

Marcin Krzanicki

Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja?

Funkcjonowanie współczesnego konsumenta, użytkownika, a także badacza, w świecie cyfrowej komunikacji i rozrywki może niejednokrotnie prowadzić do przekonania, że znana mu rzeczywistość jest czymś oczywistym i stworzonym jeśli nie przez niego samego, to w najbliższym mu czasowo okresie. Przypomina to nieco konflikt pokoleniowy, w którym młodszy uważają, że odkryli prawa rządzące ich światem, formy rozrywki, aktywności, ciemne strony egzystencji i tak dalej.

W piśmiennictwie dotyczącym nowych mediów, komunikacji cyfrowej, a także cyfrowej rozrywki pokutuje często maniera stawiania wyraźnego rozgraniczenia między przed i po oraz analogowym i cyfrowym. Przykładem niech będzie wprowadzona przez Manovicha cezura powstania „kultury remiksu”, określona na okres powstania narzędzi Web 2.0 (lata 2004-2006) (Manovich 2013, s. 37), gdy tymczasem analogiczne do niej działania można zaobserwować w okresie o wiele wcześniejszym i bynajmniej nie związanym z technikami cyfrowymi. Nie można się zgodzić z tego typu generalizowaniem i tworzeniem przeciwstawnych światów rozrywki cyfrowej (potocznie nazywanej wirtualną) i analogowej i to przekonanie autora jest głównym wątkiem niniejszego tekstu. Przedstawione poniżej rozważania skłaniają raczej do refleksji, że w większości typów aktywności prosumenckich graczy mamy do czynienia z ewolucją, a nie rewolucją. Rozrywka cyfrowa wprowadziła też nowe, nieznane wcześniej formy działań, a internet i nowe media – i to należy podkreślić z całą stanowczością – zrewolucjonizowały obieg nowych treści wytworzonych przez prosumentów.

W części pierwszej i drugiej Czytelnik wprowadzany jest w zagadnienia pojęcia prosumenta i aktywności prosumenckiej, pojawia się tam też kwestia definicji pojęcia gracza-prosumenta wraz z analizą innych terminów używanych do opisywania aktywności konsumentów na polu tworzenia, ulepszania czy przetwarzania przedmiotów, usług itp. Najdłuższa część trzecia zawiera typologię działań twórczych graczy wraz z przykładami. W typologii wyznacznikiem podziałów jest nie tylko sama aktywność, ale też jej wynik. Podejście takie ma celu pokazanie czytelnikowi nie tylko aktywności realizowanej ze pośrednictwem cyfrowych narzędzi i w cyfrowej rzeczywistości, ale też tej realizowanej „analogowo” oraz ich wzajemnego przenikania się i inspirowania. Aktywność twórcza graczy jest tu traktowana jako proces, którego początki wybiegają poza czasy Web 2.0 (a niekiedy nawet internetu), a który jednocześnie czerpie z wcześniejszych doświadczeń i adaptuje nowe narzędzia do realizacji starych działań. Dzięki takiemu ujęciu powinno być też łatwiej Czytelnikowi zauważyć, które z aktywności prosumenckich pojawiły się wraz z rozrywką cyfrową i jak zmieniały się te, które zostały przez nią zaadaptowane. Jednocześnie też Czytelnik nie jest zmuszony do ciągłego odnoszenia do siebie aktywności „analogowej” i „cyfrowej”, co zapewne miałyby miejsce gdyby zostały opisane osobno, co z kolei byłoby mijałoby się celem, ze względu na silne zazębianie się i przenikanie obu sfer we współczesnym świecie. Część czwarta to zwięzłe podsumowanie rozważań z wcześniejszej sekcji artykułu.

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

Materiał badawczy do stworzenia typologii i analiz dokonanych w tym artykule dostarczyła głównie analiza treści tekstów (w rozumieniu tekstów kultury, a nie twórczości literackiej) graczy zgromadzonych wokół portali takich jak: boardgamegeek.com, machinima.com, tawerna.rpg.pl, polter.pl, gildia.pl, gamesfanatic.pl, a także twórczości zamieszczanej w serwisach YouTube, Facebook, Google+, DailyMotion itp. Wielokrotnie badania miały charakter netnografii (aby nie przeciążać Czytelnika definicjami pozwolę sobie odesłać go do raportu Piotra Siudy, Radosława Bomby, Magdaleny Kamińskiej, Grzegorza D. Stunża, Anny Szylar, Marka Troszyńskiego i Tomasza Żaglewskiego *Prosumpcjonizm pop-przemysłów: analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*, gdzie w przystępny sposób opisano tę metodę badawczą; Siuda i in. 2013, s. 70-72) społeczności skupionych wokół gier takich jak Minecraft, World of Warcraft, Don't Starve, Portal i Portal 2, The Sims, Talisman, systemu Dungeons&Dragons (w tym wielu gier na nim opartych), Counter Strike itp. Uzupełnione to zostało materiałem zebrany w ciągu kilkunastu lat bezpośredniej i niesformalizowanej obserwacji, jaką prowadził autor zarówno podczas spotkań z graczami i twórcami gier (np. Karolem Madajem, którego „Ogonek” – dodatek do gry „Kolejka” – stymuluje działania prosumenckie graczy poprzez oddanie im do ręki czystych wzorcowych kart), a także własnej aktywności jako gracza i amatorskiego twórcy alternatywnych reguł i dodatków do gier planszowych wydawanych na przełomie lat 80. (Magia i Miecz, Piekło na Pacyfiku, Polarna wojna).

1. Alvin Toffler i pojęcie prosumenta

W 1980 r. Alvin Toffler na łamach swojej książki *The Third Wave* wprowadził pojęcie prosumenta – osoby, która jednocześnie konsumowała i produkowała dobra (lub też brała aktywny udział w ich rozwoju i ulepszaniu, np. poprzez sugerowanie zmian, poprawek, a także wprowadzanie własnych modyfikacji), nie mieszcząc się przy tym wyłącznie ani w definicji producenta (nie zajmowała się tym profesjonalnie) ani konsumenta (poza konsumpcją zajmował się też produkcją) (Toffler 1980, s. 266). Prosument jest zarówno produktem, jak i jedną ze składowych trzeciej fali przemian w rozwoju ludzkości – ery informacyjnej, nazywanej przez Zbigniew Brzezińskiego erą technotroniczną (Brzeziński 1970), a przez Daniela Bella erą post-industrialną (Bell 1973). Społeczeństwo trzeciej fali dzięki rozwojowi technik informacyjnych, nowych mediów, a także nowych sposobów produkcji, miało w coraz większym stopniu brać udział w działaniach mających na celu zaspokojenie jego własnych potrzeb. Załączków takiej aktywności dopatrywał się Toffler w pierwszych testach ciężowych, które można było wykonać samodzielnie w domu czy własnoręcznej naprawie sprzętu AGD, dzięki instrukcjom podawanym przez serwis za pośrednictwem telefonu. Dalszymi przejawami miały być własnoręcznie składane meble, a z czasem możliwość zakupienia samochodu do własnoręcznego montażu (w roku 2013 rozpoczęła się sprzedaż gotowego zestawu roweru Flatpack, składanego niczym meble z Ikei), czy uszycia nowej koszuli przy pomocy inteligentnej maszyny stojącej w każdym domu (jak bardzo zbliżone jest to do idei druku 3D). Co ważne Toffler nie łączył pojęcia prosumenta wyłącznie z rozwojem cyfrowych metod przesyłu, analizy i obróbki informacji. Obok wizji, przyszłej, cyfrowej wioski, wskazywał na przeżywającą bujny rozwój od końca lat sześćdziesiątych ideologię Do It Yourself, której hasła realizowane były na wielu płaszczyznach aktywności twórczej człowieka – od własnoręcznie tworzonych ozdób i ulepszeń w domach, poprzez instalacje związane z architekturą użytkową (jak place zabaw dla dzieci), po ruch wydawniczy związany z subkulturą fan-zinów.

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

Gdzie w tej nowej fali było miejsce dla gracza? Same gry stanowiły dla Tofflera ważną część przemian społecznych. Widział je, jako pole do nauki i treningu funkcjonowania w nowym, elektronicznym otoczeniu przyszłości. Innym ich aspektem jest odrywanie swoich użytkowników od tradycyjnych massmediów, poprzez zabieranie im czasu, który kiedyś poświęcali na obejrzenie wiadomości – stąd gry miały poza rozrywką i ćwiczeniem – dodatkową rolę: osłabiały przekaz perswazyjny płynący z mediów. Pozwalając sobie na dygresję: użycie czasu przeszłego w odniesieniu do tego zagadnienia jest w pełni świadome. Gry początku lat osiemdziesiątych były dalekie od współczesnych, wysmakowanych graficznie produkcji, które często funkcjonują, jako nowe medium kontaktu ze współczesnym użytkownikiem. Stąd gry coraz częściej stają się nośnikami idei, treści edukacyjnych, a także perswazyjnych. Analizując współczesny wpływ gry na gracza, także sprzężenie zwrotne, jakie zachodzi w tym układzie, coraz trudniej jest też zgodzić się z tezą Tofflera, że w przeciwieństwie do mediów, gracz manipuluje grą a nie na odwrót (Toffler 1980, s. 163).

Gdzie znajduje się jednak miejsce gracza, jako prosumenta? Sam Toffler nie wspomina o nim (czy też o nich) w kontekście rodzącego się pojęcia konsumentów-twórców. Czy dlatego, że wówczas nie było takiej grupy, czy może raczej ze względu na ujęcie tematu, jakie zostało przez niego przyjęte? Zwracając uwagę na to, że prosumenci nie są związani wyłącznie z cyfryzacją Toffler skupił się jednocześnie na znanym sobie cyfrowym aspekcie rozrywki. I znów trzeba na chwilę powrócić do początku lat osiemdziesiątych i ówczesnych gier-video, jak je wówczas nazywano. W wielu wypadkach były one mniej lub bardziej udanym przeniesieniem popularnych gier znanych ze świata analogowego: karcianych, szachów, warcabów, tenisa, piłki itp. Gracz był w nich stawiany w roli użytkownika-konsumenta. Bez odpowiednich narzędzi i umiejętności jakiegokolwiek zmiany w grze, dodanie czegoś od siebie, czy wytworzenie nowej jakości były po prostu niemożliwe. Tworząca się wówczas demoscena (o której więcej informacji znajduje się w dalszej części artykułu) była zjawiskiem niszowym i dostępnym dla znawców arkanów dekompilacji i późniejszych zmian w kodzie oryginalnego oprogramowania, a niejednokrotnie też łamania jego zabezpieczeń. Nietrudno więc zrozumieć dlaczego wybiegając myślą w przyszłość autor *Trzeciej fali* widział oczami wyobraźni domowe montownie samochodów, będąc świadkiem przełomów w medycynie i zapewne pozostając pod wpływem wcześniejszych pisarzy science-fiction i futurystów, dostrzegał możliwości zmian w kodzie genetycznym człowieka, ale tak stosunkowo młoda i zarezerwowana wówczas dla wtajemniczonych, dziedzina, jak informatyka, wydawała mu się czymś zamkniętym dla profanów, niczym alchemia, dla przeciętnego mieszkańca średniowiecznej Europy.

Czas pokazał jednak, że to właśnie informatyka doznała niespotykanego do tej pory rozwoju w szalenie krótkim czasie, a tworzenie w jej obrębie – także w zakresie rozrywki przestało być wyłącznie domeną specjalistów, a stało się jednym z przykładów opisywanego przez Andrew Keena „kultu amatora” (Keen 2007).

2. Gracz-prosument, istota nieznana? Próba definicji

Wydaje się, że pojęcia gry i gracza zostały dosyć dobrze zdefiniowane w piśmiennictwie podejmującym te zagadnienia – począwszy od Johana Huizinga i jego homo ludens wprowadzonego w 1938 r. (Huizinga 2007), poprzez Jüngera (Jünger 1953), Eigena i Winkler (Eigen i Winkler 1983), po Kramera (Kramer 2000) i Maroneya (Maroney 2001), którzy skupili się w swoich rozważaniach nad grami posiadającymi strukturę i zasady. Pozostaje jednak luka związana z pojęciem gracza-prosumenta. Powracając na moment do samej definicji

prosumenta, należy pamiętać o tym, że Toffler nie był jedynym, który zauważył wzrastającą aktywność konsumentów. Współcześnie spotyka się z tym pojęciem nie tylko (i wcale nie najczęściej) w rozumieniu konsumenta-producenta (producer + consumer = prosumer), ale również konsumenta aktywnego, nazywanego też proaktywnym (proactive + consumer = prosumer) lub konsumenta profesjonalnego (professional + consumer = prosumer). Różnice między dwoma ostatnimi definicjami a pojęciem konsumenta-producenta są dosyć istotne. Profesjonalny konsument to taki, który wymaga profesjonalnych usług (niekoniecznie będąc profesjonalistą per se, może też myśleć o sobie jako o profesjonalistcie), sprzętu, oprogramowania itp., konsument proaktywny jest z kolei zaangażowany w „życie produktu”, recenzuje go, daje wskazówki co do ulepszeń, doradza innym konsumentom (Ritzer i Jurgenson 2010). Z kolei Axel Bruns zaproponował nowy termin – produser – będący kombinacją angielskich słów production and usage (Bruns 2005, s. 315). Rozwijając swoje badania (skupione na społecznościach internetowych, działających w ramach Wikipedii oraz serwisów Flickr i YouTube) nad zagadnieniem produsera i przestrzeni twórczej w jakiej on działa (produsage), Bruns stwierdził, że cechami charakterystycznymi tego zjawiska są:

- oparcie na społeczności, która potrafi, dzięki swojej wielkości i zróżnicowaniu stworzyć zespoły działające ponad zamkniętymi grupami producenckimi, przy czym grupy te też mogą wchodzić w skład społeczności
- płynność ról – pojedynczy producenci-użytkownicy (producers) włączają się w projekt zgodnie ze swoimi umiejętnościami, zainteresowaniami i wiedzą, mogą tworzyć luźne podgrupy celem skupienia się na pewnym problemie lub zagadnieniu, co też ulega zmianie wraz z postępowaniem projektu
- niedokończone produkty – artefakty tworzone w ramach projektów produsage są w permanentnym rozwoju i tym samym są zawsze niedokończone, proces ich tworzenia przebiega na drodze ewolucji, powtórzeń i zapętleń
- wspólna własność, indywidualne zasługi – uczestnicy projektu zezwalają na niekomercyjne użycie ich dokonań przez społeczność, ich adaptację i przyszłe zmiany, ich nagrodą jest uznanie ich wkładu w proces rozwoju projektu

Osoby funkcjonujące w ramach projektu nigdy nie są tylko producentami lub tylko konsumentami – są one jednocześnie potencjalnym producentem i potencjalnym konsumentem – czyli produserem (Bruns 2007a, s. 3). Bruns zwrócił też uwagę na powstałe na początku XXI wieku określenie „generacja C” (Generation C). Mianem tym portal Trendwatching.com określił pokolenie osób tworzących treści (C od angielskiego content), z czasem dodając do niego kolejne „C”: Creativity (kreatywność), Casual Collapse (upadek zwyczajności), Control (kontrola) i Celebrity (celebryckość). (Trendwatching.com 2004-2005). Co ważne, funkcjonowanie produserów zauważył Bruns również w przestrzeni rozrywki cyfrowej, a dokładniej gier online, w których może brać udział duża liczba graczy jednocześnie:

„Wraz z przesuwaniem się świata gier komputerowych w stronę przestrzeni on-line, producenci gier coraz silniej uzależnieni są od udziału w nich graczy, jako twórców treści. Paradygmat tworzenia gier komputerowych zmienił się z tworzenia ściśle narracyjnych struktur rozgrywanych przez graczy, na dostarczanie bogatego narracyjnie i jednocześnie społecznego środowiska, w którym wielu graczy współpracuje w tworzeniu własnych ścieżek narracji, tworzonych na podstawie reguł/wskazówek pozostawionych w grze przez jej twórców lub przez innych graczy. Co więcej, gracze są również coraz silniej wciągani w proces tworzenia dodatkowych treści do samej gry – wg raportu Herz, dla przykładu – około

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

90% treści w grze The Sims jest w tej chwili tworzone przez samych użytkowników, a nie wydawcę gry – Maxis” (Bruns 2007b, s. 3).

W odniesieniu do świata gier spotkać się można też z pojęciem gracza profesjonalnego (pro gamer), które ściśle łączy się z e-sportem i jest zbliżone do znaczenia prosumenta w rozumieniu konsumenta profesjonalnego – pro gamer jest graczem zawodowo zajmującym się graniem (Schorn 2006).

Jak więc zdefiniować gracza twórcę treści? Jako prosumenta, czy produsera? Jako pro gamera, czy może gracza proaktywnego? Odpowiadając na pierwsze z pytań należy raczej pozostać przy Tofflerowskim prosumencie. Pojęcie, mimo różnych konotacji, jest jednocześnie osadzone zarówno w przestrzeni analogowej, jak i cyfrowej aktywności producencko-konsumenckich. Bruns „swojego” produsera umieszcza w społecznościach cyfrowych twórców Wikipedii, Flickr, dziennikarze społecznościowych itp., a także nowej cyfrowej ekonomii (Bruns 2007b). Tymczasem ani przyszłość, ani terażniejszość, ani, jak się wydaje, przyszłość aktywności twórczych graczy nie da się zamknąć wyłącznie w przestrzeni wirtualnej bądź realnej, co więcej taka dychotomia w obliczu nowych form kreacji i przenikania się obu przestrzeni wydaje się być zupełnie archaiczna. Jeśli chodzi o drugie z postawionych pytań, to w odniesieniu do przedstawionej w dalszej części artykułu typologii działań twórczych graczy, definicja gracza profesjonalnego jest stanowczo zbyt mało pojemna. Co więcej, jej osadzenie w piśmiennictwie dotyczącym gier powoduje, że próba jego redefiniowania, czy poszerzenia nie ma większego sensu. O wiele bardziej pojemne treściowo i lepiej dopasowane do aktualnej (w momencie pisania artykułu) sytuacji wydaje się być definiowanie gracza-prosumenta przez pryzmat kultury uczestnictwa i kultury odczytu/zapisu (R/W) i powiązanego z nią pojęcia remiksu.

W tytule wydanej w 1992 r. książki Henriego Jenkinsa *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication*, pojawiło się pojęcie „kultury uczestnictwa” (participation culture), rozpatrywanej przez autora w kontekście treści tworzonych przez fanów popularnych seriali telewizyjnych, jak choćby odpowiedzi na pytanie „Kto zabił Laurę Palmer?” – bohaterkę Miasteczka Twin Peaks (Jenkins 1992). Definiując kulturę uczestnictwa Jenkins uznał, że pojawia się ona tam, gdzie następuje skrzyżowanie trzech trendów obecnych we współczesnym społeczeństwie:

- archiwizacji, komentowania, przywłaszczania i redystrybucji treści, możliwych dzięki nowym narzędziom i technologiom
- produkcji treści związanej z ideą Do It Yourself – zwłaszcza w odniesieniu do multimedialnych
- trendów gospodarczych, które promują poziome struktury koncernów multimedialnych, co pozwala na przepływ obrazów, narracji i idei przez wiele kanałów medialnych, celem nie tylko zwiększenia ilości odbiorców, ale też bardziej aktywnych form samego odbioru przekazywanych treści (Jenkins 2006a, s. 135–136).

W kolejnej publikacji *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century* Jenkins określił następujące cechy kultury uczestnictwa:

- relatywnie niskie bariery wejścia dla artystycznej ekspresji i zaangażowania członków
- silne wsparcie dla kreatywności i możliwości dzielenia się z innymi wytworzonymi treściami

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

- pewien typ nieformalnego układu mentorskiego, w którym najbardziej doświadczeni członkowie przekazują swoją wiedzę nowicjuszom
- przekonania członków o tym, że ich wkład w kulturę ma znaczenie
- odczuwanie przez członków przynajmniej w pewnym stopniu więzi z innymi (a przynajmniej przejmowanie się tym, co inni myślą na temat treści przez nich stworzonych)

W kulturze uczestnictwa ważne jest też to, by każdy jej członek, nawet jeśli nie jest w danym momencie aktywny, miał poczucie tego, że, gdy będzie czuł potrzebę kreacji, może ją zrealizować, a jego wkład zostanie odpowiednio oceniony przez innych (Jenkins 2006b, s. 7).

Wiele odniesień do Jenkinsa znalazło się w publikacji Lawrence’a Lessiga *Remix*, w której pojawiło się też pojęcie kultury odczytu/zapisu (Read/Write Culture). W przeciwieństwie do kultury odczytu, w której odbiorcy tylko konsumują kulturę (Read Only), użytkownicy w ramach kultury R/W, mogą re-kreować treści, z którymi się zapoznali, tworząc własne, nowe teksty kultury (Lessig 2008, s. 29–31). Lessig zwraca uwagę na to, że funkcjonowanie w ramach kultury R/W nie musi odbywać się wyłącznie w ramach grupy. Opiera się ono na remiksowaniu poznanych wcześniej treści w nową jakość i jej udostępnianiu, często bez mentorskiego wsparcia grupy, a także bez zwracania uwagi na publiczną ocenę twórczości. Niekiedy napędem tworzenia jest przyjemność z samego aktu twórczego lub po prostu możliwość jego dokonania, a także potencjalny profit, tak dla tworzącego (w sensie finansowym i niefinansowym), jak i dla szerszej społeczności, której może on udostępnić swój twór-remiks (Lessig 2008, s. 151–154).

Krytycznego przeglądu i rozwinięcia definicji kultury uczestnictwa dokonał Mirko Schäfer, w publikacji *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Zauważył on, że Jenkins skupiając się na badaniu twórczości fanowskiej, bardzo silnie wyeksponował aspekt społecznościowy związany z kulturą uczestnictwa (ciekawym studium podejścia badawczego do kultur fanowskich jako społeczności i do fanów jako jednostek jest artykuł Piotra Siudy *Jednostkowe aspekty bycia fanem, czyli w stronę nowego paradygmatu fan studies* Siuda 2010). Podejście takie spowodowało, że aktywności twórcza sprowadzona została do motywowanej wewnętrznie i takiej, która ma na celu osiągnięcie celów definiowanych przez społeczność czy też uzyskania społecznej aprobaty (Schäfer 2011, s. 42–43). Podobnie Bruns w publikacji *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodisage* odrzuca kolektywy proces myślenia i działanie twórcze produsera wyłącznie w ramach wspólnoty, choć zauważa, że kreatywne jednostki mogą z czasem wytwarzać grupy produkujących-użytkowników, które korzystają z artefaktów wytworzonych przez jak to nazywa „kreację treści prowadzoną przez użytkownika” (user-led content creation) (Bruns 2008, s. 327).

Inną rzeczą zauważoną przez Schäfera jest to, że uczestnictwo nie ma też wyłącznie miejsca w relacji do istniejących produkcji medialnych, ani też w opozycji, czy konflikcie do nich (Schäfer 2011, s. 44), co początkowo, odnosząc się do kultur fanowskich, podkreślał Jenkins. W końcu ludzie nie tworzą wyłącznie ze względu na te uwarunkowania – można tu wspomnieć o definicji designu jako procesu tworzenia zaproponowanej przez Carla Urlicha: design to wymyślanie i nadawanie formy artefaktom, które rozwiązują problemy (Design is conceiving and giving form to artifacts that solve problems) przy czym artefakt to każdy wytwór człowieka – od fizycznego przedmiotu, po ideę, kod programu itp., zaś problem, to silnie odczuwalny brak lub potrzeba, którą chcemy zaspokoić (Urlich 2012, s. 2–10).

Chcąc uszeregować działania użytkowników w obrębie internetu Schäfer wyróżnił trzy pola ich aktywności:

- Koncentracja (Accumulation) – pod tym określeniem kryją się wszelkie aktywności związane z popularnymi treściami i produktami, które tworzone są głównie przez korporacje. Fani tworzą w odniesieniu do nich różnego rodzaju teksty kultury, jak też dyskutują nad nimi.
- Archiwizacja/Organizacja (Archiving/Organizing) – to z kolei aktywność wielopoziomowa obejmująca gromadzenie artefaktów, tworzenie baz danych, dzielenie się materiałami, ich katalogowanie, sortowanie itp.
- Konstruowanie (Construction) – czyli tworzenie poza ramami firm i instytucji, które zajmują się produkcją treści. W pojęciu tym mieszczą się też nowe formy dystrybucji i redystrybucji wytworzonych w ten sposób artefaktów, jak też modyfikacje oprogramowania, tworzenie własnego kodu, łamanie zabezpieczeń, dekompilacja oprogramowania itp. (Schäfer 2011, s. 46–51).

Wszystkie te pola mogą się na siebie nakładać, co jest świetnie widoczne w przypadku serwisów typu YouTube czy Machinima.com. Idąc dalej Schäfer dokonuje rozróżnienia na uczestnictwo explicit (jawne) i implicit (ukryte). Pierwsze z nich jest związane z motywacją (tak wewnętrzną, jak i zewnętrzną), a powody, dla których użytkownik decyduje się na uczestnictwo są szalenie różne, tak jak i wkład, który on sam wnosi i efekty jego działań. Uczestnictwo ukryte zaś wynika z coraz łatwiejszych do opanowania interfejsów użytkownika, a także coraz większej automatyzacji wielu jego działań. Nie jest tu wymagane świadome tworzenie tekstów kultury ani współpraca z innymi użytkownikami, rozwiązywanie problemów, interakcja na platformach społecznościowych itp. Istotą uczestnictwa niejawnego, jest wykorzystywanie nawyków i działań użytkowników poprzez platformy, które pozwalają na generowanie treści lub zysków dla innych (niekoniecznie w sensie finansowym) z tychże aktywności. Jako przykłady można podać serwis Flickr – tak z zakresie wgrzywania nań materiałów, jak i ich tagowania i oceniania (zyskiem w tym wypadku będzie możliwość łatwiejszego dotarcia do poszukiwanego materiału i szybsze przeglądnięcie materiałów uznawanych za lepsze od innych), a także udostępniania materiałów zgromadzonych na dysku komputera w sieciach P2P czy mocy obliczeniowej komputera za pośrednictwem komunikatora Skype, programu Seti i im podobnych (Schäfer 2011, s. 51–53).

Dzięki pracom cytowanych wyżej badaczy można spróbować zdefiniować gracza-prosumenta w kontekście kultur uczestnictwa, remiksu i odczytu/zapisu. Może on być rozumiany jako częściej świadomy i jawny (niż niejawni) twórca, którego aktywność związana jest z szeroko rozumianym światem gry. Gracz taki nie tylko jest użytkownikiem-uczestnikiem gry, ale też w oparciu o nią samą (jej zasady, silnik graficzny, dodatki pozwalające na tworzenie), jej motywy i idee przekazane w warstwie fabularnej, a także kod oprogramowania (w odniesieniu do gier elektronicznych), tworzy nowe treści. Treści te mogą być modyfikacją gry, rozwinięciem zasad, multimediami, remiksami z innymi tekstami kultury, jak też ingerencjami w samą grę oraz wkładem gracza, jako postaci w rozgrywkę. Ich spektrum ograniczone jest tak naprawdę wyłącznie przez kreatywność gracza-prosumenta.

3. Typologia działań twórczych graczy i przenikanie się rozrywki analogowej i cyfrowej

Przedstawiona poniżej typologia, za punkt wyjścia przyjmuje nie tylko działania użytkownika, ale też ich wynik. Czytelnik powinien mieć na uwadze, że użyte w artykule

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

przykłady gier nie mają na celu przedstawienia historii rozrywki (zarówno w jej aspekcie analogowym, jak i cyfrowym), a jedynie zasygnalizowanie danego zjawiska i osadzenie rozważania dotyczące działań twórczych graczy, w konkretnej rzeczywistości.

Dosyć trudno uchwytym w sensie fizycznym jest aktywność gracza-prosumenta na polu jego osobistego wkładu w rozgrywkę. Można ją nazwać słowami: gracz jako twór (charakter w grze). Wyróżnianie takiej aktywności wydaje się być co najmniej nie na miejscu – w końcu gra sama w sobie wymaga obecności jednej lub większej liczby osób, które ją rozgrywają. Jednak o ile lepiej wygląda rozgrywka gdy gracze starają się w nią wczuć, a nie tylko oddają się mechanicznemu wypełnianiu instrukcji opisującej rozgrywkę. Zresztą często same podręczniki do gier fabularnych zachęcają uczestników rozrywki nie tylko do osobistego zaangażowania się, ale też stworzenia adekwatnej do gry przestrzeni, choćby za pomocą oświetlenia, muzyki, rekwizytów a nawet przebrań. Pewne echa takich działań (jak i też i twórczość fanowską) można dostrzegać w zjawisku *cosplayingu* (japoński termin powstały od angielskich słów *costume* i *playing*) czyli odtwarzanie postaci z gier komputerowych, filmów, mangi, anime, powieście science fiction i fantasy itd. w realnym świecie. *Cosplay* różni się od zwykłego przebierania tym, że odtwórca stara się w pełni zreplikować postać w jaką się wciela, nie tylko poprzez strój, ale też mimikę, styl zachowania, mówienia (w tym też język), stając się niejako fizyczną wersją literackiej lub wirtualnej postaci. Sama aktywność tego typu wychodzi daleko poza sferę rozrywki elektronicznej – zarówno współcześnie, jak i w ujęciu historycznym. Na gruncie kultury japońskiej jest on silnie związany z mangą i anime, na gruncie kultury zachodniej, jego początków można doszukiwać się w popularnym w USA hobby nazywanym „costuming”. W 1912 r. „Tacoma Times” ogłosił konkurs na najlepszy kostium komiksowej postaci Mr. Skygack from Mars (Miller 2013), w latach 70. dużą popularnością cieszyło się odtwarzanie postaci z kinowy i telewizyjnych produkcji SF, a renesans *costumingu* już jako *cosplayingu* przyszedł wraz ze wzrostem zainteresowania kulturą japońską (Amerykanie i Europejczycy niejako reimportowali z Japonii uprzednio wyeksportowany tam *costuming*). O ile nowe media i rozrywka cyfrowa nie stworzyły *cosplayingu*, to dały mu na pewno rzesze nowych postaci do odtwarzania (choćby Chell, bohaterkę gry *Portal* i *Portal 2*, czy Larę Croft z serii *Tomb Raider*) oraz świetne pole do rozszerzenia się jakim są media społecznościowe, czy internet w ogóle, co widać również w sukcesach odnoszonych przez polskie *cosplayerki* o pseudonimach Lady Shizuka, Othien czy Zula.

Obecność gracza jako charakteru w grze, która była oczywista w erze analogowej, po przeniesieniu rozrywki na płaszczyznę cyfrową zyskała nową formę i jakość. Ciekawym przykładem jest tu fenomen gier MOG (Multiplayer Online Games), jak choćby *World of Warcraft*. Pomijając na chwilę tworzenie treści przez zaangażowanych w grę użytkowników, zauważyć trzeba, że jedną z głównych przewag masowych gier on-line nad podobnymi im tytułami, ale przeznaczonymi dla jednego gracza, jest obecność w nich czynnika ludzkiego. Sterowanie przez algorytmy zapisane w kodzie gry postaci, zawsze będą posiadały ograniczoną liczbę zachowań (nawet jeśli zostały wyposażone w zaawansowane mechanizmy adaptacji i „sztucznej inteligencji”). Brakuje im bowiem czynnika chaosu, który do uporządkowanego świata gry wnosi człowiek, a także umiejętności tworzenie ludzkich więzi, które nierzadko są bardzo ważne dla prowadzenia rozrywki. Posiłkując się przemyśleniami japońskiego gracza, inwestora i tłumacza Joi Ito, tak zjawisko to opisuje Lessig:

„Kiedy dzieciaki zaczynają grać w *World of Warcraft*, często zdarza się, że na początku są bardzo chciwe. Patrzą na niego wyłącznie jak na grę, nie postrzegając innych charakterów w

grze, jako żywych ludzi. Potrafią z tego powodu robić bardzo głupie w trakcie trwającego rajdu (wyprawy), opuścić nagle grę bez powiedzenia czegokolwiek, lub zrobić coś, co powoduje, że są postrzegani, jako wredni... wtedy szybko zaczynają rozumieć, że tracą swoje miejsce w społeczności. A kiedy je stracisz, nie jesteś w stanie wybrać się do, czy postawić stopy w niektórych lochach, czy też zrobić wielu podobnych rzeczy bez bycia członkiem grupy” (Lessig 2008, s. 218).

Jak ważna jest możliwość grania z drugim człowiekiem, a nie maszyną zauważył już Toffler, który w grach umożliwiających współzawodnictwo z żywym użytkownikiem widział nie tylko narzędzie rozrywki, ale też komunikacji, co jeszcze silniej stało się widoczne współcześnie, gdy jedną z głównych cech gier on-line są sprawne i rozbudowane systemy służące wymianie informacji między uczestnikami rozgrywki (Toffler 1980, s. 170). Udział żywych graczy, którzy nie tylko wchodzą w interakcje ze światem wykreowanym przez twórców, czy z innymi użytkownikami, ale kreują ten świat tak za pośrednictwem działań, jak i własnej osobowości i obecności, przynosi profit zarówno graczom, jak i wydawcom gier (przykładem gry, która opiera się głównie na tym, jest *Second Life*). Pierwsi mogą uczestniczyć w głębszym doznaniu gry, współdziałać z żywymi osobami, liczyć na to, że ich działania, a nawet drobne zmiany avatara (tu rozumianego, jako wizerunek postaci, którą gracz prowadzi rozgrywkę) zostaną dostrzeżone, skomentowane i ocenione. Drugi, dzięki zaludnianiu stworzonego świata przez oryginalne i niepowtarzalne charaktery, mogą liczyć na ściągnięcie kolejnych użytkowników, jak też na twórczość osób zaangażowanych w rozgrywkę. Taki styl działania jest często wpisany w model biznesowy twórcy/wydawcy gry (więcej o tym poniżej). Można zadać pytanie, czy rola gracza, jako elementu tworzącego świat gry, a nie tylko jego uczestnika, nie będzie z czasem rosła. Zwłaszcza w przestrzeni gier wykorzystujących rzeczywistość rozszerzoną (augmented reality), jak np. *Ingress* od Google, czy w obliczu systemów, dzięki którym gracz staje się sterownikiem do gry (np. *Kinect* firmy Microsoft albo *Playstation Move* Sony), a z czasem oprogramowania produktów takich jak *Google Glass*.

Inną płaszczyzną na której wykorzystuje się kreatywność graczy, jest tworzenie w ramach gry. Występuje ono zwykle w takiej rozrywce, której istotą i celem jest kreacja. W momencie pisania tego artykułu najbardziej znanym przykładem jest gra *Minecraft* stworzona przez Markusa Perssona w 2009 r. (oficjalna premiera w 2011). Istotą gry jest budowanie konstrukcji z sześciennych bloków. To proste stwierdzenie może wydawać się co najmniej śmieszne, dopóki nie skonfrontuje się go z kreatywnością graczy, którzy wykorzystując mechanikę gry budują zaawansowane konstrukcje własnego pomysłu, a także odtwarzają realne budynki i miejsca w przestrzeni wirtualnej. Dzięki silnikowi gry możliwe jest także tworzenie odrębnych gier osadzonych w świecie *Minecraft* i oczywiście rozgrywanie ich z innymi graczami on-line. Zresztą samo budowanie może być również prowadzone zespołowo. Idea blisko nieograniczonej kreacji (należy pamiętać o tym, że kod gry zawiera w sobie skończoną ilość kombinacji przedmiotów, a także sposobów dojścia do coraz bardziej rozwiniętych narzędzi, przetwarzania wirtualnych surowców itp., co ujęte jest zwykle w tak zwane „drzewka technologiczne”) nie jest niczym nowym ani wyłącznym dla tego tytułu. Wystarczy wspomnieć wcześniejszą grę *Dwarf Fortress* (która była zresztą inspiracją dla *Minecrafta* i jest interesująca ze względu na to, że w klasycznej rozgrywce, nie da się w niej wygrać), czy jeden z najbardziej znanych tytułów gier roquelike – *ADOM* (*Ancient Domains Of Mystery*), w którym użytkownik wcale nie musiał rozgrywać scenariusza – mógł na przykład zająć się uprawą ziół i eksploracją świata gry. Z nowszych produkcji, ciekawym przykładem jest gra *Don't Starve*, w której gracz musi maksymalnie wykorzystać swoją

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

kreatywność celem przetrwania w otaczającym go świecie (konstruowanie narzędzi, zdobywanie żywności, budowa domu, walka, negocjacje itd. – dla początkujących graczy, którzy zwykle dość szybko giną, dostępne są strony społecznościowe, na których bardziej doświadczeni udzielają wskazówek, instruują co do możliwych wykorzystania przedmiotów itp.). W kontekście tworzenia w ramach gry nie sposób też nie wspomnieć o Second Life, w którym udostępniono użytkownikom możliwość tworzenia własnych przedmiotów, czy miejsc, a także czerpanie z tego tytułu zysków. Gracze mogą otwierać sklepy, salony gier (podobnie, jak w Minecraftie tworzyć gry w grze), sprzedawać nieruchomości, za które inni płacą lokalną walutą gry – Linden Dolarami – wymienialnymi na realne pieniądze w świecie poza grą.

Najprostszą analogią do tej cyfrowej aktywności twórczej są zabawy dowolnymi zestawami klocków lub zestawów typu „mały konstruktor”. Nie ma się to co prawda do czynienia z grą w sensie dosłownym (podobnie można zastanawiać się czy taką grą jest tryb swobodny w Minecraft lub świat Second Life), ale chodzi o ten sam typ kreatywności, która w świecie „analogowym”. Ciekawym rozwinięciem są gry planszowe firmy Lego, z których część pozwala na ograniczoną kreację w ramach rozgrywki. Określona zasadami przebudowa planszy może pomóc jednemu z graczy a drugiemu zaszkodzić. Z kolei obecne od niedawna w sprzedaży klocki z serii Lego Minecraft są genialnym przykładem przepływu idei od zabawki analogowej (standardowych klocków pozwalających na budowanie praktycznie wszystkiego), poprzez cyfrową rozgrywkę na wirtualnej planszy polegającej na dokładnie tym samym, po import marki ze świata wirtualnego na potrzeby analogowego produktu. Na marginesie warto zauważyć, że dowolność kreacji przy pomocy tego typu zabawek jest też wykorzystywana w tworzeniu na potrzeby gier – np. potężnych plansz do bitewnych gier figurkowych.

Innym przykładem tworzenia w rozrywce analogowej jest postać mistrza gry (MG) w RPG. To on wykorzystując narzędzia i mechanikę rozgrywki dostarczoną mu w postaci podręcznika buduje świat, w jakim uczestnikom przyjdzie prowadzić rozgrywkę. W bardzo dużym uproszczeniu jest on odpowiednikiem setek tysięcy linii kodu tworzących ten świat na ekranie komputera, czy konsoli do gier. Tyle, że jest on o wiele mniej przewidywalny i potrafi na bieżąco dostosowywać się do zmieniającej się sytuacji i równie nieprzewidywalnych graczy (przynajmniej takie są założenia jego roli). Jak ważna jest ta postać i jej zdolności do tworzenia świata w obrębie mechaniki gry może świadczyć potężna liczba poradników dotyczących tak konkretnych systemów rozgrywki, jak i ogólnych porad. Oczywiście władza, jaką sprawuje mistrz na rozgrywką jest różna w różnych systemach, a także zależna od sposobu działania człowieka, który tymże MG jest (może on np. korzystać w większym stopniu z rozwiązań typu sandbox opierając się na statystykach i rzutach kością, samemu będąc tylko pasem transmisyjnym między mechaniką a graczami). Pokazuje to po raz kolejny wagę czynnika ludzkiego w rozrywce, zarówno cyfrowej, jak i analogowej, a także w takich formach, które pozwalają na ich wzajemne przenikanie się (jak choćby gry MOG, czy wykorzystywanie narzędzi cyfrowych wspierających rozgrywkę analogową, o czym później).

Jak już zostało wspomniane z kreatywności graczy nie tylko zdają sobie sprawę, ale też starają się ją wykorzystać dla swoich potrzeb, twórcy cyfrowej rozrywki, zachęcając użytkowników do tworzenia na potrzeby gier poprzez udostępnianie im wszelkiego rodzaju edytorów map, misji, przedmiotów, postaci itp. (dla przykładu edytor map gry Starcraft 2 czy o wiele starszy edytor misji w grze X-Wing):

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

„Większość graczy, którzy grzebią w grach nie jest programistami. Nie muszą nimi być, ponieważ współczesne narzędzia do edycji i dostosowywania gier nie wymagają od nich takich umiejętności. Poziom dla typu combat może zostać zrobiony w zaledwie kilka godzin przez kogoś kto jest zaznajomiony z podstawowymi jej zasadami. Podobne możliwości oferują strategie czasu rzeczywistego. Nowe mapy z indywidualnie ustawionymi grupami przeciwników można tworzyć w środowisku graficznych edytorów. Podobnie obiekty w grze, wliczając w to indywidualne skórki i awatary, można tworzyć owijając zdjęcia wokół wzorców, wykorzystując proste oprogramowanie do modelowania 3D lub przygotować bitmapę” (Herz 2002, s. 11).

Udostępnianie przez wydawców narzędzi do tworzenia dodatkowych treści nie jest bynajmniej działaniem wyłącznie altruistycznym. Dzięki niemu wokół tytułu tworzy się swoisty ekosystem, w którym funkcjonują: gra, gracze i producent. Bruns wyróżnił tutaj kilka modeli takiego ekosystemu:

- karmienie roju – podobne do crowdsourcingu działanie, w którym stara się wspierać społeczność skupioną na działaniach produsage poprzez uznanie autorstwa i umożliwienie autorom społecznościowym na czerpanie zysków z ich pracy
- pomaganie rojowi – stworzenie platformy na której społeczność może prowadzić działania z zakresu produsage
- tworzenie zatok dla roju – inna forma pomocy społeczności poprzez stworzenie miejsca w sieci, które prowadzi hosting serwisów wspierających produserów (jak np. SourceForge albo GitHub). Specyficznym rodzajem są takie działania, które uzależniają twórców od danego miejsca i uniemożliwiają im redystrybucję swojej twórczości w innych serwisach
- wykorzystanie roju (żniwa w roju) – działanie mające na celu wykorzystywanie wartości dodanej tworzonej przez użytkowników celem ulepszenia produktu, zwiększenia jego atrakcyjności dla innych, rozbudowy itd. Niestety w tym modelu zdarza się często, że wydawcy próbują pomijać prawa autorskie twórców-amatorów
- ubezwłasnowolnienie roju – to model biznesowy, w którym cały obieg twórczości i czerpania profitów z niego odbywa się w ramach jednej platformy kontrolowanej przez wydawcę – on dostarcza jedyne narzędzia do tworzenia treści, on też zapewnia platformę ich wymiany i czerpie zyski np. z prowizji od sprzedaży (Bruns 2008, s. 30–34).

Za przykład wykorzystywania stworzonych przez graczy dodatków do gier może posłużyć firma Bioware i dodatek do gry *Neverwinter Nights* pod tytułem *Kingmaker*, w którym dwa z trzech scenariuszy (*ShadowGuard* i *Witch's Wake*), były stworzone przez samych graczy. Bez względu na to, który model zostanie wykorzystany przez twórcę/wydawcę gry i tak czerpie on zyski z wydłużenia tak zwanego życia produktu, a także tego, że niekiedy tenże produkt zaczyna „żyć swoim własnym życiem” dzięki graczom, którzy wpływają na ostateczny kształt gier, modyfikują je, a także tworzą gry.

Chęć tworzenia i brania udziału w powstawaniu gier wykorzystwał między innymi LucasArts, w procesie projektowania i przygotowywania swojego projektu masowej gry on-line osadzonej w świecie *Star Wars*: „Zwykli użytkownicy, którzy zazwyczaj znajdują się poza procesem projektowania, mogą wnieść do niego swoje doświadczenia z użytkowania produktu, pomagając uczynić go lepszym. To pozwala twórcom na oszczędzenie pieniędzy, które trzeba by później wydać na wsparcie dla użytkowników. Oczywiście pozwala to też na

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

stworzenie produktów, które są lepsze w użytkowaniu, z zyskiem dla wszystkich” (Bruns 2007a, s. 148).

Taki model tworzenia gier jest coraz częściej wykorzystywany przez wydawców. Dopuszczają oni wybranych użytkowników do testów wersji beta gry i wsłuchują się w ich uwagi i sugestie. Nie można też nie doceniać w tym wypadku siły marketingu szeptanego, jaki betatesterzy prowadzą w swoim środowisku, a który w ostatecznym rozrachunku może w znaczącym stopniu wpłynąć na sukces gry lub jej porażkę, co świetnie widać w przypadku tytułu *Half-Life* firmy Valve, okrzykniętego „najwspanialszą grą na komputery PC wszech czasów” (Herz 2002, s. 7). Ta sama gra może posłużyć, jako przykład działań modyfikacyjnych graczy, świetnie zresztą podsycanych i wykorzystanych przez wydawcę. Tak zwane MODy (od angielskiego modifications) są zjawiskiem wcześniejszym niż gra *Half-Life*. Ich dynamiczny rozwój wiąże się bowiem z jedną z najslawniejszych gier z gatunku *First Person Shooters (FPS)* – *Doom* (1993 r.). Relatywnie prosto było w niej edytować pliki zawierające nie tylko plansze, ale też scenariusze, wygląd broni, przeciwników, lokacji itd. Dzięki temu wykorzystując silnik gry, można było tworzyć jej nowe wersje, np. osadzając rozgrywkę w uniwersum *Gwiezdných Wojen* (opublikowany w sierpniu 1995 r. *MOD: Ultimate Star Wars Doom*). Z czasem wydawca *Doom*’a, *ID Software* udostępnił graczom kod źródłowy gry (1997 r.). Wracając do *Half-Life* – firma Valve dość szybko zdała sobie sprawę z tego, że tworzone przez graczy modyfikacje mogą być świetnym sposobem na tworzenie nowych tytułów w oparciu o sprawdzony silnik gry, dlatego postanowiła wspierać wysiłki graczy. Pierwszym wynikiem tych działań był stworzony z myślą o rozgrywce sieciowej *Counter-Strike* (1999 r.), który dość szybko nie tylko doczekał się własnej społeczności „moderów”, ale też komercyjnej wersji (2000 r.). Na marginesie warto wspomnieć, że we wrześniu 2012 światło dzienne ujrzała odświeżona przez 40-osobowy zespół fanów, oryginalna wersja *Half-Life*, wydana pod tytułem *Black Mesa*. Nie wykorzystano w niej jednak kody pierwowzoru, odtworzono jedynie lokacje, postacie itd. tworząc produkt dostosowany do współczesnych komputerów i poziomu grafiki. Podobne do Valve działania podjął *ID Software*, który po sukcesie „*Doom*’a”, udostępnił społeczności graczy silnik swojego kolejnego produktu – gry *Quake*. Kolejne edycje tego silnika są współcześnie jądrem wielu gier, w tym też tworzonych przez samych graczy. Społeczności moderów tworzą również serwisy internetowe, takie jak www.moddb.com, w których gromadzone są mody do gier.

Tworzenie gier umożliwiają też równego rodzaju edytory, takie jak *Adventure Game Studio*, *FPS Creator Free*, *Game Editor*, *Game Maker*, czy też zestawy narzędzi przygotowane przez wydawców gier jak np. *Unreal Development Kit* lub *Unity*. Wiele z nich nie wymaga od użytkowników żadnych umiejętności programistycznych, część jest też bezpłatna do użytku niekomercyjnego.

Sztandarowym przykładem tworzenia gier przez graczy w erze przedinternetowej jest jeden z najbardziej rozpoznawalnych systemów RPG: *Dungeons&Dragons*. Powstał on w wyniku współpracy dwóch fanów gier strategicznych, Gary’ego Gyaxa i Dave’a Arnesona. W 1969 r. Gyax opublikował w wydawnictwie *Guidon Games* (współcześnie można by nazwać tę aktywność selfpublishingiem, bowiem był on jedynym jego pracownikiem i prezesem, właścicielem zaś był Briana Blume) grę *Chainmail*. Zawierała ona zasady figurkowych bitew prowadzonych przez zgrupowania, jak i pojedynczych bohaterów. W 1970 r. Gyax i Arneson spotkali się na czwartej edycji *GenConu* i mając podobne pomysły co do rozwoju zasad z *Chainmail* postanowili połączyć siły. Od tej pory gracz miał kontrolować pojedynczą postać,

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

która miała rozwijać się wraz ze zdobywanym w grze doświadczeniem. Cztery lata później światło dzienne ujrzał pierwszy podręcznik z zasadami do D&D. Tworząc swoje dzieło autorzy czerpali z tradycji amatorskiego teatru, gier strategicznych, pisarstwa Jacka Vance'a, Paula Andersona i wielu innych autorów opowiadań fantasy z lat 60. i 70. (kompilacja wiedzy o powstawaniu D&D zawiera hasło Dungeons & Dragons w angielskojęzycznej wikipedii), tworząc nich genialny remiks po dziś dzień rozwijany i udoskonalany również za pośrednictwem nieoficjalnych dodatków i modyfikacji. Przykładami portali skupiających twórców takich dodatków są Dungeons&Dragons Online (www.ddo.com) czy The Red Dragon Inn (www.rdinn.com).

Nieobce jest też twórcom gier analogowych korzystanie z doświadczenia graczy i ich wsparcia w procesie tworzenia lub udoskonalania gier, co widać na przykład w procesie powstawania gry Kolejka autorstwa Karola Madaja z Instytutu Pamięci Narodowej. Do ostatecznego produktu w pierwszej jego edycji droga prowadziła przez cztery prototypy testowane m.in. przez graczy związanych z portalem gamesfanatic.pl i grupą Monsoon, na której stronie (www.monsoongroup.pl) można zapoznać się z szeregiem innych gier, w których powstawaniu brali oni udział (Madaj, 2011).

Gracze znaleźli też zastosowanie dla silników graficznych gier, które są wykorzystywane do twórczości wybiegającej poza modyfikacje – tworzenia przy pomocy gier. Pod koniec 2005 r. światło dzienne ujrzała zapowiedź (trailer), a rok później w kwietniu, pierwszy odcinek produkcji BloodSpell. Był to film fantasy powstały w oparciu o silnik Aurora firmy Bioware, który wcześniej wykorzystany był we wspomianej już grze Neverwinter Nights. Producent udostępnił graczom program „Dungeon Master”, który nie tylko pozwalał na dodawanie do rozgrywki i usuwanie z niej postaci, ale też jednoczesne podłączanie się do lokalnego serwera użytkowników, którzy przy pomocy kierowanych przez siebie postaci mogli rozgrywać sceny dokładnie tak samo, jak aktorzy w filmie. Twórcy „BloodSpell” wykorzystali dodatkowo szereg modyfikacji tak klienta, jak i silnika gry (między innymi umożliwiające synchronizację ruchu ust postaci z wypowiedzianymi przez nie dialogami). Do końca 2006 r. przygotowano czternaście odcinków serialu, które w kolejnym roku zmontowane zostały w pełnometrażowy film, a w 2008 r. wydano je na DVD. Produkcja ta była przedstawicielem animacji wykorzystujących silniki gier, a nazywanych machinima (Picard 2007). Innym powszechnie znanym przykładem są fragmenty odcinka Make love not Warcraft serialu SouthPark, które powstały przy pomocy gry World of Warcraft.

Początków działań wykorzystujących oprogramowanie, jako narzędzie twórcze, można doszukiwać się w subkulturze demosceny, powstałej na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku. Wówczas to powstawać zaczęły „podpisy” tworzone przez łamiących zabezpieczenia oprogramowania komputerowego crackerów. Z czasem statyczne informacje zaczęły ewoluować w kierunku coraz bardziej rozbudowanych animacji, wykorzystujących również dźwięk (Shor i Eyal 2004). Współcześnie jednym z największych portali, na których znaleźć można machinimy jest serwis www.machinima.com (obok niego dużą ilość tego typu twórczości zawiera YouTube). Poza typowymi animacjami tworzonymi przy pomocy gier odnaleźć tam można inne przejawy twórczości graczy, jak recenzje video, tutoriale, solucje i gameplaye.

Poza pisaniem recenzji gier (również w postaci komentarzy w sklepach internetowych, na forach skupiających graczy itp.), użytkownicy coraz częściej tworzą recenzje video, przyjmujące nierzadko formę screencastów, czyli filmów składających się z nagranych

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

fragmentów rozgrywki oraz komentarza gracza (w produkcji takie włączane są często też materiały wideo, udostępniane przez wydawcę celem promocji gry). Inną formą aktywności są tutoriale i solucje – mają one za zadanie pomóc graczom w szczególnie trudnych momentach gry lub przedstawić drogę do ukończenia całości rozgrywki. Często mają one też formę opisów tekstowych uzupełnianych screenami z gier. Coraz większą popularność zyskują serwisy typu wiki, zawierające porady, opisy postaci, drzewka technologii i inne treści pomocne w opanowaniu gry (serwisy takie posiadają wspomniane tu tytuły *Minecraft* i *Don't Starve*). Gameplay to z kolei nagranie przedstawiające fragment lub całą rozgrywkę w danej produkcji. Mogą one być solucjami, ale też swoistymi recenzjami, na podstawie których gracze mogą podjąć decyzję, czy walory estetyczne, sposób prowadzenia rozgrywki, fabuła gry itp. są warte dokonania zakupu. W części przypadków gameplaye pozwalają na pośredni udział w rozgrywce użytkownikom, których sprzęt komputerowy nie spełnia wymagań technicznych gry.

Gracze tworzą też na styku świata wirtualnego i rzeczywistego – może być to twórczość związana z prowadzoną rozgrywką/konkurem lub twórczość inspirowana grą. Pierwszą płaszczyzną często wykorzystują różnego rodzaju firmy przygotowując konkursy, które wymagają od uczestników przygotowania projektu, wykonania zdjęcia, przedmiotu itp., a następnie wprowadzenia tej twórczości w formie elektronicznej do internetu i poddanie pod osąd społeczności lub jurorów. W ten sposób swoje produkty promowały np. firmy *Samsung* i *Škoda*. Pierwsza z nich prosiła użytkowników o zaprojektowanie naklejek pozwalających na personalizację drukarek, druga o wykonanie fotografii papierowego modelu nowego samochodu w ciekawej przestrzeni i aranżacji. Na podobnych zasadach funkcjonują niektóre z „wyzwań” (np. na najciekawszą trasę treningową), jakie przed członkami swojej społeczności stawia serwis *endomondo.com*, w którym użytkownicy za pomocą aplikacji na smartfony mogą zapisywać i śledzić swoje postępy w różnych formach aktywności fizycznych. Jest to przejaw popularnego nurtu w marketingu, nazywanego z j. angielskiego *gamification* (spolszczone: grywalizacja), a przewidującego zwiększanie aktywności użytkowników w działaniach danej firmy za pomocą wykorzystywania zasad zapożyczonych z gier w aktywnościach, które nie są grami per se (Werbach 2012; Tkaczyk 2012).

Z kolei twórczość inspirowana grami jest chyba najbardziej różnorodnym aspektem aktywności graczy w zakresie kreacji. Zawiera ona w sobie bowiem wszelkiego rodzaju teksty fanowskie osadzone w fabułach i światach gier (cykle powieści związanych z grami *World of Warcraft*, *Starcraft*, *Warhammer 40.000*, *D&D* itp.), grafiki fanowskie, animacje, a także filmy (z wyłączeniem *machinima*), takie jak *No Escape* (inspirowany grami *Portal* i *Portal 2*, które mają zresztą aktywne społeczności moderów i twórców dodatków), serial *Dragon Age: Atomic*a (gra *Dragon Age*) czy film *Mortal Kombat: Rebirth*. Ciekawym przejawem takiej twórczości są gadżety drukowane przy pomocy drukarek 3D, które coraz częściej stają się alternatywą dla rękodzieła w postaci np. figurek odlewanych z ołowiu, czy wykonywanych z winylu.

Warto przy tym zauważyć, że działalność graczy w tym zakresie nierzadko natrafia na sprzeciw ze strony koncernów posiadających majątkowe prawa autorskie do znaków towarowych i całości produkcji dotyczącej gier. Nie tylko bowiem fani tworzą poza grą – również wydawcy starają się wykorzystać popularność swoich produkcji do maksymalizacji zysków, poprzez wydawanie książek, koszulek, gadżetów itp. Na polskim gruncie bardzo luźnym podejściem do tych kwestii wykazuje się *CD Projekt Red*, twórca gier *Wiedźmin* i *Wiedźmin 2: Zabójcy Królów*, która nie tylko nie zakazuje fanowskiej twórczości, ale też

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

nauczyła się z niej bardzo mądrze korzystać inspirując działania prosumenckie (bardzo dobrym studium tego przypadku jest fragment przywoływanego już raportu Prosumcjonizm pop-przemysłów: Siuda i in. 2013, s. 73-93), obracając się w literackim świecie, który praktycznie od lat 90. XX wieku ma bardzo silną grupą zagorzałych fanów. Niestety w raporcie nie została podjęta kwestia twórczości fanowskiej, dotyczącej uniwersum stworzonego przez Andrzeja Sapkowskiego, a istniejącej jeszcze przed wydaniem gier komputerowych. Jak widać z dotychczasowych działań CD Red nie tylko nie zlekceważyło tego zjawiska, ale też potrafiło się weń wpasować i wykorzystać zatrudniając do stworzenia gry doświadczonych (także na polu wiedźmińskim) projektantów i grafików. Należy pamiętać o tym, że wydając pierwszą z gier CD Projekt Red musiało się zmierzyć nie tylko z książkami Sapkowskiego, ale też twórczością fanów obejmującą opowiadania, rysunki, cosplaye, przygody do gry RPG „Wiedźmin: Gra wyobraźni”, a nawet próby stworzenie niezależnego filmu Sekcji Filmowej Plan 9 „Wiedźmin i Miasto Umarłych” (2001). Dzięki przemyślanym decyzjom, obserwacji tego, co się do tej pory innym udało a co nie, zarówno obroniło się przed krytyką fanów, na której poległ film Marka Brodzkiego z 2001 r. i komiksy autorstwa Macieja Parowskiego (scenariusz) i Bogusława Polcha (rysunki) wydawane w latach 1993-1995, jak też przeciągnęło do wiedźmińskiego świata nowych fanów, którym udostępniono edytory D’jinni i REDkit pozwalające na tworzenie przygód i modów do gry.

W idealnym świecie nowej elektronicznej ekonomii, o którym pisał między innymi Jenkins, działalność prosumentów i wydawców może swobodnie istnieć obok siebie – w rzeczywistości bywa inaczej. W kontekście druku 3D, pisarz science-fiction Cory Doctorow, przedstawił wizję świata przyszłości, w którym druk ten jest przestępstwem (printcrime) przeciwko monopolowi na wytwarzanie, będącego w posiadaniu firm (Doctorow 2007). To balansowanie i poszukiwanie nowych sposobów na ustalenie wzajemnych relacji prosumentów i koncernów można uznać za swoisty typ geopolityczno-gospodarczej gry (Toffler 1980, s. 324).

Na pewno wyjściem przeciwko aktualnie obowiązującym prawom autorskim jest łamanie zabezpieczeń gier. Ta jednak aktywność graczy wymaga zaawansowanych zdolności i umiejętności w zakresie programowania, nierzadko kryptologii, wiedzy o systemach zabezpieczeń i dostępu do odpowiedniego oprogramowania – a to ogranicza liczebność graczy, którzy prowadzą takie działania. Jest to też działalność, która związana jest wyłącznie z cyfrowym aspektem rozrywki. Trudno bowiem uznać kserowanie gier czy do podręczników do nich za łamanie zabezpieczeń.

4. Rewolucja czy ewolucja?

Jak wydać z powyższej typologii cyfryzacja rozrywki i pojawienie się nowych mediów nie były początkiem działań prosumenckich graczy. Trudno też mówić o rewolucji w tym temacie, raczej o ewolucji, która nie tyle przeniosła graczy-prosumentów w świat cyfrowy, ile stworzyła konwergencję między tym, co cyfrowe, a tym co analogowe. Praktycznie wszystkie (poza łamaniem cyfrowych zabezpieczeń), wymienione w typologii, aktywności twórcze graczy da się odnaleźć w rozrywce analogowej.

Kreatywne gry i zabawki zachęcające użytkownika do tworzenia, aspekt gracza-postaci w grach RPG, tworzenie własnych dodatków i modyfikacji gier, poprawki w regułach i ich uszczegóławianie, wykorzystywanie gier w działaniach twórczych (np. figurkowych gier bitewnych do odtwarzania historycznych bitew), twórczość fanowska itd. Część graczy

uważała zresztą gry w wersji cyfrowej za swoisty regres w stosunku do świata rozrywki analogowej. Świetnym przykładem może być porównanie wczesnych gier cRPG (computer Role Playing Game) do klasycznych „erpegów”. W tych drugich gracze mieli do dyspozycji praktycznie nieograniczony świat gry, modyfikując reguły i tworząc własne dodatki (co wymagało papieru, ołówka/długopisu i pomysłowości, a nie zdolności programistycznych) mogli rozszerzać możliwości w zakresie kreacji postaci, wydarzeń i zadań przed nimi stojących. Wśród komercyjnie wydawanych materiałów znalazły się też takie, jak podręcznik systemu d20 Modern (wydany w 2000 r.). Nie jest to system uniwersalny, nie tworzy też własnego świata, jest on raczej bazą na której tworzy się własną grę, która równie dobrze może się toczyć w świecie prozy Lovecrafta, jak i w rzeczywistości świata po konflikcie atomowym. Twórcy dostają do ręki zasady, ścieżki rozwoju postaci, tabelki pomocne w prowadzeniu przygód, a cała reszta pozostawiana jest w ich rękach. Co ciekawe system został wydany w ramach „Open Gaming Licence”, która zezwala na modyfikowanie i wydawanie własnych systemów opartych na d20 Modern, w tym też komercyjne. Jedynym ograniczeniem jest to, że systemy nie mogą zawierać trybu tworzenia postaci, do czego używany musi być oryginalny podręcznik d20 Modern. Jednak najważniejszą cechą analogowych gier RPG był brak liniowości w rozwiązywaniu problemów stawianych przed graczami. Wczesne gry cRPG posiadały z kolei: ograniczony świat, możliwości wyboru awatara bardzo ograniczone lub żadne i co gorsza liniowość rozgrywki (która wciąż jest bardzo często jednym z najbardziej krępujących graczy aspektów cyfrowej rozgrywki). Modyfikacje, jeśli były możliwe, to wymagały wiedzy, narzędzi i umiejętności daleko wykraczających poza te, który posiadał przeciętny użytkownik komputera. W komputerowych grach strategicznych nie dało się, jak w wydanej w 1994 r. grze planszowej *Pieć na Pacyfiku*, po prostu wziąć do ręki kawałek tekturki by przygotować nowe żetony, a w zeszycie zapisać własny scenariusz rozgrywki. Dopiero wprowadzenie edytorów, zaprojektowanych z myślą o prosumencie nie będącym jednocześnie profesjonalistą, w zakresie programowania, zmieniło tę sytuację.

Nie można też współcześnie przeciwstawiać sobie analogowej i cyfrowej rozrywki, gdyż obie coraz silniej się zazębiają i wpływają na siebie. Rozrywka cyfrowa czerpie inspiracje z analogowej (i vice versa), szereg gier współgrystuje w obu światach (*World of Warcraft*, *Warhammer 40.000*), nie bez znaczenia pozostają wspomniane już przejawy twórczości fanowskiej zanurzone naraz w obu rzeczywistościach. Tradycyjne gry zaczęły się też wspierać cyfrowymi narzędziami wspomagającymi graczy-prosumentów: programy do pisania scenariuszy rozgrywanych przygód, oprogramowanie graficzne ułatwiające przygotowywanie materiałów urozmaicających grę, bazy danych, w których mistrz gry może rejestrować rozgrywkę w ramach kampanii, druk 3D figurek, żetonów i innych gadżetów ułatwiających i uprzyjemniających zabawę, i temu podobne. Ciekawym przykładem jest nowa edycja gry *De Profundis*, w której klasyczną rozgrywkę toczono za pomocą tradycyjnej poczty – aktualnie dostosowano ją do szybszej komunikacji za pośrednictwem e-maili. Rewolucja nastąpiła natomiast w tym, co nowe media zrobiły z dystrybucją treści tworzonych przez prosumentów (w tym i graczy). Trafne jest spostrzeżenie Lessiga, który tworzenie przy pomocy multimediiów i nowych, cyfrowych narzędzi porównał do swego rodzaju pisania:

„Te inne formy „kreacji” stają się dominującymi formami „pisania”. Internet nie uczynił tych innych form „pisania” (które będę nazywał po prostu „media”) ważnymi. Ale internet i technologie cyfrowe otworzyły je dla mas. Używając cyfrowych narzędzi – nawet tych najprostszycy, zawartych w nowoczesnych systemach operacyjnych – każdy może „pisać” używając obrazów, albo muzyki, albo video. A używając możliwości darmowej sieci cyfrowej, każdy może dzielić się tym, co napisał, z kimkolwiek innym” (Lessig 2008, s. 69).

Oczywiście wymiana myśli i przepływ informacji związane z twórczością graczy odbywały się na długo przed powstaniem internetu. Wracając do wspomnianego powstania D&D – spotkanie jego twórców nastąpiło na czwartej edycji GenConu (pierwsza w 1968 r.), zapoczątkowanego zresztą przez Gygaxa współcześnie największego w Ameryce Północnej spotkania graczy, fanów i twórców gier. Obok spotkań rozwijały się (również w Europie) fanziny związane z grami, dzięki którym w latach 70. i 80. XX wieku gracze mogli wymieniać się wiadomościami, publikować recenzje nowych tytułów, własne opowiadania, przygody, a także dodatki i modyfikacje do gier. Ciekawym zjawiskiem były też rozgrywki prowadzone za pośrednictwem poczty. Na gruncie polskim aktywność taka rozpoczęła się znacznie później. Pierwszy ogólnopolski konwent Polcon odbył się w Błaziejewsku pod Poznaniem w 1985 r. (informacja za: <http://polcon.pl>). Również na rynku polskim wydawano fanziny poświęcone grom np. „Nieregularnik” Śląskiego Klubu Fantastyki. Gry analogowe przez pewien czas miały swoją rubrykę „Magia i Miecz” w miesięczniku o grach komputerowych „Top Secret”, by od kwietnia 1993 r. zyskać własny tytuł – właśnie „Magia i Miecz”. To na jego łamach ukazał się pierwszy polski system RPG „Kryształ czasu”. Gry znajdowały też swoje miejsce na łamach czasopism o fantastyce, jak „Fantastyka” czy „Feniks”, w którym opublikowano po raz pierwszy załączki gry stworzonej przez Andrzeja Sapkowskiego. W 1994 r. „Magia i Miecz” opublikowała rozwinięcie zasad wraz z przygodą „Oko Yrrhedesa” i pod takim tytułem gra wyszła rok później jako osobny produkt. Jednak to era internetu, sieci społecznościowych, portali skupiających miłośników gier, a także nowej, cyfrowej ekonomii, sprowadzając koszty wytwarzania treści przez prosumentów, do takiego poziomu, który można praktycznie uznać, za nieistotną barierę, pozwoliła na błyskawiczny i prawie wykładniczy wzrost ilości materiałów tworzonych przez graczy. Dla wielu gier stała się też swoistą cyfrową pamięcią pozwalającą na powrót do zapomnianych tytułów lub ich uzupełnienie o autorskie dodatki, czego przykładem mogą być społeczności portali www.talismanisland.com i www.magiaimecz.eu gromadzące nieoficjalne materiały do gry Talisman i jej polskiego wydania Magia i Miecz. Dla tych spośród graczy, którzy wyłącznie konsumują treści era cyfrowa pozwoliła na sięgnięcie do wcześniej o wiele trudniej dostępnych zasobów ludzkiej kreatywności.

Trudno w tym momencie prorokować na przyszłość, ale wydaje się, że coraz silniejsze będzie przenikanie się tak zwanej cyfry i analogu, a badaczom coraz trudniej będzie pojmować nowe zjawiska na zasadzie prostej dychotomii świata realnego i wirtualnego, która w sumie już dziś jest trudna do obronienia. Przed graczami-prosumentami postawi to nowe wyzwania i wymusi nabycie umiejętności płynnego przenikania między rzeczywistością gry i codzienności, które coraz silniej zachodzą na siebie (choćby w kwestii zarabiania na życie grą, jak progamerzy, czy tworzeniem treści do i w ramach gry). Chyba, że ziści się wizja z krótkometrażowego filmu Sight Erana-raz Maya i Daniela Lazo, w którym wszystko podporządkowane jest grze i grywalizacji (May-raz i Lazo 2012).

Bibliografia

- Bell, Daniel (1973): *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Bruns, Axel (2005): *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang Publishing.
- Bruns, Axel (2007a): *Produsage, Generation C, and Their Effects on the Democratic Process*, w: *Media in Transition* 5 27-29 April 2007. Boston: MIT.
- Bruns, Axel (2007b): *Produsage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation*, w: *Proceedings Creativity & Cognition* 6. Washington, DC.

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? *Kwartalnik Nauk o Mediach* 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage*. New York: Peter Lang Publishing.
- Brzeziński, Zbigniew (1970): *Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era*. New York: The Viking Press.
- Doctorow, Cory (2007): *Printcrime*, w: *Overclocked: Stories of the Future Present*, red. Cory Doctorow. New York: Thunder's Mouth Press.
- Eigen, Manfred; Winkler, Ruthild (1983): *Gra: prawa natury sterują przypadkiem*. we współpracy z Krzysztof Wolicki, tłum. i Zbigniew Ryszard Grabowski, przedm. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Herz, J.C (2002): *Harnessing the Hive: How Online Games Drive Networked Innovation*. w: *Release 1.0* vol. 20, 2002-10-18 (no. 9), s. 1–21.
- Huizinga, Johan (2007): *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. we współpracy z Marcia Kurecka, przeł. i Witold Wirpsza, przeł. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. *Studies in culture and communication*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry (2006a): *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation.
- Jenkins, Henry (2006b): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jünger, Friedrich Georg (1953): *Die Spiele. Ein Schlüssel zu ihrer Bedeutung*. Frankfurt/M.: Klostermann.
- Keen, Andrew (2007): *The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture*. New York: Doubleday.
- Kramer, Wolfgang (2000): *What is a game?* w: *The Games Journal* 2000, December 2000, dostępne na stronie internetowej: <http://www.thegamesjournal.com/articles/WhatIsaGame.shtml> w dniu 2014-01-13.
- Lessig, Lawrence (2008): *REMIX. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Academic.
- Madaj, Karol (2011): *Jak utworzyła się Kolejka?*, dostępne na stronie internetowej: <http://www.gamesfanatic.pl/2011/02/04/jak-utworzyla-sie-kolejka/#more-20541>.
- Manovich, Lev (2013): *Software Takes Command*, New York.
- Maroney, Kevin (2001): *My Entire Waking Life*. w: *The Games Journal* May 2001, May 2001, dostępne na stronie internetowej: <http://www.thegamesjournal.com/articles/MyEntireWakingLife.shtml>.
- May-raz, Erana; Lazo, Daniel (2012): *Sight*. Jerusalem Bezalel Academy of Arts. Izrael.
- Miller, Ron (2013): *Was Mr. Sygack the First Alien Character in Comics?*, dostępne na stronie internetowej: <http://io9.com/was-mr-skygack-the-first0alien-character-in-comics-453576089>.
- Picard, Martin (2007): *Machinima: Video Game As An Art Form?* w: *Loading...* 2007, 2007 (Vol 1, No. 1), dostępne na stronie internetowej: <http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/viewArticle/17>.
- Ritzer, George; Jurgenson, Nathan (2010): *Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'*. w: *Journal of Consumer Culture* 10(1), 2010, s. 13–36, dostępne na stronie internetowej: http://joc.sagepub.com/content/10/1/13.full.pdf+html?ijkey=KKTk6xYE6Vq1c&keytype=ref&siteid=spjoc&utm_source=eNewsletter&utm_medium=email&utm_campaign=1J22.

M. Krzanicki, Gracz – prosument w cyfrowej rzeczywistości. Rewolucja czy ewolucja? Kwartalnik Nauk o Mediach 2015, 1, <http://knm.uksw.edu.pl/gracz-prosument-cyfrowej-rzeczywistosci-rewolucja-ewolucja/>

- Schäfer, Mirko Tobias (2011): *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Schorn, Daniel (2006): *Cyber Athlete ‚Fatal1ty‘*. Steve Kroft On The Rise Of Professional Video Game Players, dostępne na stronie internetowej: <http://www.cbsnews.com/news/cyber-athlete-fatal1ty/>.
- Shor, Shirley; Eyal, Aviv (2004): *DEMOing: An Emerging Artform or Just Another Digital Craft?* w: *Intelligent Agent 4.1* Winter 2004, 2004 (7), dostępne na stronie internetowej: http://intelligentagent.com/archive/IA4_1demosceneshoreval.pdf.
- Siuda, Piotr (2010): Jednostkowe aspekty bycia fanem czyli w stronę nowego paradygmatu fan studies. w: *Kultura i Edukacja*, 2010 (nr 4 (78)), s. 74–94.
- Siuda, Piotr i in. (2013), *Prosumpcjonizm pop-przemysłów: analiza polskich przedsiębiorstw z branży rozrywkowej*. Warszawa: Collegium Civitas Press.
- Tkaczyk, Paweł (2012): *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*. Gliwice: Helion.
- Toffler, Alvin (1980): *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York: William Collins Sons & Co. Ltd.
- Trendwatching.com (2004-2005): „Generation C”, dostępne na stronie internetowej: http://www.trendwatching.com/trends/generation_c.htm.
- Ulrich, Carl (2012): *Design. Creation of Artifacts in Society*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Werbach, Kevin (2012): *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Philadelphia: Wharton Digital Press.