmieszczone na różnych dostępnych platformach medialnych, w skuteczny sposób przykuwają uwagę do standardo-

²³ W artykule z 2003 roku, McGonigal różnicuje *pervasive games* (jak np. *The Nokia Game*) i *immersive games* (do których zalicza ARG), koncentrując się na ich podejściu do diegezy oraz odmiennym statusie ontologicznym („to jest prawdziwa gra” a „to nie jest gra”) (s. 4-5). W klasyfikacji Montoli, Stenrosa i Waern (2009) ARG należy do *pervasive games*. W ich obrębie niektóre typy wykorzystują przede wszystkim związki indeksacyjne, a niektóre – w większym zakresie inne typy zależności.

wego przekazu” (tamże)²⁴. W tym ostatnim Weisman widzi szansę na dotarcie do umysłów współczesnych ludzi, którzy, jak ujmuje to przytaczający go Rose (2007), są tak „nasytzeni medialnie”, że „blokują wszelkie próby przebicia się z przekazem” (akap. 10). Rose przywołuje również twierdzenie Weismana, że skoro blokowanie dopływu informacji jest obroną przez utratą zmysłów, warto wybrać ukrywanie przekazu [*subdural approach*], a gdy odbiorcy odkryją jakąś informację, będą się nią dzielić w imię kontaktów fatycznych (tamże).

W poetyckiej autoprezentacji²⁵ Brooke Thompson (2010a), autorka współpracująca m. in. przy kampanii *Why so serious?* z roku 2007, wskazuje takie cechy ARG jak narracyjność, ludyczność, immersja poprzez badanie/eksplorację, nacechowanie społecznościowe, wielomedialność z akcentem na komunikację sieciową. Forma tej wypowiedzi ma, jak można wnosić, istotne znaczenie – wpasowuje się w nurt pojmowania ARG jako dziedziny pozwalającej na ekspresję artystyczną, innymi słowy - sztukę. Bardziej oficjalną definicję Thompson zaczyna od zastrzeżenia, iż ARG trudno poddaje się definiowaniu (2010b, akap. 1). Wyjaśnienia autorki można sprowadzić do następujących punktów:

- ◀ projekty ARG to „wielkie wspólne opowieści” (akap. 2), „powstające na skutek współpracy historie/opowieści” (akap. 3); głównym celem gry („największym wyzwaniem”) jest „poskładanie opowieści” (akap. 4);
- ◀ opowieść rozbita jest na fragmenty, które znaleźć można we wszelkich typach mediów, zapośredniczonych komputerowo lub nie (akap. 2);
- ◀ „twórcy/projektanci gry, nazywani *puppetmasters* albo PM, współpracują nad tworzeniem ram opowieści i narracji, tworząc i ukrywając fragmenty opowieści” (akap. 3);
- ◀ „gracze współpracują, zbierają te fragmenty i budują opowieść” (tamże);
- ◀ „wraz z rozwojem gry gracze oraz *puppetmasters* współpracują, dodając stopniowo kolejne elementy fabuły” (tamże); komunikacja pomiędzy

²⁴ ARG opiera się w przeważającej mierze na operowaniu informacją. Wspominając *I Love Bees*, McGonigal mówi o *meaningful ambiguity* – znaczącej niejednoznaczności – zagadek i zadań: „zestawowi danych brakowało przejrzystości formalnych, interaktywnych poleceń, lecz zachowywał wybitnie *sensowną* naturę. To znaczy: wybór i układ koordynat nie wydawało się *bezsensowny*. Przeciwnie, jego układ był na tyle uporządkowany i na pozór celowy, że obiecywał coś oznaczać, jeśli tylko odpowiednio do niego podejść” (2008, s. 25).

²⁵ „doświadczenia immersyjne / ich projektowanie, planowanie, rozwijanie / to właśnie robię / to zawsze robiłam / nie żebym zdawała sobie z tego sprawę mając pięć lat / kierując przyjaciółmi podczas popołudniowych zabaw / na zewnątrz, wewnątrz / przy basenie, na tarasie, na podwórku / świat rósł i odkrył Internet, i ja też / nigdy nie straciłam umiejętności zabawy lub zdumienia / świat też nie stracił / żyjemy w okablowanym świecie... świecie sieciowych połączeń / świecie który chce abyśmy go badali / doświadczali / świecie który ma do opowiedzenia historie / **ja opowiadam te historie** / na sieci i poza nią / łączą nas nasze doświadczenia / **ja projektuję te doświadczenia**” (Thompson, 2010a, podkr. oryg.).

puppetmasters a graczami jest niebezpośrednia, odbywa się poprzez „historię, wydarzenia, postacie” (tamże); „gry i opowieści mogą reagować, adaptować się i zmieniać pod wpływem doświadczenia gracza, zyskując znaczenie i siłę oddziaływania” (akap. 5);

- ◀ ważne jest doświadczenie immersyjne, zarówno graczy jak i projektantów gry (tamże).

Znaczenie opowieści jako najważniejszego elementu podkreśla Dave Szulborski (2005b): „Punktem wyjścia dobrego ARG jest opowieść. Bez niej jest bardzo mała szansa, że ukończony projekt będzie w stanie wywołać w Graczach pozytywne odczucia”; „Fabuła wymaga szczególnej uwagi, bo to na niej opiera się konstrukcja gry”. W swojej definicji Szulborski mówi, iż ARG to „interaktywne doświadczenie dostępne w trybie sieciowym, łączące rozgrywkę (*gaming*) i opowiadanie (*storytelling*) [...]” (s. 2). Porywająca fabuła i rozgrywka zespołowa są według Kima, Allena i Lee (2008) dwoma wyznacznikami odnoszącego sukces ARG (s. 38). Wyznacznikiem ARG (wyróżniającym je spośród innych gier elektronicznych, do których Kim, Allen i Lee ARG zaliczają) są „współdzielone przez graczy scenariusze, umożliwiające interakcję i współpracę w celu skonstruowania ostatecznego zakończenia opowieści” (tamże).

Warto jednak zauważyć, iż McGonigal (2006) zaprzecza narracyjności ARG, przynajmniej w jej tradycyjnym rozumieniu; jej zdaniem nie można mówić, że gry opowiadają historie albo rozwijają fabułę na temat bohaterów (akap. 42). „Tak całkiem szczerze, często nie mam pojęcia jaka jest «fabuła» oficjalnej opowieści tworzonej w grze, zanim gra się zacznie; gdy się kończy, mam szczęście, jeśli uda mi się uchwycić chociaż połowę fabuły” (tamże). W innym miejscu badaczka cytuje Stewarta: „Zamiast opowiadać historię, pokazywaliśmy świadectwa tej historii, pozwalając graczom, by sami ją sobie opowiedzieli” (McGonigal, 2008, s. 200). W przypadku *I Love Bees* gracze rozpoczęli od działań organizacyjnych, usprawniających dalszą rozgrywkę (Kim, Allen, Lee, 2008, s. 40). Wraz z rozwojem gry ze streszczeń i komentarzy publikowanych przez graczy zaczęła wyłaniać się spójna fabuła; strony graczy dostarczały projektantom materiału do pracy (tamże). Aż do zakończenia projektu gracze uważali, że opowieść jako całość jest znana projektantom w ostatecznym kształcie i że jako uczestnicy nie mają na nią wpływu – w rzeczywistości było wprost przeciwnie, jako że projektanci jedynie odpowiadali na rozmaite posunięcia graczy²⁶ (tamże).

²⁶ Ciekawa sytuacja miała miejsce podczas projektu *I Love Bees*: gdy gracze zaczęli rozpracowywać „Flea++”, maszynowy język wykorzystywany na jednej ze stron, projektanci wykorzystali kompendium graczy, aby tworzyć kolejne teksty w tym języku (McGonigal, 2008, s. 218-220).

Można więc spytać: „Jaka opowieść wynika z koordynat GPS, daty i godziny?” (McGonigal, 2006, akap. 42). Dopiero doświadczenia i emocje graczy, ich indywidualne historie, tworzą opowieść: „opowieść o tym, co czuli, czekając w umówionym punkcie, aż coś się zdarzy – oczekiwanie, adrenalina, paląca ciekawość. Historia o tym, jak się tam dostali [...]” (tamże). Według McGonigal mówić można jedynie o **narracji emergentnej** (*emergent narrative*), która tworzy „opowieść o grze, a nie opowieść podaną za pomocą gry” (akap. 43). McGonigal porównuje projektanta ARG do dramaturga (rozpisującego misję do wykonania), inspicjenta (wspierającego grę w świecie rzeczywistym, ale ukrytego za *zastłoną*) oraz historyka, archiwizującego przebieg rozgrywki (akap. 47). Gracze nie są przedstawiającymi przedmiotami (*performing objects*), lecz przedstawiającymi podmiotami (*performing subjects*) (akap. 59).

Przejdźmy do podsumowującej wcześniejsze ustalenia definicji ARG proponowanej przez IGDA (*International Game Developers Association*):

Gry rzeczywistości alternatywnej wykorzystują jako platformę „prawdziwe życie”. Nie istnieje bariera pomiędzy prowadzonym przez graczy życiem a prowadzoną przez graczy grą, nie ma też barier uniemożliwiających wejście do gry osobom niegrającym. Masowość jest tu mile widziana, jako że może się przydać każda życiowa umiejętność, nie tylko bezwzrokowe pisanie na klawiaturze czy mistrzowskie opanowanie przycisków na kontrolerze (<http://www.igda.org/alternate-reality-games>)

oraz definicji według *Alternate Reality Games (ARGology.org)*, inicjatywy IGDA ARG SIG:

Gry rzeczywistości alternatywnej (ARG) opowiadają historie za pomocą elementów narracyjnych rozmieszczanych na zróżnicowanych platformach medialnych. Zmienne elementy gry ukrywane są starannie przed graczami aż do odpowiedniego momentu wyznaczonego przez projektanta (projektantów). Rozgrywka wiąże się ze współpracą graczy przez e-maile, rozmowy telefoniczne, SMS-y, interakcje w czasie rzeczywistym oraz rozbudowane kontakty online. Gracze reagują najczęściej na narracyjne tropy rozrzucone na obszarze wielu form przekazu, w tym technologii, których nie kojarzy się zwykle z grami – inaczej niż projekty ARG, te ostatnie opierają się na pojedynczej platformie komunikacyjnej (np. gry na konsolę). Czyniąc tak, projekty ARG wymuszają na graczach przekraczanie granic stawianych przez gry jednogatunkowe. Zamiast żądać od uczestników wkroczenia w fikcyjny świat gry, projektanci ARG próbują wpleść grę w strukturę świata graczy, zaprzęgając w tym celu tyle technologii medialnych i interfejsów, ile się da. W ten sposób projekty ARG rozszerzają grę poza ekran komputera czy telewizora, skutecznie przekształcając świat w „planszę do gry” (mez, Bono, bez daty).

Definicje ARG – polska blogosfera

Arek Szulczyński (2009) zastrzega, iż trudno jednoznacznie określić zjawisko ARG; tym trudniej, im więcej jego cech dystynktywnych chcemy objąć (akap. 2). Dlatego też przyjmuje definicję najprostszą (tamże). Według Szulczyńskiego, ARG

to interaktywne opowiadanie historii, oparte na 2 aktywnościach: poszukiwaniu informacji i dzieleniu się informacjami przez grających. Kluczowymi cechami ARG są historia, gra i społeczność. Rozumiane tak naprawdę najszerzej jak się da (tamże).

Jak można rozumieć, w interpretacji Szulczyńskiego ważne jest, że ARG to zjawisko dynamiczne (patrz ryc. „Główne filary ARG”, Szulczyński, 2009). Historia (rozumiana jako zespół informacji o świecie gry, który w tym przypadku jest światem rzeczywistym) istnieje i bez projektu ARG, gra może nie dotyczyć ważnych dla fabuły ARG elementów, a społeczność może kierować swoje działania na nieistotne dla fabuły lub niezwiązane z grą cele. W pewnym punkcie te trzy filary łączą się:

Uczestnicy ARG wraz z postępem gry poznają kolejne wątki opowiadanej w Internecie, jak i w świecie rzeczywistym, fabuły (filar historii). Gracze żywo uczestniczą w opowiadaniu historii poprzez rozwiązywanie kolejnych zagadek czy odnajdywanie ukrytych w niej elementów (filar gry). Nie walczą jednak przeciwko sobie o główną nagrodę. Współpracują z innymi uczestnikami dla poznania szerszego kontekstu opowieści i dotarcia do jej finału (filar społeczności) (tamże, akap. 3).

Ważne są przedstawiane przez Szulczyńskiego cele gry i warunki wygranej – gracze mają poszukiwać informacji (akap. 2); „nie o główną nagrodę w ARG chodzi, a o czerpanie radości z faktu samego uczestnictwa w grze, rozwiązywania zagadek i ze znajdowania fantów będących częścią łamigłówek” (akap. 3). Szulczyński wymienia także główne elementy stanowiące o tożsamości gatunkowej tych projektów, takie jak **lalkarzy**, **kurtyne**, **króliczą norę**, **ślady**, „**to nie jest gra**”²⁷ (akap. 4), oraz rozpisuje pozostałe w podziale na rodzaj aktywności (grupowe – indywidualne) i miejsce występowania (*on-line* – prawdziwy świat). I tak np. klasyczne łamigłówki oraz minigry rozwiązuje się w ARG indywidualnie i *on-line*; *flash moby* i grupowe rozwiązywanie zadań są działaniami grupowymi w prawdziwym świecie (Szulczyński, 2009, ryc. „Składowe ARG...”).

²⁷ W cytowanym teście pisownia wielką literą bez pogrubienia.

Z kolei Sonia Fizek (2009), starając się przybliżyć zjawisko ARG polskim odbiorcom, dokonuje pewnych skrótów, np. podając jako zamiennik pojęcia ARG termin (w pisowni amerykańskiej) *viral advertizing*²⁸ (ARG może być jednym z rodzajów reklamy wirusowej, ale nie są to terminy tożsame) czy też nazywając *Puppet Masters* Mistrzami gry²⁹ (akap. 1, 2). Istotne z punktu widzenia teorii są w wyjaśnieniach Fizek kwestie celu gry i warunków wygranej w ARG oraz przepływu informacji i jej generowania. W ARG, jak widzi to autorka, informacja dotycząca opowieści generowana jest przez operatorów, gracze mogą ją natomiast odszukiwać i odkodowywać:

„Mistrz gry” (ang. Puppet Master) przekazuje pozostałym graczom fragmenty opowieści, wymyśla zagadki oraz układa misje. Wszystkie niezbędne informacje udostępniane są za pośrednictwem rozmaitych środków komunikacji [...]. Strzępki informacji mogą być ukryte w samym kodzie [...] To właśnie te skrzętnie ukryte wskazówki napędzają całą maszynę ARG i odkrywają przed graczami nowe wątki opowieści, z których można ułożyć logiczną całość (Fizek, 2009, akap. 2).

Celem gry jest więc zdobycie/odczytanie informacji i, jak Fizek zauważa dalej, rozpowszechnianie jej pomiędzy graczami.

Cechy dystynktywne projektów ARG a cechy definicyjne gry

Przytoczone definicje sprowadzić można do pięciu cech dystynktywnych, którymi będą:

- ◀ wielomedialność;
- ◀ raczej ukrywanie niż eksponowanie informacji; gra jest przede wszystkim systemem informacyjnym³⁰;
- ◀ masowość rozumiana nie tylko jako rozmach operacyjny (wielka liczba użytkowników), ale przede wszystkim jako zaangażowanie zbiorowej inteligencji;
- ◀ iluzja rzeczywistości z naciskiem na dosłowne znaczenie diegetyczne zastosowanych elementów;
- ◀ narracyjność (opowiadanie historii).

Jak mają się realizacje ARG do klasycznych definicji gier? Posłużyć się tu można przygotowanym przez Katie Salen i Erica Zimmermana (2004) opisem

²⁸ Zgodnie z obowiązującą pisownią powinno być: *advertising*.

²⁹ Patrz – McGonigal, 2007, s. 4-5.

³⁰ Patrz – Salen i Zimmerman, 2004, s. 203-211.

oraz zestawieniem (s. 73-83), uzupełniając je o obserwacje Jaspera Juula (2003). Podsumowując, na podstawie wymienionych źródeł można wskazać następujące cechy gry, aby odnieść je do cech gatunkowych ARG:

1. Rozwija się według zasad ograniczających graczy (Parlett, Abt, Huizinga, Caillois, Suits, Crawford, Avedon i Sutton-Smith, Salen i Zimmerman, Juul)³¹. W „klasycznym” ARG natomiast przedstawia się to następująco:
 - a) gra rozpoczyna się bez ogłaszania jakichkolwiek zasad;
 - b) na poziomie „rzeczywistości” nie istnieją zasady inne, niż przyjęte w danej kulturze/społeczności skrypty zachowań; graczy ograniczają ponadto zasady fizyki, chemii, fizjologii itd.;
 - c) na poziomie „struktury gry” ARG ma własny kodeks postępowania, uwzględniający takie elementy jak np. TINAG czy pracę zespołową, często wyrażane formalnie (np. na forach grup graczy); społeczność graczy wypracowuje swoje zasady, piętnując zachowania „niesportowe”.
2. Cechuje ją konflikt lub współzawodnictwo (Parlett, Crawford, Avedon i Sutton-Smith, Salen i Zimmerman). **Tak**, można stwierdzić, iż ARG charakteryzuje się obecnością konfliktu, jak również współzawodnictwa; w ARG konflikt/współzawodnictwo przebiega na linii gracze – projektanci, istnieje także współzawodnictwo między zespołami graczy.
3. Ukierunkowana na cel/wynik (Parlett, Abt, Suits, Costikyan, Avedon i Sutton-Smith, Salen i Zimmerman) – **tak**, ARG jest jak najbardziej silnie ukierunkowana na konkretny cel; w ARG podstawowym celem jest zdobycie informacji; może to być również zdobycie nagrody rzeczowej lub np. prawa wzięcia udziału w wyjątkowym wydarzeniu.
4. Czynność, proces lub wydarzenie (Abt, Suits, Avedon i Sutton-Smith) – **tak**, ARG jest zdecydowanie procesem rozciągniętym w czasie.
5. Zakłada podejmowanie decyzji (Crawford, Costikyan, Abt) – w przypadku ARG **zazwyczaj tak**; niektóre typu zadań obejmowane przez ARG zbliżają się do tzw. *power play* i wymagają od graczy ścisłego podporządkowania się poleceniom operatorów (McGonigal, 2007, s. 9-10).
6. Nie na serio, nieabsorbująca (Huizinga) – **nie**; ARG ma stanowić element codziennego życia, potrafi być bardzo absorbująca i nieść za sobą długofalowe konsekwencje; McGonigal (2003) nadmienia, że

³¹ Cechy gry oraz autorzy reprezentujący dany punkt widzenia zostały podane za: Salen i Zimmerman, 2004, ryc. na s. 79.

niektórzy z grających w *The Beast* „narzekali nie tylko na zarwane noce, ale także zerwane przyjaźnie i utracone posady” (s. 2).

7. Nigdy nie łączy się z przyrostem wartości materialnej (Huizinga, Caillois)³² – **ARG spełnia ten warunek tylko w określonych warunkach i w zależności od przyjętej optyki**: z punktu widzenia graczy ARG zazwyczaj nie jest dochodowe, ale może łączyć się z zyskiem materialnym, jeśli organizatorzy wyznaczają nagrodę rzeczową lub pieniężną; z drugiej strony, największe projekty ARG są zazwyczaj narzędziem reklamy, czyli narzędziem pracy, i jako takie generują wymierne zyski.
8. Sztuczna / bezpieczna / poza zwyczajnym życiem (Huizinga, Caillois, Crawford, Salen i Zimmerman) – **w zależności od poziomu interpretacji**; aksjomatem jest całkowite zaprzeczenie tej zasady – gra musi udawać fragment rzeczywistości, ważne jest bezpośrednie znaczenie diegetyczne jej elementów; jednocześnie gra oscyluje między ujawnianiem a ukrywaniem swojego statusu jako fikcyjnego konstruktów.
9. Buduje specjalne grupy społeczne (Huizinga) – **tak**.
10. Dobrowolna (Caillois, Suits, Avedon i Sutton-Smith) – **tak**: „Podtrzymywane, aktywne i dobrowolne uczestnictwo jest najważniejszym warunkiem doświadczenia ARG. Bez niego gra przestaje się rozwijać i ostatecznie zamiera” (Kim, Allen i Lee, 2008, s. 38).
11. Niepewna (Caillois) – **tak**; ani gracze, ani projektanci nie znali początkowo ostatecznego kształtu historii odkrywanej w grze.
12. *Make-believe* / przedstawiająca (Caillois, Crawford) – **tak**; gracze nie przyjmują rolę, ale jak wspomniano wyżej, balansują pomiędzy TINAG a świadomością udziału w sztucznie stworzonym konflikcie.
13. Niewydajna (Suits) – **tak**, gracze narzucali sobie ograniczenia, utrudniające dotarcie do celu.
14. System elementów / zasoby i żetony (Crawford, Costikyan, Salen i Zimmerman) – **tak**; gracze operują zasobami; zależnie od realizacji, elementy ARG mają tak jak w innych grach znaczenie symboliczne i ikoniczne, ale co najistotniejsze, przede wszystkim indeksacyjne.

³² U Salen i Zimmermana: *Never associated with material gain* (2004, s. 79). Słowo *gain* rozumieć można jako „zysk”, „korzyść materialną”, ale także jako „przyrost (wartości, wagi)”, „zyskiwanie na wartości”. Jeśli przenieść obecne w zestawieniu hasło jako „nigdy nie łączy się z zyskiem materialnym”, to należałoby potraktować je jako pewien skrót myślowy, z uwzględnieniem tego, iż występujące u Caillois pojęcie „nieproduktywne” (*unproductive*) oznaczało „nie wytwarzające ani dóbr, ani bogactwa, ani żadnych nowych elementów jakiegokolwiek rodzaju; oraz, pomijając wymianę własności pomiędzy graczami, kończące się sytuacją identyczną do tej, jaka dominuje u początków gry” (Salen i Zimmerman, 2004, s. 76). Nie wyklucza to oczywiście zysku indywidualnych graczy-wygranych kosztem graczy-przegranych. Porównaj: „W grze następuje przemieszczenie własności, nie dochodzi jednak do wytworzenia jakichkolwiek dóbr. [...] Istotną cechą gry bowiem jest to, że nie prowadzi ona do powstania żadnego bogactwa, żadnego dzieła” (Caillois, 1997, s. 17).

15. Forma sztuki (Costikyan) – **tak**, jeśli przyjąć aspiracje wielu projektantów.
16. Możliwym wynikiem gry przypisana jest wartość (Juul, 2003) – **tak**.
17. Gracze przywiązują się do wyniku (tamże) – **tak**.
18. Konsekwencje gry są negocjowalne (tamże) – **tak**; inaczej traktują ARG gracze – często świadomie odrzucając prawdę o marketingowych korzeniach oraz celach projektów – a inaczej zlecający stworzenie gry przedstawiciele megakorporacji.

Oryginalne zestawienie Salen i Zimmermana (2004, ryc. na s. 79)³³ w przejrzysty sposób obrazuje zarówno spory rozróżnienie propozycji różnych badaczy, jak i ewolucję stanu badań; w wielu przypadkach powstawanie nowych typów gier powodowało konieczność poszerzania dawnych ustaleń. Projekty ARG są takim właśnie granicznym zjawiskiem, rozpoznawanym jako gra, ale niespełniającym niektórych z proponowanych wcześniej założeń lub też zachęcającym do przenegocjowania sposobu ich rozumienia.

LITERATURA

- 42 Entertainment (bez daty). How we see things. Online: <<http://www.42entertainment.com/see.html>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Alexander, B. (2006). Antecedents to Alternate Reality Games. W: A. Martin, B. Thompson, T. Chatfield (red.). *2006 Alternate Reality Games White Paper* (s. 8-14). The IGDA Alternate Reality Games SIG. Online: <<http://archives.igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-Whitepaper-2006.pdf>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- IGDA International Game Developers Association (bez daty). Alternate Reality Games. Online: <<http://www.igda.org/alternate-reality-games>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Beatlesbible (bez daty). *The „Paul is Dead” Myth*. Online: <<http://www.beatlesbible.com/features/paul-is-dead/>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Borland, J., King, B. (2005). Bees, Args, and The Birth of The Collective Detective. *Phi Kappa Phi Forum*, 85(2), 21-24.
- Caillois, R. (1997). *Gry i ludzie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Chesterton, G. (2008). *The Club of Queer Trades (Large Print Edition)*. BiblioLife.
- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments* (praca doktorska). School of Letters, Art and Media, Department of Media and Communications, Digital Cultures Program, University of Sydney, Australia. Online: <http://dl.dropbox.com/u/30158/DENA_TransmediaPractice.pdf>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.

³³ Zobacz także systematyzację Juula w: Urbańska-Galanciak, 2009, s. 54-56.

- Dirks, T. (bez daty). The Wizard of Oz (1939). Online: <<http://www.filmsite.org/wiza4.html>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Fizek, S. (2009). Co to jest ARG? *Technopolis: o grach z kulturą*. Online: <<http://technopolis.polityka.pl/2009/arg-gry-rzeczywistosci-alternatywne>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Is it possible that Kaycee did not exist? (18-20 maja 2001). Grupa dyskusyjna. Online: <<http://www.metafilter.com/comments.mefi/7819>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Juul, J. (2003). The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. W: M. Copier, J. Raessens (eds.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings* (p. 30-45). Utrecht: Utrecht University. Online: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Kaycee chronicles: life, death, deception (czerwiec 2001). *St. Petersburg Times Online World and Nation*. Online: <http://www.sptimes.com/News/060301/news_pf/Worldandnation/Kaycee_chronicles__li.shtml>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Kim, J., Allen, J., Elan, L. (2008). Alternate Reality Gaming. (Cover story). *Communications of the ACM*, 51(2), 36-42.
- McGonigal, J. (2003a). "This Is Not a Game": Immersive Aesthetics and Collective Play. W: *Digital Arts & Culture 2003 Conference Proceedings*. May 2003 Online: <<http://www.seanstewart.org/beast/mcgonigal/notagame/paper.pdf>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- McGonigal, J. (2003b). A Real Little Game: The Performance of Belief in Pervasive Play. W: *Digital Games Research Association (DiGRA) "Level Up" Conference Proceedings*. November 2003. Online: <<http://www.avantgame.com/MCGONIGAL%20A%20Real%20Little%20Game%20DiGRA%202003.pdf>> Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- McGonigal, J. (2006). Avant-Gaming: An Interview with Jane McGonigal. *The Iowa Review Web*. Online: <http://iowareview.uiowa.edu/TIRW/TIRW_Archive/july06/janemcgonigal.pdf>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- McGonigal, J. (2007). The Puppet Master Problem: Design for Real-World, Mission-Based Gaming. W: P. Harrigan, N. Wardrip-Fruin (eds.), *Second Person*. MIT Press. Online: <http://www.avantgame.com/McGonigal_THE-PUPPET-MASTER-PROBLEM_MITpress.pdf>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- McGonigal, J. (2008). Why I Love Bees: A Case Study in Collective Intelligence Gaming. W: K. Salen (ed.), *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning* (p. 199-228). Cambridge, MA: The MIT Press.
- mez, Bono, J. (bez daty). What is an ARG? *Argology.org*. Online: <http://www.argology.org/_what-is-an-arg/>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Miklicz, M. (2007). Rzeczywistość gry, gra w rzeczywistości. Alternate Reality Games. W: A. Surdyk, J. Szeja (red.) *Kulturotwórcza funkcja gier. Gra jako medium, tekst i rytuał. Tom II*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Montola, M. (2009). Games and Pervasive Games. W: M. Montola, J. Stenros, A. Waern (eds.), *Pervasive Games: Theory and Design* (p. 7-22). USA: Elsevier, Inc.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. The Free Press.

- Nieuwdorp, E. (2005). „The Pervasive Interface: Tracing the Magic Circle”. W: *Proceedings of DiGRA 2005 Conference: Changing Views – Worlds in Play*. Online: <<http://www.digra.org/dl/db/06278.53356.pdf>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Prajzner, K. (2009). *Tekst jako świat i gra. Modele narracyjności w kulturze współczesnej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Rose, F. (2007). Secret Websites, Coded Messages: The New World of Immersive Games. *Wired Magazine*, nr 16.01. Online: <http://www.wired.com/entertainment/music/magazine/16-01/ff_args>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Salen, K., Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play. Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA, London, England: The MIT Press.
- Schechner, R. (2006). *Performatyka. Wstęp*. Wrocław: Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych.
- Stewart, S. (bez daty). The A.I. Web Game. Online: <<http://www.seanstewart.org/interactive/aiintro/>>. Data dostępu: 11 listopada 2010.
- Szarek, D. (2009). Operacja: Kapsel. Online: <<http://interaktywnie.com/kreacja/newsy/realizacje/operacja-kapsel-5443>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Szulborski, D. (2005a). *This Is Not A Game: A Guide to Alternate Reality Gaming*. New Fiction Publishing.
- Szulborski, D. (2005b). Dla fanów I Love Bees. *PSX Extreme*, maj 2005 (nr 093). Online: <<http://www.daveszulborski.com/psxextremearicle.html>>. Data dostępu: 15 czerwca 2011.
- Szulczyński, A. (2009). Alternate Reality Game. Online: <<http://magazyn.k2.pl/03/sub.php?art=6&page=1>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Wikipedia, The Free Encyclopedia (2010). *The Beast (game)*. Online: <[http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Beast_\(game\)&oldid=397688877](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Beast_(game)&oldid=397688877)>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Thompson, B. (2010a). Homepage. *GiantMice*. Online: <<http://www.giantmice.com/>>. Data dostępu: 5 listopada 2010.
- Thompson, B. (2010b). Alternate Reality Gaming – a Definition. Online: <<http://www.giantmice.com/features/arg-defined/>>.
- Urbańska-Galanciak, D. (2009). *Homo players. Strategie odbioru gier komputerowych*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

mgr Aleksandra Mochocka, literaturoznawca, asystent w Instytucie Neofilologii i Lingwistyki Stosowanej, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, aleksandra.mochocka@gmail.com

Alternate Reality Games – gry rzeczywistości alternatywnej – zjawisko graniczne

Abstrakt

ARG, czyli gry rzeczywistości alternatywnej, stanowią charakterystyczne dla kultury XXI wieku zjawisko graniczne, niepoddające się kanonicznym, XX-wiecznym definicjom gier. Jego podstawowymi cechami będą: wielomedierność, przyswajanie/zdobywanie informacji, masowość skutkująca wytworzeniem się zbiorowej inteligencji, iluzja realności i specyficznie pojęta narracyjność. Referat naświetla cechy dystynktywne ARG, wyodrębnione na podstawie analiz prototypowego projektu The Beast oraz sformalizowanych definicji zjawiska, podawanych przez praktyków-badaczy, oraz omawia je w kontekście funkcjonujących definicji gier.