

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Second Life - problems with the prolongation of reality

Klimczuk, Andrzej

1 September 2007

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/36095/>
MPRA Paper No. 36095, posted 23 Jan 2012 18:36 UTC

Andrzej Klimczuk*

Drugie życie, czyli problemy z przedłużaniem rzeczywistości

Masowa gra online „Second Life” (dalej: „SL”) w 2006 roku okazała się niespodziewanym, skomplikowanym i kontrowersyjnym zjawiskiem. Tytuł stworzony przez pochodzące z San Francisco studio Linden Lab, bez cienia wątpliwości kryje w sobie potencjał, który podważając podzielane powszechnie reguły może wstrząsnąć światem społecznym. Teraz każdy może mieć swoje „drugie życie” i nie musi przy tym posiadać nadludzkich zdolności niczym bohaterowie popularnych historii obrazkowych.

Można określić przynajmniej pięć poziomów na których rozwojowi podlegają gry wideo: (1) poziom gier dla pojedynczego użytkownika; (2) gier z opcjami zabawy dla dwóch i więcej osób; (3) MUD (Multi-User Dungeon); (4) MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game); (5) Games 2.0. Choć poziomy te nie są etapami chronologicznymi to powszechnie są postrzegane jako takie. Dla naszych rozważań ważne będą tylko trzy ostatnie przypadki odnoszące się do gier których podstawą jest wykorzystanie dostępu do sieci. Rozwijane od lat 80. minionego stulecia gry typu MUD (Multi-User Dungeon) stanowiły pierwsze formy potyczek online. Ich uczestnicy po połączeniu się ze wspólnym serwerem przeżywali razem przygody za pośrednictwem interfejsu tekstowego. Program wysyłał im informacje opisujące świat gry (np. jak wygląda i w co jest wyposażone pomieszczenie, w którym się aktualnie znajdują oraz jakie działania mogą podjąć) umożliwiając poruszanie się w nim za pomocą odpowiednich komend. Gracze, których nierzadko dzieliły tysiące kilometrów w świecie znajdującym się poza ekranem komputera, mogli też ze sobą rozmawiać oraz wspólnie podejmować decyzje, co do dalszych celów i kroków postępowania. MUDy traktowane jako środki komunikacji stały się podstawami do kreowania wirtualnych gospodarek¹, rozpatrywanych przeważnie w kontekście gier sieciowych wyłaniających się systemów, w których zachodzi wymiana wirtualnych dóbr. Uczestnicy zabawy już wówczas mogli handlować kontami użytkowników, ich postaciami lub przedmiotami (uzbrojeniem, ubraniami, znaleziskami itp.). Podobnie jak w przypadku dóbr

* Uniwersytet w Białymstoku, Instytut Socjologii.

¹ Zainteresowanych odsyłam do prac Edwarda Castronovy zgromadzonych w bazie SSRN: http://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=277893, stan z 14.01.2007 oraz badaczy zrzeszonych w ramach platformy Virtual Economy Research Network, <http://virtual-economy.org/>, stan z 14.01.2007.

materialnych z obiektów takich stanowiących wirtualną własność korzystać może w danej chwili tylko jedna osoba.

Przypuszczalnie uczestnictwo w systemach wirtualnych gospodarek stanowi raczej decyzję dobrowolną o charakterze rekreacyjnym, a nie przymusową na miarę pracy zarobkowej. Wątpliwości w tej sprawie pojawiły się dopiero wraz z grami MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), których eksplozja popularności nastąpiła na przełomie XX i XXI wieku. Pozycje takie jak „Ultima Online”, „EverQuest”, „Lineage”, „Dark Age of Camelot” i „EVE Online” różnią się od MUDów przede wszystkim interfejsem wykorzystującym grafikę 2D i 3D oraz faktem, iż gromadzą w swoich wirtualnych światach jednocześnie setki tysięcy użytkowników, którzy mogą przeżywać przygody samotnie lub we współpracy z innymi. Rozgrywki wzbogacono o stojącą na zdecydowanie wyższym poziomie oprawę audio-wizualną pozwalającą już na przyglądanie się wizerunkom postaci innych uczestników zabawy i usłyszenie ich realnej mowy. Najpopularniejszą komercyjną grą tego typu jest obecnie „World of Warcraft”, która w styczniu 2007 roku, na niewiele ponad dwa lata od premiery, posiadała już 8 milionów zarejestrowanych użytkowników wnoszących stale opłaty za dostęp do jej serwerów². Pod koniec lipca 2007 roku liczba ta przekroczyła 9 milionów osób³. MMORPG stały się prawdziwym przykładem wirtualnych gospodarek, gdy ich użytkownicy zaczęli sprzedawać swoją wirtualną własność za realną gotówkę na aukcjach internetowych takich jak eBay, czy Allegro. Regulaminy większości gier sieciowych zakazują takich praktyk, a ich operatorzy regularnie informują o kasowaniu kont osób łamiących zasady. W konsekwencji ujawniono istnienie graczy pochodzących z krajów rozwijających się określanymi najczęściej mianem „chińskich farmerów”⁴. Osoby te z myślą o szybkim i zupełnie realnym zarobku zajmują się zabijaniem na masową skalę napotkanych wirtualnych potworów i zbieraniem pozostawianych przez nie w charakterze nagród dóbr takich, jak złoto i inne przedmioty. W Polsce największy rozgłos zyskał przypadek 16-letniego użytkownika gry „Tibia”. Według doniesień medialnych pobił on swoją matkę krzesłem, gdy wyłączyła mu komputer i przerwała zabawę, którą traktował jako pracę zarobkową⁵.

² T. Thorsen, *WOW: 8 million served*, <http://www.gamespot.com/pc/rpg/worldofwarcraft/news.html?sid=6164082>, stan z 14.01.2007.

³ *World of Warcraft surpasses 9 million subscribers worldwide*, <http://www.blizzard.co.uk/press/070724.shtml>, stan z 12.08.2007.

⁴ D. Barboza, *Ogre to Slay? Outsource It to Chinese*, <http://www.nytimes.com/2005/12/09/technology/09gaming.html?ex=1291784400&en=a723d0f8592dff2e&ei=5090>, stan z 14.01.2007.

⁵ G. Rudynek, J. Tacik, *Tibia jak narkotyk*, <http://serwis.gazeta.pl/metro/1,50145,3290608.html>, stan z 14.01.2007.

Podobne zdarzenia nie powinny nas zaskakiwać w najbliższej przyszłości. Według prognoz analityków z DFC Intelligence wartość globalnego rynku gier online w ciągu najbliższych pięciu lat wzrośnie ponad czterokrotnie z 3,4 miliarda dolarów w 2005 roku do ponad 13 miliardów w 2011 roku⁶. Specjaliści spodziewają się: upowszechnienia stałego dostępu do wysokoprzepustowych sieci, zwiększenia liczby osób korzystających z gier online nie tylko na komputerach klasy PC, ale też na konsolach stacjonarnych nowej generacji (Xbox 360, Wii i PlayStation 3) oraz pojawienia się obok dotychczasowych regularnych subskrypcji bardziej elastycznych usług dostępnych dzięki mikropłatnościom (np. wysłanie SMSa z telefonu komórkowego pod wskazany przez producenta numer pozwala na otrzymanie kodu odblokowującego dostęp do dodatków, z których można korzystać podczas gry lub gadżetów z nią związanych). Sami twórcy gier sieciowych, którzy dyskutowali nad ich przyszłością podczas konferencji deweloperów towarzyszącej targom Games Convention 2006 w Lipsku, twierdzą że znakomicie zdają sobie sprawę z rosnącego na sile handlu wirtualnymi dobrami⁷. Przeciwni tej tendencji zapowiedzieli prace nad rozwiązaniami utrudniającymi uzyskanie przewagi w rozgrywkach dla bogatszych poza światem gry osób, które mogą pozwolić sobie na kupno chociażby trudnodostępnych dla pozostałych drogich wirtualnych broni. Celem tych twórców jest, więc kreacja sztucznych krain, w których wszyscy uczestnicy zabawy mają równe szanse osiągnięcia sukcesów w grze bez względu na ich pozycję w realnym świecie.

Nieliczni wyłamują się z takich założeń. Można przyjąć, iż autorzy „SL” do tej pory posunęli się najdalej spośród wszystkich i zdecydowali się w pełni oprzeć reguły swojej gry online na prowadzeniu wirtualnej działalności gospodarczej i na uczestnictwie w równie wirtualnej konsumpcji. Światowa premiera tego tytułu miała miejsce 23 czerwca 2003 roku, ale masowe zainteresowanie nią pojawiło się dopiero prawie trzy lata później, kiedy to korespondenci amerykańskich magazynów Discover⁸ i Business Week⁹ opublikowali swoje raporty o możliwościach, jakie daje uczestnictwo w „SL”. Dziennikarze nie stronili od zachwytów w opisywaniu początków budowy nowej rzeczywistości, której nie byli w stanie porównać do niczego, co oferowały inne pozycje sieciowe. Ich nawiązania szły raczej w kierunku rozwoju internetowych serwisów społecznościowych utrzymanych w nurcie Web

⁶ B. Sinclair, *Report: Online gaming to hit \$13 billion by 2011*, <http://www.gamespot.com/news/6152346.html>, stan z 14.01.2007.

⁷ J. Calvert, *What the future holds for MMOs*, <http://www.gamespot.com/news/6156198.html>, stan z 14.01.2007.

⁸ S. Johnson, *Brave New World. Virtual Law and Order*, <http://www.discover.com/issues/apr-06/departments/well-intro/>, stan z 14.01.2007.

⁹ R. D. Hof, *My Virtual Life*, http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982001.htm, stan z 14.01.2007.

2.0¹⁰ pokroju MySpace i YouTube. Innymi słowy: użytkownicy „SL”, podobnie jak osoby udostępniające na wspomnianych witrynach np. autorskie utwory muzyczne i filmy, generują treści tworzące wirtualny świat, którymi mogą handlować z innymi pobierając za nie opłaty¹¹. Ponadto obowiązująca w grze waluta to dolary lindeńskie poddające się podczas zabawy wymianie w punktach LindeX na dolary amerykańskie. Jeśli chodzi o dostęp do serwerów „SL” to jest on darmowy dla osób zwiedzających, a abonament płacą tylko ci, którzy zdecydują się na zakup skrawka wirtualnej ziemi¹². Pozostali, których nie stać na otworzenie własnego interesu, mogą zarabiać prowadząc wirtualną działalność usługową zajmując się chociażby obsługą lokali w charakterze np. sprzedawców, muzyków, projektantów dóbr albo obsługą innych użytkowników jako „osoby do towarzystwa”.

Deweloperzy z Linden Lab zakładają, że ich produkt jest czymś więcej niż grą. „Jest trójwymiarowym wirtualnym światem, w którym możesz robić wszystko i gdzie wszystko jest tworzone przez zamieszkujących go ludzi. To coś bardzo odmiennego od gier wideo, które mają statyczne otoczenie, które można zwiedzać, ale którego przez większość czasu nie da się ani zmienić, ani w żaden inny sposób się do niego przyczynić” – twierdzi Philip Rosedale¹³. I choć w „SL” nie ma jasno określonych celów zabawy, punktów, zwycięzców, oponentów, ani statystyk cech opisujących poddawanych ulepszeniom postaci należących do graczy, to produkcja ta ma narzucony odgórnie regulamin uczestnictwa¹⁴, a pozostałe zasady

¹⁰ Szerzej mamy tu do czynienia z upowszechnianiem się "treści tworzonych przez użytkowników" (ang. User-Generated Content i User-Created Content), czyli takich które są upowszechniane za pośrednictwem określonej platformy służącej jednocześnie do publikacji i korzystania z tych materiałów. Więcej informacji o partycypacyjnej sieci i otwartych modelach innowacyjności znajduje się w raporcie OECD *Participative Web: User-Created Content*, <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>, stan z 12.08.2007.

¹¹ Podstawowym obiektem podlegającym modyfikacjom jest postać gracza - avatar, który przez Linden Lab określany jest mianem rezydenta (wygląd jego ciała można stale zmieniać w trakcie gry, słowem przeprowadzać bezpłatne „operacje plastyczne”; do tego avatary od początku są w stanie nie tylko chodzić, ale też latać). Obiekty znajdujące się w „SL” kreowane są w odrębnych programach jak np. Adobe Photoshop. Są to m.in. wirtualne samochody, budynki, zabytki, obrazy, ubrania, gazety, dzieła sztuki, animacje postaci, odgłosy itp. Często elementy te stanowią nawiązanie odpowiedników istniejących w świecie poza grą, kiedy indziej są to konstrukcje, których wykonanie w realnych warunkach nie byłoby możliwe. Do programowania zachowań, wydarzeń i animacji służy język Linden Script Language. Jego komendy tworzone i gromadzone są przez graczy w ramach serwisu *LSL Portal - Second Life Wiki*, http://wiki.secondlife.com/wiki/LSL_Portal, stan z 16.08.2007.

¹² Zwiedzający bez dodatkowych opłat nie mogą korzystać z wielu przedmiotów i usług. Zaś na zakupionej ziemi (określonej też z uwagi na swój kształt i wygląd mianem wysp) można wznieść nieruchomości (np. sklepy, galerie, dyskoteki) i prowadzić w nich sprzedaż swoich dóbr (obowiązuje przy tym dodatkowa opłata za przesłanie na serwer swoich kreacji, ale później każdą z nich, np. wirtualną bluzkę, można powielić w nieskończoność już za darmo).

¹³ A. McCormick, *Building a better world*, New Media Age 19.10.06, Centaur Media, s. 26.

¹⁴ Regulamin zakazuje chociażby udostępniania treści związanych z erotyką i wchodzenia bez pozwolenia dorosłych do świata specjalnej wersji "Teen Second Life" opracowanej na początku 2005 roku z myślą o osobach w wieku między 13, a 17 rokiem życia. Zob.: *Second Life - Terms of Service*, <http://secondlife.com/corporate/tos.php>, stan z 16.08.2007; *Second Life - Community Standards*, <http://secondlife.com/corporate/cs.php>, stan z 16.08.2007; *Teen Second Life Community Standards*, <http://teen.secondlife.com/footer/cs>, stan z 16.08.2007. Zainteresowanych problemami pedofilii i przemocy w „SL” odsyłam do publikacji Petera Singera, *Violence in video games is a risk to the real world*, <http://www.taipeitimes.com/News/editorials/archives/2007/07/23/2003370920>, stan z 16.08.2007.

(np. ceny sprzedaży ziemi, sposoby zlecenia nowych projektów lub wykonywania pracy) funkcjonują jako normy tworzone przez użytkowników.

Stale rośnie liczba osób, które chcą sprawdzić się w „Drugim Życiu”. „Nigdy nie mieliśmy budżetu na marketing. Zajęło nam 2 lata, aby pozyskać pierwsze 100 tysięcy użytkowników” – dodaje Rosedale¹⁵. We wrześniu 2006 roku, kiedy świat „SL” liczył ponad 700 tysięcy osób, jego statystyczny użytkownik miał 32 lata, w 57% przypadków był mężczyzną i na 40% mieszkał poza granicami Stanów Zjednoczonych¹⁶. Pod koniec października 2006 roku liczba mieszkańców wirtualnego świata wynosiła już prawie milion osób, a w niespełna 8 tygodni później przekroczyła 2 miliony¹⁷. Tak szybki wzrost wzbudził podejrzenia niektórych obserwatorów¹⁸. Deweloperzy tłumaczą, że podawana przez nich liczba użytkowników „SL” to w gruncie rzeczy raczej ilość unikalnych postaci, które mogą w dowolnej chwili zalogować się na serwery gry. Pod koniec czerwca 2007 roku „SL” posiadało już prawie 8 milionów zarejestrowanych użytkowników, zaś w połowie sierpnia prawie 9 milionów. Ogólny udział kont osób ze Stanów Zjednoczonych zmniejszył się do 26%. Znacznym zmianom nie uległa średnia wartość ich wieku (32 lata), ani rozkład populacji ze względu na płeć (58% stanowią mężczyźni). Ilość nabywców wirtualnej ziemi w ciągu roku wzrosła niemal pięciokrotnie – z 19 tysięcy w czerwcu 2006 roku do 94 tysięcy w tym samym okresie 2007 roku. Tak czy inaczej - mimo ogólnego wzrostu ilości użytkowników - udział w „Drugim Życiu” posiadaczy wirtualnej ziemi wciąż jest niewielki. Wreszcie ilość osób, które przynajmniej raz w ciągu miesiąca poprzedzającego sierpień uruchomiły grę wynosiła blisko 1 milion, a w ciągu dwóch poprzednich miesięcy około 1,6 miliona¹⁹.

Można przypuszczać, że znakomita większość ludzi posiadających doświadczenia z „SL”, skorzystała z wirtualnego świata kilkakrotnie, a być może zaledwie raz. Nie wyklucza to jednak faktu, iż wciąż mogą do niego powrócić. Są przynajmniej trzy powody, dla których tego przykładu wirtualnej gospodarki nie należy lekceważyć:

¹⁵ A. McCormick, op. cit., s. 26.

¹⁶ A. LaVallee, *Now, Virtual Fashion*, The Wall Street Journal 22.09.06, Dow Jones & Company, s. B1; Linden Lab zapowiada udostępnianie bieżących danych demograficznych „SL” w późniejszym terminie. Na podstawie: *Second Life - Brand Marketing*, <http://secondlife.com/businesseducation/gettingstarted/brandmarketing.php>, stan z 14.01.2007.

¹⁷ Na podstawie: *Reuters podejmuje Drugie Życie*, <http://gry.interia.pl/news?inf=807576>, stan z 14.01.2007; T. Grynkiewicz, V. Makarenko, *Milion ludzi gra w Second Life*, <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,69806,3696383.html>, stan z 14.01.2007; D. Terdiman, *Second Life hits second million in eight weeks*, http://news.com.com/8301-10784_3-6143909-7.html, stan z 14.01.2007.

¹⁸ Na podstawie: D. Terdiman, *Counting the real Second Life population*, http://news.com.com/2100-1043_3-6146943.html, stan z 14.01.2007; *Interview with a skeptic - Clay Shirky*, PC Magazine 21.04.07, Ziff Davis Publishing, s. 77.

¹⁹ Na podstawie: *Second Life - Economic Statistics*, http://secondlife.com/whatis/economy_stats.php, stan z 12.08.2007; *Second Life Virtual Economy Key Metrics Through June 2007*, http://static.secondlife.com/economy/stats_200707.xls stan z 12.08.2007.

1. „Od pucybuta do milionera” - szansa na zarobienie zupełnie realnych pieniędzy. „SL” ma już swojego pierwszego zwycięzcę stanowiącego żywy przykład, że wirtualne dobra mogą stanowić źródło dochodu. Wzorem do naśladowania jest Ailin Graef, obywatelka Niemiec o chińskim pochodzeniu znana w świecie „gry” jako Anshe Chung, która po trzech latach działania jako inwestor kupujący, ulepszający i sprzedający poszczególne obiekty w produkcji od Linden Lab, dorobiła się pierwszego miliona prawdziwych dolarów amerykańskich. Pod koniec 2006 roku jej wirtualna firma prowadziła w Chinach biuro projektowe gdzie zatrudniała 25 osób z zamiarem podwojenia liczby pracowników²⁰. Szacuje się, że w tym samym okresie blisko 5 tysięcy graczy zarabiało dzięki „SL” już ponad 20 tysięcy dolarów amerykańskich rocznie²¹.

2. „Sława i zmiana świata” - działalność uczestnika „SL” może liczyć się w realnym świecie. Amerykański tygodnik Time przyznał tytuł „Człowieka 2006 roku” dla „Ciebie” jako uczestnika społeczności internetowych zgodnych z nurtem Web 2.0, w tym „SL”. „Za przejście sterów globalnych mediów, za ustanowienie i kształtowanie nowej, cyfrowej demokracji; za pracę za darmo i ogranie profesjonalistów w ich własnej grze” - czytamy w uzasadnieniu²². Odpowiednie wykorzystanie rozwiązań pokroju „SL” może służyć do realizacji celów w świecie znajdującym się poza grą. Za przykład może posłużyć chociażby udostępniony na serwisie YouTube film promujący Krzysztofa Kononowicza, kandydata na prezydenta Białegostoku, który z nieznanego nikomu mężczyzny wykreował gwiazdę popkultury²³.

3. „Rozgłos, reklama i badania” – miejsce do prezentacji nowych projektów, bądź modeli realnych wytworów, jak również prowadzenia testów i szkoleń. Z realiów „SL” szybko zaczęły korzystać znane firmy i organizacje m.in. producenci odzieży sportowej Adidas Reebok, komputerów IBM i Dell, programów telewizyjnych Endemol, samochodów Toyota i Mercedes, agencja Reuters, operator telefonów komórkowych TELUS oraz fundacja na rzecz ochrony przyrody Reef Ball Foundation. Plany podjęcia „Drugiego Życia” posiada też ponad 200 innych firm, w tym sieć sklepów Wal-Mart, producent kart kredytowych American Express i podzespołów komputerowych Intel²⁴. W 2007 roku w grze pojawiła się

²⁰ E. Boyes, *Second Life realtor makes \$1 million*, <http://www.gamespot.com/pc/rpg/secondlife/news.html?sid=6162315>, stan z 14.01.2007.

²¹ L. K. Talko, K. Pokryshkin, *Moje drugie życie*, <http://www.gazetawyborcza.pl/1,76842,3809977.html>, stan z 14.01.2007.

²² L. Grossman, *Time's Person of the Year: You*, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>, stan z 14.01.2007.

²³ *Raport: Kononowicz - wyborcza gwiazda You Tube*, <http://serwis.gazeta.pl/kraj/8,34318,3737805.html>, stan z 14.01.2007.

²⁴ R. D. Hof, *My Virtual Life*, http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982001.htm, stan z 14.01.2007.

m.in. ambasada Szwecji, a także lokacje reprezentujące polskie firmy m.in. Play, Przekrój i Elektrociepłownia Wybrzeże oraz miasto Kraków. W planach znajdują się też wirtualne wersje Wrocławia, Łodzi, Gdańska, Warszawy, Poznania, Katowic i Zakopanego, a nawet wirtualny stadion mistrzostw Euro 2012²⁵. Poszczególne przedstawicielstwa już teraz sprzedają w „SL” swoje wytwory znane ze świata znajdującego się poza grą, testują tu i prezentują nowe koncepcje i projekty (np. hotele, które mają zostać zbudowane na całym globie, nie dostępne na półkach sklepowych modele obuwia) oraz szkolą swoich członków i pracowników²⁶.

Gry komputerowe można uznać za środki masowego przekazu, za formę zorganizowanej i nieosobowej komunikacji społecznej, gdyż niosą ze sobą informacje docierające do dużej ilości osób na całym świecie. Tytuły te pełnią rolę zwierciadła, „w którym ukazują się najbardziej istotne cechy danego społeczeństwa na aktualnym etapie jego rozwoju”²⁷, ale przekaz ten wzięty nawet jako całość, nie odzwierciedla rzeczywistości społecznej, w której powstał, albowiem odtwarza i współtworzy wartości dominujące w danym społeczeństwie²⁸. „SL” jest potwierdzeniem tezy, iż wirtualne światy gier-jakomediów „są przedłużeniem naszej rzeczywistości”²⁹, a nie jakimiś bliżej nieokreślonymi, całkowicie wyodrębnionymi lokacjami pozbawionymi wejścia i wyjścia, w których w bliżej nieznanym sposobie mogą gościć tylko wybrańcy.

Niemniej mamy tu do czynienia ze swoistym paradoksem. Charakter czynności podejmowanych przez użytkowników produkcji od Linden Lab zdaje się nie do końca pozwalać na traktowanie jej jako gry. Według Rogera Cailloisa gry i zabawy powinny być³⁰: wyodrębnione, zawierające elementy niepewności, ujęte w normy, fikcyjne, bezproduktywne i dobrowolne. Korzystanie z „SL” zaprzecza dwóm ostatnim cechom. Zasadą ma być przecież tworzenie nowych dóbr i bogactw. Do tego czerpana przez grającego przyjemność może stać się obowiązkiem, gdy np. zobowiąże się do regularnego wykonywania zleconych przez

²⁵ Na podstawie: Z. Szybisty, *Niech o mnie będzie głośno czyli o marketingu Second Life*, <http://www.internetstandard.pl/news/119124.html>, stan z 12.08.2007; *Second Krakow-pierwszy w Polsce*, <http://www.supremum.pl/index.php?t=sl&id=113>, stan z 12.08.2007.; *Euro 2012: powstaje stadion w Second Life*, <http://wiadomosci.onet.pl/1584544,14,1,1,,item.html>, stan z 12.08.2007; *Eurofun 2012: pierwszy stadion w secondlife na Euro 2012*, <http://www.eurofun2012.com/>, stan z 12.08.2007.

²⁶ Zainteresowanych scenariuszami rozwoju różnych form przedsiębiorczości w „SL” odsyłam do pracy Kazimierza Krzysztofka, *„Drugie życie” nowej gospodarki*, <http://www.computerworld.pl/artykuly/54976.html>, stan z 16.08.2007.

²⁷ E. Nasalska, *Kierunki rozwoju analizy treści*, *Studia socjologiczne* 3-4/1982, s. 65.

²⁸ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa 1999, s. 129.

²⁹ *W wirtualnym świecie - wywiad z Mirosławem Filiciakiem*, *LOŻA*, nr 13/2006, s. 29.

³⁰ R. Caillois, *Gry i ludzie*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 1997, s. 20.

innych uczestników usług. W konsekwencji trudno też zakładać pełną fikcyjność związanych z tym medium przedsięwzięć.

Pod maską gry nagle zaczęła kryć się praca i to wykonywana nie tylko dla korzyści osobistych użytkownika chociażby „SL”, ale też pozostałych podmiotów - grup, do których przynależy w danej społeczności sieciowej i jej operatorów. Istotę tego założenia najlepiej oddają producenci gier z korporacji Microsoft, którzy głoszą: „To świat YouTube - trzeba objąć treści tworzone przez społeczności. Przesadzamy w kontrolowaniu tego, w jaki sposób gry docierają do odbiorców. Potrzebujemy więcej przestrzeni, w których zostaną dostrzeżeni domorośli projektanci”³¹. Innymi słowy: przekazanie graczom narzędzi do uwolnienia swoich pomysłów ma pozwolić na zwiększenie mocy przerobowych giganta, umożliwić mu zmniejszenie kosztów produkcji jego dzieł oraz stać się źródłem nowych pomysłów, które będą od razu testowane.

„Dla dewelopera gier celem jest stać się czymś na miarę YouTube lub MySpace dla gier. Nie chodzi całkowicie tylko o dostarczanie znakomitych tytułów. Musisz też zbudować sieciowe społeczności dookoła nich, aby zapewnić im wiarygodność, komunikację i długowieczność. To jest święty Graal” – dodaje Simon Jeffrey, szef amerykańskiego oddziału Sega, szkicując koncepcję nowej konwencji tworzenia produktów branży elektronicznej rozrywki, którą poza korporacją Microsoft i jego firmą zamierzają wcielić w życie liderzy rynku, koncerny Sony, Nintendo, Electronic Arts i Square Enix³². Przedłużanie rzeczywistości przez gry rozpoczęło się jednak wraz z „SL”, pierwszym poważnym przykładem Games 2.0 - masowych gier sieciowych, które posiadają przynajmniej sześć cech: (1) linia fabularna nie jest tu tak istotna, co ogólna koncepcja przebiegu rozgrywki (zupełnie jak np. w grach logicznych i zręcznościowych); (2) oś rozgrywki stanowi udostępnianie treści tworzonych przez użytkowników i modyfikacja wirtualnego świata gry; (3) gra staje się platformą do publikacji i korzystania z rozmaitych materiałów; (4) między użytkownikami zachodzi nieustanna wymiana informacji o nowych treściach (i sposobach ich tworzenia) oraz ma miejsce dzielenie się samymi treściami; (5) gra traci coś z gry i silniej łączy się funkcjonującymi poza nią realiami (np. gdy treści można sprzedać kosztem materialnej gotówki); (6) producent gry zaczyna przypominać operatora sieci; gracz, konsument zaś wciela się producenta i twórcę.

³¹ J. Porcaro, *Peter Moore Confronts The Elite* 8, <http://gamerscoreblog.com/team/archive/2006/08/04/536593.aspx>, stan z 14.01.2007.

³² K. Hall, *Nintendo Gives Design Power to the Player*, http://www.businessweek.com/globalbiz/content/sep2006/gb20060927_472864.htm, stan z 14.01.2007.

Nie sposób pominąć doniesień o problemach związanych z „SL”. Twórcy siłąją się z obsługą tysięcy serwerów, magazynowaniem danych, optymalizacją głównego kodu gry i zabezpieczeniami – z podtrzymaniem działania jednego z najbardziej zaawansowanych systemów globalnej komunikacji jakie kiedykolwiek powstały³³. Biznesmeni wprawdzie cieszą się z łatwego sposobu na organizację konferencji prasowych i rozgłosu jaki ich wirtualne przedsięwzięcia wywołują w świecie poza grą, ale jednocześnie skarżą się na niewielką ilość osób zwiedzających ich lokacje i chętnych do wirtualnych zakupów, trudności w projektowaniu lokacji, koszty ich utrzymania i zatrudnienia ich obsługi³⁴. Użytkownicy narzekają na trudności w obsłudze interfejsu, opóźnienia w komunikacji, nudę, puste lokacje, rosnące znaczenie reklam i korporacji, niestabilną walutę, przestępczość i autorytarne decyzje administratorów Linden Lab rozstrzygające spory (w tym kasacja kont i przejmowanie władzy nad kosztownymi ładami), a nawet nawołują do powrotu do „pierwszego życia”³⁵. Wreszcie zdaniem niektórych łady w „SL” stanowią pierwowzór dla trójwymiarowych stron internetowych stanowiących zaczyn technologii World Wide Sim i 3D Internet³⁶. Wobec tego, mimo publicznego udostępnienia części kodu źródłowego gry, największe kontrowersje wzbudza groźba jej zamiany w „prywatny internet” lub „prywatne państwo”³⁷.

Niniejszy artykuł stanowi jedynie próbę przedstawienia problematyki opisu i badania wirtualnego świata, a w szczególności jego funkcjonowania w grze sieciowej „SL”. Za zasadne wydaje się podejmowanie dalszych analiz tego tematu, zwłaszcza że budzi on wiele wątpliwości i kontrowersji, a opracowanie to nie wyczerpuje zagadnienia. Można wskazać na przynajmniej 24 istotne wątpliwości dotyczące „Drugiego Życia”, które zrodziły się w trakcie opracowania tego tematu:

1. Czy zabawa w tą grę rzeczywiście jest traktowana jako gra, czy też jest postrzegana jako praca?

³³ M. Wagner, *Virtual Growing Pains*, InformationWeek 26.03.07, s. 47-49.

³⁴ Na podstawie: L. K. Talko, K. Pokryshkin, op. cit.; C. Metz, *The Emperor's New Web*, PC Magazine 21.04.07, Ziff Davis Publishing, s. 70-77; A. Laplante, *Second Life Opens For Business*, InformationWeek 26.02.07, s. 45-49; A. Semuels, *Virtual marketers have second thoughts about Second Life*, <http://www.latimes.com/business/la-fi-secondlife14jul14,1,3135510.story>, stan z 16.08.2007; K. Dell, *Second Life's Real-World Problems*, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1651500,00.html>, stan z 16.08.2007.

³⁵ Tamże. W styczniu 2007 roku Darren Barefoot uruchomił witrynę parodiującą „SL”. Więcej: *Get Life: SL parody with zero sympathy whatsoever*, http://www.boingboing.net/2007/01/21/first_life_sl_parody.html, stan z 16.08.2007; *Get a First Life*, <http://www.getafirstlife.com/>, stan z 16.08.2007.

³⁶ Na podstawie: C. Metz, op. cit.; W. Roush, *Second Earth*, Technology Review July/August 2007, Massachusetts Institute of Technology, s. 39-48.

³⁷ Na podstawie: S. Shankland, *Second Life software becomes open-source*, <http://www.gamespot.com/news/6163904.html>, stan z 16.08.2007; M. Arrington, *Second Life Goes Open Source - Should It Be Non Profit, Too?*, <http://www.techcrunch.com/2007/01/08/second-life-goes-open-source-should-it-be-non-profit-too/>, stan z 16.08.2007.

2. Czy „SL” faktycznie może pozwolić na tworzenie wirtualnych firm i organizacji ponadnarodowych pozbawionych swoich realnych oddziałów?
3. Czy „SL” to realizacja utopii powszechnej twórczości i sukcesu znajdującego się w zasięgu każdego?
4. Czy korzystanie z cennych wirtualnych przedmiotów i możliwość stałego wprowadzania zmian wyglądu ciała postaci są odbierane jako czynnik poprawiający status ich posiadacza?
5. Czy stworzone wirtualnie dobra mają szansę na posiadanie odpowiedników w realnym świecie?
6. Czy zwolennik określonej marki z realnego świata będzie nią zainteresowany w wirtualnym świecie (i na odwrót)?
7. Czy użytkownicy gry odnoszą wrażenie, iż posiadają prawa autorskie do swoich wytworów, czy też towarzyszy im poczucie stałego zagrożenia ich utratą?
8. Czy jest to wyraz ucieczki od rutyny codzienności i poszukiwania nowych wrażeń?
9. Czy „SL” jest dostępne dla wszystkich, czy raczej stanowi miejsce realizacji ambicji nielicznych, którzy osiągnęli już wysoki status społeczny w świecie poza grą?
10. Czy mamy do czynienia z zestawem narzędzi umożliwiających awans społeczny, czy też z pozoracją mobilności społecznej?
11. Jakim działaniom zbiorowym w szczególności sprzyja „SL”?
12. Czy w wirtualnym środowisku faktycznie można poznać umiejętności przydatne w życiu codziennym?
13. Czy przygotowanie wirtualnej manifestacji mogłoby wywrzeć wpływ na znajdujący się poza grą świat?
14. Czy uczestnicy „SL” rzeczywiście są bardziej skłonni do podejmowania inicjatyw zbiorowych w grze niż poza nią?
15. Czy uczestnicy tego świata mają wrażenie, że jest on pozbawiony wad znanych z realiów spoza ekranu komputera?
16. Czy w „SL” dochodzi do budowy lepszej rzeczywistości?
17. Czy „SL” może być postrzegane jako stały punkt zaczepienia, miejsce stale dostępne w świadomości mobilnego użytkownika bez względu na miejsce na ziemi, w którym się danym momencie znajduje?
18. Czy działanie w grze jest traktowane jako faktyczna szansa na poprawienie realnych warunków bytowych krajów rozwijających się, czy też gra powinna być postrzegana jako

narzędzie dominacji świata zachodu?

19. Czy odbywające się w świecie gry święta i wydarzenia mogą być traktowane jako czynnik integrujący ich uczestników także poza nim?
20. Czy tworzenie produkcji pokroju „SL” może być traktowane jako tworzenie prywatnych państw lub sieci?
21. Kto powinien ustalać i egzekwować prawa funkcjonujące w grach sieciowych pokroju „SL”?
22. Czy „SL” może być traktowane jako przykład zabawy pozbawionej końca?
23. Czy korzystanie z takich wirtualnych światów faktycznie tworzy poczucie zacierania się granic?
24. Jakie typy działań zabronionych w realnym świecie powinny być dozwolone w grach?

Bibliografia

1. Arrington M., *Second Life Goes Open Source - Should It Be Non Profit, Too?*, <http://www.techcrunch.com/2007/01/08/second-life-goes-open-source-should-it-be-non-profit-too/>, stan z 16.08.2007.
2. Barboza D., *Ogre to Slay? Outsource It to Chinese*, <http://www.nytimes.com/2005/12/09/technology/09gaming.html?ex=1291784400&en=a723d0f8592dff2e&ei=5090>, stan z 14.01.2007.
3. Boyes E., *Second Life realtor makes \$1 million*, <http://www.gamespot.com/pc/rpg/secondlife/news.html?sid=6162315>, stan z 14.01.2007.
4. Caillois R., *Gry i ludzie*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 1997, s. 20.
5. Calvert J., *What the future holds for MMOs*, <http://www.gamespot.com/news/6156198.html>, stan z 14.01.2007.
6. Dell K., *Second Life's Real-World Problems*, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1651500,00.html>, stan z 16.08.2007.
7. *Euro 2012: powstaje stadion w Second Life*, <http://wiadomosci.onet.pl/1584544,14,1,1,,item.html>, stan z 12.08.2007.
8. *Eurofun 2012: pierwszy stadion w secondlife na Euro 2012*, <http://www.eurofun2012.com/>, stan z 12.08.2007.
9. *First Life: SL parody with zero sympathy whatsoever*, http://www.boingboing.net/2007/01/21/first_life_sl_parody.html, stan z 16.08.2007.

10. *Get a First Life*, <http://www.getafirstlife.com/>, stan z 16.08.2007.
11. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa 1999, s. 129.
12. Grossman L., *Time's Person of the Year: You*,
<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>, stan z 14.01.2007.
13. Gryniewicz T., Makarenko V., *Milion ludzi gra w Second Life*,
<http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,69806,3696383.html>, stan z 14.01.2007.
14. Hall K., *Nintendo Gives Design Power to the Player*,
http://www.businessweek.com/globalbiz/content/sep2006/gb20060927_472864.htm, stan z 14.01.2007.
15. Hof R. D., *My Virtual Life*,
http://www.businessweek.com/magazine/content/06_18/b3982001.htm, stan z 14.01.2007.
16. *Interview with a skeptic - Clay Shirky*, PC Magazine 21.04.07, Ziff Davis Publishing, s. 77.
17. Johnson S., *Brave New World. Virtual Law and Order*,
<http://www.discover.com/issues/apr-06/departments/well-intro/>, stan z 14.01.2007.
18. Krzysztofek K., *"Drugie życie" nowej gospodarki*,
<http://www.computerworld.pl/artykuly/54976.html>, stan z 16.08.2007.
19. Laplante A., *Second Life Opens For Business*, InformationWeek 26.02.07, s. 45-49.
20. LaVallee A., *Now, Virtual Fashion*, The Wall Street Journal 22.09.06, Dow Jones & Company, s. B1.
21. *LSL Portal - Second Life Wiki*, http://wiki.secondlife.com/wiki/LSL_Portal, stan z 16.08.2007.
22. Metz C., *The Emperor's New Web*, PC Magazine 21.04.07, Ziff Davis Publishing, s. 70-77.
23. McCormick A., *Building a better world*, New Media Age 19.10.06, Centaur Media, s. 26-27.
24. Nasalska E., *Kierunki rozwoju analizy treści*, Studia socjologiczne 3-4/1982, s. 65.
25. *Participative Web: User-Created Content*,
<http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>, stan z 12.08.2007.
26. Porcaro J., *Peter Moore Confronts The Elite 8*,
<http://gamerscoreblog.com/team/archive/2006/08/04/536593.aspx>, stan z 14.01.2007.
27. Roush W., *Second Earth*, Technology Review July/August 2007, Massachusetts Institute of Technology, s. 39-48.

28. *Raport: Kononowicz - wyborcza gwiazda You Tube*,
<http://serwisy.gazeta.pl/kraj/8,34318,3737805.html>, stan z 14.01.2007.
29. *Reuters podejmuje Drugie Życie*, <http://gry.interia.pl/news?inf=807576>, stan z 14.01.2007.
30. Rudynek G., Tacik J., *Tibia jak narkotyk*,
<http://serwisy.gazeta.pl/metro/1,50145,3290608.html>, stan z 14.01.2007.
31. Semuels A., *Virtual marketers have second thoughts about Second Life*,
<http://www.latimes.com/business/la-fi-secondlife14jul14,1,3135510.story>, stan z 16.08.2007.
32. *Second Life - Brand Marketing*,
<http://secondlife.com/businesseducation/gettingstarted/brandmarketing.php>, stan z 14.01.2007.
33. *Second Life - Community Standards*, <http://secondlife.com/corporate/cs.php>, stan z 16.08.2007.
34. *Second Life - Economic Statistics*, http://secondlife.com/whatis/economy_stats.php, stan z 12.08.2007.
35. *Second Life - Terms of Service*, <http://secondlife.com/corporate/tos.php>, stan z 16.08.2007.
36. *Second Life Virtual Economy Key Metrics Through June 2007*,
http://static.secondlife.com/economy/stats_200707.xls, stan z 12.08.2007.
37. *Second Krakow-pierwszy w Polsce*, <http://www.supremum.pl/index.php?t=sl&id=113>,
stan z 12.08.2007.
38. Shankland S., *Second Life software becomes open-source*,
<http://www.gamespot.com/news/6163904.html>, stan z 16.08.2007.
39. Sinclair B., *Report: Online gaming to hit \$13 billion by 2011*,
<http://www.gamespot.com/news/6152346.html>, stan z 14.01.2007.
40. Singer P., *Violence in video games is a risk to the real world*,
<http://www.taipeitimes.com/News/editorials/archives/2007/07/23/2003370920>, stan z 16.08.2007.
41. *SSRN Author Page for Edward Castronova*,
http://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=277893, stan z 14.01.2007.
42. Szybisty Z., *Niech o mnie będzie głośno czyli o marketingu Second Life*,
<http://www.internetstandard.pl/news/119124.html>, stan z 12.08.2007
43. Talko L. K., Pokryshkin K., *Moje drugie życie*,
<http://www.gazetawyborcza.pl/1,76842,3809977.html>, stan z 14.01.2007.

44. *Teen Second Life Community Standards*, <http://teen.secondlife.com/footer/cs>, stan z 16.08.2007.
45. Terdiman D., *Counting the real Second Life population*, http://news.com.com/2100-1043_3-6146943.html, stan z 14.01.2007.
46. Terdiman D., *Second Life hits second million in eight weeks*, http://news.com.com/8301-10784_3-6143909-7.html, stan z 14.01.2007.
47. Thorsen T., *WOW: 8 million served*, <http://www.gamespot.com/pc/rpg/worldofwarcraft/news.html?sid=6164082>, stan z 14.01.2007.
48. *Virtual Economy Research Network*, <http://virtual-economy.org/>, stan z 14.01.2007.
49. *W wirtualnym świecie - wywiad z Mirosławem Filiciakiem*, LOŻA, nr 13/2006, s. 26-29.
50. Wagner M., *Virtual Growing Pains*, InformationWeek 26.03.07, s. 47-49.
51. *World of Warcraft surpasses 9 million subscribers worldwide*, <http://www.blizzard.co.uk/press/070724.shtml>, stan z 12.08.2007.