

Barbara Cyrek

Gry w naszym życiu = Games in our Life

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 12/4, 137-139

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Barbara Cyrek
Gry w naszym życiu
Games in Our Life

Gry w komunikacji, red. Tomasz Gackowski, Karolina Brylska, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016, ss. 212.

Słowa kluczowe: gry, grywalizacja, komunikacja, media, kultura

Key words: games, gamification, communication, media, culture

Badania etnograficzne oraz odkrycia archeologiczne dowodzą, że każda kultura, bez względu na czas i miejsce jej powstania, rozwinęła specyficzne dla siebie gry. We współczesnym, zmediatyzowanym społeczeństwie mają one szczególne znaczenie – nie tylko przez wzgląd na ich funkcję ludyczną, ale również dlatego, że coraz silniej wpływają na gospodarkę. Co więcej, odpowiednio zaprojektowane, mogą oddziaływać na ludzkie zachowanie, przez co stają się atrakcyjną formą kształtowania postaw społecznych. Jest to tylko jeden z przykładów tego, jak charakterystyczne dla gier mechanizmy przenikają do rozmaitych sfer życia codziennego. Proces ten, nazywany grywalizacją, jest coraz częściej obserwowany w ostatnich latach. W sposób szczególny zjawisko to przeniknęło do dyskursu medialnego.

O wkroczeniu grywalizacji do świata mediów, polityki i edukacji traktuje publikacja *Gry w komunikacji* pod redakcją Tomasza Gackowskiego i Karoliny Brylskiej. Książka ta stanowi częściowo pokłosie konferencji naukowej zatytułowanej „Grywalizacja mediów», czyli o zmianach w komunikacji społecznej”, która odbyła się w Warszawie w 2015 roku. Jednocześnie jest pierwszą monografią afiliowaną przy nowo powstałym Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Na tom składa się dziewięć artykułów naukowych. Wśród autorów znaleźli się zarówno znani badacze świata mediów, jak i studenci oraz absolwenci działający w ramach Laboratorium Badań Medioznawczych Uniwersytetu Warszawskiego.

Recenzowany zbiór tekstów otwiera artykuł autorstwa jego redaktorów. Karolina Brylska i Tomasz Gackowski wykorzystują logikę grywalizacji do analizy funkcjonowania mediów. Przeprowadziwszy badania ilościowe nad wybranymi audycjami publicystycznymi, dokonują przyporządkowania zachowań dziennikarzy do typologii graczy zaproponowanej przez Richarda Bartle'a¹. Autorzy, świadomi ograniczeń wynikających z obranej przez nich metody,

¹ Zob. R. Bartle, *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs*, „Journal of MUD Research” 1996, vol. 1, nr 1, [online] <<http://mud.co.uk/richard/heds.htm>>, dostęp: 22.07.2016.

proponują uzupełnienie jej pogłębioną analizą jakościową. Wykazując skłonność wybranych dziennikarzy do przyjmowania określonych ról w dyskusji, K. Brylska i T. Gackowski przedstawiają grywalizację jako przyczynek do nowego paradygmatu interpretowania komunikacji politycznej.

Podobną problematykę podejmują autorzy kolejnego opracowania. Radosław Prachnio i Michał Mijalski zadają pytanie, czy przekaz medialny grywalizuje politykę. Analizują audycje publicystyczne dotyczące kampanii prezydenckiej w 2015 roku, skupiając się na ujęciu audycji w kategoriach gry między gośćmi a prowadzącymi. Badacze omawiają transfer czterech cech typowych dla gier do świata kampanii telewizyjnej.

Maria Marczevska-Rytko prezentuje krytyczny opis dyskursu „Gazety Wyborczej” na przykładzie referendum ogólnokrajowego przeprowadzonego w Polsce w 2015 roku. Autorka bada zarówno wypowiedzi związane z referendum zwołanym przez Bronisława Komorowskiego, jak i tym, które zaproponował Andrzej Duda. Wnikliwa analiza dotyczy obu dyskursów – sprzed tego wydarzenia oraz po nim. Badaczka kieruje uwagę na instrumentalne użycie idei referendum do prywatnych celów graczy sceny politycznej, co jej zdaniem wpisuje się w negatywną ogólnokrajową tradycję wykorzystywania tej instytucji przez polityków. Marczevska-Rytko dowodzi, że w dyskursie „Gazety Wyborczej” referendum przedstawiano jako formę pułapki zastawianej na przeciwników, zaś samych polityków – jako osoby „grające” nim.

Kolejne dwa artykuły poświęcono Twitterowi jako przestrzeni gry dziennikarskiej. Iwona Leonowicz-Bukała i Anna Martens publikują autorski indeks skuteczności graczy. Rozpatrują kwestię reguł twitterowej gry oraz wyjaśniają, na co gracz ma, a na co nie ma wpływu. Wskazują także, że gra tocząca się w przestrzeni tego serwisu społecznościowego ma dwa poziomy, jawny oraz ukryty. Z kolei Marek Palczewski prezentuje rozbudowaną charakterystykę Twittera jako przestrzeni gry, omawiając przy tym rodzaje gier w tym serwisie oraz proponując własną typologię twitterowych graczy. Autor wysnuwa ciekawy wniosek, że w tym przypadku nagrodą jest samo uczestnictwo w grze.

Maria Rajchert i Anita Kwiatkowska analizują pod kątem grywalizacji narracje prasowe dotyczące wydarzeń na Krymie w 2014 roku. Autorki wykazują się biegłą znajomością literatury poświęconej zagadnieniu gier; charakteryzują znaczenie pojęć „gra” i „zabawa”, a także wskazują na relacje pomiędzy grą a wojną i polityką. Odwołując się do językoznawstwa kognitywnego, badaczki dostrzegają elementy gry w zjawisku metaforyzacji. Szeroko opisują zastosowanie metafor w polityce i publicystyce, jednocześnie dowodząc, że w naszą kulturę wpisane jest postrzeganie polityki jako gry, teatru bądź sportu. Szeroka i wielowątkowa analiza prasowych komunikatów odsłania uproszczone pojmowanie konfliktu krymskiego, przez publicystów ujętego w ramy grywalizacyjne.

O nowym podejściu do odznak w edukacji pisze Andrzej Postawa. Autor wyjaśnia ich funkcję i typologię. Stwierdza, że odznaki umożliwiają wizualizację już dokonanych osiągnięć oraz wyznaczenie nowych celów. Proces ich zdobywania jest angażujący i często zachęca do współpracy, co jest przykładem ujęcia edukacji w ramy grywalizacji.

Artykuł Patryka Gałuszki *Platforma crowdfundingowa: między altruizmem a grą inwestycyjną* traktuje o internautach jako konsumentach i zarazem współtwórcach wartości. Zagadnienie to ostatnimi czasy jest często poruszane w tekstach medioznawczych. Autor na przykładzie użytkowników platformy MegaTotal bada motywacje internautów w kontekście ekonomicznym oraz społeczno-kulturowym.

Tom zamyka tekst Marcina Łączyńskiego poświęcony reakcji czytelników na artykuły w portalach internetowych. Autor przeprowadza jakościową analizę komentarzy, które odnoszą do warsztatu dziennikarskiego. Materiał badawczy postrzega jako mechanizm informacji zwrotnej dla dziennikarzy. We wnioskach swojej pracy M. Łączyński stwierdza, że zawarta w komentarzach krytyka nie przyczynia się do poprawy jakości dziennikarstwa.

Gry w komunikacji to pozycja ciekawa i zajmująca. Jedną z jej niekwestionowanych zalet jest aktualność – autorzy powołują się bowiem na najnowsze badania naukowe. Literatura wykorzystywana w tekstach jest bogata w przywołania publikacji z XXI wieku, choć nie brakuje też odwołań do klasyków, takich jak Johan Huizinga, George Lakoff i Mark Johnson.

Monografie naukowe, choć popularne, nie stanowią łatwej materii dla redaktorów, którzy stają przed zadaniem stworzenia koherentnej całości ze zbioru różnorodnych artykułów. Brylska i Gackowski wykazują się świetnym warsztatem redaktorskim. Ich publikacja, choć zawiera pokłosie naukowej konferencji, daleka jest od monotonnej i nieciekawej lektury. Dobór tekstów sprawia, że książka nie skupia uwagi jedynie na medialnych zagadnieniach grywalizacji. Wręcz przeciwnie – uwaga czytelnika zostaje skierowana właśnie na samą istotę tego zjawiska, to jest na przenikanie growych mechanizmów do rozmaitych aspektów życia codziennego. Odwołania do polityki czy edukacji sprawiają, że omawiana pozycja z pewnością zaciekawi przedstawicieli licznych dziedzin humanistyki. Potencjał zagadnienia grywalizacji został w recenzowanej publikacji doskonale wykorzystany.