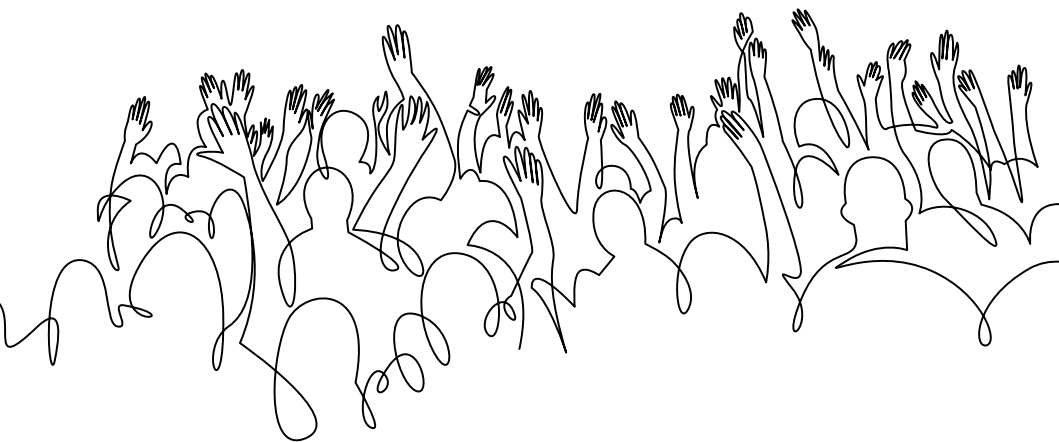


Jakub Mirek

POSZUKIWANIE ZAGINIONEJ WSPÓLNOTY W USIECIOWIONEJ PRZESTRZENI

Studium społeczności małopolskich geocacherów



POSZUKIWANIE ZAGINIONEJ WSPÓLNOTY W USIECIOWIONEJ PRZESTRZENI

Jakub Mirek

**POSZUKIWANIE ZAGINIONEJ WSPÓLNOTY
W USIECIOWIONEJ PRZESTRZENI**

Studium społeczności małopolskich geocacherów

© Copyright by Jakub Mirek & Wydawnictwo Libron
Kraków 2021

ISBN 978-83-66269-82-8

Recenzenci:
dr Marta Juza
dr hab. Krzysztof Bierwiazzonek, prof. UŚ

Redakcja: Małgorzata Piwowarczyk
Korekta: Libron
Skład: Elżbieta Krok
Projekt okładki: Libron

Na okładce: grafiki ze zbiorów Samui-Art i Icons Factory

Na piątej stronie: międzynarodowe logo Geocaching;
źródło: pl.wikipedia.org/wiki/Geocaching

Wydanie książki dofinansowane przez Akademię Górniczo-Hutniczą
im. St. Stanisława Staszica w Krakowie
(subwencja na kształcenie w szkole doktorskiej nr 10.16.430.79990)



Wydawnictwo LIBRON – Filip Lohner
al. Daszyńskiego 21/13
31-537 Kraków
tel. 12 628 05 12
e-mail: office@libron.pl
www.libron.pl

Spis treści



Podziękowania	7
Wprowadzenie. Wspólnota, przestrzeń i ludyczność w społeczeństwie sieci	9
Rozdział I. W poszukiwaniu nowej wspólnoty ludycznej	19
Na początku była wspólnota	19
We współczesnym społeczeństwie sieci	22
Wspólnota wirtualna	26
Globalizacja, glokalizacja i (po)nowoczesność	28
Kolonizacja świata życia przez system	30
Poszukiwanie tego, co wspólne	33
Społeczności konsumentów, fanów i neoplemiona	36
Kultura jako źródło wspólnego sensu	37
Neoplemienność i webplemienność	43
Rozdział II. Zabawa w odkrywanie usieciowionej przestrzeni	47
<i>Flâneur</i> – społeczne konstruowanie przestrzeni	47
<i>Phoneur</i> – hybrydowa rzeczywistość mediów lokacyjnych	53
<i>Gameur</i> – grywalna i niewidzialna przestrzeń	56
Zaczarowany krąg zabawy – gra jak świat społeczny	56
Gry lokacyjne, czyli zabawa w odkrywanie przestrzeni	61
Geocacher – turysta i gracz w usieciowionej przestrzeni	63
Rozdział III. Powrót z tropików, czyli metodologia badania własnego	69
Opis gęsty w paradygmacie interpretatywnym	69
Teoria ugruntowana i pojęcia uwrażliwiające w procesie badawczym	70
Skrzynka narzędziowa, czyli zastosowane metody badawcze	74
Etap netnograficzny	75
Etap etnograficzny	81
Etnografia insiderska, czyli krótko o rzetelności i etyce badań	85

Rozdział IV. W sieci skrytek. Analiza wyników badań geocacherów	89
Geocaching w Polsce – statystycznie rzecz biorąc...	89
Źródła wiedzy o geocachingu	95
Zabawa – serce społecznego świata w usieciowionej przestrzeni	99
Poszukiwanie skrytki, czyli działania podstawowe i narzędzia geocachingu	99
Niewidzialne i widzialne przeszkody	111
Logowanie skrytek	116
Zakładanie skrytki, czyli dzielenie się miejscami	120
Rola recenzentów skrytek	126
Kredo i geocacherska etykieta	128
Geocaching jako uspołecznienie przestrzeni	130
Społeczność – tożsamość geocacherów	133
Geocaching jako hobby i motywacje geocacherów	133
Razem czy osobno?	136
Sieciowa struktura geocacherów i komunikacja w sieci	138
Neoplemienna tożsamość geocacherów	142
Wymiana, przedmioty trackowalne i drewniaki	145
Estetyka i język geocacherów	151
Eventy jako rytuał „bycia razem”	153
CITO – rytuał ekologicznego pędu	160
Przecinanie się światów społecznych w ponowoczesności	163
Legitymizacja działania i nauka przez zabawę	167
Statystyki i rywalizacja, czyli od zabawy do gry	169
Autentyczny geocacher i inne areny sporów	175
Sklep – profesjonalizacja i lokalne pączkowanie	179
Groundspeak i pracozabawa	179
Lokalna profesjonalizacja	183
Komerccjalizacja	188
Podsumowanie. Powrót do korzeni w społeczeństwie sieci	191
Świat społeczny geocacherów	191
Sieć indywidualów czy wspólnota neo- lub webplemienna?	194
Przestrzeń jak plansza do gry	199
Archaizmy i nowoczesne technologie	200
Na zakończenie...	201
Słowniczek pojęć	203
Bibliografia	207

Podziękowania

Za pomoc w przygotowaniu niniejszej publikacji dziękuję Promotorowi mojej pracy magisterskiej, na której bazuje ta książka, dr. hab. Jackowi Gądeckiemu. Wpłynął on na wykorzystane w niej orientacje teoretyczne, szczególnie wątek neoplemienności geocacherów. Dziękuję także koleżankom i kolegom z seminarium magisterskiego za wszelkie inspiracje, recenzentom za merytoryczne i konkretne wskazówki oraz wszystkim, znajomym i bliskim, którzy mniej lub bardziej przyczynili się do powstania tej pracy, poprzez zwykłe rozmowy, sugestie, korekty czy pożyczone książki. Oczywiście niniejsza publikacja nie mogłaby powstać bez udziału moich respondentek i respondentów, geocacherek i geocacherów. Serdecznie dziękuję im za zaangażowanie w trakcie badań i cierpliwość w oczekiwaniu na ich wyniki. Dodatkowe podziękowania należą się Stowarzyszeniu Geocaching Małopolska, które uchyliło przede mną niektóre z kulisów geocacherskiej codzienności. TFTC*!

Dziękuję również Wydziałowi Humanistycznemu AGH za dofinansowanie tej publikacji.

* Niewtajemniczonych w geocacherski skrót TFTC odsyłam do słowniczka pojęć na końcu pracy.



Fot. 1. Geocache, wrzesień 2018 roku

Źródło: Zbiory własne.

WPROWADZENIE

Wspólnota, przestrzeń i ludyczność w społeczeństwie sieci

W wydanej w 2001 roku powieści fantasy pod tytułem *Amerykańscy bogowie* pisarz Neil Gaiman opisał starcie między znanymi z mitologii starymi bóstwami a nowymi bogami technologii, mediów i globalizacji. Łatwo jest dostrzec, że książkowa intryga to tak naprawdę metafora nowoczesnych przemian społecznych oraz zastępowania religijnych i mitycznych objaśnień świata tymi, które są owocem nauki, techniki i kapitalizmu¹ (por. Juskowiak 2015: 174–175). Z czasem ten zrjonalizowany i atomizujący społeczeństwo system stał się na tyle skomplikowany, a wręcz transcendentny, że dziś śmiało możemy określić go za Gaimanem mianem bóstwa, które zawładnęło emocjami i życiem wielu ludzi. Metafora ta zdaje się również świetnie korespondować z tezą o „ponownym zaczarowaniu świata”, której używa w swoich książkach francuski socjolog Michel Maffesoli (2008: 60; 2012: 45)². Od końcówki

¹ Według niektórych badaczy społecznych nowoczesność doprowadziła do dominacji indywidualizmu oraz rozpadu wielu tradycyjnych więzi i lokalnych wspólnot. Na przykładzie społeczeństwa amerykańskiego zjawisko to opisywał chociażby Robert Putnam w książce *Samotna gra w kręgle...* (2008).

² Maffesoli nawiązuje w ten sposób do terminu niemieckiego socjologa Maxa Webersa *Entzauberung der Welt*, czyli „odczarowania świata”. Weber miał przez nie na myśli postępującą od co najmniej XIX wieku formalizację i racjonalizację stosunków społecznych, dominację nauki oraz wzrost roli indywidualizmu. Ponowne zaczarowanie oznaczałoby więc powrót do społeczności opartych na więzi emocjonalnej i mitycznych kategoriach.

lat '80. XX wieku prognozował on kryzys nowoczesnego indywidualizmu oraz wielki powrót dawnych struktur plemiennych, bazujących na emocjonalnym współodczuwaniu (por. Maffesoli 2008: 7). Współcześnie ich podstawy nie muszą stanowić już więzi rodzinne, etniczne, narodowe czy religijne. Nie bez powodu Maffesoli definiuje ponowoczesność jako synergię dzikości i archaizmu właśnie z rozwojem technologicznym (2012: 32). Jego zdaniem wypadkową tych dwóch elementów stają się stare-nowe zjawiska i praktyki kulturowe, takie jak: kult ciała, ekologizm, sport, muzyka, filmy fantasy, konsole do gier czy inne „przedmioty-totemy, wokół których gromadzą się nowe plemiona” (por. Maffesoli 2012: 45, 133). Ich głównym celem jest, jak pisze socjolog: „czerpanie przyjemności ze świata, jaki został nam dany, by go oglądać i przeżywać” (Maffesoli 2012: 32). Ta, jak może się wydawać, raczej pozytywna wizja odejścia od „zracjonalizowanych do granic możliwości społeczeństw” na rzecz powrotu do emocjonalnego, wręcz „barbarzyńskiego” trybalizmu (Maffesoli 2008: 10) staje w pewnej opozycji do głównie pesymistycznych opisów współczesności, związanych z zagubieniem jednostki w skomplikowanym społeczeństwie konsumpcyjnym (zob. Giddens 2010; Bauman 2006)³.

Od czasu pierwszych prognoz Maffesolego postęp technologiczny zmieniał bardzo dynamicznie naszą rzeczywistość, ale same prognozy nie straciły na znaczeniu, wręcz przeciwnie. Społeczności przywiązane dotychczas do spotkań i komunikacji głównie w lokalnych przestrzeniach: rynkach, domach czy kościołach, zyskały nowego sojusznika w postaci internetowych platform komunikacyjnych (por. Urry 2009). Między innymi za ich pośrednictwem, wokół celebrytów, popularnych youtuberów, kulturowych fenomenów takich jak Gwiazdne wojny, mogą funkcjonować dziś

³ Piszę o pozytywnej wizji, ponieważ jak zauważa sam Maffesoli: „To właśnie pierwotne, barbarzyńskie, plemienne wypowiedzi i powtarza początek, a przez to przywraca życie temu, co miało tendencję do zesklebotnienia, zmieszczania, zinstytucjonalizowania. W tym sensie powrót do tego, co archaiczne, w wielu współczesnych zjawiskach wyraża silny przypływ żywotności” (2008: 7).

społeczności fanów i konsumentów (zob. Jenkins i in. 2018: 263). Mimo że członkowie tych grup bywają oddaleni od siebie geograficznie, to zapośredniczona komunikacja pozwala im na efektywne pielęgnowanie wspólnych emocji, poglądów i znaczeń, które moglibyśmy określać mianem światów społecznych (por. Kozinets 2012: 190–191) czy subświatów kulturowych (por. Szlendak i Olechnicki 2017: 16).

Na internetowej rewolucji zyskały również społeczności chcące lepiej koordynować i osadzić swoje działania w przestrzeni fizycznej, np. ruchy społeczne czy grupy sąsiedzkie (Castells 2013: 167)⁴. Dzięki geolokalizacji i technologiom postbiurowym, czyli przede wszystkim smartfonom, możliwe stało się także dosłowne łączenie praktyk cyfrowych z praktykami poruszania się w przestrzeni fizycznej (de Souza e Silva 2009: 405). Dobrym przykładem tego zjawiska wydają się gry mobilne bazujące na lokalizacji użytkownika (ang. *Location Based Mobile Games*, LBMG) i hybrydowej rzeczywistości (ang. *Hybrid Reality Games*, HRG). Szczególnie głośno zrobiło się o nich w 2016 roku wraz z pojawieniem się na rynku gry mobilnej *Pokemon Go*, która skupiła wokół siebie wielkie grono graczy⁵ (zob. Gałuszka 2017: 31). Pierwsza gra LBMG powstała jednak na długo przed sukcesem „Pokemonów”, na początku XXI wieku, jako „nowoczesne poszukiwanie skarbów”, znane dziś pod nazwą geocaching. To właśnie tej grze i skupionej wokół niej polskiej społeczności poświęcam niniejszą książkę.

⁴ Przykładem może być Bookcrossing, czyli inicjatywa wymiany używanych książek w lokalnych społecznościach: <https://bookcrossing.pl/>. Natomiast przykładem łączenia ze sobą, za pośrednictwem Internetu, osób z regionów odległych od siebie geograficznie jest Postcrossing, który polega na rozsyłaniu do innych użytkowników pocztówek z własnego kraju: <https://www.postcrossing.com/> (dostęp: 09.03.2021).

⁵ *Pokemon Go* to mobilna gra LBMG, a zarazem HRG dostępna na systemach operacyjnych Android oraz iOS. Zadaniem gracza jest odnajdywanie na mapie wirtualnych stworów, które pojawią się na ekranie jego smartfona w momencie, kiedy fizycznie uda się w określone przez grę miejsce.

Słowem wyjaśnienia, geocaching to zabawa⁶ polegająca na ukrywaniu i szukaniu w przestrzeni publicznej skrytek, tzw. keszy⁷ (ang. *geocache* lub *cache*). Geocacherzy (ang. *geocachers*), czyli osoby uprawiające geocaching, zakładają je w wybranych przez siebie lokalizacjach oraz publikują ich współrzędne geograficzne wraz z krótkim opisem na stronie internetowej www.geocaching.com⁸. Zgodność podanych informacji z regulaminem gry weryfikuje internetowy „recenzent”, przypisany do danego regionu, np. Małopolski. Działa on jako wolontariusz z ramienia firmy Groundspeak, odpowiedzialnej za utrzymanie wspomnianego już serwisu [geocaching.com](http://www.geocaching.com). Pozostali uczestnicy zabawy mają za zadanie znaleźć geocache z wykorzystaniem urządzenia wyposażonego w GPS (*Global Positioning System*) i z pomocą dodatkowych wskazówek. Znalazcy skrytki są przy tym zobowiązani po pierwsze: do wpisania w znajdujący się wewnątrz niej dziennik odwiedzin (ang. *logbook*) swojej nazwy użytkownika (ang. *username*) i daty odnalezienia, a po drugie: do odnotowania znalezienia w Internecie, we wpisie nazywanym logiem. Tak w wielkim skrócie zarysowuje się zestaw działań i elementów składających się na geocacherską codzienność, której bliżej przyglądam się w rozdziale czwartym książki.

Wybór takiej właśnie problematyki badawczej może jednak wydawać się czytelnikowi zagadkowy. Sam usłyszałem o geocachingu dopiero w 2014 roku, w jednym z internetowych wideopodcastów. Wtedy też zaintrygowany tematem założyłem konto w serwisie www.geocaching.com i wykorzystując aplikację mobilną w smartfonie,

⁶ O rozróżnieniu między grą i zabawą piszę więcej w drugim rozdziale (a w odniesieniu do geocachingu – w czwartym rozdziale). Na tym etapie stosuję zamiennie oba te terminy.

⁷ W dalszej części pracy będę stosował zarówno spolszczone terminy: kesz, keszer, keszowanie itp., jak i oryginalne – *geocache*, *geocacher* i *geocaching*. Te i inne oryginalne terminy zapisuję krojem prostym, jako słowa, które wchodzą w skład socjolektu geocacherów.

⁸ www.geocaching.com nie jest jedynym serwisem do geocachingu, ale najbardziej popularnym. Istnieją jeszcze systemy takie jak np. NaviCache, TerraCaching czy polski Opencaching.

zdobyłem pierwszy geocache (GC4V691⁹). Zabawa w „poszukiwanie skarbów” nie wciągnęła mnie jednak na tyle, aby ją kontynuować. Dopiero trzy lata później, w 2017 roku, zainteresowałem się nią ponownie jako potencjalnym tematem badawczym do pracy magisterskiej. Wtedy też dostrzegłem społecznościowy wymiar geocachingu. Okazał się on interesujący również w świetle przemian obserwowanych współcześnie w całym społeczeństwie. Na pierwszy plan w tej rzeczywistości wychodzą przecież zmiany w komunikacji i rozrywce zapośredniczonych przez komputery. Geocaching pozostaje też w ścisłym związku z tematem wykorzystania nowych technologii do nawigowania w przestrzeni. Jako hobby zachęcające do uprawiania turystyki kulturowej i spędzania czasu na świeżym powietrzu może być także postrzegany jako forma oderwania się od racjonalnej nowoczesności na rzecz podróży, przebywania na łonie natury i poznawania nowych miejsc, a przy okazji – osób podziwiających tę samą pasję. Pretenduje tym samym do praktyk będących połączeniem archaizmu i nowych technologii, a skupiona wokół niego społeczność graczy – do miana neoplemienia. Geocaching stanowi również dowód tego, że współczesne społeczeństwo sieci widziane z dystansu może śmiało uchodzić za równie interesujące pole badawcze co opisywane przez antropologów preliterackie plemiona Trobriandczyków czy Kameruńczyków (por. Malinowski 2005; Barley 1997).

Do badań w tym obszarze skłonił mnie również fakt, że geocaching jako przykład praktyki kulturowej we współczesnym polskim społeczeństwie nie doczekał się jeszcze rozległych analiz socjologicznych czy antropologicznych, a jedynie kilku konkretnych ujęć, skupiających się z reguły na wybranych aspektach. W literaturze naukowej bywa on przedstawiany przede wszystkim jako forma

⁹ W ten sposób będę oznaczał geocache, do których odnoszę się w tekście. Każdy kesz w geocachingu posiada bowiem przypisany do siebie kod, który pozwala łatwiej wyszukać skrytkę na stronie www.geocaching.com. Podana za przykład skrytka została już zarchiwizowana (to znaczy na stałe zdezaktywowana), ale założono ją ponownie pod nieco inną nazwą. Można odnaleźć ją tutaj: <https://coord.info/GC70G10> (dostęp: 09.03.2021).

spędzania czasu wolnego, np. nowoczesna zabawa w chowanego (Schlatter i Hurd 2005) lub rodzaj turystyki kulturowej. Z takiej perspektywy badano go między innymi w Polsce (Samołyk 2013; Krzysztoforski 2017). Prace te, bazujące w dużej mierze na badaniach sondażowych, zawierają opisy zachowań i przyzwyczajęń keszerów oraz elementów geocachingu. Łączą one geocaching z formą aktywności fizycznej i krajoznawczej oraz z promocją regionów – na przykład województw lub powiatów¹⁰ (Skóra 2017; Dobek i Kozieł 2015; Majdak i Świder 2016). Niektóre z tych publikacji zwracają uwagę na edukacyjny i partycypacyjny potencjał geocachingu zarówno w sferze geografii, kultury, jak i ekologii (Andrzejewska i in. 2008). Inne dotyczą natomiast psychologicznych motywacji geocacherów do zabawy (Melo i in. 2017; Schneider i in. 2011). Kolejne z tekstów na temat geocachingu skupiają się na aspektach technologicznych związanych z wykorzystaniem go jako źródła danych o przestrzeni (Battista i in. 2016). Z kolei część badaczek i badaczy analizuje geocaching jako grę mobilną bazującą na lokalizacji użytkownika (de Souza e Silva i Hjorth 2009: 615–616; Nacher 2012). Polski teoretyk marketingu Paweł Tkaczyk właśnie na przykładzie geocachingu omawia natomiast pojęcie grywalizacji, która polega na wpisywaniu mechanik gry w życiowe cele i działania (2012: 72–75). Od strony kulturowo-marketingowej przez wiele lat geocachingiem zajmowała się fińska badaczka Pirita Ihamäki. Z pomocą wywiadów, kwestionariuszy ankietowych i analizy danych wskazuje ona na różnorodność społeczności geocacherów jako wspólnoty wirtualnej, wydzielając jej cztery obszary: (1) trendy – wyobrażenia, które przewijają się przez społeczność, (2) zgromadzenia – okazje do sprawowania rytuałów, (3) miejsca – instytucje oraz wirtualne i realne miejsca spotkań, (4) codzienną praktykę – indywidualne i wspólne doświadczenia (Ihamäki 2015: 4). Ihamäki zaprezentowała również między innymi

¹⁰ Ciekawym przykładem jest gmina Jasło, gdzie lokalny samorząd wykorzystywał geocaching w polityce regionalnej: <https://um.jaslo.pl/pl/akcja-jaslo-szlakiem-starozytnnej-historii/> (dostęp: 09.03.2021).

typologię geocacherów ze względu na wykorzystanie przez nich kompetencji cyfrowych. Warty odnotowania jest także wątek analizy geocachingu jako przykładu twórczej konsumpcji, która opiera się nie tylko na biernym chłonięciu przestrzeni, ale też jej wytwarzaniu (Boulaire i Cova 2013). Właściwie jedynym, znalezionym w trakcie przeglądu literatury źródłem naukowym, w którym badano geocaching w kategoriach antropologicznych czy socjologicznych, pozostaje artykuł Jonathana Wynna na temat społeczności geocacherów w Nowym Jorku (2017). Badania Wynn dotyczyły sposobu funkcjonowania geocacherów w mieście dotkniętym przed laty atakiem terrorystycznym¹¹. Wykorzystując etnograficzne metody obserwacji i wywiadu, badacz ten opisuje w swojej pracy przebieg wyprawy, której celem jest usunięcie skrytki schowanej nielegalnie w Statui Wolności¹². Wynn zauważa także, jak bardzo rozwój urządzeń telekomunikacyjnych, takich jak smartfony i tablety, wpłynął na dostępność zabaw z użyciem sygnału GPS oraz wykorzystanie mediów lokacyjnych w badaniach.

W związku z widocznym w powyższym przeglądzie rozszczępieniem geocachingowych wątków intencją mojej pracy badawczej było wypełnienie niszy, jeśli chodzi o socjologiczne i bardziej całościowe spojrzenie na społeczność oraz świat społeczny geocacherów z Polski. Efektem tych starań jest właśnie niniejsza książka, której celem jest przedstawienie gęstego opisu świata społecznego polskich geocacherów (szczególnie małopolskich), a także ich samych jako społeczności funkcjonującej w kontekście społeczeństwa sieci¹³.

¹¹ Od zamachu na World Trade Center, 9 września 2001 roku, ukrywanie podejrzanych skrytek w nowojorskiej przestrzeni publicznej budzi kontrowersje wśród części mieszkańców i służb mundurowych (zob. Wynn 2017).

¹² Wynn zwraca też uwagę na wykorzystanie technologii GPS do nadzoru jednostek w Foucaultowskim sensie, to znaczy dzięki wiedzy, w tym przypadku na temat tego, gdzie i kiedy się znajdują (Wynn 2017: 222).

¹³ Badania składały się z dwóch etapów: badań w Internecie i badań w terenie. Pierwszy obejmował zasięgiem geocacherów z różnych regionów Polski, drugi skupiał się na społeczności geocacherów pochodzących z Małopolski.

Owa gęstość opisu oznacza nie tyle szczegółowy zapis obserwowanych działań i wytworów członków społeczności, ile przede wszystkim interpretację znaczeń, jakie im nadają, w odniesieniu do określonego w danej sytuacji kontekstu społeczno-kulturowego (Geertz 2005: 28–29; por. Kozinets 2012: 192)¹⁴. Na realizację powyższego celu składają się odpowiedzi na cztery główne pytania badawcze: (1) Jakie elementy tworzą świat społeczny polskich geocacherów? (2) Jakiego typu społeczność stanowią geocacherzy z Polski? (3) W jaki sposób geocacherzy konstruują i produkują przestrzeń jako element ich świata społecznego¹⁵? (4) W jaki sposób geocacherzy i ich działania wpisują się w kontekst współczesnego społeczeństwa sieci? Ramą teoretyczną dla tych badań są w szczególności koncepcja neoplemienia¹⁶ Michela Maffesolego oraz społeczeństwa sieci Manuela Castellsa, jak i innych teoretyków współczesności, takich jak Ulrich Beck, Anthony Giddens czy Zygmunt Bauman. Pod względem metodologiczno-analitycznym szczególnie inspirująca była dla mnie koncepcja światów społecznych i jej zastosowanie przez Annę Kacperczyk w analizie świata społecznego wspinaczy (2016). Zaznaczam przy tym, że niniejsza praca ma charakter interdyscyplinarny – łączy w sobie wątki między innymi społeczne, przestrzenne, groźnawcze, antropologiczne,

¹⁴ Geocacherów traktuję tutaj co prawda jako społeczność wyodrębnioną z całego społeczeństwa, która posiada również własną kulturę (por. Rybicki 1979: 218), ale ze względu na charakterystyczne dla współczesności przenikanie się różnych sfer życia i ról społecznych zakładam, że kontekst społeczno-kulturowy dominujący w całym współczesnym społeczeństwie może być kluczowy dla interpretacji działań członków składających się na mniejsze społeczności.

¹⁵ Terminy produkcji i konstrukcji przestrzeni w uproszczeniu odnoszą się kolejno do jej fizycznego kształtowania ze względów ekonomicznych czy ideologicznych (np. przez władze miasta) oraz nadawania jej określonych znaczeń symbolicznych, skojarzeń (zob. Low 1996: 122).

¹⁶ W polskiej literaturze można się spotkać z co najmniej trzema tłumaczeniami terminu *neotribalism*: „neoplemienność” (zob. Bauman 2000: 7), „neotrybalizm” czy „nowe plemiona”. W niniejszej pracy używam ich zamiennie, ponieważ wszystkie mają ostatecznie to samo znaczenie.

a nawet marketingowe. Staralem się połączyć te wspólne orientacje tak, by możliwie pełnie oddać różne wymiary geocachingu.

Ponieważ opis gęsty wymaga nakreślenia kontekstu społeczno-kulturowego badanego zjawiska, który pozwoli je zinterpretować, w pierwszym rozdziale niniejszej pracy zajmuję się tematyką wspólnoty w tradycji socjologicznej, jak i w kontekście przemian we współczesnym społeczeństwie sieciowym. Poruszam kwestie globalizacji i glokalizacji, kolonizacji życia codziennego przez nowoczesny system i wpływu tego procesu na tożsamość jednostki. Następnie skupiam się na roli kultury jako podstawy dla zawiązywania się nowych wspólnot – w tym społeczności hobbystów, fanów (fandomów), konsumentów, neo- i webplemion. W rozdziale drugim koncentruję się już na przestrzennych aspektach współczesnych praktyk kulturowych. Na wstępie podejmuję wątki odczytywania przestrzeni jak opowieści oraz konstruowania przestrzeni. Nawiązuję przy tym do tematu turystyki kulturowej, a także współczesnych przemian w poruszaniu się po usieciowionej przestrzeni. Wyjaśniam również kolejne pojęcia istotne dla tematu pracy, takie jak *flâneur* oraz neologizmy *phoneur* i *gameur*. W kontekście tego ostatniego odnoszę się do definicji gry Johana Huizingi i gier lokacyjnych autorstwa Adriany de Souzy e Silvy. W podsumowaniu części teoretycznej ponownie przytaczam krótką historię powstania i funkcjonowania geocachingu na świecie. W rozdziale trzecim omawiam metodologię badań własnych, które oparłem na paradygmacie interpretatywnym. Podejście to miało mi pozwolić na poznanie treści świata społecznego geocache-rów oraz zrozumienie ich wspólnoty, osadzonej w określonym kontekście społeczno-kulturowym. Następnie podnoszę kwestię zastosowania teorii ugruntowanej w procesie badawczym, a także pojęć uwrażliwiających w konceptualizacji badań. Na koniec omawiam szczegółowo strategię badawczą, czyli wybrane metody badawcze, sposoby doboru respondentów i jednostek badawczych, które miały pozwolić na realizację celów studium. W rozdziale czwartym prezentuję wyniki własnych badań przeprowadzonych w okresie między kwietniem a czerwcem 2019 roku.

Zaznaczam, że analizowany materiał empiryczny został więc zebrany przed nastaniem pandemii COVID-19, do której odnoszę się jedynie w kilku miejscach. Opis wyników miał w założeniu nawiązywać do analizy światów społecznych zaproponowanej przez Annę Kacperczyk na przykładzie świata społecznego wspinaczy (2016). Analizę rozpoczynam od przedstawienia geocachingu jako „serca świata społecznego” – zabawy, na którą składa się wiele elementów materialnych i symbolicznych, silnie związanych z odkrywaniem przestrzeni i dzieleniem się miejscami. Dopiero w następnym podrozdziale przyglądam się skupionej wokół geocachingu społeczności. W trzecim podrozdziale koncentruję się natomiast na tematach wewnętrznej segmentacji, profesjonalizacji świata społecznego geocacherów oraz jego komercjalizacji. W podsumowaniu odpowiadam krótko na główne pytania badawcze. Na końcu pracy zamieszczam bibliografię oraz słowniczek przydatnych pojęć związanych z geocachingiem.

Niniejszą publikację kieruję zarówno do osób zainteresowanych naukowo tematem nowych, przestrzennych praktyk ludycznych, jak i do tych po prostu zainteresowanych geocachingiem, któremu poświęcam cały rozdział czwarty. Choć w trakcie pisania opierałem się w dużej mierze na przeglądzie literatury naukowej i badaniach empirycznych, to nie uciekałem od porównań i wzmianek dotyczących codziennego życia czy kultury popularnej, które, mam nadzieję, w wartościowy sposób obrazują podejmowane tematy oraz, jak określał to Maffesoli, pozwalają lepiej zrozumieć życie społeczne i pewien klimat czasów (por. 2008: 28).

ROZDZIAŁ I

W poszukiwaniu nowej wspólnoty ludycznej

Na początku była wspólnota

Pojęcie wspólnoty ma długą historię nie tylko w socjologii, ale również w filozofii (zob. Szacki 2004: 29–31). W przeciwieństwie do np. pojęcia grupy społecznej ma ono silne oddziaływanie emocjonalne. Nie bez powodu podstawą wielu definicji wspólnoty pozostaje więź społeczna, która rodzi się na styku społecznych stosunków międzyludzkich o uczuciowym czy też duchowym charakterze. Im więcej jest takich stosunków, tym silniejsza jest więź i tym bardziej jednostka staje się związana ze wspólnotą. W tradycyjnie pojętej wspólnocie, którą niemiecki klasyk socjologii Ferdinand Tönnies określał mianem *Gemeinschaft*, stosunki te nie wynikały raczej z wyboru, ale z nadania i podobieństwa, np. z urodzenia w konkretnej rodzinie i stanie społecznym lub z sąsiedztwa i zamieszkiwania na określonym terytorium (2008: 27–40)¹⁷. To te czynniki stawały się wspólnym źródłem sensu życia – odpowiedzią na pytanie: „kim jestem?”. Zmiana tej sytuacji i przeniknięcie do innego społecznego świata były utrudnione przez ograniczoną mobilność społeczną

¹⁷ Rumuński filozof Emil Cioran zwracał uwagę na jeden z najważniejszych aspektów wspólnot etnicznych – język – widząc w nim podstawę więzi społecznej i wspólnej narodowej świadomości. Jak pisał: „Nie mieszka się w kraju, mieszka się w języku. Ojczyzna to właśnie to, nic innego” (2006: 13).

i fizyczną. W pewnym sensie jednostka skazana była na przynależność do jednej wspólnoty duchowej oraz myślenie w ramach symboli narzuconych przez kolektyw. Wszystko to skutkowało też pewnym poczuciem odmienności członków wspólnoty od osób, które do niej nie należały. Émile Durkheim określał takie podstawy więzi społecznej mianem solidarności mechanicznej, opartej na podobieństwie doświadczeń, celów, cech osobowości, promującej przestrzeganie norm i konformizm (za Szacki 2004: 383–385). Była ona charakterystyczna np. dla wspólnot ideowych i religijnych, które badał francuski socjolog (zob. Durkheim 1990). Taka pierwotna wspólnota, bazująca na wyjaśniającym opisie rzeczywistości, zwykle zaspokajała jednak potrzeby egzystencjalne jednostki, takie jak potrzeba sensu, przynależności i akceptacji. Próba wytłumaczenia rzeczywistości mogła przejawiać się w postaci mitologii i systemów wierzeń, potwierdzanych i utrwalanych poprzez wspólnotowe rytuały. W ten sposób, jak i w ramach socjalizacji pierwotnej, wspólnota zapewniała jednostce pożądane przez grupę normy i wartości, czyli metody funkcjonowania w skomplikowanym świecie. W procesie internalizacji jednostka mogła przyswoić je jako osobiste źródło sensu i życiowego celu. W razie fiaska tego procesu utrzymywanie spójności wspólnoty oraz przekazywanie tradycji z pokolenia na pokolenie miały być zagwarantowane przez funkcjonujące ówczesnie prawo karne (Durkheim 1999: 92).

Drugi z wyróżnionych przez Durkheima rodzajów solidarności – organiczny – miał zacząć dominować wraz z początkiem modernizacji, wzrostem ruchliwości społecznej i przyspieszonej urbanizacji (1999: 223). Były one skutkiem zarówno rewolucji przemysłowej, jak i światopoglądowej. W wyniku przemieszania się ludności, wzrostu znaczenia przemysłu, a w efekcie zapanowania logiki rynku i transakcji coraz bardziej istotna stawała się współpraca ludzi różniących się od siebie na wielu poziomach, a zarazem prawo kooperacyjne. Zmiany te miały doprowadzić do częściowego rozpadu wspólnotowych więzi rodzinnych, a także innych tradycyjnych wspólnot (por. Aldridge 2006: 130; por. Bauman 2000: 20). Tego typu rodzaj ludzkich zbiorowości został nazwany

przez Tönniesa stowarzyszeniem (*Gessellschaft*). W przeciwieństwie do wspólnoty członkowie stowarzyszenia wiążą się ze sobą nie tyle ze względu na łączącą ich duchową podstawę, wynikającą z podobieństwa i podobnego sposobu opisywania rzeczywistości, ile w wyniku poczucia zbieżności interesów i celów (Tönnies 2008: 67–73). W nawiązaniu do pojęcia solidarności organicznej Durkheima moglibyśmy mówić o stowarzyszeniu jako organizmie, którego każdy członek, mimo różnic wynikających głównie z podziału pracy, dąży do realizacji jednego celu – zapewnienia sobie bytu i przetrwania. Nie bez powodu, zdaniem Tönniesa, kolebką nowoczesnych stowarzyszeń stało się XIX-wieczne miasto, którego mieszkańcy często sąsiadowali i współżyli ze sobą na zasadzie kontraktu, podziału administracyjnego i praktyczności. Miały łączyć ich głównie przelotne kontakty, a z czasem uświadamiane, wspólne interesy. Miasto, jak pisał Georg Simmel, zbudowane na gospodarce pieniężnej narzucało jednostce swój rytm produkcji i konsumpcji, oślepiając ją bodźcami, doprowadzając do zblazowania, czyli zubożenia (2006: 120–123). Max Weber tego typu biurokratyzowane relacje między jednostkami, bazujące na kontrakcie i realizacji racjonalnych (w sensie intersubiektywnym) celów, nazywał natomiast stowarzyszeniowym stosunkiem społecznym. Jak zauważał, stosunek stowarzyszeniowy może przejść we wspólnotowy i odwrotnie, przy pojawieniu się podłoża emocjonalnego lub celoworacjonalnego (Weber 2002: 30–32).

Za Pawłem Rybickim te wspólnoty i stowarzyszenia (w jego przypadku: „zrzeszenia”) możemy określić szerszej mianem mikrostruktur, które należą do makrostruktury, czyli większego od nich społeczeństwa. Wyodrębnia się z niego grupy społeczne, niewielkie pod względem liczebności, takie jak pojedyncza rodzina, oraz większe – społeczności – które same składają się z grup społecznych (Rybicki 1979: 210). Przykładem może być społeczność miejska, w której zróżnicowanie między jednostkami jest bardziej widoczne i znaczące niż w pojedynczej grupie społecznej. Wspomniane wspólnoty i dobrowolne zrzeszenia, jak zauważa Rybicki, czerpią swoje wzory, normy i wartości z kultury wytworzonej

w ramach makrostruktury. Wspólnoty posiadają jednocześnie własne sposoby i style życia, które odróżniają je od dominującej kultury. Zrzeszenia są nastawione natomiast na cel kultywowania i doskonalenia istniejącej kultury, podobnie jak średniowieczne cechy doskonalili swoje rzemiosło (Rybicki 1979: 218).

Kontekst społeczno-kulturowo-gospodarczy nowoczesnych społeczeństw wywarł ogromny wpływ na formy uspołecznienia i życia zbiorowego. Warto zaznaczyć jednak, że nie traktują tych przemian w kategorii jednokierunkowego rozwoju czy ewolucji. Powyższy opis posłużył jedynie zaprezentowaniu pewnej dynamiki w zmianie socjologicznego myślenia o wspólnotach i stowarzyszeniach, ale nie przesądza o tym, czy któryś z przedstawionych modeli teoretycznych był, jest lub będzie formą dominującą w danym typie społeczeństwa. Jest tak również dlatego, że – jak zauważał Shmuel Noah Eisenstadt – możemy mówić o wielu różnego rodzaju nowoczesnościach, w zależności od danego społeczeństwa (Eisenstadt 2006: 29). Socjologowie tacy jak Jeffrey Alexander wskazują z kolei, że opisy nowoczesności jako epoki postępu bywają traktowane jako pewne wyidealizowane narracje, które pomijają koszty i ciemne karty historii (2010: 148–149). W ich ujęciu znana Europejczykom nowoczesność, zapoczątkowana przez oświecenie i rewolucję przemysłową, w dużym uproszczeniu opierała się na paradygmacie racjonalności, demokratyzacji, usługach i produkcji dóbr. Za organizację życia w takim społeczeństwie odpowiada państwo i prawo, informację w nim przekazują media masowe, a ceniony jest raczej indywidualizm. Można stwierdzić, że ten „postępowy” model zaowocował ostatecznie tym, co niektórzy badacze współczesności nazywają społeczeństwem sieciowym.

W nowoczesnym społeczeństwie sieci

Internet jako nowe-stare medium, które reprodukuje modele komunikowania, tworząc zarazem zupełnie nowe, stał się kolejnym fundamentem przemian zachodzących w społeczeństwie nowoczesnym

(Szpunar 2012: 7). Za sprawą komunikacji zapośredniczonej przez komputery (*Computer Mediated Communication*, CMC) możliwe stało się momentalne przejście od modelu łączności sąsiedzkiej typu *door-to-door*, charakterystycznej dla tradycyjnych wspólnot i stowarzyszeń, do dominacji bezpośredniej komunikacji *person-to-person* (Brzozowska 2017: 14), np. w postaci sąsiedzkich grup dyskusyjnych w portalach społecznościowych. Urządzenia informacyjno-telekomunikacyjne (*Information and Communication Technologies*, ICT), które umożliwiają nieograniczony przepływ informacji, posiadają bowiem „zdolność zbliżania do siebie odległych zdarzeń, miejsc i ludzi” (Urry 2009: 55). Jak zauważa hiszpański socjolog Manuel Castells, komunikacja ta pozwala na tworzenie się nowych więzi społecznych, ale też wzmacnianie tych już istniejących, rodzinnych i stowarzyszeniowych (Castells 2003: 145–147; Wellman 2001: 228; por. Szpunar 2004: 114). Komunikacja ta przybiera przy tym najróżniejsze formy. Bywa bardziej personalna – za sprawą komunikatorów pokroju Messengera, WhatsAppa, zbiorowa – jak w przypadku popularnego wśród graczy Discorda, lecz również skupiona na komunikacji typu „wiele do wielu” – w mediach społecznościowych WEB 2.0, pokroju Facebooka, Instagrama, Twittera, YouTube’a, TikToka, które bazują na treściach generowanych przez użytkowników (por. Szpunar 2012: 57)¹⁸. Niektóre z tych narzędzi opierają się na komunikacji w gronie znajomych. Inne wręcz przeciwnie, zachęcają do poznawania w sieci nowych osób¹⁹.

¹⁸ Czytelnicy książki znają zapewne doskonale Facebooka i Twittera. TikTok to natomiast aplikacja mobilna do publikacji krótkich wideo, zwykle zmontowanych z podkładem muzycznym. Współcześnie to właśnie formy wideo grają już pierwsze skrzypce w mediach społecznościowych. Nie można zapominać jednak o „tradycyjnych” blogach, sekcjach komentarzy, grupach i forach dyskusyjnych.

¹⁹ W trakcie pandemicznego 2020 roku w USA rosnącym zainteresowaniem cieszyła się aplikacja Clubhouse, poprzez którą pasjonaci i hobbyści mogą poznawać się wzajemnie oraz toczyć grupowe rozmowy głosowe: <https://paweltkaczyk.com/pl/co-to-jest-clubhouse/> (dostęp: 09.03.2021).

Na przełomie XX i XXI wieku o nowych mediach i Internecie pisało się metaforycznie jako o cyberprzestrzeni, kojarzonej z terminem geograficznym (por. Szpunar 2004: 106; por. Löw 2018: 103). Jej prawdopodobnie najlepszą, bo obrazową reprezentacją, stały się pierwsze internetowe gry z gatunku MMO (ang. *Massively Multiplayer Online*) pokroju popularnych przed laty *Second Life* (zob. Boellstroff 2015) czy *World of Warcraft*. Te wirtualne *realis*, jak nazywa je Michał Ostrowicki, próbują w jakimś sensie odtwarzać i naśladować elementy rzeczywistości w innym, „zmyślonym” świecie (2006: 14, 91)²⁰. Gracze tworzą w nich swoje cyfrowe odpowiedniki – awatary, za pomocą których wykonują określone zadania w wirtualnym środowisku oraz komunikują się z innymi graczami (Boellstroff 2015: 21). Współcześnie na rynku nowych technologii pojawiły się rozwiązania takie jak gogle VR (*Virtual Reality*), które pozwalają praktycznie dosłownie zanurzyć się w wirtualnym świecie²¹. Choć „wirtualny” oznacza w tym wypadku taki, który może zaistnieć, jedynie stwarzając pozory czegoś rzeczywistego, te cyfrowe środowiska zdają się angażować emocje użytkowników, jak i wymagać od nich określonego działania, a także wywoływać konsekwencje na podobnej zasadzie jak każde inne działanie w przestrzeni fizycznej. Między innymi dlatego, jak zauważa Marta Juza, współcześni badacze Internetu nie określają go już mianem cyberprzestrzeni będącej w opozycji do tzw. reala (Juza 2013: 105–106). Internet traktowany jest raczej jako rutynowe narzędzie komunikacyjne, które pozwala jednostce lepiej zakorzenić się w przestrzeni fizycznej czy też po prostu – sprawniej i wygodniej funkcjonować w codziennym życiu (Jurgenson 2012: 85–86).

²⁰ Przykładem tego może być specjalny koncert zorganizowany w wieloosobowej grze akcji *Fortnite*. Jednocześnie uczestniczyło w nim 10,7 miliona graczy!: <https://www.cdaction.pl/news-55857/fortnite-pobil-w-lutym-kolejne-rekordy.html> (dostęp: 09.03.2021).

²¹ Przykładem takiego wirtualnego świata jest ten wykreowany przez twórców pierwszoosobowej gry akcji *Half Life: Alyx* (2020). Produkcja ta, na dzień 09.03.2021, uchodzi za jedną z najbardziej rozbudowanych gier przeznaczonych na gogle VR.

Kiedy mówimy więc o Internecie jako przestrzeni, mamy dziś na myśli przede wszystkim metaforę sfery kontaktów społecznych.

Traktując Internet jako narzędzie komunikacyjne, należy jednak pamiętać o tym, że – jak przed dziesiątkami lat zauważył Marshall McLuhan – wykorzystany środek komunikacji „kształtuje i kontroluje skalę, a także formę stosunków międzyludzkich i ludzkich działań” (McLuhan 2004: 40). Wejście na scenę nowego pośrednika w komunikacji, jaki stanowią ICT, przyczynia się tym samym do zmiany jakości codziennego życia w obszarze władzy, gospodarki, ale również kultury (Castells 2007: 467). Według Castellsa w tej nowej rzeczywistości świat nie stanowi już jednej, globalnej wioski, ale raczej sieć połączonych więziami węzłów – punktów, pomiędzy którymi następują przepływy informacji (2008: 348). Sieci rozciągają się na całą Ziemię, są pozbawione centrum, zdolne do oddolnych zmian, rozszerzania się i zmniejszania (Castells 2013: 35). Usieciowienie z jednej strony przyczynia się do ujednolicenia kultur i gospodarek w procesie globalizacji, z drugiej zaś do glokalizacji, czyli osadzenia globalnych trendów w lokalnych kontekstach (Castells 2013: 36–37). Wspomniane przepływy informacji w sieci Castells definiuje jako „celowe, powtarzalne, programowalne sekwencje wymiany i interakcji między fizycznie rozłączonymi pozycjami zajmowanymi przez aktorów społecznych w ekonomicznych, politycznych i symbolicznych strukturach społeczeństwa” (2007: 412). Owe sekwencje wymiany i interakcji składają się na przestrzeń przepływów, która funkcjonuje jako kolejna metafora dla kontaktów międzyludzkich: „materialna organizacja współczesnych praktyk społecznych, które działają przez przepływy” (Castells 2007: 413). Przestrzeń ta oparta jest na technologiach telekomunikacyjnych, różnej wielkości węzłach i koncentratorach (kluczowych punktach sieci) oraz organizacji elit zarządzających (Castells 2007: 412–413). Przez ogrom komunikatów przestrzeni przepływów jest jednak w dużej mierze nieuporządkowana i chaotyczna (por. Juza 2013: 107). W zależności od przyjętej skali rolę węzła w sieci może odgrywać zarówno opisywane przez Saskię Sassen globalne miasto (por. Juskowiak 2015: 59–60), jak i jego pojedyncza dzielnica. Od początku XXI wieku postępuje

też ekspansja sieci społecznych na platformy mobilne – smartfony i tablety (Wellman i Hogan 2005: 44). To one i ich użytkownicy stają się węzłami, dzięki czemu sieci społeczne mogą rozwijać się w domowych zaciszach, a także w miejscach publicznych (de Souza e Silva 2010: 638).

Ważne w tym kontekście wydaje się pojęcie przestrzeni hybrydowej. Castells definiuje ją jako „połączenie przestrzeni miejsc na określonym terytorium oraz przestrzeni przepływów w Internecie”. Socjolog na przykładzie ruchu społecznego Occupy Wall Street dookreśla, że miejsca fizyczne umożliwiały jego członkom „interakcję twarzą w twarz, wspólne przeżywanie rozmaitych doświadczeń [...]”. Natomiast internetowe sieci społeczne pozwalały im „komunikować i wzmacniać to doświadczenie, zapraszały do ruchu cały świat i były stałym forum solidarności [...]” (Castells 2013: 167). Podobne ruchy społeczne stanowiły dla Castellsa doskonały przykład tego, jak Internet i technologie ICT są wykorzystywane przez użytkowników do realizacji ważnych dla nich celów w codziennym życiu.

Wspólnota wirtualna

Jak zauważa Dominik Batorski, o ile Manuel Castells skupiał się w dużej mierze na opisie sieci społecznych w skali makro, o tyle inny uczony, Barry Wellman, charakteryzował również ich wewnętrzną strukturę na przykładzie mniejszych wspólnot (zob. Batorski 2005: 43). Za Wellmanem możemy zdefiniować taką wspólnotę jako sieci więzi międzyludzkich, które zapewniają członkom „towarzyskość, wsparcie, informacje, poczucie przynależności i tożsamość społeczną”²² (2001: 228). W tej mikroskali węzłami sieci są komunikujące się jednostki. Przepływy informacji między nimi odbywają się za pośrednictwem Internetu, ale mogą także przenosić się do postaci relacji twarzą w twarz (por. Kozinets 2012: 78–79).

²² Tłumaczenia cytatów obcojęzycznych – o ile nie zaznaczono inaczej – własne.

Choć z reguły sieci te pozostają otwarte na nowych członków, posiadają pewne normy, wartości i cele, które starają się podtrzymywać. Jednostka może przynależeć jednak do wielu różnych sieci jednocześnie. Pierre Lévy zauważa, że przynależność do nowych form wspólnotowości jest bowiem wolna od trwałych zobowiązań, a same społeczności stają się tymczasowe i taktyczne, to znaczy – nastawione na realizację celów – „umocnione wspólnymi inwestycjami intelektualnymi i inwestycjami emocjonalnymi” (Lévy za Jenkins 2007: 31). Jak w swoim opisie organizacji globalnych zaznacza natomiast John Urry: „przy całej sile globalnych cieków «członkowie» organizacji będą jednak od czasu do czasu łączyli się, żeby «być z» innymi w danym momencie, w chwilach silnego poczucia solidarności (2009: 69).

Jeden z pionierów badań nad Internetem, Howard Rheingold, określał wspólnoty wirtualne jako „skupiska społeczne, które wyłaniają się z sieci, gdy wystarczająco dużo ludzi prowadzi publiczne dyskusje wystarczająco długo, z wystarczającym zaangażowaniem emocjonalnym, aby tworzyć sieci osobistych relacji w cyberprzestrzeni” (Rheingold 1993: 5). Castells doprecyzowuje, że wspólnoty wirtualne są „interpersonalnymi sieciami społecznymi, z których większość jest oparta na słabych więziach, wysoce zdywersyfikowana i wyspecjalizowana, niemniej jednak zdolna generować wzajemność i wsparcie dzięki dynamice podtrzymywanych interakcji” (2007: 365). Inny uczyony, Jan van Dijk, definiuje wspólnoty wirtualne jako „stowarzyszenia ludzi, których nie łączy wymiar czasowy, przestrzenny albo inne okoliczności fizyczne lub materialne – pomijając cechy samych ludzi i wykorzystywanych przez nich mediów” (2010: 232).

Interesujące w tym kontekście wydają się rozważania na temat stopnia zorganizowania samych sieci oraz momentu, kiedy stają się one wspólnotami duchowymi. Można rozpatrzyć ten przypadek, nawiązując do pojęcia wspólnot wyobrażonych Benedicta Andersona (1997). Przykładem narodzin takiej „wyobrażonej wspólnoty” będzie postrzeganie miasta rodzinnego jako domu, kojarzonego ze znajomymi twarzami i relacjami. Takie „poczucie” czy emocja

pojawiają się w nas mimo tego, że mieszkańcy miasta nie spotykają się przecież twarzą w twarz, są zróżnicowani, np. pod względem miejsca pracy, czasem religii czy języka. Można jednak założyć, że świadomość kolejnych podobieństw (np. religijnych, językowych) będzie umacniała taką wyobrażoną sieć właściwie nieznanymi sobie osób (Amit i Rapport 2002: 23). W zależności od ich emocjonalnego zaangażowania, mobilizacji i możliwości, jakie dzisiaj stwarza Internet, sieć może stać się bardziej zorganizowana, przekształcić się np. właśnie w formę wspólnoty wirtualnej mieszkańców.

Ten usieciowiony świat zamieszkują jednak osoby przystosowane do niego w różnym stopniu. W efekcie tego niektórzy członkowie społeczeństwa są wykluczani z cyfrowych sieci, których nie są w stanie obsługiwać. Nie bez powodu holenderski badacz Jan van Dijk mówi o wykluczeniu cyfrowym jako o braku dostępu. Dostęp do sieci dzieli natomiast na motywacyjny, materialny lub fizyczny, kompetencyjny oraz użytkowy (van Dijk 2010: 248). Osoby dotknięte wykluczeniem nie mają możliwości – z powodu wieku, niepełnosprawności, statusu materialnego czy braku kompetencji cyfrowych – pełnego uczestnictwa we wspólnotach sieciowych i rzeczywistości przesyconej mediami. Na przykład nie będą w stanie samodzielnie zapisać się do udziału w wydarzeniu przez cyfrowy formularz albo porozmawiać na grupie dyskusyjnej na Facebooku.

Globalizacja, globalizacja i (po)nowoczesność

Warto zwrócić także uwagę na przywołany wcześniej wątek konfliktu między globalnością a lokalnością, jaki wydaje się rozgrywać współcześnie. W ramach sieci społeczności lokalne chcąc nie chcąc przejmują bowiem globalne pomysły, perspektywy i problemy. Z drugiej strony architektura Internetu pozwala im na nawiązanie nieistniejących wcześniej więzi lokalnych, co wykazali Barry Wellman i Keith Hampton w swoich badaniach położonego niedaleko Toronto Netville (2003: 301). Te nowe więzi mogą przyczynić się do usprawnienia współpracy miejscowych podmiotów w zakresie

„wytwarzania” i zarządzania zasobami lokalnymi²³. Przez zasoby te rozumiem ludzi gotowych do pracy na rzecz lokalnej społeczności, czas i środki materialne (por. Lewenstein 2004). Również dzięki Internetowi takie wspólnoty mogą lokalnie mierzyć się z problemami większymi od nich samych, koordynując działania w ramach większej, krajowej czy nawet globalnej, sieci²⁴. Taka strategia wyraża się w nawiązującym do ekologii zaleceniu „myśl globalnie, działaj lokalnie”²⁵. Odnosi się ono także do dwóch orientacji na świat: kosmopolityzmu i lokalizmu, które jeszcze w czasach „przed Internetem” zdefiniował w socjologii Robert Merton. Jest to swego rodzaju continuum, którego skrajne bieguny można rozróżnić ze względu na: (1) zakorzenienie jednostki, czyli stopień jej przywiązania do wspólnoty lokalnej, (2) towarzyskość, czyli nastawienie na liczbę znajomych lub ich „jakość”, (3) przynależność instytucjonalną, rozumianą jako działalność np. w stowarzyszeniach (Merton 2002: 431–436). Osoby o nastawieniu kosmopolitycznym miałyby przywiązywać wagę do spraw ponadlokalnych, stawiać na „jakość” i lojalność znajomych, a nie na ich liczbę. Z kolei działając w instytucjach i stowarzyszeniach, miałyby nastawiać się na realizację celu, a nie głównie na poszerzenie sieci kontaktów.

Obecny stan rzeczy oprócz nazwy „społeczeństwa sieci” ma też wiele innych określeń w teorii socjologicznej. Ulrich Beck określa go nową lub inną nowoczesnością, która nie jest jednak prostym

²³ Możemy mówić również o istnieniu sieci wzmocnionej, kiedy większość relacji w niej zachodzących dotyczy osób znajomych (Brzozowska 2017: 39). Pada tu pytanie o to, czy takie społeczności wirtualne są więc otwarte, czy może zamknięte na nowych, nieznanym członków (spoza sieci).

²⁴ Przykładem takiej krajowej sieci może być np. Rodzina Radia Maryja – katolickie parafie połączone w sieci przez medium radia, organizujące między innymi wspólne pielgrzymki do miejsc świętych dla katolików (Fatyga 2008: IX).

²⁵ Przykładem będą tu polskie inicjatywy charytatywne bazujące na wspólnym poczuciu społecznej solidarności, takie jak WOŚP czy Szlachetna Paczka. Opierają się one właśnie na współpracy lokalnych społeczności wolontariuszy, połączonych ze sobą w sieci przez regionalnych liderów i centralę.

powtórzeniem dawnego procesu modernizacji. Wiąże się natomiast z refleksyjną próbą kontroli rozmaitych ryzyk, które pojawiły się w trakcie unowocześniania społeczeństwa przemysłowego (Beck 2002: 28). Brytyjski socjolog Anthony Giddens twierdzi z kolei, że znajdujemy się w stadium późnej i radykalnej wersji nowoczesności, która silnie oddziałuje na tożsamość jednostki, wymagając od niej zaufania do systemu (2010). Płynna nowoczesność to zaś pojęcie stosowane przez Zygmunta Baumana, zwracające uwagę nie tyle na określoność współczesnej epoki w czasie, ile na jej ciągłą zmienność i nietrwałość, brak odgórnych wzorców i potrzebę ciągłego porównywania (2006: 14). O niestałości tej może świadczyć fakt, że aż trzy z czterech przedstawionych przez Baumana typów ponowoczesnych wzorów osobowych to osoby będące w podróży: „spacerowicz” „włóczęga” i „turysta” (2011). Choć nie chcę rozstrzygać tu o tym, czy nowoczesność sama w sobie jest już epoką „zakończoną”, to w niniejszej pracy na określenie czasów współczesnych będę używał przede wszystkim terminu „ponowoczesność”. Michel Maffesoli opisuje ją jako „synergię archaiczności z rozwojem technologicznym” czy też „połączenie natury i kultury, dzikości i sztuczności” (2012: 33). Można rozumieć przez to, że ponowoczesność w istocie pozostaje silnie zakorzeniona w nowoczesności, ale obejmuje też jej szeroko pojęte konsekwencje – poprawiające jakość życia, jak i poniesione koszty. Wiążą się one między innymi z powrotem dawnych archaizmów, związanych z potrzebą emocjonalnego współodczuwania i współbycia razem osób podobnych do siebie, niczym członkowie jednego plemienia (2008: 8)²⁶.

Kolonizacja świata życia przez system

Parafrazując słowa Jürgena Habermasa, moglibyśmy powiedzieć, że opisana wcześniej rzeczywistość sieci i rynkowy racjonalizm, a ogólnie rzecz biorąc – nowoczesny system – skolonizowały dzisiejszy

²⁶ Jak twierdzi Eva Illouz, emocje, wbrew obiegowej opinii, w dużej mierze nadawały kurs nowoczesności (2010: 6–8).

świat życia (*Lebenswelt*), stając się jego nieodłączną częścią (por. Habermas 2002: 550). Ów świat przeżywany to, jak piszą Peter L. Berger i Thomas Luckmann, rzeczywistość zorganizowana wokół „tutaj”, czyli ciała jednostki, oraz „teraz”, czyli jej teraźniejszości (1983: 52–53). Ciągając dalej metaforę kolonizacji, nie sposób nie zauważyć, że zwykle odbywa się ona pewnym kosztem i skutkuje zmianą kolonizowanego świata. Tym samym usieciowienie przestrzeni społecznej nie pozostaje bez wpływu chociażby na interakcje międzyludzkie, jak i na przestrzeń fizyczną, w której dana jednostka funkcjonuje. W ogromnym uproszczeniu można by stwierdzić, że fala mobilności i globalizacji, wywołana przez przemiany technologiczne (również w dziedzinie transportu), doprowadziła do częściowego wykorzenienia jednostki z jej lokalnych terytoriów tradycyjnej wspólnoty i wyniosła ją na poziom globalny (por. Löw 2018: 109–112; Giddens 2010; Urry 2009). Także wielość nowych sieci społecznych, do których może należeć jednostka, sprawia, że rzeczywistość staje się coraz bardziej fragmentaryczna i skomplikowana (por. Bauman 2011: 440–445). Kolonizacja ta wydaje się tak dogłębna, że życie poza systemem nowoczesnego państwa, np. bez dowodu osobistego, okazuje się właściwie niemożliwe. W podobny sposób trudne do wyobrażenia dla niektórych staje się funkcjonowanie bez własnego konta w mediach społecznościowych.

Nietrudno zauważyć, że współczesną konsekwencją opisanych wyżej procesów jest z jednej strony pewna unifikacja społeczeństwa, a z drugiej jego ogromne zróżnicowanie – ze względu na podział pracy, przynależność do organizacji, pasje, zainteresowania czy cele (Giddens 2010: 253–254; van Dijk 2010: 52). Jak pisze Tomasz Szlendak, mamy do czynienia z mozaikowością – archipelagami, na których pączkują nowe style życia i których nie sposób elegancko poukładać (2010: 14). Jednostka w nowoczesności, otrzymując pozór indywidualnego sprawstwa i wielość wyborów, zdawała się bowiem tracić poczucie przynależności do wspólnoty i uniwersalnego sensu. Podobnie jak opisywany przez Lévi-Straussa *bricoleur* (1969), samodzielnie konstruuje swoją tożsamość z tego, co ma akurat pod ręką. Tożsamość rozumiem w tym miejscu za

Castellsem – jako proces poszukiwania sensu życia, przez który aktor społeczny definiuje siebie w codziennych interakcjach (2007: 38). Można powiedzieć więc, że jest to społeczny konstrukt, który wyraża się w odpowiedzi na pytanie „kim jestem?”. Odwołując się do interakcjonizmu symbolicznego, można stwierdzić, iż odpowiedź zależy będzie od obrazu siebie, jaki ma w głowie jednostka (Blumer 1975: 51–54). Powstaje on na bazie jaźni odzwierciedlonej, czyli tego, w jaki sposób jednostka odbiera reakcje otoczenia na jej własne działania. Prawdopodobnie będzie ona angażowała się więc w akurat te „tożsamości”, które będą wydawały się jej najbardziej odpowiednie w danej sytuacji (Boksański 1985: 15). Odpowiedź na zasadnicze pytanie „kim jestem?” może brzmieć więc zarówno: „jestem osobą dbającą o środowisko”, „jestem badaczem społecznym”, jak i „jestem geocacherem” czy „jestem fanatykiem wędkarstwa”.

Kolonizacja świata przez nowoczesny system ma również inne konsekwencje. Dla większości z nas skomplikowane relacje zachodzące między światem jednostki a światami polityki, gospodarki, technologii²⁷ czy przyrody stały się niezrozumiałą zagadką. Nie można zapomnieć także o tym, że – jak pisze Beck – opisywane zjawiska mają miejsce w świecie szczególnie narażonym na ryzyko awarii, w którym dochodzi do obowiązkowego pozorowania kontroli nad tym, „czego nie można skontrolować – w polityce, prawie, nauce, gospodarce, życiu codziennym” (2002: 348)²⁸. To poczucie ryzyka może skutkować brakiem ontologicznego bezpieczeństwa, o którym w kontekście zagrożeń wynikających z rozwoju technologii

²⁷ Do opisu tej sytuacji przywołać można słynne prawo pisarza science-fiction Arthura C. Clarke’a, autora książkowej *Odysei kosmicznej*: „Każda wystarczająco zaawansowana technologia jest nieodróżnialna od magii” (za Napiórkowski 2019: 24).

²⁸ O tym czasem nieuświadomionym ryzyku przypominają jednak wielkie globalne wydarzenia, jak pandemia, ale również „mniejsze”. W marcu 2021 roku, niedługo przed publikacją tej książki, wybuchł pożar w serwerowni, w której utrzymywany był polskojęzyczny serwis www.geocaching.pl. Choć nie uniemożliwiło to gry, to utrudniony został przez to dostęp do niektórych danych statystycznych.

piszą Anthony Giddens (2010) czy Katarzyna i Andrzej Zybertowiczowie (2017). Równie groźne, choć niekoniecznie uświadomione, wydają się zagrożenia związane z katastrofą klimatyczną epoki antropocenu (Bińczyk 2018) albo potencjalnym załamaniem się skomplikowanych systemów politycznych i gospodarczych. Zagrożenia te powodują zwiększenie się kontyngencji, czyli przygodności i nieprzewidywalności świata²⁹. Można zaryzykować stwierdzenie, że człowiek szuka w tej sytuacji remedium – czegoś stałego, wspólnego.

Poszukiwanie tego, co wspólne

W kontekście problemów jednostki związanych z wyborem źródła sensu i czyhającymi na nią zagrożeniami kuszący może wydawać się pomysł powrotu do koncepcji tradycyjnej wspólnoty. Jak wskazuje Blanka Brzozowska, już na początku XX wieku badacze szkoły chicagowskiej starali się odnaleźć ją w pełnym ulotnych kontaktów mieście. To właśnie wspólnota tradycyjna, jako zapewniająca jednostce tożsamość i pozornie wolna od globalnych problemów, uchodziła bowiem za lekarstwo na chaos nowoczesności i miejskie zblazowanie (Brzozowska 2017: 19). Współcześnie popularne stały się również analizy doszukujące się takiej szansy w nowych organizacjach życia zbiorowego (por. van Dijk 2010: 41). Znany amerykański ekonomista Jeremy Rifkin prognozował chociażby zmierzch kapitalizmu oraz powstanie globalnej wspólnoty współpracy, która miałaby opierać się na bezinteresownym współdzieleniu dóbr (2016). Nie można jednak zapominać o tym, że owe nowe wspólnoty narodziły lub narodzą się dzięki tej samej złożoności, zmienności i sieciowości świata, która przyczyniła się do aktualnych problemów z płynną tożsamością i niepewnością jednostki (por. Bauman 2006: 11). Nowoczesny system polityczno-społeczny musi odpowiadać na otaczające jednostkę zagrożenia, ale jego głównym asem w rękawie pozostaje „zaufanie”. Jego podtrzymywanie – jak za Niklasem

²⁹ Podobnie pisał o tym Giddens w przypadku tematu bezpieczeństwa ontologicznego (2010: 58).

Luhmannem pisze Piotr Sztompka – powoduje, że ludzie zachowują się w taki sposób, jakby przyszłość była pewna (za Sztompka 2007: 69–70). W podtrzymywaniu tego zaufania pomagać mogą procesy upraszczania skomplikowanej rzeczywistości. Mary Douglas i Aaron Wildavsky wskazują, że dochodzi do niego np. przy selekcji i ocenie ryzyka (za Stankiewicz 2013: 10). Z kolei Marcin Napiórkowski w interesujący sposób omawia tego typu upraszczające rzeczywistość mitologie na przykładzie „kodu kapitalizmu” – świata reklam i korporacji, które kierują życiem współczesnego konsumenta (2019). Jest to szczególnie ważne w perspektywie tzw. klątwy obfitości czy „hedonistycznego kieratu”, jak Rifkin określa pogoń człowieka za konsumpcją i atrakcjami, które zewsząd go otaczają (2016: 304).

Obserwując to skomplikowanie świata, można zadać również pytanie o inne, nowoczesne źródła poszukiwania sensu oraz mechanizmy upraszczania czy objaśniania rzeczywistości (tzw. redukcowania złożoności). Odpowiedź na nie wymaga pewnego komentarza na temat przedstawionej wcześniej wizji nowoczesnego społeczeństwa, które determinowane jest głównie przez postęp technologiczny i naukowy. Jak twierdzi bowiem Darin Barney, choć nie można umniejszać roli technologii w rozwoju nowoczesnych społeczeństw zachodnich, nie powinno się również sprowadzać jej do cechy całkowicie indywidualnej i określającej te społeczeństwa w całości (2008: 46). Ich kształt, jak zauważa z kolei Castells, zależy bowiem od złożonego wzoru interakcji, a „w proces odkryć naukowych, technicznych innowacji i społecznych zastosowań interweniuje wiele czynników, włączając w to indywidualną pomysłowość i przedsiębiorczość” (2007: 22). Bez wątplenia jako takie czynniki możemy postrzegać także naturę i przedmioty materialne (por. Latour 2011: 22). W taki sposób procesom wytwarzania wiedzy, na której bazuje postęp techniczny, przyglądają się twórcy teorii aktora-sieci (ang. *Actor-Network Theory*, ANT): Bruno Latour, Michel Callon i John Law. Zaproponowana przez nich perspektywa teoretyczna, a raczej metoda badań, dzieli świat zarówno na aktorów ludzkich, jak i nie-ludzkich, nie doszukując się w badanych zjawiskach jakiejś esencji stricte społecznej

czy przyrodniczej (Abriszewski 2007: 115–123). U podstaw tego spojrzenia leży przekonanie, że w społeczeństwie nowoczesnym nastąpiła próba sztucznego oddzielenia natury od kultury – proces puryfikacji – na bazie negocjacji i uzgodnień. W jego wyniku powstawać miały „niezależne” społeczne konstrukty (por. Tuchańska 2014: 86). Za takowe postrzegana jest „oświeceniowa” umowa społeczna w postaci konstytucji, która reguluje rzeczywistość społeczną, ale przede wszystkim wyniki badań naukowych, które mają tę rzeczywistość „obiektywnie” odkrywać i objaśniać³⁰. ANT śledzi natomiast ich powstawanie, uwzględniając wspomniane momenty oddzielenia natury od kultury. Odpowiadając na pytanie o mechanizmy wytwarzania wiedzy (która stanowi rodzaj „wspólnego sensu” w nowoczesnym społeczeństwie), moglibyśmy stwierdzić w ślad za Latourem, że w zasadzie „nigdy nie byliśmy nowocześni”, w takim znaczeniu, że nasze ustalenia (również naukowe) pozostają zależne od skomplikowanego kontekstu społecznego (np. polityki), ale też nie-ludzkiego (np. brudnych narzędzi laboratoryjnych)³¹. Być może z obecnymi problemami współczesnego świata mierzymy się właśnie w wyniku takiego, a nie innego zorganizowania nowoczesnego świata, który okazał się bądź co bądź sztucznym projektem „obiektywnego” oddzielenia natury od kultury.

³⁰ Metodologia ANT wywodzi się z socjologicznych badań na temat wytwarzania wiedzy w laboratoriach. W trakcie tych badań podkreślano, że również pozornie obiektywna metoda naukowa nie pozostaje wolna od wpływu różnego rodzaju czynników – czy to ludzkich zachowań, interesariuszy, czy aktorów nieożywionych – na ostateczny rezultat badań. Dlatego też w nauce mamy do czynienia raczej nie z w pełni obiektywnym opisem rzeczywistości, ale społecznym konsensem (czarną skrzynką), do którego dochodzi, kiedy wielu naukowców potwierdzi wzajemnie wyniki swoich badań (Abriszewski 2007: 114).

³¹ Nie oznacza to oczywiście, że powinniśmy zwątpić w wyniki badań naukowych i sens ich prowadzenia (np. tych, które mówią zgodnie o przyczynach przemian klimatycznych). Warto mieć jednak świadomość, w jaki sposób te wyniki badań są konstruowane, oraz tego, że nowoczesny paradygmat postępu naukowego (modernizacji) nie zaprowadzi(ł) nas do „końca historii” (w której wszyscy żyli długo i szczęśliwie).

Nie powinno więc dziwić nas, że – jak pisze Castells – w świecie niekontrolowanej, zagmatwanej zmiany ludzie grupują się zwykle wokół najbardziej podstawowych tożsamości: religijnych, etnicznych, terytorialnych, narodowych (2007: 20). Równocześnie rodzą się jednak nowe źródła tożsamości (sensu) związane z próbą radzenia sobie z wyzwaniem współczesności. Mogą stanowić one podstawę dla zawiązywania się wokół nich organizacji sieciowych, które realizują wspólny cel. Castells wyróżnia trzy rodzaje tego typu tożsamości: legitymizującą, projektu i oporu (2008: 23–24). Chciałbym zwrócić uwagę na przykład ostatniej z nich. Osoby o tożsamości oporu tworzą bowiem tzw. sieci oburzenia³², które występują przede wszystkim jako nowe ruchy społeczne nakierowane na ochronę wartości postmaterialnych (np. praw przyrody). Współczesna architektura informacji sprawia, że o wiele łatwiej jest przebić się im z przekazem również do tradycyjnych mediów poprzez tworzenie i publikowanie w Internecie własnych materiałów (Castells 2013: 13–16). Jednocześnie sieci te mogą wykorzystywać Internet do tego, aby skoordynować swoje działania w przestrzeni fizycznej, np. poprzez utworzenie wydarzenia na Facebooku. Przykładem takich sieci oburzenia będą protesty alterglobalistów, ruchów miejskich czy prekariuszy walczących z niepewnością zatrudnienia (zob. Standing 2014). Na szczególną uwagę zasługują również społeczności i ruchy proekologiczne. Zaangażowanie jednostki w tego typu sieci może wiązać się z przejściem przez nią pewnego stylu życia zgodnego z normami i wartościami, które owa sieć proponuje.

Społeczności konsumentów, fanów i neoplemiona

W ponowoczesnym społeczeństwie na sile przybierają również inne alternatywy dla bazujących na emocjach źródeł tożsamości,

³² Castells opisuje sieci oburzenia na przykładzie wydarzeń nazywanych arabską wiosną, w trakcie których istotną rolę odegrał między innymi serwis społecznościowy Twitter (2013).

takich jak naród, religia, ale też tych nastawionych na realizację postulatów, jak sieci oburzenia. Zdarza się jednak, że oferowane przez nie poczucie przynależności bywa złudne, jak w przypadku opisywanych przez Baumana wspólnot szatniowych. Powstają one tylko na chwilę, np. przy okazji przedstawienia teatralnego lub wydarzenia sportowego, by zostać „rozwiązane” po rozejściu się widzów czy kibiców widowiska (Bauman 2006: 308–309). Inny typ takiej społeczności można określić za polskim socjologiem mianem roju. Jest on pozbawiony hierarchii, zbiera się na chwilę w pogoni za trendami, atrakcjami i znika, pozostając „sumą części czy zbiorem samonapędzających się elementów złączonych przez «solidarność mechaniczną» wyrażającą się w powielaniu tych samych wzorów zachowania” (Bauman 2009: 85). Jak się jednak wydaje, w konsumpcyjnym społeczeństwie istnieją również społeczności mniej ulotne, które pozwalają ich członkom na głębsze współodczuwanie i trwanie razem, nawet bez bliskości fizycznej. W tym sensie są więc podobne do tradycyjnych wspólnot religijnych (Maffesoli 2008: 73), ale opierają się na innych, ponowoczesnych podstawach.

Kultura jako źródło wspólnego sensu

Już radio i telewizja przygotowały nas na swego rodzaju rewolucję w zakresie spędzania czasu wolnego. Za ich sprawą możliwe stało się bowiem doświadczenie wyszukanej kultury w domowym zaciszu (Putnam 2008: 363–364). W czasie dominacji kultury konsumpcyjnej stale rozprzestrzeniające się media docierają do coraz szerszego grona odbiorców, często łącząc przekaz informacyjny (*infotainment*) czy edukacyjny (*edutainment*) z rozrywką (Bomba 2012: 22; por. de Certeau 2008: 164–166). Przekaz ten opiera się również na transmedialności – rozmyciu i przenikaniu się różnych kanałów oraz rodzajów mediów cyfrowych i urządzeń – komputerów, smartfonów, na których media są odbierane (Filiciak 2016: 221–222)³³. Badaczka

³³ Świetnym przykładem *edutainmentu* i transmedialności stał się popularny serial pt. *Czarnobyl* (2019) wyprodukowany we współpracy telewizji

Charity Scribner przekonuje, że straty wywoływane w codziennym życiu przez systemową kolonizację mogą być z powodzeniem kompensowane w „sferze pamięci, literackiej fikcji czy artystycznej wyobraźni” (za Juskowiak 2015: 13). John Urry zauważa natomiast, że „coraz większą rolę w zakresie organizacji współczesnych społeczeństw pełni kultura postmodernistyczna”, która polega między innymi na zacieraniu się granic między wysoką kulturą a niską (Urry 2008: 124–125). Mówi się również o postępującym procesie gamifikacji, w ramach którego zabawa i związane z nią kompetencje stanowią podstawę kultury (Mäyrä za Gałuszka 2017: 32; por. Bomba 2012). Występowanie naprzemiennie niedoboru i nadmiaru czasu wolnego może skutkować z kolei przemieszaniem się sfer życia, w tym pracy z zabawą (Martini 2017: 95–96).

Jak zauważają Tomasz Szlendak i Krzysztof Olechnicki, w posttransformatywnej Polsce można wyróżnić dwa modele praktyk kulturalnych: model rutynizacji karnawału w kulturze oraz model ucieczki w alternatywne subświaty kulturowe (2017: 16). Ten pierwszy sprowadza się do uczestnictwa w powtarzalnych wydarzeniach, które mnożą się w kraju nad Wisłą, np. w tzw. świętach ulicy i dzielnic. Ta rutynizacja, jak diagnozują badacze, może wynikać właśnie z deficytu czasu. Ustalony program, godzina wydarzenia, ich powtarzalność, dają bowiem pewność, co się wydarzy, by jednostka mogła efektywnie gospodarować swoimi „zasobami”. Wydarzenie pozwala też zrealizować „pożyteczne czynności”, zrobić zakupy, nauczyć się czegoś, tak by uczestnik poczuł, że nie zmarnował czasu. Przyczynę udziału w takich wydarzeniach można nazwać niekiedy

SKY i HBO. Opowiada on o katastrofie w elektrowni atomowej w Czarnobylu, czyli nomen omen wydarzeniu, które w swoim czasie prawdopodobnie przyczyniło się do zwiększenia popularności książki *Społeczeństwo ryzyka* Ulricha Becka (jej oryginalne wydanie pochodzi z 1986 roku). Każdy odcinek tego serialu, który można było śledzić w telewizji i w Internecie, uzupełniony został odcinkiem audycji internetowej, tzw. podcastu, dostępnym na platformie Spotify (oraz innych platformach audio). Twórca serialu omawia w nim kulisy produkcji, a także jej odstępstwa od udokumentowanej historii.

„przymusem użyteczności” lub koniecznością konsumpcji (Szlendak i Olechnicki 2014: 299). Ucieczka w subświaty kulturowe to natomiast model związany z „wychodzeniem poza konsumpcję prefabrykowanej rozrywki”. Osoby praktykujące „ucieczkę” tworzą więc swego rodzaju wspólnotę pasji, zainteresowania, tematu i zbierają się wokół niego, nie tylko chłonąc kulturę, ale też ją wytwarzając, przekształcając, co jest charakterystyczne dla internetowych społeczności (Szlendak i Olechnicki 2014: 302–303). Jak piszą badacze, praktyki kulturalne w Polsce ogólnie rzecz biorąc „można ulokować na kontinuum, którego skraje wyznaczałyby, z jednej strony, model kultury jako naturalnego środowiska człowieka, przyjmowanego biernie, dostępnego dla każdego, a z drugiej strony, model kultury wymagającej aktywnego zaangażowania i inwestowania w możliwość jej współtworzenia” (Szlendak i Olechnicki 2017: 16).

Przykładem takich zaangażowanych w kulturę społeczności czy subświatów kulturowych pozostają opisywane przez Henry’ego Jenkinsa fandomy (z ang. *fan* – wielbiciel, dom – od *kingdom*, królestwo) i kultury uczestnictwa, których członkowie stają się twórczymi konsumentami (2007: 132). By przekonać się o samym tylko zaangażowaniu emocjonalnym fanów, wystarczy wybrać się na salę kinową w dzień premiery oczekiwanego przez nich *blockbustera*³⁴. Podobnie możemy obserwować wspólnoty i roje konsumenckie, skupione np. wokół marek takich jak Apple, czekające w kolejkach na premierę nowych produktów firmy (Brzozowska 2017: 96–97).

³⁴ Podobne spojrzenie na to, jak silne zaangażowanie wywołują, wydawałoby się, błahe, codzienne aktywności, przedstawił w jednym z wywiadów pisarz Jacek Dukaj: „Fikcja umożliwia ci współżycie z innymi przeżywającymi tę fikcję. I tu dobrymi przykładami są – można powiedzieć już patriotyczne – wspólnoty fanów tego samego serialu, komiksu superbohaterskiego Marvela, jakiejś gry itd. Ich jedność, poczucie przynależności do tej samej wspólnoty opiera się na absolutnie fikcyjnych założeniach, ale w sensie socjologicznym one mogą być silniejsze niż te struktury polityczne i postpolityczne”. Wypowiedź z programu *Onet* „Rozmowy o przyszłości”: <https://vod.pl/programy-onetu/rozmowy-o-przyszlosci-jacek-dukaj-1901/3805tjb> (dostęp: 09.03.2021).

To Internet wydobyl jednak na wierzch senso-, więzio- i wspólnototwórczy potencjał kultury oraz rozrywki, pozwalając nie tylko na chłonięcie ich w domu, ale także na dzielenie się nimi i dyskusowanie o nich z innymi z tego samego miejsca. Nową amboną dla popularnych filozofów-celebrytów, takich jak np. Slavoj Žižek czy Jordan Peterson, stał się internetowy serwis YouTube, na którym fani dyskutują czasem w komentarzach o poglądach filozoficznych (!). W sieci istnieją też proste wspólnoty memetyczne, bazujące na wspólnych symbolach i znaczeniach (Kamińska 2011), czy społeczności konsumentów, graczy, fanów fantastyki³⁵. Za sprawą infrastruktury Internetu fani i hobbyści mogą także udzielać bezpośredniego wsparcia ulubionym projektom, poprzez udział w zbiórkach crowdfundingowych w serwisach typu Zrzutka.pl, PolakPotrafi.pl albo Patronite.pl czy crowdsourcingowych (Brzozowska 2017: 90–93).

Wbrew dosyć ponurym wizjom Baumana na temat społeczeństwa konsumpcyjnego Maffesoli postrzega zaangażowanie takich społeczności jako przejaw apetytu na życie i witalizmu (2012: 32). Jest on dostrzegalny również we wspomnianym zaangażowaniu we współtworzenie kultury, nie tylko biernym jej chłonięciu (por. Cova i Cova 2002). W przypadku fanów może ono polegać na próbie wywarcia wpływu na produkcję filmu czy gry wideo lub przeciwnie – na walce z wytwórnią filmową bądź studiem deweloperskim usiłującymi wpłynąć na autorskie wytwory fanów jakiejś marki³⁶.

³⁵ Istnienie fandomów nie jest wcale zjawiskiem nowym. W przeszłości mieliśmy do czynienia z fanami prozy Henryka Sienkiewicza, postaci Sherlocka Holmesa (jego fani protestowali, kiedy w 1893 roku autor uśmiercił swojego bohatera w jednym z opowiadań), wielbicielami seriali typu *Twin Peaks* (zob. Jenkins 2007: 36), fanami *Star Wars* oczekującymi w gigantycznych kolejkach na kolejną część gwiazdnej sagi w latach 80. Za sprawą nowych mediów znacznie przybierają one jednak na sile i skali.

³⁶ Pewnym fenomenem na tym polu wydaje się walka fanów reżysera filmowego Zacka Snydera o wypuszczenie przez wytwórnię Warner Bros jego wersji filmu *Liga sprawiedliwości* (2017). Snyder był pierwotnie jego

Okazuje się także, że na potrzeby takich inicjatyw fani, podobnie jak członkowie sieci oburzenia, potrafią organizować protesty i wygrywać różne spory z korporacjami (por. Urry 2009: 69), jeśli te potraktują ich obiekt uwielbienia niezgodnie z fanowskim wyobrażeniem (zob. Jenkins 2007: 181–182)³⁷. Zamiast transparentów w ruch idą wtedy głównie internetowe petycje i komentarze w mediach społecznościowych. Pokazuje to jednak, że zabawa i popkultura stały się dziś wartością w pewnym sensie postmaterialną i ważnym źródłem sensu³⁸. Takie ludyczne społeczności mogą natomiast stać się ważnym punktem odniesienia w procesie konstruowania przez jednostkę tożsamości (zob. Brzozowska 2017: 54–58).

Społeczności fanowskie angażują się również we współtworzenie treści (*co-creating*) za pomocą narzędzi internetowych, kreując np. tzw. fanfiki (ang. *Fan fiction*), czyli fanowskie historie osadzone w realiach ukochanych filmów, książek czy gier wideo (Jenkins 2007: 21). Czasem fani współtworzą taki produkt w większym gronie, co może wyrzucić na niego korzystny wpływ. Lévy nazywa takie zjawisko mianem zbiorowej inteligencji, która pozwala np. wyłonić innowacyjne rozwiązania poprzez uzupełnianie się kompetencji różnych ludzi (za Brzozowska 2017: 60–62). Przykładem takiego

reżyserem, ale zrezygnował z tej funkcji w trakcie zdjęć, przez co film trafił do kin w reżyserii innego twórcy. Później film powstał już według pierwotnego zamysłu Snydera i ukazał się w marcu 2021 roku na platformie streamingowej HBO Max (w Polsce na HBO GO).

³⁷ Jenkins opisuje takie działania na przykładzie konfliktu fanów książek o Harrym Potterze, prowadzących poświęcone im witryny fanowskie, a wytwórnią filmową Warner Bros.

³⁸ Na diskutowanej w Polsce okładce „Tygodnika Powszechnego” semiotyk kultury Marcin Napiórkowski okrzyknął fikcyjną postać – wiedźmina Geralta – mianem „najsłynniejszego Polaka świata”. Choć można bez wątplenia dyskutować z tak postawioną tezą, nie da się nie przyznać badaczowi racji, kiedy pisze: „Wiedźmin Geralt już dawno stał się własnością milionów fanów na całym świecie” (Napiórkowski 2018b: 68). Wiąże się to również z wpływem tych fanów na uwielbianą markę i walką o jej „wyobrażony kształt”. Napiórkowski nazywa tę właściwość prawem fanów do wyobraźni (por. Jenkins 2007: 247).

działania jest chociażby serwis Wikipedia (zob. Jemielniak 2013)³⁹ czy pierwsza część serii literackiej *Metro 2033*, którą autor, Dmitry Glukhovsky, dopracowywał wraz ze swoimi fanami na forum internetowym. Taka prosumpcja, czyli jednoczesna produkcja i konsumpcja dóbr, stanowiła jedną z cech pierwotnej wspólnotowości (Toffler 1986: 246–247).

Model gospodarki opartej na przetwarzaniu informacji sprawia także, że możliwe stało się bardziej bezpośrednie dzielenie się dobrami i usługami⁴⁰. Jak zauważył jednak między innymi Jeremy Rifkin, sukces ekonomii współdzielenia zależy w dużej mierze od tego, kto zdefiniuje i będzie kontrolował inteligentną infrastrukturę sieci pośredniczącą między użytkownikami (2016: 213–215). Tam gdzie pojawia się bowiem innowacyjne i oszczędne rozwiązanie, mogą pojawić się podmioty gotowe je skomercjalizować, przechodząc od idei bezinteresownego współdzielenia do rynkowej logiki transakcji (por. Brzozowska 2017: 95). Kazimierz Krzysztofek pisze, że dzisiejszy kapitalizm można nazwać w tym względzie kapitalizmem prosumpcyjnym (2012: 16). Dużą rolę w tych procesach odgrywają nowe modele biznesowe i dostęp do treści zamiast jej posiadania⁴¹, ale także przetwarzanie cyfrowych informacji o klientach w celach marketingowych. Biznes może tworzyć się też obok społeczności fanów i konsumentów, np. poprzez produkcję dedykowanych im produktów, gadżetów i dodatków.

³⁹ Na społecznościowym wymiarze Wikipedii skupia się publikacja *Życie wirtualnych dzikich...* autorstwa Dariusza Jemielniaka, który metodami etnografii przebadął praktyki twórców haseł w tym portalu (2013).

⁴⁰ W Polsce funkcjonuje np. aplikacja BlaBlaCar, umożliwiająca kierowcom i pasażerom umawianie się na wspólne przejazdy z punktu A do punktu B. Przykładem współdzielenia jest także strona www.bookcrossing.pl.

⁴¹ Chodzi mi tu przede wszystkim o przejście od kupowania treści na własność do modelu dostępu do treści np. w ramach abonamentu, o czym pisze Rifkin – raczej w pozytywnym kontekście (2016: 249). Sam pisałem niniejszą pracę, wykorzystując zasoby jednej z płatnych internetowych bibliotek. Są to bez wątpienia usługi wygodne, służące konsumpcji, ale również w pewnym sensie uzależniające użytkownika od prawdziwego właściciela treści.

Neoplemienność i webplemienność

Takie współczesne społeczności, jak opisane wcześniej fandomy czy społeczności konsumentów, za francuskim socjologiem Michélem Maffesolim możemy określić mianem nowych plemion. Więzy między członkami tego typu zbiorowości opiera się na podzieleniu wspólnych doświadczeń, a w związku z tym – współodczuwaniu podobnych emocji. To „uczucie czy też wrażliwość przeżywana we wspólnocie” – jak nazywa ją Maffesoli (2008: 60). Zauważa on, że można by do woli mnożyć czynniki decydujące o zrzeszaniu się: „zainteresowania kulturalne, upodobania seksualne czy gusta młodzieżowe” (2008: 201). Jedną z form tego zrzeszania się jest opisywana przez Georga Simmla towarzyskość, bezcelowe „przebywanie ze sobą, którego celem jest czysta, irracjonalna przyjemność, chociażby z odpędzenia nudy” (za Bucholc 2012: XXXVIII–XXXIX). Neoplemiona bazują więc na możliwości wzajemnego „ogrzewania się” przez współodczuwanie autentycznych emocji, a nie realizację jakiegoś konkretnego celu. Jego realizacja mogłaby bowiem „wysać ciepło wynikające z bycia razem” (Maffesoli 2008: 153). Dzięki tej emocjonalnej więzi jednostki często różne od siebie na innych poziomach wytwarzają i współdzielą wspólne dla siebie wartości i znaczenia. Komunikują się i spotykają, aby podsycać swoje emocje i umacniać podzielaną tożsamość (np. polityczną czy religijną). Jednocześnie takie społeczności bywają ulotne, a każde z plemion „ma inną długość życia, zależnie od stopnia zaangażowania jego uczestników” (Maffesoli 2008: 208). W ramach neoplemiennych wspólnot każdy „człowiek zdeterminowany przez swoje terytorium, swoje plemię, swoją ideologię może [...] jednocześnie, w bardzo krótkim czasie, wkroczyć na inne terytorium, do innego plemienia, w inną ideologię” (Maffesoli 2008: 215). Maffesoli określa również tę sytuację mianem politeizmu, który „każe łączyć własne życie [...] z przedmiotami-totemami” (2012: 133). Zauważa także rolę działań spajających społeczność, pisząc, że „rytuał – przez wiele rutynowych, codziennych gestów – przypomina wspólnocie, że tworzy ona jedno ciało” (Maffesoli 2008: 43), a „niezależnie od trwałości

plemienia rytuały są niezbędne. [...] Można by wręcz powiedzieć, że ulotność tych plemion i właściwa im tragiczność celowo wzmagają występowanie rytuałów” (Maffesoli 2008: 208–209). Badający neoplemiona konsumenckie Bernard i Véronique Cova zauważają, że bardziej od obiektu konsumpcji liczą się dla nich społeczne powiązania i tożsamości łączące się z nimi (2002).

Maffesoli oszczędnie, ale w obrazowy sposób opisuje neoplemiona na przykładzie społeczności akademickiej. Zdarza się bowiem, że tworzą one swoiste klany skupione wokół konkretnego naukowca. Jak pisze przy tej okazji: „każdy, kto pachnie inaczej niż całe stado, jest niechybnie odrzucany” (Maffesoli 2008: 11), a klanowe myślenie wymusza konformizm, deindywidualizuje, upraszcza. Pokazuje to, że choć neoplemienność może wydawać się zjawiskiem pozytywnym, opierającym się na chęci dzielenia się szczerymi emocjami, z drugiej strony może prowadzić do ogromnej polaryzacji i konfliktów społecznych. Na przykład kiedy dwa bazujące na emocjach plemiona wejdą sobie politycznie lub ideologicznie w drogę (zamykając się także na osoby spoza plemienia). Jak mówi sam Maffesoli: „Wbrew bowiem temu, co przyznawać było dotąd kwestią dobrego tonu, można się zgodzić, iż rozum odgrywa dość niewielką rolę w tworzeniu i rozpowszechnianiu opinii. Ich rozprzestrzenianie się, niezależnie od tego, czy mówimy o pierwszych chrześcijanach, czy też o dziewiętnastowiecznych działaczach socjalistycznych, zawdzięcza o wiele więcej mechanizmom zarażania się wspólnie przeżywanym sentymentem czy emocją” (2008: 37). Dodaje także, że „jeśli plemię jest gwarantem solidarności, daje również możliwość kontroli, a może też stać się źródłem rasizmu i wioskowego ostracyzmu” (Maffesoli 2008: 153). Niektórzy mogą czuć się w efekcie zmęczeni taką plemienną strukturą społeczną i decydować się na ucieczkę od niej np. na łono natury, co na przykładzie himalaizmu opisuje badaczka Magdalena Szpunar (2012).

Wracając jednak do przykładu środowiska akademickiego, łączy się on również z charakterystyczną dla społeczności plemiennych, opisywaną przez Marcela Maussa kulturą daru (1973). W kulturze tej członkowie społeczności obdarowują się wzajemnie przedmiotami,

zacieśniając w ten sposób więzi oraz działając na rzecz wspólnego rozwoju. Przykładem rytuału opartego na takiej kulturze może być opisany przez Bronisława Malinowskiego rytuał Kula (2005). Polegał on na wymianie naszyjników i bransolet między członkami plemion zamieszkujących Wyspy Trobriandzkie. Wymieniane przedmioty nie miały większej wartości, ale konieczność ich przenoszenia z miejsca na miejsce motywowała członków plemienia do podróży, które oprócz kluczowego celu, jakim było zacieśnienie więzi, stały się praktyczną okazją np. do handlu lub wymiany opowieści (za Huizinga 2007: 104–105). Można powiedzieć, że np. w społeczności akademickiej rolę takiego daru odgrywają wyniki i metody badań naukowych, którymi dzielą się między sobą badacze. Robią to, przynajmniej w założeniu, bezinteresownie, dla rozwoju nauki, jednocześnie mogą liczyć na prestiż i uznanie środowiska, wyrażone np. w postaci liczby cytowań pracy.

Mechanizmem kluczowym dla kultury daru jest zasada wzajemności, która wiąże się z obowiązkiem odwzajemniania darów otrzymanych i przyjmowania ofiarowanych, tak by nie stracić twarzy czy honoru (zob. Mauss 1973: 130–137). Przykładem tego może być popularne swego czasu w Polsce zbieranie plastikowych zakrętek, badane przez Pawła Dobrosielskiego i Marcina Napiórkowskiego. Gromadzenie tych zakrętek ma w założeniu służyć ochronie środowiska. Pieniądze z ich recyklingu przeznaczone są natomiast na pomoc charytatywną. Jak wykazały jednak badania i obliczenia, ze względu na koszty gromadzenia i transportu nakrętek tego typu działanie nie przynosi wymiernej korzyści ani środowisku, ani też organizacjom charytatywnym (Napiórkowski 2018a: 21–46). Jako rytuał wyrabia jednak ekologiczne postawy oraz pozwala spłacić zaciągnięty u przyrody i społeczeństwa „dług” wzajemności.

Termin „neoplemienność” warto odnieść także do współczesnego kontekstu i rozwoju mediów społecznościowych. Jak zauważa bowiem Maffesoli, „rozmaitymi metodami (Minitel [francuski protoplasta Internetu – J.M.] jest jedną z wielu) konstytuują się «plemiona» sportowe, przyjacielskie, seksualne, religijne i inne”, a „poczucie przynależności plemiennej może być umacniane przez

postęp technologiczny” (2008: 207–208). Zadania uwspółcześnienia koncepcji neoplemion podjął się Wojciech Pigla, twórca koncepcji webplemienności, którą definiuje następująco: „webplemię to wspólnota istniejąca w Internecie (ale dążąca do spotkań w «realu»), której członków łączą więzi powstałe dzięki podzielanym zainteresowaniom i wartościom, posiadająca wypracowane zwyczaje, rytuały i estetykę, ale nie angażująca całego życia społecznego i psychicznego swoich członków” (2012). Owe rytuały i estetyka to określone modele postępowania, jak i znaczenia, język, ubiór, symbole, a nawet logotypy, w ramach których „poruszają się” członkowie webplemienia. Taka aura estetyczna pozwala członkom plemienia na rozpoznanie się. Również w przypadku webplemion swoje zastosowanie może znaleźć zasada wzajemności. Jak podaje bowiem Kazimierz Krzysztofek, specyfiką społeczności internetowych staje się reguła: „daję, żebyś dawał” (za Olcoń-Kubicka 2009: 90–91; por. Brzozowska 2017: 117). Sam Maffesoli przyznaje natomiast, że „żywołność internautów jest [...] dobrą ilustracją prawdziwego, ponownego zaczarowania świata, właśnie dlatego, że świadczy o witalizmie”, który jest charakterystyczny dla neoplemion (2012: 32).

ROZDZIAŁ II

Zabawa w odkrywanie usieciowionej przestrzeni

W niniejszym podrozdziale przywołuję cztery metaforyczne wcielenia spacerowicza, poznającego przestrzeń fizyczną na różne sposoby. Pierwsze z tych wcieleń to dobrze znany w socjologii miasta *flâneur*, miejski spacerowicz kontemplujący przestrzeń. Drugie i trzecie to swoiste neologizmy zapożyczone przeze mnie z pracy Blanki Brzozowskiej (2017: 205), które nawiązują właśnie do klasycznego *flâneura*: *phoneur* (w mojej interpretacji to osoba poruszająca się po przestrzeni ze smartfonem), *gameur* (rozumiany przeze mnie jako ktoś traktujący przestrzeń fizyczną jak planszę do gry)⁴². Do przywołania każdego z tych pojęć dochodzę stopniowo, po prześledzeniu kontekstu składającego się na ich funkcjonowanie (przestrzenno-społeczne). Na końcu tego rozdziału opisuję postać geocachera, który wydaje się zawierać w sobie wiele cech z powyższych typów. Rozwinięcie tego opisu stanowi natomiast cały rozdział czwarty książki.

Flâneur – społeczne konstruowanie przestrzeni

W socjologii o przestrzeni mówi się jako o jednym z wielu determinantów relacji społecznych, ale także jako o jednym ze społecznych konstruktów. Ze względu na ograniczoną objętość tej pracy nie

⁴² Pojęcia *gameur* i *phoneur* mają oryginalnie nieco inne znaczenie niż to, które prezentuję w tej pracy.

chcę jednak przywoływać tu rozmaitych podejść do przestrzeni (zob. Löw 2018), a wolę skupić się na wybranych, które będą miały bardziej praktyczne zastosowanie w interpretacji wyników badań etnograficznych na temat geocacherów. Szczególnie że wiele z socjologicznych podejść skupia się na przestrzeni głównie w kontekście miejskości. Na potrzeby tej pracy przestrzeń określam szerzej, wykorzystując definicję ukutą przez Michela de Certeau. Mówi ona, że „przeźren jest praktykowanym miejscem”, a miejsce to natomiast „tymczasowa konfiguracja położeń”, która „implikuje wskazywanie stabilności” (de Certeau 2008: 117). Badacz ten tłumaczy zależność między przestrzenią a miejscem, pisząc, że „przeźren byłaby dla miejsca tym, czym staje się słowo w chwili, gdy jest wypowiedane”, podobnie jak „czytanie jest przeźrenią”, wytworzoną przez praktykowanie systemu znaków (de Certeau 2008: 117). Można wysnuć z tego wnioski, że przeźren jest dla de Certeau opowieścią o historii miejsca w czasie, *bricolage'em* zrobionym z resztek świata (2008: 108). W takiej interpretacji miejsca są „fragmentarycznymi i zwiniętymi historiami, przeszłościami pozabawionymi czytelności przez innego, nagromadzonymi czasami”. Konfiguracja miejsca to nie tylko jego fizyczne zorganizowanie, ale działania z przeszłości oraz podejmujące je podmioty, które zmieniały je w przeszłości (de Certeau 2008: 109). Powstały zestaw znaków (miejsce) musi zostać na powrót odczytany lub przekształcony (+ praktykowany), aby miejsce stało się przeźrenią.

Wątek ten kieruje nas na trop kolejnego, klasycznego badacza przestrzeni Henriego Lefebvra i pytania o to, w jaki sposób właściwie tworzona jest ta opowieść o miejscu, czy inaczej – w jaki sposób przeźren może być praktykowana. Sami codziennie udajemy się przecież do różnych miejsc, wiążemy z nimi emocje, skojarzenia, pewną wiedzę, przedmioty, kiedy indziej odkrywamy je zupełnie od nowa (opowiadamy sobie ich historię, zamieniając w przeźren). Lefebvre mówi w tym kontekście o trzech aspektach przeźreni: (1) praktykach przestrzennych, (2) reprezentacjach przeźreni i (3) przeźreniach reprezentacji (por. Lefebvre 1991: 33). Aby rozwinąć te pojęcia, posłużę się interpretacją Karola

Kurnickiego (2018: 46–47), ze względu na to, że rzeczywistość – jak sam pisze – jest ona możliwie interdyscyplinarna i przystępna. W tej interpretacji praktyki przestrzenne wiążą się z tym, co jest wprost postrzegane w przestrzeni: od ludzi aż po budynki, ale też relacje między nimi. Praktyki zawierają codzienne użytkowanie przestrzeni, możliwości jej codziennego użytkowania. Reprezentacje przestrzeni to natomiast jej odwzorowania z drugiej ręki: mapy, przewodniki, opisy, wizualizacje, regulaminy, teorie – wszystko, co wiąże się z wyobrażaniem o miejscu. Przestrzenie reprezentacji oznaczają zaś „symbole, odczucia i wrażenia”, które przestrzeń zawiera i wywołuje. Ta „triada Lefebvre’a” pozwala stworzyć bardzo bogaty, trójstronny opis czy opowieść o miejscu, opis tego, co widzimy i jak sami go używamy, co o nim przeczytamy i usłyszymy, jak się w nim pocujemy, jakie znaczenia z nim powiązemy.

Można powiedzieć jednak, że zwykle mamy do czynienia z bardziej i mniej przebijającymi się znakami miejsca. Czasami można stwierdzić, że miejsce po prostu mówi samo za siebie, kiedy indziej że potrzebuje przewodnika. To, jak miejsce będzie sterowane i postrzegane, może być też odgórnie kształtowane. W tym kontekście przez socjologów krytycznych (w tym właśnie Lefebvre’a czy Davida Harveya) szczególnie podnoszony jest wątek kreowania miejsc przez władze, niekoniecznie po to, aby polepszać stosunki społeczne, ale by lepiej zarządzać mieszkańcami. Wyrazem tego mogą być np. budowle i projekty socrealistyczne, takie jak krakowska Nowa Huta: przestronna, praktyczna i monumentalna zarazem. Praktyki tworzenia przestrzeni mogą polegać jednak na fizycznym odgradzaniu miejsc albo przypisywaniu im określonych znaczeń – w taki sposób, aby wymusić na użytkownikach przestrzeni dane działanie lub uczynić przestrzeń (nie)dostępną dla określonych grup społecznych. Na ten aspekt kreowania miejsc przez władzę jako formy przemocy symbolicznej reprodukującej strukturę społeczną zwraca uwagę np. Pierre Bourdieu (za: Löw 2018: 184)⁴³.

⁴³ Bywa oczywiście i tak, że władze lokalne starają się tworzyć przestrzeń wspólnie z mieszkańcami (takie działanie nazywa się *placemaking*), aby

Badaczka przestrzeni miejskich Setha Low w nawiązaniu między innymi do przywołanych klasyków rozwija swoją koncepcję „uprzestrzenniania”, na które składają się procesy społecznej produkcji i konstrukcji przestrzeni: „Społeczna produkcja obejmuje wszystkie te czynniki – społeczne, ekonomiczne, ideologiczne i technologiczne – których zamierzonym celem jest fizyczne tworzenie otoczenia materialnego [...]. Termin konstrukcja społeczna jest natomiast zarezerwowany dla fenomenologicznego i symbolicznego postrzegania przestrzeni [...] – w postaci społecznej wymiany wspomnień, obrazów i codziennego wykorzystywania materiału, który jest osadzony w scenach i działaniach niosących ze sobą symboliczne znaczenie” (1996: 122). Etnograficzny proces odkrywania przestrzeni Low nazywa natomiast uprzestrzennieniem kultury, przez które rozumie „tworzenie i lokalizowanie psychologicznie, historycznie, afektywnie i dyskursywnie realiów społecznych, instytucji, reprezentacji i praktyk w przestrzeni”. Kultura to dla niej „przygodne formy wiedzy, władzy i symboliki, które obejmują interakcje międzyludzkie i nieludzkie; procesy materialne i technologiczne oraz procesy poznawcze, w tym myśli, przekonania, wyobrażenia i spostrzeżenia” (Low 2016: 7).

W kontekście tematu niniejszej książki tak pojętego tworzenia miejsc, które określa sposób ich użytkowania i symbolicznego odczytania, nie sposób nie odnieść do wątku turystyki. Jest ona nieco innym rodzajem korzystania z miejsc niż ich codzienne użytkowanie, z tego względu, że podróżnik często pozostaje zdany np. na wiedzę tzw. lokalsów czy opowieść, jaką o danym miejscu snują jego władze lokalne. Szczególnym rodzajem takiej turystyki jest turystyka kulturowa, czyli jak pisze Mikos von Rohrscheidt: „wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka

miejsce sprzyjało społeczności lokalnej, jednak efekty tych starań są różne:
<https://www.pps.org/article/what-is-placemaking> (dostęp: 09.03.2021).

świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału” (2008: 18). Ta wiedza może być jednak niepełna bądź specjalnie zaprojektowana. Zdarza się bowiem, że lokalne władze miejscowości turystycznych w strategicznych celach promują kilka przestrzeni charakterystycznych dla regionu, co może skutkować zapomnieniem przestrzeni ciekawych kulturowo, lecz nieznanymi (Samołyk 2013: 17; Urry 2008). Na mapie można wskazać przecież tylko niektóre punkty, a inne pominąć, podobnie w przewodniku – nie wspomnieć o znaczeniu i historii danego miejsca. Można też postawić fizyczne bariery ograniczające przestrzeń do zwiedzania. Grzeczny turysta będzie w efekcie po prostu zaliczał kolejne „landmarki” na trasie z przewodnika, wykupi pamiątki w lokalnym sklepiku i porobi zdjęcia⁴⁴. Jak mówi John Urry, turysta wyłapuje takie zakodowane znaczenia, kolekcjonuje je, próbuje przyporządkować: „Kiedy turyści patrzą na całującą się parę w Paryżu, widzą «ponadczasowy romantyczny Paryż». Patrząc na małą angielską wioskę, widzą «starodawną Anglię»” (2008: 17). Takie upraszczające „spojrzenie turysty” (choć Urry zaznacza, że nie ma jednego spojrzenia, czego wyrazem jest np. robienie zdjęć) wydaje się jednak raczej odtwórczą niż aktywną postawą konsumpcyjną, odczytaniem miejsca bez kreatywnego przetworzenia. Urry zauważa także, że wiele miejsc turystycznych skomercjalizowało się właśnie w taki sposób, by łatwo i szybko dało się odczytywać ich kody. Wynika to po części z organizacji nowoczesnego świata i rozwoju turystyki masowej, która nastawia turystę na efektywne wykorzystanie czasu, pewną przewidywalność. Przykładem tego są agencje i kurorty turystyczne, a także „pocztówkowe” atrakcje w postaci wieży Eiffla, wodospadu Niagara czy Big Bena w Londynie (por. Urry 2008: 31). Pandemia COVID-19, jako aktor nie-ludzki, tak mocno przeorała jednak ten krajobraz,

⁴⁴ Urry widzi w fotografii demokratyzację doświadczenia turystycznego, również w takim sensie, że każde zdjęcie (turyści robią ich setki) jest na swój sposób jego odczytaniem, prywatyzacją wspomnień (2008: 205).

że trudno powiedzieć, czy oraz kiedy turystyka odnowi się na podobnych zasadach masowych migracji do najpopularniejszych punktów na mapie.

Czy sama jednostka przemieszczająca się po przestrzeni, np. miejskiej, jest jednak zdana na łaskę władzy i architektów lub przewodników turystycznych? W miejscu tym warto przywołać długo wyczekiwaną postać *flâneura*, czyli opisanego przez Waltera Benjamina spacerowicza, czerpiącego przyjemność z kontemplacji życia miejskiego. *Flâneur* obserwuje je, spacerując, a jednocześnie sam jest obserwowany przez przechodniów (Bauman 2011: 18). Figura ta może kojarzyć się przy tym z osobą zamyśloną, nieobecną, która – podobnie jak turysta Urry’ego – patrzy się na piękne zabytki i mijanych ludzi, a oni, przechodząc, zerkają na nią. Sam Urry twierdzi, że turysta i *flâneur* są podobni właśnie w tym, że kolekcjonują wrażenia i chcą w trakcie podróży nałapać ich jak najwięcej (2008). Moim zdaniem *flâneur* przechadzający się bez celu po mieście, w przeciwieństwie do stereotypowego turysty, aktywnie konstruuje jednak przestrzeń poprzez to, w jaki sposób z niej korzysta, chodząc własnymi ścieżkami, poszukując ukrytych zaułków (por. Low 1996: 113–114)⁴⁵. Można powiedzieć, że jako osoba, która odkrywa przestrzeń, pozostaje twórczy – nie chłonie jedynie gotowych opowieści, ale sam, obserwując, tworzy ją w swojej głowie, nie spieszy się i nie jest popędzany, zagląda w różne zakamarki miasta. Taka interpretacja figury *flâneura* to tylko jeden z przykładów aktywnej postawy spacerowicza, ponieważ właściwie każda jednostka może zdobyć się na to, aby odkrywać przestrzeń na własnych zasadach. Na przykład gonić za jakąś wyobrażoną i utopijną „autentycznością miejsca”, ukrytą pod turystyczną nakładką w postaci ścieżki zwiedzania. Czasem taka osoba może nawet pokonywać stawiane w danym miejscu ograniczenia architektoniczne. Najczęściej do momentu, gdy nie spotkają ją za to sankcje (obyczajowe – np. za

⁴⁵ Przy czym w XIX-wiecznym mieście zaistnienie jako *flâneur*, a nie zwykły włóczęga, wymagało od spacerowicza pewnego statusu – „bycia mężczyzną, intelektualistą” (Juskowiak 2015: 179).

naruszenie świętości miejsca, i prawne – np. za wchodzenie w miejsce niebezpieczne, zamknięte).

Phoneur – hybrydowa rzeczywistość mediów lokacyjnych

Dzięki rewolucji informatycznej, uprzednio szeroko opisaney w rozdziale pierwszym, sposoby użytkowania przestrzeni, w tym jej odkrywania i odwzorowywania (czyli pewnej formy opowiadania o tym, jakie jest dane miejsce), zmieniły się diametralnie. Mapy i przewodniki przestały być bowiem utrwalonym w czasie zapisem. Jak żartobliwie zaznaczają Valérie November, Eduardo Camacho-Hübner i Bruno Latour, w historii map możemy mówić właściwie o tych z ery przedkomputerowej (B.C. – *Before Computers*) i z ery pokomputerowej (A.C. – *After Computers*). Badacze ci twierdzą, że technologie cyfrowe przekształciły doświadczenie odwzorowywania w coś, co możemy „nazwać platformą nawigacyjną, którą charakteryzuje obecność: (1) baz danych; (2) jakiegoś interfejsu służącego do operowania danymi, na przykład do obliczeń czy wyszukiwania; (3) pulpitu, by interfejs działał w dwie strony; (4) wielu różnych form uzyskiwania rezultatów (*outputs*) przystosowanych do różnorodnych użytkowników, gdzie jedną z nich stanowią papierowe wydruki” (November i in. 2010: 104–105). Mapa stała się więc aktualizowanym na bieżąco procesem, który użytkownicy mogą dostosowywać do własnych preferencji. Natomiast wskutek neogeografii, czyli – jak nazywa ją Anna Nacher – „mapowania dla mas” lub „kartografii użytkowników”, narzędzia do mapowania, takie jak np. ArcGIS i OpenStreetMap, trafiły w ręce milionów użytkowników Internetu (2016: 172–175). Mogą oni zapełniać mapę wiadomościami, kolejnymi szczegółami i opisami miejsc. Dzięki takiemu internetowemu zapleczu turysta czy spacerowicz przestaje być zdany głównie na oficjalne przewodniki. Opisy miejsc na mapie stają się zdemokratyzowane poprzez to, w jaki sposób każdy amatorsko może przyczynić się do opowieści na ich temat, a nawet ocenić ją na pięciopunktowej skali atrakcyjności w Mapach Google.

Kluczowa rewolucja w sposobie poruszania się ludzi po przestrzeni dokonała się jednak 2 maja 2000 roku. Tego dnia prezydent USA Bill Clinton oddał do publicznego użytku kolejne po Internecie osiągnięcie społeczeństwa informacyjnego – niezniekształcony sygnał GPS (ang. *Global Positioning System*) (Wynn 2017: 216). Możliwość geolokalizowania, czyli namierzania obiektów w przestrzeni z wykorzystaniem technologii satelitarnej lub adresu IP urządzenia, stworzyła nowe perspektywy nawigowania i przemieszczania się (Nacher 2016: 14)⁴⁶. Stało się to możliwe również dzięki paradygmatowi Ubicompu, czyli ludzkiemu dążeniu do wszechobecności komputerów i przetwarzania danych w przestrzeni publicznej (Nacher 2016: 11). Według raportu Urzędu Komunikacji Elektronicznej w 2019 roku 92,9% badanych Polaków powyżej 15 roku życia korzystało z telefonii komórkowej, z czego 75,6% ze smartfonów⁴⁷. Do cyfrowego ekosystemu urządzeń ICT, takich jak komputer i smartfon, dołączają również inne przedmioty codziennego użytku podłączone do Internetu (np. inteligentne samochody, sprzęt AGD i RTV). Składają się one na tzw. Internet rzeczy (*Internet of Things*), opisywany między innymi przez Jeremiego Rifkina (2016: 83–84). Przedmioty te zapisują i przetwarzają informacje na temat ich wykorzystania, często pozwalając na zdalne sterowanie nimi z jednego miejsca, np. aplikacji w smartfonie.

Geolokalizacja w połączeniu z tym właśnie Internetem rzeczy diametralnie zmienia postrzeganie miejsc, ich użytkowanie, symbole i znaczenia. Jak zauważa Adriana de Souza e Silva, użytkownik smartfona może nie tylko poszerzyć rzeczywistość fizyczną o cyfrową informację, ale także stworzyć hybrydę z miejsca i cyfrowej informacji, czego efektem staje się mieszanka „praktyk społecznych, które odbywają się równocześnie w przestrzeniach cyfrowych

⁴⁶ Nie wszystkie terytoria na świecie mogą korzystać z tych nowinek technologicznych w nieograniczonym stopniu, czego przykładem pozostają np. Chiny.

⁴⁷ Informację na ten temat można odnaleźć na s. 9 raportu: <https://uke.gov.pl/akt/badania-konsumenckie-2019,286.html> (dostęp: 09.03.2021).

i fizycznych oraz mobilności” (2009: 405). Możemy np. lokalizować inne obiekty, będąc w ciągłym ruchu; mieć przed sobą stale aktualizującą się mapę, która wskazuje drogę do wybranego celu, namierzyć stację benzynową, kawiarnię czy bankomat. Przy okazji smartfon umiła też podróżującemu drogę, pozwalając na jednocześnie słuchanie muzyki, kupienie biletu na tramwaj, w którym zagramy w jedną z prostych gier na telefonie. Z map dowiemy się również o procesach dziejących się naokoło, np. o natężeniu ruchu na drogach czy niebezpiecznych zdarzeniach. Mapy Google korzystają w tej materii z crowdsourcingu, co oznacza, że pobierają informacje od przemieszczających się użytkowników, za ich zgodą na śledzenie lokalizacji smartfona, lub z collaborative mappingu, kiedy użytkownicy sami zgłaszają ważne punkty na mapie (np. remont drogi). Z drugiej strony taki *phoneur*, czyli przemieszczający się użytkownik smartfona, może wydawać się zdany na łaskę korporacji, do których należą narzędzia i oprogramowanie mediów lokacyjnych (Brzozowska 2017: 204). Będą one np. podsuwały mu pod nos te miejsca, których właściciele opłacili reklamę w serwisie bądź na cyfrowej mapie (por. November i in. 2010: 105). Poleganie na zapisanych w smartfonie informacjach o przestrzeni może skutkować także, paradoksalnie, mniejszą świadomością otoczenia czy zblazowaniem przejawiającym się w „braku społecznego dostrzegania innych ludzi” (Brzozowska 2017: 123). Paradoksalnie, ponieważ media lokacyjne bardzo często pozwalają właśnie na namierzenie w przestrzeni innych osób. Brzozowska pisze w związku z tym o mediach LMSN (*Locative Mobile Social Networking*) czy inaczej LBSN (*Location-Based Social Networking*). Aplikacje tego typu umożliwiają wzajemne lokalizowanie się ludzi w przestrzeni fizycznej (np. aplikacje randkowe) oraz tworzenie sieci kontaktów między użytkownikami na bazie wspólnej lokalizacji (Brzozowska 2017: 123). *Phoneur* nie spaceruje więc bez celu, ale wybiera go i jest do niego prowadzony przez technologię, możliwie najszybszą i wygodną drogą.

Gameur – grywalna i niewidzialna przestrzeń

O ile turysta zaliczał kolejne „landmarki” z oficjalnego przewodnika, *flâneur* krzątał się po mieście bez konkretnego celu, a *phoneur* używał mediów lokacyjnych, aby lepiej funkcjonować i realizować swoje codzienne zadania, o tyle *gameur* to osoba, która korzystając z mediów lokacyjnych (choć niekoniecznie z nich), zamienia przestrzeń dookoła w planszę gry (por. Brzozowska 2017: 185).

Zaczarowany krąg zabawy – gra jak świat społeczny

W tym miejscu należałoby jednak odpowiedzieć na pytanie: czym właściwie są gry i zabawy? Za ich zdefiniowanie w socjologii, na długo przed powstaniem pierwszych gier cyfrowych i lokacyjnych, odpowiada holenderski socjolog Johan Huizinga. Określił on grę i zabawę jako dobrowolną czynność lub zajęcie wykonywane w pewnych ustalonych granicach czasu i przestrzeni, według dobrowolnie przyjętych, lecz bezwarunkowo obowiązujących reguł. Zabawa jest ponadto celem sama w sobie, towarzyszy jej uczucie napięcia i radości oraz świadomość odmienności od zwyczajnego życia (Huizinga 2007: 51–52). Inny badacz zajmujący się grami i zabawami, Roger Caillois, dołożył do tej definicji ich kolejne cechy: bezproduktywność, która oznacza, że gra czy zabawa nie prowadzą do tworzenia „dóbr, bogactw ani jakiegokolwiek innego elementu, z wyłączeniem inicjatywy i pomysłowości gracza”, oraz element niepewności. Powoduje on, że nie wiemy, jakim wynikiem zakończy się gra (Caillois 1997: 20). Nawiązując ponownie do Huizingi, grę i zabawę możemy postrzegać w kategorii zaczarowanego kręgu, w obrębie którego obowiązują pewne zasady. Granicę ich obowiązywania będzie określało nie tylko miejsce, np. w postaci granic boiska sportowego, ale również czas – dźwięk gwizdka sędziego, wyznaczający start i koniec gry (Huizinga 2007: 26). Zasady, których należy przestrzegać w tym zaczarowanym kręgu, mogą pomóc nam w rozróżnieniu gry i zabawy. W czystej zabawie liczy się bowiem przede wszystkim sama radość, jaką ona przynosi. Grę natomiast,

podobnie jak Bernard de Koven, traktuję jako zabawę z bardziej sztywnymi i restrykcyjnymi regułami, w której zaczynają liczyć się mierzalne wyniki (za Brzozowska 2017: 176). By gra działała, gracze muszą zgodzić się na obowiązujące w niej zasady i znaczenia, zaakceptować je i dobrze przyswoić, bo ich łamanie może podlegać karom. Uzyskanie danego wyniku w grze – pokonanie przeszkód w ramach obowiązujących reguł – oprócz satysfakcji może wiązać się również z określoną nagrodą (formą kapitału materialnego lub symbolicznego).

Jak pisał jednak Caillois: „zabawa nie jest wyłącznie rozrywką indywidualną. [...] Gry i zabawy zazwyczaj osiągają pełnię dopiero w chwili, gdy budzą jakiś oddźwięk, współdziałanie” (1997: 43–46). W teorii gier gry z udziałem dwóch lub więcej aktorów dzieli się na te o sumie zerowej i niezerowej. W przypadku gier o sumie zerowej zwycięstwo jednego gracza zawsze będzie wiązało się z przegraną pozostałych. Gry o sumie niezerowej dopuszczają natomiast możliwość wygranej wszystkich uczestników (Haman 2014: 16–17). W pierwszym przypadku gracze mogą wyłącznie rywalizować ze sobą. W drugim mogą zarówno współpracować, jak i rywalizować, np. o pozycję w rankingu. Jednocześnie mogą zająć w nim tę samą pozycję i otrzymać tę samą nagrodę. Jak zauważa Paweł Tkaczyk, zabawa nie pozwala natomiast na rywalizację, ponieważ jej luźne zasady i brak standardu liczenia punktów powodują, że bawiący się nie mogą się miarodajnie ze sobą porównać. Osoby bawiące się mogą współpracować, współtworzyć zabawę po swojemu, gdyż nie ograniczają ich zasady (Tkaczyk 2012: 96).

Zwracając uwagę na powyższe aspekty gier, można poczynić pewną analogię do społeczeństwa. W socjologii możemy bowiem odczytać gry wieloosobowe jako rodzaj pola, w którym miejsce jednostki zależy od przestrzegania przez nią zasad oraz od kapitałów, jakie posiada: społecznych, kulturowych, materialnych i symbolicznych (Bourdieu 2006: 651–662). W teorii socjologa Pierre’a Bourdieu struktura pola jest przy tym stosunkowo sztywna, reprodukuje się. W teorii Anthony’ego Giddensa następuje natomiast strukturalizacja, co oznacza, że jednostki poruszają się refleksyjnie

w obrębie struktury. Refleksyjnie – to znaczy dostosowując się do sytuacji tak, aby jak najlepiej wykorzystać zasoby i zasady do realizacji celu, czyli awansu społecznego (Giddens 2009: 97–102). W zależności od swojej sprawczości gracze mogą zmienić nieco strukturę, np. wznosząc się na jej wyższy poziom. Giddens zauważa, że zasady rządzące strukturą społeczną są jednak z reguły niewidoczne na pierwszy rzut oka, skomplikowane i kontrowersyjne, co odróżnia społeczną „grę” od gier tradycyjnych, w których reguły są „na ogół wyraźnie oznaczone i niekwestionowane” (2009: 101)⁴⁸.

Choć koncepcja gier i zabaw jako zaczarowanego kręgu mówi o ich wyodrębnieniu ze zwykłego życia, to w rzeczywistości wcale nie muszą być one od niego zupełnie oderwane. Czasem dzieje się wręcz przeciwnie, kiedy to codzienne czynności zostają wpisane w ramy gry. Przyjemność i emocje, jakie daje granie, mogą stawać się wtedy swego rodzaju alternatywą dla racjonalizacji działania, jako takiego, które przynosi jednostce korzyść, łączyć przyjemne z pożytecznym (por. Giddens 2009: 69–72), np. motywować do ochrony środowiska, nauki języka czy aktywności fizycznej⁴⁹. Tkaczyk nazywa takie zjawisko mianem grywalizacji, przez co rozumie wpisanie mechaniki gry w czynności z życia codziennego (2009). Taka gra może zawierać aspekt rywalizacyjny, który – przynajmniej w założeniu – ma dodatkowo motywować do działania (por. Brzozowska 2017: 185). We współczesnym społeczeństwie

⁴⁸ Wątek społeczeństwa jako przestrzeni gry (między przedstawicielami prawa a kryminalistami) w znakomity sposób udało się przedstawić twórcom serialu telewizyjnego *The Wire* (polski tytuł *Prawo ulicy*) emitowanego przez stację HBO (2002).

⁴⁹ W taki sposób, jako grę czy zabawę służącą innym, ukrytym celom (np. handlowi), moglibyśmy poczytywać wspomniany wcześniej rytuał Kula, którego zasady wymuszały wzajemne odwiedzanie się przez trobriandzkie plemiona (por. Huizinga 2007: 104–105). Grywalizacja przypomina przez to właśnie powtarzalny rytuał, który zamienia życie w zestaw prostych zasad i mitycznych opowieści (nakładki) upraszczających rzeczywistość. O tym, że granie to swego rodzaju natura człowieka, pisał przecież Huizinga (2007).

możemy mówić wręcz o trendzie takiego wykorzystania elementów gier, nazywanym gamifikacją (Bomba 2012). Radosław Bomba opisuje go, obserwując zastosowanie elementów gier wideo w pracy czy edukacji. Jak zauważa, taka gamifikacja sprawia, że „społeczna gra” staje się prostsza, a jej zasady – bardziej wyraźne, umożliwiając jednostce szybką adaptację do wymogów społeczeństwa (Bomba 2012: 90).

Grę wieloosobową możemy z powodzeniem odczytać również jako świat społeczny, czyli „zestaw podzielanych i wspólnych jego uczestnikom czynności lub poglądów, powiązanych ze sobą za pomocą sieci komunikacji” (Strauss za Marzec 2011: 5). W tym sensie powyższy trend gamifikacji moglibyśmy zinterpretować jako przenikanie się dwóch światów społecznych – świata gry i świata życia codziennego (np. pracy, nauki). Wspomniany przykład gier wideo wydaje się dobrą okazją do przyjrzenia się pewnej dynamice, jaka zachodzi wewnątrz światów społecznych. Jest ona wywołwana przez procesy wewnętrzne, np. dyskusowanie o zasadach gry, ale też zewnętrzne, kiedy do świata społecznego pretendują nowe osoby (zob. Marzec 2011). Przykładowo w środowisku graczy wideo wraz ze wzrostem popularności gier wideo (również przez gamifikację oraz między innymi dzięki popularności smartfonów) następują przeciwstawne zjawiska profesjonalizacji graczy oraz casualizacji gier, czyli ich upraszczanie. Ten pierwszy proces wiąże się z doskonaleniem narzędzi i technik grania przez samych graczy, a w efekcie powstaniem świata graczy profesjonalnych czy też hardcorowych (zob. Grabarczyk 2015)⁵⁰. Proces casualizacji oznacza natomiast po prostu uproszczenie gier przez ich twórców, tak aby były dostępne dla każdego (por. Gałuszka 2017: 218)⁵¹.

⁵⁰ W rzeczywistości graczy można podzielić również na dziesiątki innych typów, np. miłośników gier z filmową fabułą, miłośników strategii itd. Podział na tych casualowych i profesjonalnych wciąż wydaje się jednak istotny.

⁵¹ Casualowe gry bywają określane również jako te, w których gracz nie musi trzymać się z góry ustalonych zasad, nie jest karany, a głównie nagradzany. W tym sensie są bardziej podobne do beztrudnej zabawy (Kim 2014: 360). Jak pokazują badania przeprowadzone na osobach grających w casualową

Dzięki temu rodzi się grono graczy casualowych, przypadkowych. W wyniku takiej segmentacji graczy możemy powiedzieć, że w obrębie świata gier wideo mamy do czynienia z subświatami – graczy hardcorowych, casualowych i wielu innych, np. w zależności od gatunku gry. Za pomocą dyskusji o granicach swoich subświatów gracze ustalają, jakie działania przynależą do którego świata, np. kto jest, a kto nie graczem hardcorowym czy casualowym. Gracze profesjonalni lub hardcorowi będą bronili granic swojego subświata przed rozmyciem (por. Kacperczyk 2016: 38), napływem przybyszy z zewnątrz, akcentując próg wejścia do poważnej gry – np. częstotścią grania, wyborem wyższego poziomu trudności gry czy pozycją w rankingu punktowym. Wartym odnotowania zjawiskiem w przypadku gier wideo pozostaje również zwiększający się udział graczy w tworzeniu gier. Dzięki przedpremierowemu dostępowi do cyfrowych produkcji (tzw. wczesny dostęp, ang. *early access*) mogą oni np. zgłaszać ich twórcom potencjalne poprawki i błędy. Daje tu o sobie znać „kapitalizm prosumpcyjny”, w którym – jak pisze Piotr Siuda – korporacje pozwalają „hasać” nabywcom” dóbr i usług. Kapitalista jest bowiem nastawiony na „miękkie» kierowanie konsumentem, wykorzystanie jego potencjału społecznego i kompetencji” (2012: 111). Zdarza się, że to właśnie gracze, za pomocą modyfikacji, zapełniają nową zawartością stare i dawno nieaktualizowane przez twórców gry bądź też doskonalą te, które nie zostały odpowiednio dopracowane na premierę. Owoce tej z reguły bezinteresownej pracy bywają natomiast przechwytywane przez firmy odpowiedzialne za stworzenie podstawowej wersji gry. Jak wskazuje Julian Kücklich, przy takim zatarciu się granic między dobrowolną rozrywką a nieodpłatnym świadczeniem usług na rzecz korporacji mamy do czynienia z tzw. pracozabawą – *playbour* (Kücklich za Felczak 2014: 113). W tym sensie gra, czy raczej towarzyszące jej działania, inaczej

grę wideo *Animal Crossing: Wild World*, taka prosta rozgrywka sprawia graczom wiele przyjemności, jaką daje poczucie kontroli nad życiem wirtualnego awatara, które opiera się na prostych czynnościach (Kim 2014: 366).

niż w definicji Cailloisa, nie musi być bezproduktywna, lecz wiąże się wręcz z prosumpcją⁵².

Gry lokacyjne, czyli zabawa w odkrywanie przestrzeni

Jak ustaliliśmy wstępnie, gry i zabawy nie tylko mogą przenikać różne sfery życia, ale również funkcjonować w taki sposób, że trudno jest wyznaczyć ich granicę w czasie i przestrzeni fizycznej. Doskonałym tego przykładem są gry lokacyjne, które wiążą cel grającego z przemieszczaniem się w przestrzeni fizycznej i cyfrowej zarazem – przestrzeni hybrydowej (de Souza e Silva 2009: 405)⁵³. Z perspektywy *flâneura*, spacerującego bez celu, i *phoneura*, który ma cel, a smartfon pozwala mu lepiej go zrealizować, perspektywa *gameura* jest interesująca. To gra nadaje bowiem sens i cel jego przemieszczaniu się. W efekcie tego może zdarzyć się, że to cyfrowa gra lokacyjna będzie w jakimś stopniu determinowała sposób poruszania się gracza po mieście w codziennym życiu, a nie odwrotnie. Specyfikę takich gier opisują szerzej badaczki Adriana de Souza e Silva i Larissa Hjorth, które podjęły się redefinicji gry i zabawy właśnie pod kątem odkrywania fizycznej przestrzeni, dodając do klasycznej definicji Huizingi następujące cechy: (1) płynne granice między grą a codziennością, (2) poczucie zanurzenia w przestrzeni gry staje się zanurzeniem w fizyczności, które może zmieniać postrzeganie znanych miejsc, (3) swoboda, która oznacza, że zabawa nie jest ściśle zaplanowana, (4) zasady obowiązujące jako pewne wytyczne poruszania się po przestrzeni, ale nie jako ostateczny cel gry (de Souza e Silva i Hjorth 2009: 606).

⁵² Choć opisywane zjawiska casualizacji i pracozabawy odnoszą się stricte do gier wideo, wydaje się, że mogą znaleźć zastosowanie również w przypadku innych rozrywek, gier planszowych czy lokacyjnych.

⁵³ Przykładem takiej gry jest *Zombies, Run!*. Polega ona na nałożeniu na przestrzeń fizyczną przestrzeni gry. Gracz ma za zadanie uciekać przed „goniącymi go żywymi trupami”, których bliskość gra sygnalizuje przez narastające efekty dźwiękowe, co motywuje grającego do biegania: <https://zombiesrungame.com/> (dostęp: 09.03.2021).

W świetle wcześniejszego rozróżnienia na gry i zabawy można zauważyć, że powyższa definicja (z racji swobodnego traktowania reguł gry) wydaje się zbliżać gry lokacyjne do zabawy. De Souza e Silva i Hjorth przedstawiają również typologię gier mobilnych, wyróżniając gry LBMG (*Location-Based Mobile Games*) – bazujące na lokalizacji użytkownika oraz HRG (*Hybrid Reality Games*), które oprócz lokalizacji wykorzystują także elementy trójwymiarowego świata wirtualnego (2009). Jak wskazuje przy tym Damian Gałuszka, gry mobilne HRG, takie jak *Pokemon Go*, „przeczą stereotypowi gracza «przywiązanego» do krzesła i ekranu»” (Gałuszka 2017: 223). Taki grający odkrywca przestrzeni, *gameur*, jest również kreatywny w jej odkrywaniu. Często cel gry zmusza go bowiem do grania obok innych ustalonych społecznie reguł, kiedy zaczarowany krąg rozszerza się np. na całe miasto, zamieszkałe też przez nie-graczy. Gracz bywa więc czasem zmuszony wejść tam, gdzie według nie-graczy nie powinien. Przypomina to sytuację znaną dobrze czytelnikom książek i widzom filmów z serii o Harrym Potterze. Funkcjonujący w nich czarodzieje chowają się przed zwykłymi ludźmi, „mugolami”, korzystając z ukrytych w przestrzeni fizycznej przejść do „czarodziejskiej” rzeczywistości. Podobnie gracze LBMG lub HRG – za sprawą urządzeń przenośnych – mogą „zaczarowywać rzeczywistość”. Rodzi to jednak ryzyko, że zasady różnych światów społecznych wejdą ze sobą w sprzeczność. Szczególnie kiedy chodzi o praktyki kulturowe balansujące na granicy prawa, jak np. *parkour* czy *urbex*⁵⁴. Nie wszystkie ukryte praktyki muszą być jednak subwersywne, to znaczy przeciwstawiające się obowiązującym w przestrzeni zasadom, ale, jak zauważa Jane Jacobs, w obserwacji społeczności miejskich (jak i wiejskich) warto przyglądać się właśnie temu, „co robią mieszkańcy, gdy uchodzi im to na sucho” (za Brzozowska 2017:

⁵⁴ *Urbex*, czyli *Urban Exploration* (eksploracja miejska), to według Wikipedii „eksploracja zazwyczaj niewidocznych lub niedostępnych części ludzkiej cywilizacji”, np. opuszczonych budynków mieszkalnych: https://pl.wikipedia.org/wiki/Urban_exploration (dostęp: 09.03.2021).

193). Podobny postulat podnosi polski badacz Marek Krajewski we wnioskach na temat badań oddolnych praktyk miejskich, które bywają ukryte wśród milionów innych działań podejmowanych w mieście (2012: 132).

Celem *gameura* jest więc ukończenie wyzwania w grze, która rozgrywa się na płaszczyźnie wirtualnej i fizycznej. Czasem gra przecina się z innymi światami społecznymi, np. pracą czy wakacjami, i zdarza się, że gracz dostosowuje je do gry (np. zbaczając z trasy, czego nie zrobiłby, gdyby nie musiał odhaczyć jakiegoś ważnego punktu).

Geocacher – turysta i gracz w usieciowionej przestrzeni

Dzień po upublicznieniu przez USA niezniekształconego sygnału GPS, 3 maja 2001 roku, amerykański konsultant komputerowy Dave Ulmer zakopał w lesie niedaleko Portland wiadro wypełnione różnego rodzaju przedmiotami, kasetami wideo i książkami. Następnie opublikował współrzędne geograficzne zakopanego „skarbu” na grupie dyskusyjnej w Internecie⁵⁵. Inni użytkownicy forum szybko odnaleźli ukryte fanty i postanowili kontynuować powstałą zabawę. W ten sposób służący pierwotnie celom militarnym projekt GPS został wykorzystany przez zwykłych obywateli do stworzenia gry terenowej o prostych zasadach i globalnym zasięgu, znanej dziś pod nazwą geocaching⁵⁶ (gr. *geo* – Ziemia, ang. *cache* – skrytka)⁵⁷. Ujmując geocaching w przywołanych w poprzednich rozdziałach kategoriach, stanowi on grę typu

⁵⁵ Kopię wpisu Dave’a Ulmera wciąż można znaleźć w Internecie pod linkiem: <https://groups.google.com/g/sci.geo.satellite-nav/c/nlwNclRX6R4> (dostęp: 09.03.2021).

⁵⁶ Pierwotnie zabawa nosiła nazwę *Stash hunt* (polowanie na skrytkę), ale z czasem jeden z graczy wymyślił nową – geocaching.

⁵⁷ Geocaching nie był jednak pierwszą grą tego typu, choć pierwszą wykorzystującą sygnał GPS. Podobną był *letterboxing*, czyli zapoczątkowane w XIX wieku hobby oparte na szukaniu poukrywanych w przestrzeni

Location-Based Mobile Game (LBMG), to znaczy grę mobilną bazującą na lokalizacji użytkownika (por. de Souza e Silva i Hjorth 2009: 615–616). W przeciwieństwie do bardziej nowoczesnych gier HRG typu *Pokemon Go* nie opiera się on na rzeczywistości rozszerzonej o trójwymiarowe elementy nakładane na przestrzeń fizyczną⁵⁸. Polega natomiast na wykorzystaniu współrzędnych i odbiorników GPS do ukrywania i odkrywania w przestrzeniach publicznych skrytek związanych zwykle z określoną tematyką kulturową (turystyczną, miejską, geologiczną, popkulturową, naukową itp.). Celem geocachera, inaczej niż w przypadku *flâneura*, nie jest więc szwendanie się po mieście, ale odnalezienie ukrytych, na terenach miejskich i wiejskich, keszy. Geocacherzy odnotowują swoje znalezienia⁵⁹ zarówno realnie (w specjalnych dziennikach zamieszczanych w keszach), jak i w Internecie, w którym wymieniają się także swoimi doświadczeniami. Założenie własnej skrytki wymaga opublikowania jej współrzędnych i opisu (tzw. listingu) w Internecie, co możemy określić mianem *collaborative mapping*. Najpopularniejszym pozwalającym na to systemem jest strona internetowa www.geocaching.com, obsługiwana przez firmę Groundspeak⁶⁰. W 2000 roku założyli ją jedni z pierwszych fascynatów geocachingu: Bryan Roth, Elias Alvord i Jeremy Irish. Przez lata istnienia niewielka firma przekształciła się w liczącą dziesiątki pracowników korporację.

publicznej skrzynek pocztowych z pieczętkami (wyłącznie na podstawie wskazówek).

⁵⁸ W geocachingu istnieją specjalne rodzaje skrytek, które wykorzystują rozszerzoną rzeczywistość (AR).

⁵⁹ Keszerzy nazywają odkrycia skrytek „znalezieniami” i taką nomenklaturę stosują w pracy.

⁶⁰ Z historią geocachingu z perspektywy Groundspeak można się zapoznać na stronie: <https://www.geocaching.com/help/index.php?pg=kb.chapter&id=141&pgid=625> (dostęp: 09.03.2021).



II. 1. Lokalizacje keszy na mapie świata

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

Ze względu na postępującą informatyzację i smartfonizację z czasem geocaching stawał się zabawą coraz mniej ekskluzywną, a bardziej dostępną dla różnorodnego grona ludzi. Przez ekskluzywność mam na myśli dostęp do potrzebnych do jego uprawiania narzędzi (komputerów, Internetu, podręcznych odbiorników sygnału GPS). Według statystyk, zamieszczonych na stronie www.project-gc.com, w marcu 2021 roku na całym świecie znajdowało się już ponad 3,2 miliona aktywnych skrytek zarejestrowanych w serwisie www.geocaching.com (konkretnie 3 218 116). Poukrywane są one przez użytkowników w ponad 180 krajach świata, w najrozmaitszych zakątkach globu, a nawet poza nim⁶¹. Jedna ze skrytek

⁶¹ Warto zwrócić jednak uwagę na to, że niektóre regiony mają bardzo małą liczbę keszy (np. Rosja, Grenlandia) lub są całkowicie wyłączone z udziału w grze. Najwięcej skrytek znajduje się w Ameryce Północnej i Europie. Podobna tendencja występuje w Polsce (zachodnia część kraju to teren z większą liczbą skrytek).

znajdowała się bowiem przez pewien czas na międzynarodowej stacji kosmicznej (GC1BE91). Z kolei łazik Perseverance, który w lutym 2021 roku wylądował na Marsie w ramach misji kosmicznej NASA, został wyposażony przez firmę Groundspeak w specjalny kod. Geocacherzy mogą odczytać go ze zdjęcia zrobionego przez kosmiczny łazik (TB5EFXK) i zarejestrować jego odkrycie na stronie www.geocaching.com⁶².

W ciągu całego 2020 roku aktywnych keszujących, którzy w tym okresie znaleźli przynajmniej jeden kesz, było na świecie ponad 2,1 miliona (dokładnie 2 126 561⁶³). Dla porównania w całym 2019 roku było to ponad 1,62 miliona użytkowników. Wygląda więc na to, że mimo pandemicznych obostrzeń liczba aktywnych geocacherów wzrosła z roku na rok o prawie 500 tysięcy. Co interesujące, wzrost ten jest zauważalnie większy niż np. w latach 2018–2019, kiedy liczba aktywnych geocacherów utrzymywała się na podobnym poziomie około 1,6 miliona graczy. Tymczasem w 2020 roku firma Groundspeak rekomendowała wszystkim graczom zachowanie dystansu społecznego oraz odpowiadanie na lokalny stan zagrożenia epidemicznego. Przykładowo w Polsce organizowanie oficjalnych eventów, czyli wydarzeń, w trakcie których geocacherzy spotykają się twarzą w twarz, w 2020 roku było czasowo zawieszono⁶⁴. W związku z tym trudno określić statystyki, jeśli chodzi o liczbę

⁶² Jest to szczególny rodzaj skrytki/przedmiotu geocacherskiego, który uprawnia gracza do „zalogowania go”, co zrozumiałe w tym przypadku, bez fizycznego udania się na miejsce. Informacje na temat łazika Perseverance można odnaleźć tutaj: <https://www.geocaching.com/track/details.aspx?id=4638861> (dostęp: 09.03.2021).

⁶³ Statystyki dotyczące geocachingu przywoływane w niniejszej pracy mają ogólnie zilustrować skalę zjawiska w ciągu ostatnich lat. Nie pozwalają jednak na zachowanie dużej precyzji, ponieważ zmieniają się one właściwie z dnia na dzień. Po te aktualne statystyki odsyłam na stronę www.project-gc.com (dostęp: 09.03.2021).

⁶⁴ Informacje o zawieszeniu publikowania skrytek i wydarzeń znaleźć można pod adresem: <https://forums.geocaching.com/GC/index.php?/topic/310524-og%C5%82oszenia-reviewerskie/&do=findComment&comment=5859715> (dostęp: 09.03.2021).

geocacherskich spotkań w tym okresie. Można jednak podejrzewać, że drastycznie zmalała (w 2019 roku liczba eventów na całym świecie wyniosła 42 398⁶⁵). Sama firma Groundspeak ze względu na pandemię przełożyła huczne obchody 20-lecia geocachingu, początkowo na 2021, a później na 2022 rok⁶⁶.

Istotne informacje o zainteresowaniu geocachingiem przynoszą dane na temat wyszukiwania hasła „geocaching” w wyszukiwarce Google⁶⁷. W poprzednich latach na całym świecie zainteresowanie nim rosło w okresie wiosennym i letnim, by maleć jesienią i zimą. Największe w ciągu ostatnich pięciu lat (2016–2021) było w lipcu 2016 roku. Hasło „geocaching” wyszukiwano najczęściej w Czechach, Luksemburgu, Niemczech, Belgii i Finlandii, co wydaje się dobrze oddawać rzeczywiste zainteresowanie geocachingiem w Europie⁶⁸. Statystyki te pokazują również, że popularność hasła „geocaching” w 2020 roku i latach wcześniejszych utrzymywała się jednak na podobnym poziomie z lekką tendencją spadkową⁶⁹ i miała podobną dynamikę w skali roku.

Biorąc pod uwagę, że zarówno liczba skrytek, jak i geocacherów zwiększyła się w 2020 roku, wydaje się, że globalna pandemia nie osłabiła zainteresowania geocachingiem. Możliwe, że wynikało ono z tego, że mimo pandemicznych obostrzeń wiele osób szukało w tym czasie aktywności, które można uprawiać na świeżym

⁶⁵ Źródłem informacji na temat liczby wydarzeń w 2019 roku jest infografika dostępna pod adresem: <https://www.geocaching.com/blog/2020/01/geocaching-in-2019-a-year-in-review/> (dostęp: 09.03.2021).

⁶⁶ Informacje na temat obchodów 20-lecia geocachingu w 2022 roku są dostępne na stronach: <https://www.geocaching.com/geocache/GC896PK> oraz <https://hq20.geocaching.com/> (dostęp: 09.03.2021).

⁶⁷ Dane z Google Trends dotyczące wyszukiwań geocachingu w latach 2015–2020 (dla świata): <https://trends.google.pl/trends/explore?date=2015-12-31%202020-12-31&q=geocaching> (dostęp: 09.03.2021).

⁶⁸ Polska znalazła się dopiero na 24. miejscu listy, a tuż przed nią... Stany Zjednoczone (!).

⁶⁹ Zainteresowanie geocachingiem w latach 2010–2015 (w wyszukiwarce Google) było jednak zdecydowanie większe i spadło w latach 2015–2020 – przez ten okres utrzymywało się już na podobnym poziomie.

powietrzu, ale bez wyjeżdżania daleko i raczej z dala od fizycznych skupisk ludzi. Choć geocaching zachęca do podróżowania i spotkań, można uprawiać go również w ograniczonym, lokalnym wariancie.

Geocachingowi i skupionej wokół niego polskiej społeczności poświęcam cały rozdział czwarty niniejszej książki. W kolejnym, trzecim rozdziale, prezentuję metodologię badań własnych prowadzonych wśród polskich (a w szczególności małopolskich) geocacherów.

ROZDZIAŁ III

Powrót z tropików, czyli metodologia badania własnego

Opis gęsty w paradygmacie interpretatywnym

W niniejszym rozdziale prezentuję założenia metodologiczne, które miały pozwolić na zrealizowanie celu badawczego wyrażonego we wstępie książki – stworzenia gęstego opisu świata społecznego polskich geocacherów (szczególnie skupiającego się na tych pochodzących z Małopolski) oraz ich samych jako społeczności funkcjonującej w ramach współczesnego społeczeństwa sieciowego. Moje badanie objęło zasięgiem geocacherów korzystających z międzynarodowego serwisu www.geocaching.com, ale uwzględniało też tych, którzy jednocześnie użytkowali polski system Opencaching.pl. Część badawcza pracy została przygotowana w paradygmacie interpretatywnym. Oznacza to, że w ramach podwójnej hermeneutyki⁷⁰ nastawiałem się w niej na zrozumienie podmiotów badanych oraz interpretację tego, w jaki sposób postrzegają oni swój świat społeczny (por. Giddens 2009: 66–67). Takie podejście umożliwia zbadanie zjawiska od strony oficjalnych praktyk i struktury funkcjonowania oraz nieformalnych, które moglibyśmy określić mianem „kulis”. Jednocześnie w trakcie badań kierowałem się również myśleniem postkonstruktywistycznym, które zakłada śledzenie zarówno ludzkich, jak i nie-ludzkich aktorów, np. w ramach danego świata społecznego (por. Marzec 2011: 4). Wierzę, że takie podejście pozwoliło

⁷⁰ Upraszczając, podwójną hermeneutykę można sprowadzić do interpretacji przez badacza tego, jak swoje otoczenie interpretują sami badani.

na stworzenie studium, które można nazwać opisem gęstym (zob. Geertz 2005: 20–25; Gibbs 2015: 24–25). Nie jest to opis „obiektywny”, rodem z nauk przyrodniczych, ale nastawiony na interpretację i zrozumienie tego, w jaki sposób badani interpretują własną rzeczywistość społeczną w określonym kontekście⁷¹. Sam Geertz pisze, że to „zrozumienie kultury jakiegoś ludu oznacza ukazanie w pełnym świetle jego normalności bez redukowania osobliwości” (2005: 29). Cel niniejszej pracy można określić również jako po części eksploracyjny. Ma prowadzić bowiem po pierwsze do zaspokojenia ciekawości badacza poprzez zgromadzenie materiału empirycznego, a po drugie do ewentualnego wypracowania lub udoskonalenia metod badania zjawisk o podobnej tematyce (por. Babbie 2004: 111).

Teoria ugruntowana i pojęcia uwrażliwiające w procesie badawczym

Do stworzenia etnograficznego opisu gęstego wykorzystałem metodologię teorii ugruntowanej, która wywodzi się z drugiej połowy lat 60. XX wieku, od badaczy Barneya Glasera i Anselma L. Straussa (2009) oraz – w późniejszym okresie – badaczki Juliet Corbin (Strauss i Corbin 1990). Teoria ta pozwala na indukcyjne generowanie teoretycznych propozycji i pytań, a nie testowanie istniejących teorii (Gibbs 2015: 97–98). Podejście to umożliwia więc badanie zjawisk społecznych „od podszewki” poprzez tworzenie teorii opartej przede wszystkim na danych empirycznych (Konecki 2012: 177). Dlatego teorię ugruntowaną traktuję w tym miejscu jako swego

⁷¹ W pewnym sensie zachęciła mnie do tego recenzja książki *Nigdy nie byliśmy nowocześni* Bruno Latoura, zatytułowana *Antropologia wraca z tropików*. Zaprezentowano w niej tezę francuskiego socjologa mówiącą, że ludzie Zachodu nigdy nie byli nowocześni i nie różnią się tak bardzo od innych kultur (Śliwa 2011: 208). Podobnych obserwacji dokonuje także Marcin Napiórkowski, który skupia się na analizie mitu jako pewnej struktury wspólnej dla wszystkich ludzkich zbiorowości (2018a: 8–13), ale której treść zależy od kontekstu społecznego i kulturowego.

rodzaju zbiorów dobrych „zasad i praktyk”, których celem jest wytworzenie ogólnej teorii na podstawie gęstego opisu (Charmaz 2009; Geertz 2005: 20–25).

Muszę zaznaczyć w tym miejscu, że nie rozpoczynałem badania geocacherów, nie mając żadnej wiedzy na temat tego środowiska. Jak pisałem we wstępie książki, z geocachingiem pierwszy raz zetknąłem się jeszcze w roku 2014. Zafascynowany głównie przestrzennym i technologicznym wymiarem zabawy, szybko porzuciłem jednak ten temat, by trzy lata później powrócić do niego jako potencjalnego przedmiotu pracy magisterskiej. Wtedy też, w 2017 roku, skorzystałem z założonego wcześniej konta w serwisie www.geocaching.com o nicku *Memodestruktor* i rozpocząłem obserwację społeczności geocacherów jako jeden z graczy. Po zapoznaniu się z serwisem www.geocaching.com oraz aplikacją mobilną dla geocacherów (Cachly), której używałem, odkąd polecił mi ją jeden z badanych, „wyruszyłem w teren”. W efekcie uczestniczyłem w dwóch odbywających się w Krakowie tzw. eventach, czyli wydarzeniach organizowanych przez i dla innych keszerów – Geocaching Party 2018 (GC7DDX9) oraz wydarzeniu typu CITO, które polega na wspólnym sprzątaniu wyznaczonego miejsca publicznego (GC7ZF50). W międzyczasie keszowałem również samodzielnie, jak i w towarzystwie moich pierwszych informatorów (K1 oraz M2). Praca w terenie na tym etapie polegała głównie na: (1) obserwacji i krótkich rozmowach z informatorami, (2) robieniu zdjęć i zrzutów ekranu z aplikacji, a także ze strony internetowej www.geocaching.com, (3) notowaniu własnych spostrzeżeń. Notatki prowadziłem głównie w aplikacji Evernote oraz w aplikacji Notatki dostępnej na mobilnym systemie operacyjnym iOS. Można powiedzieć, że ten etap badawczy miał również znamiona autoetnografii. Jedna z jej definicji mówi, że jest to metoda badań, która pozwala badaczowi opisać swoje własne odczucia, emocje i przeżycia związane ze studiowanym działaniem i włączyć je do opisu tego zjawiska⁷² (por. Kacperczyk 2016: 632–635).

⁷² Pojęcie autoetnografii definiowane jest również jako strategia badawcza czy nawet paradygmat uprawiania nauki. W stosowanym rozumieniu

Na podstawie prowadzenia owych niewystandaryzowanych obserwacji i rozmów z członkami społeczności badanej, a także przeglądu literatury i inspiracji wcześniejszymi badaniami dotyczącymi tematyki geocachingu miałem możliwość wyboru pytań, teorii i metod, które pozwoliły na dalszą konceptualizację procesu badawczego (np. stworzenie wystandaryzowanych narzędzi badawczych) i analizy. Mając jednak na uwadze, że jak pisze Krzysztof Konecki: „Im więcej konceptualizacji przed badaniem, tym mniej innowacyjne wyniki badań” (2019: 49), kategorie analityczne z wybranych teorii traktowałem przede wszystkim jako tzw. pojęcia uwrażliwiające. Ich zadaniem jest zwrócenie uwagi badacza na kwestie, które – stosując czystą metodę teorii ugruntowanej – mógłby pominąć. Jak dalej pisze bowiem Konecki, pojęcia uwrażliwiające mogą być „pewnym wyborem, ponieważ nie ograniczają naszej roli do sprawdzenia i weryfikacji ich ważności, ale otwierają przed nami pewne możliwości widzenia określonego zjawiska” (2019: 49). Dzięki badaniom wstępnym ważnymi pojęciami uwrażliwiającymi okazały się dla mnie terminy takie jak społeczeństwo sieci, neoplemienność i webplemienność⁷³. Ostatecznie głównym źródłem pojęć uwrażliwiających stała się dla mnie teoria światów społecznych, dostosowana przez Anselma L. Straussa do metodologii teorii ugruntowanej (zob. Marzec 2011). Jak pokazała bowiem socjolożka Anna Kacperczyk w swojej pracy na temat świata społecznego wspinaczy, tego typu podejście teoretyczne okazuje się skuteczne w analizie skomplikowanych środowisk skupionych wokół jednej, rozbudzającej emocje pasji (por. Kacperczyk 2016: 631–632). Kacperczyk, za socjologiem Tamotsu Shibutanim, definiuje świat

jest ona techniką badawczą, która prócz zalet posiada wady związane z potrzebą obiektywizacji swoich odczuć i ich precyzyjnego wyrażenia przez badacza (Kacperczyk 2016: 632–635).

⁷³ Niestety pewną wadą pojęcia neoplemienności jest to, że jego autor Michel Maffesoli nie stworzył właściwie jego syntetycznej definicji (2008). Przez to „neoplemienność” nadaje się dobrze na pojęcie, które uwrażliwia na pewne wątki, ale niekoniecznie pozwala na analityczną precyzję. Bardziej precyzyjne jest pojęcie webplemienności Wojciecha Pigli.

społeczny jako „uniwersum, w ramach którego poruszają się i działają jego uczestnicy. Jest kulturowym obszarem, którego granice nie są wyraźnie wyznaczone, ale zamykają się tam, gdzie kończy się efektywna komunikacja pomiędzy jednostkami” (2016: 17). Teoria światów społecznych pozwala skategoryzować różne aspekty danego środowiska ze względu na jego:

- działania podstawowe, wokół których skupia się dany świat społeczny (np. wspinaczka), oraz działania wspomagające działanie podstawowe;
- technologie, dzięki którym możliwe jest podejmowanie działań podstawowych (mogą to być narzędzia, ale też metody i techniki postępowania);
- wartości, które określają sposoby wykonywania działania podstawowego, są podzielane przez członków świata; wartości te bywają wyrażone w specyficznym socjolekcie, czyli odmianie języka, którym porozumiewają się ze sobą członkowie środowiska;
- areny, czyli tematy kontrowersyjne w środowisku (dotyczące np. wartości), co do których nie ma pełnej zgody, a które mogą odnosić się np. do tego, kto jest, a kto nie jest członkiem świata, jakie są jego granice (stale dyskutowane);
- dynamikę, na którą składają się procesy takie jak segmentacja (powstawanie subświatów), pączkowanie lub profesjonalizacja (związana z rozwojem technologii w obrębie świata), przecinanie się różnych światów społecznych (np. świat naukowców ze światem wspinaczy), legitymizacja świata społecznego (uzasadnienie dla istnienia i słuszności danego świata) (Kacperczyk 2016: 34–56).

Jak zauważa Wiktor Marzec w rozważaniach nad przydatnością teorii światów społecznych w badaniach: „nawet niezwykle uniwersalna i «heurystycznie płodna» teoria nie jest w stanie objąć wszystkich aspektów badanej rzeczywistości” (2011: 8). Z tego względu wyniki własnych badań uzupełniam też innymi kategoriami niż przedstawione powyżej, które nawiązują do wymienionych wcześniej pojęć uwrażliwiających: społeczeństwa sieci i neoplemienności.

Skrzynka narzędziowa, czyli zastosowane metody badawcze

Ze względu na chęć stworzenia możliwie wyczerpującego opisu społeczności geocacherów w cały proces badawczy zaangażowane zostały różne metody zbierania danych, to znaczy ich triangulacja (Gibbs 2015: 167–168). Badania polegały na przejściu od opisanego wyżej okresu przygotowawczego do fazy netnograficznej oraz jakościowych badań etnograficznych w terenie. John Cresswell określa taki rodzaj mieszanych badań mianem równoległej strategii triangulacyjnej (2013: 229). Badania etnograficzne zakładają studiowanie sposobu życia grupy ludzi, obejmujące przebywanie wśród nich, prowadzenie obserwacji, rozmów, wywiadów, zbieranie wszelkich dostępnych danych i sporządzanie dokumentacji terenowej (Charmaz 2009: 33). Netnografia stanowi natomiast odmianę etnografii, zaadaptowaną do badania kultur i społeczności wirtualnych oraz do badań nad wirtualnymi aspektami życia społecznego (Kacperczyk 2016: 639; Kozinets 2012: 15–20, 91–96). Połączenie tych orientacji badawczych miało doprowadzić do nasycenia teoretycznego, to znaczy stanu, w którym kolejne dane i analizy nie wnoszą już do badania nowych, nierozwiniętych wcześniej wątków (zob. Aldiabat i Le Navenec 2018: 247–249). W netnograficznym etapie badań analizowałem dane odnoszące się do geocacherów z całej Polski. W etnograficznym etapie skupiłem się natomiast na społeczności geocacherów z Małopolski⁷⁴ (ostatecznie z powiatów krakowskiego, wielickiego i tarnowskiego)⁷⁵. Ze względu na niewielką próbę

⁷⁴ Skupienie się na tym obszarze wynikało po części z dostępności badanych, ale przede wszystkim z chęci zwiększenia wartości zebranych danych przy niewielkiej próbie respondentów (dane byłyby mniej „wartościowe”, gdybym przebadał 12–14 respondentów z całej Polski).

⁷⁵ Małopolska to drugie w całej Polsce (po woj. dolnośląskim) województwo z największą liczbą skrytek na swoim terenie. To w stolicy małopolski, Krakowie, trzykrotnie odbywała się także największa w Polsce geocacherska impreza: Mega Geocaching Party (w latach 2016–2018). Edycję 2019 zorganizowano natomiast w Warszawie.

badawczą prezentowane w niniejszej książce wyniki badań nie są więc reprezentatywne dla całej populacji geocacherów w Polsce czy na świecie. Wskazują jedynie na występowanie pewnych zjawisk, bez określania ich skali.

Etap netnograficzny

Po opisanym we wcześniejszym podrozdziale etapie przygotowawczym, na przełomie marca i kwietnia 2019 roku, przystąpiłem do bardziej systematycznego badania informacji na temat geocachingu w Internecie. Pierwszym etapem była analiza strony internetowej www.geocaching.com, w trakcie której odpowiadałem na pytanie: Jakie są dostępne funkcjonalności i zakładki na stronie internetowej www.geocaching.com związane z geocachingiem oraz jego aspektem społecznościowym?

W opisie i zrozumieniu funkcji strony pomagała mi jedna z późniejszych respondentek. Pierwszym z elementów netnografii było zapoznanie się ze źródłami zastanymi na temat geocachingu. Taka analiza, znana pod nazwą *desk research*, miała na celu zebranie informacji bez „ruszania się sprzed biurka”, na zasadzie eksploracji tematu (Makowska 2013: 82; Bednarowska 2015: 19). W tym wypadku polem moich badań był przede wszystkim Internet, a zakresem badawczym – informacje na temat geocachingu dostępne na stronach, na które natknąłem się w okresie przygotowań lub które włączyłem do analizy z polecenia respondentów K1 i M2. Były to:

- polskojęzyczny serwis dla geocacherów (www.geocaching.pl),
- oficjalne „centrum pomocy” z instrukcjami dla geocacherów (www.geocaching.com),
- regionalna Wikipedia Geocachingu (wiki.groundspeak.com/display/GEO/Poland),
- strona Project-GC ze statystykami dotyczącymi geocachingu (www.project-gc.com).

Śledząc wymienione serwisy, zadawałem następujące pytania pomocnicze:

- Jakie są i na czym polegają działania podstawowe podejmowane przez geocacherów, jakie narzędzia wykorzystują oraz jakie obowiązki i ograniczenia są na nich nakładane w ramach zabawy i czy zasady te przekształcają ją w grę?
- Jaka jest historia geocachingu na terenie Polski oraz ile aktywnych keszy i keszerów (którzy w ciągu roku znaleźli przynajmniej jeden kesz) pochodzi z Polski? Jak wiele z tych keszy i keszerów znajduje się w Małopolsce?
- Jakie narzędzia internetowe wykorzystują polscy geocacherzy do podejmowania działań podstawowych i towarzyszących?

Za pomocą wyszukiwarki Google przeszukiwałem także Internet, w celu znalezienia innych nieoficjalnych źródeł na temat geocachingu (blogów i vlogów, poradników⁷⁶), których ostatecznie nie włączyłem jednak do analizy (na tym etapie wołałem polegać na bardziej oficjalnych kanałach wiedzy o geocachingu). Wyniki analizy spisywałem w programie Word w formie odpowiedzi na pytania badawcze, zapisując źródła, do których się odnosiłem.

Przeprowadziłem również analizę treści logów z wybranych arbitralnie i zalogowanych (odwiedzonych fizycznie) przeze mnie pięciu keszy tradycyjnych (*Traditional cache*: GC7TZDV, GC7M4M5, GC79ZZ1, GC4Y19P, GC7VMYB⁷⁷) oraz z dwóch skrytek typu wydarzenie (*event cache*: GC7DDX9, GC7YF50). Przez analizę treści rozumiem w tym miejscu systematyczne poszukiwanie prawidłowości w treści danego przekazu (Maj 2013: 128–129). Logi, które traktowałem jako jednostki badawcze, to wpisy zamieszczane przez geocacherów w serwisie www.geocaching.com po odnalezieniu kesza. Do analizy włączałem 15 kolejnych logów, poczynając od opublikowanych przed dniem 20 kwietnia 2019 roku. Warunkiem było, by log miał status *Found it* (znaleziony) lub *Attended*

⁷⁶ Przykładowym blogiem podróżniczym, w którym wspomina się o geocachingu, jest: <http://plecakwspomnien.pl/2018/02/co-to-jest-geocaching/> (dostęp: 09.03.2021).

⁷⁷ Podstrony z opisami konkretnych keszy wyszukać można w wyszukiwarce Google dzięki ich kodom lub poprzez wpisanie tych kodów po adresie <https://coord.info/>.

(odwiedzone wydarzenie), był napisany w języku polskim i składał się z co najmniej 10 słów. Robert Kozinets zaleca, by prowadząc tego typu jakościową analizę treści, przyjąć podejście pragmatyczno-interakcjonistyczne. Polega ono na traktowaniu środowiska wirtualnego jako świata społecznego, posiadającego własne gry językowe oraz inne dane, które można rozpatrywać jako akty społeczne o znaczeniu określonym przez kontekst (Kozinets 2012: 190–191). Dlatego też w trakcie badań starałem się odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jakiego języka używają polscy geocacherzy do opisywania swoich przeżyć?
- Jakimi informacjami (emocjami, wydarzeniami, przeszkodami) dzielą się w logach polscy geocacherzy?

Przeanalizowałem 105 logów, stosując do analizy kodowanie indukcyjne analityczne, które polega na tworzeniu ogólnych kodów na podstawie powtarzających się prawidłowości, wynikających z analizy tekstu (zob. Kozinets 2012: 172). Analizowałem je głównie pod względem języka i zawartych informacji. W efekcie powstało pięć bardzo ogólnych kategorii kodowych (język, przestrzeń, doświadczenia, społeczność, podróz i praktyki), których treść omawiam w rozdziale analitycznym. Wpisy z serwisu www.geocaching.com pobierałem, konwertując stronę z logami do pliku PDF, i kodowałem przy wykorzystaniu programu MaxQDA 2018 Pro.

Kolejnym etapem netnografii było przeanalizowanie postów na facebookowej grupie dyskusyjnej Geocaching Małopolska. Początkowo badaniu miało zostać poddane polskojęzyczne forum www.geocaching.com, jednak ze względu na niewielką aktywność jego użytkowników zdecydowałem się na analizę grupy na Facebooku. Jak zaznacza Kozinets, badanie zamkniętych grup w serwisach społecznościowych może budzić jednak pewne obawy natury etycznej, odnoszące się do zachowania prywatności i anonimowości (2012: 201–207). Dlatego też, analizując treści postów i tematów, stworzyłem ogólne kategorie powtarzających się wątków, które nie zdradzają konkretnych wypowiedzi czy tożsamości użytkowników. Posty i wpisy dobierałem do momentu, aż przestały pojawiać się

nowe tematy, niepasujące do żadnej z już stworzonych wcześniej kategorii analitycznych. W efekcie przeanalizowałem 100 postów w grupie na Facebooku, opublikowanych między 8 września 2018 roku a 25 kwietnia 2019 roku. W trakcie analizy danych zadawałem dwa pytania badawcze:

- Ile postów w ciągu tygodnia publikowanych jest w grupie dyskusyjnej Geocaching Małopolska?
- Jakie tematy poruszają geocacherzy w postach w grupie dyskusyjnej⁷⁸?

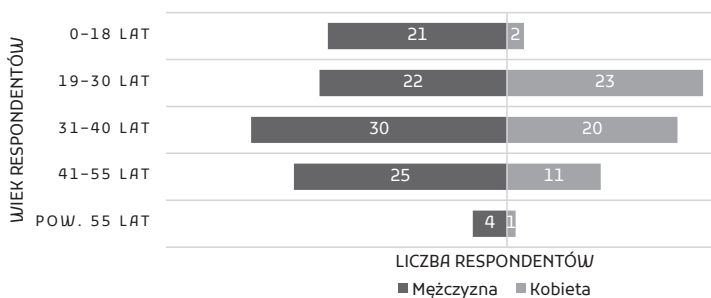
W wyniku analizy powstało 12 zdefiniowanych typów postów zamieszczanych w grupie, zrekodowanych ostatecznie do 7 zbiorczych tematów. Ich opisy prezentuję w rozdziale analitycznym przy okazji omówienia komunikacji geocacherów w mediach społecznościowych.

Po etapie wstępnego zbierania informacji i analizy przystąpiłem do przygotowania kwestionariusza ankiety, której celem było sondażowe przebadanie samych geocacherów. Jak pisze Earl Babbie, sondaż to technika badawcza, w ramach której badacz dobiera próbę respondentów i rozdaje im standaryzowany kwestionariusz. Służy on opisowi populacji zbyt dużych, by obserwować je bezpośrednio (Babbie 2004: 268). W omawianym przypadku zastosowano technikę ankiety internetowej, którą udostępnia się badanym w sieci (Kozinets 2012: 70–73). Kwestionariusz został przygotowany za pomocą narzędzia Formularze Google. Link do ankiety kwestionariusza udostępniono w grupach dyskusyjnych na Facebooku: w grupie Geocaching Małopolska (skupiającej wówczas 667 keszerów) oraz w ogólnopolskiej grupie Geocaching od Bałtyku aż po Tatry (najliczniejszej grupie keszerów na Facebooku – w maju 2019 roku liczyła ona 1076 członków)⁷⁹. Zbieranie danych trwało

⁷⁸ Badalem również procent tych publikacji, ale ostatecznie zdecydowałem, że nie będę przywoływał tych danych w niniejszej książce, ze względu na to, że nie są miarodajne statystycznie.

⁷⁹ Za udostępnienie ankiety w drugiej z tych grup odpowiadał jeden z badanych keszerów.

przez dwa tygodnie – od 26 kwietnia do 9 maja 2019 roku. Na tym etapie dobór badanych do próby był całkowicie przypadkowy i dobrowolny. Uzyskaną próbę porównałem z badaniem przeprowadzonym przez Mariusza Samołyka, który metodą ankietową przebadał 214 polskich użytkowników www.gecaoching.com (2017). W przypadku mojego badania po odsianiu z próby respondentów z istotnymi brakami danych w jej skład weszło 159 osób. Byli to głównie keszerzy i keszerki z dwuletnim lub dłuższym stażem oraz mający na koncie znalezienie co najmniej 250 keszy. Stanowili oni około 75% próby. Cechy demograficzne badanej próby były mniej więcej zbieżne z tymi, które w swoim badaniu odnotował Samołyk. Zachowano podobne proporcje pod względem płci (63,7% mężczyzn – u Samołyka 75,2%) oraz średnią wieku na poziomie około 30–33 lat dla obu płci. Podobnie rozłożył się podział wielkości miejsca zamieszkania – 43,8% respondentów ankiety mieszkało w miastach do 100 tys. mieszkańców lub mniejszych miejscowościach (u Samołyka ok. 39%).



Wykres 1. Struktura płci i wieku próby w badaniu ankietą internetową, n = 159

Źródło: oprac. własne.

W ankiecie wzięło udział 44 respondentów z województwa małopolskiego, którzy stanowili najliczniejszą grupę w próbie (27,5%). Pod tym względem wyniki ankiety i badania Samołyka różniły się

znacznie, co wynika z tego, że moja ankieta została zamieszczona początkowo jedynie w grupie Geocaching Małopolska. Dlatego też porównałem wyniki dotyczące cech demograficznych z województwa małopolskiego z wynikami z innych województw. Dla pewności przeprowadziłem test statystyczny siły związku między respondentami z Małopolski (44) a respondentami z pozostałych województw (115) pod względem zróżnicowania płci, wieku, wielkości miejsca zamieszkania, sytuacji zawodowej. W każdym przypadku test wykazywał jednak bardzo słabą korelację lub jej zupełny brak ($\phi < 0,3$). Pozwala to zaryzykować stwierdzenie, że miejsce zamieszkania (rozumiane w kategoriach województwa) nie różniło badanych w istotnym stopniu.

Celem badań ankietowych było przede wszystkim zilustrowanie praktyk geocacherów i zwrócenie uwagi na aspekty warte poruszenia w trakcie wywiadów pogłębionych. Kwestionariusz zawierał 51 pytań, w większości półotwartych z możliwością wpisania „innej odpowiedzi”, ze względu na wciąż eksploracyjny charakter tego etapu. Podzieliłem je na sześć segmentów. Pierwszy dotyczył początków i zwyczajów geocacherów, a także powodów grania i jego stażu. Wzorowałem go w dużej mierze na pytaniach i kafeteriach opracowanych wcześniej przez badających geocaching – Ricardo Melo i in. (2017) oraz Ingrid E. Schneider i in. (2011). Druga część kwestionariusza dotyczyła stosowanych przez geocacherów narzędzi. W trzecim segmencie pytałem już o aktywność w komunikacji sieciowej oraz inne społecznościowe aspekty geocachingu (między innymi udział w wydarzeniach dla keszerów). W części tej pojawiło się również pytanie o poczucie więzi ze środowiskiem (wzorowane na podobnym pytaniu zadawanym w badaniach CBOS), a także pytanie zainspirowane testem dwudziestu stwierdzeń Manforda Kuhna i Thomasa McPartlanda (1954) – o pozycję, którą uzyskiwało stwierdzenie „jestem geocacherem”, jeśli respondent 10 razy odpowiedział na pytanie „Kim jestem?”. Kolejną część ankiety poświęciłem tematowi łączenia geocachingu z innymi sferami życia. W następnym segmencie zadałem pytania o istnienie hierarchii w społeczności, o orientację kosmopolityczną lub lokalistyczną

na świat. Ten ostatni podział bazował na continuum stworzonym przez Roberta Mertona, na które złożyły się trzy zmienne opisane w rozdziale teoretycznym. Na końcu ankiety zamieściłem standardowe pytania o dane metryczkowe oraz prośbę o pozostawienie adresu e-mail, jeśli respondent/respondentka byłby/byłaby zainteresowany/zainteresowana udziałem w wywiadzie pogłębianym (IDI). Do zakodowania i analizy wyników ankiety wykorzystałem oprogramowanie IBM SPSS 5.1.

Etap etnograficzny

Pierwszym etapem wyjścia w teren w duchu badań etnograficznych było przeprowadzenie wywiadów pogłębianych. W przypadku badań społeczności wirtualnych umożliwiając one poszerzenie wiedzy na temat specyficznych zjawisk i procesów, zrozumienie położenia społecznego badanych oraz poznanie związków między ich partycypacją w społeczności a życiem codziennym (Kozinets 2012: 73–76). Respondentów do wywiadów dobrałem spośród 16 osób mieszkających na terenie Małopolski, które pozostawiły swoje adresy e-mail w przeprowadzonej wcześniej ankiecie internetowej. Do każdej z nich przesłałem e-mail z prośbą o potwierdzenie zainteresowania wywiadem. Ostatecznie w próbie badawczej znalazło się 12 osób – sześciu mężczyzn i sześć kobiet, z podziałem na dwie kategorie wiekowe (w wieku do 30 lat włącznie oraz powyżej 30 lat). Różnica między najstarszym (46 lat) a najmłodszym respondentem (17 lat) wyniosła 29 lat, a średnia wieku – 30 lat. Były to osoby z wykształceniem wyższym oraz jedna z gimnazjalnym. Sześcioro respondentów mieszkało w Krakowie (miasto powyżej 500 tys. mieszkańców), czworo w podkrakowskich miejscowościach (wieś lub miasto do 20 tys. mieszkańców), a dwoje w Tarnowie (miasto niewiele ponad 100 tys. mieszkańców). Wszyscy respondenci w próbie odnaleźli co najmniej 200 skrytek i mieli dwuletni lub dłuższy staż geocachowania. Dla zachowania poufności każdy z badanych został opisany indywidualnym kodem.

Tab. 1. Dobór próby do wywiadów pogłębionych

LP.	Kod	Płeć	Wiek	Wielkość miejsca zamieszkania	Forma
1	K1	Kobieta	Do 30 lat	Wieś	F2F
2	K2			Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	F2F
3	K3			Miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	SKYPE
4	M1	Mężczyzna		Miasto do 20. tys. mieszkańców	SKYPE
5	M2			Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	F2F
6	M3			Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	SKYPE
7	K4	Kobieta	Pow. 30 lat	Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	F2F
8	K5			Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	F2F
9	K6			Miasto do 20. tys. mieszkańców	E-MAIL
10	M4	Mężczyzna		Miasto pow. 500 tys. mieszkańców	F2F
11	M5			Miasto do 20. tys. mieszkańców	SKYPE
12	M6			Miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców	SKYPE

Źródło: oprac. własne.

Wywiady przeprowadziłem w okresie między 11 maja a 1 czerwca 2019 roku. Połowa, to znaczy sześć z nich, odbyła się w formie bezpośrednich rozmów *face-to-face* (F2F) na terenie Krakowa. Kolejne pięć wywiadów zrealizowałem natomiast, korzystając z programu do komunikacji głosowej Skype. Jeden z wywiadów odbył się wyjątkowo drogą mailową, poprzez przesłanie respondentce pytań i mailowe dopytywanie o niejasności. Powodem wykorzystania tej metody była przede wszystkim czasowa i fizyczna dostępność badanych, którzy nie mieszkali w Krakowie lub też nie mogli pozwolić sobie na indywidualne spotkanie. Myślę jednak, że taka forma badania idealnie dopełniła podjęty temat, który nawiązuje przecież do mieszania się komunikacji twarzą w twarz z tą zapośredniczoną przez komputery. Jak zauważa zresztą Kozinets, zastosowanie komunikatora internetowego może przynieść efekty porównywalne z sytuacją bezpośredniego IDI (2012: 162; por. Lo Iacano i in. 2016).

Wywiady, za świadomą zgodą respondentów, nagrywałem na dyktafon w smartfonie lub dzięki opcji nagrywania rozmowy w Skype⁸⁰. W ich trakcie na bieżąco notowałem także najważniejsze wątki rozmowy.

Pytania zadawane podczas wywiadu miały na celu przede wszystkim naprowadzenie rozmowy na konkretny wątek, tak by respondent opowiedział o nim z własnej perspektywy. Taki charakter i scenariusz wywiadu zainspirowane zostały książką *Wywiad rozumiejący* Jeana-Clauda Kaufmanna. Jej autor sugeruje badaczom jakościowym tworzenie siatki pytań jako elastycznego narzędzia, pozwalającego na zachowanie pewnego logicznego ciągu rozmowy (zob. Kaufmann 2010: 68–69). Scenariusz przyjął w efekcie postać listy pytań, które – jak wskazuje Konecki – stawia sobie badacz. Pytania te są uszczegółowieniem problemów badawczych (zob. Konecki 2000: 169–171). Ostatecznie wywiad składał się z 14 pytań o charakterze otwartym, posegregowanych tematycznie. Pierwszy segment zawierał pytania wprowadzające na temat początków respondenta związanych z geocachingiem. W dziale drugim pytano o przebieg szukania oraz zakładania keszy, wykorzystywane narzędzia, napotykanne na drodze przeszkody, a także rywalizację między keszerami. Kolejny segment dotyczył wpływu geocachingu na postrzeganie przestrzeni i życia codziennego oraz tego, czym jest geocaching dla badanego. Osobne pytanie dotyczyło tego, kogo respondent uważa za autentycznego geocachera, a kogo nie. Następną część nawiązywała do aspektów społeczno-ściowych w geocachingu (wymiany przedmiotów z keszy, spotkań w trakcie wydarzeń) oraz zachęcała do opisu tego, jak badani postrzegają społeczność geocacherów. Ostatnie pytanie odnosiło się do tematu komercjalizacji geocachingu.

W celu uzupełnienia wiedzy o szerszy kontekst przeprowadziłem również dwa wywiady o charakterze eksperckim: z członkiem

⁸⁰ Niestety, jedno z takich nagrań uległo uszkodzeniu z powodu złego zapisania pliku z komunikatora Skype. W analizie tego wywiadu posiłkowałem się notatkami, które sporządziłem w jego trakcie.

Stowarzyszenia Geocaching Małopolska⁸¹ (S1) oraz z jednym z polskich „recenzentów” (R1), czyli osób pilnujących przestrzegania zasad zakładania geocachy w konkretnym regionie. Pierwszy z wywiadów poświęcony został charakterystyce i historii małopolskiej społeczności geocacherów, a także roli firmy Groundspeak. Po wywiadzie, drogą e-mailową poprosiłem mojego respondenta o przesłanie suplementu do wywiadu z pytaniami, na które nie udało mu się w pełni odpowiedzieć w trakcie spotkania. Drugi z wywiadów dotyczył głównie kwestii funkcji recenzenta w grze oraz przypadków łamania jej zasad.

Początkowy plan badań zakładał osobny segment wywiadów typu *go-along*. Metodę tę zaproponowała Margarethe Kusenbach jako swoiste połączenie wywiadu i obserwacji (2003). Tego typu hybrydowa metoda zakłada podążanie za respondentami w ich codziennym życiu oraz zadawanie określonych pytań, na bieżąco, „wraz z rozwojem sytuacji” (Kusenbach 2003: 466). Ostatecznie udało mi się zrealizować jeden wywiad tego typu⁸². Odbył się on w maju 2019 roku i polegał na towarzyszeniu geocacherom (K1 i M2) i rozmowie z nimi w trakcie ich keszowania. Taka metoda pozwoliła na prześledzenie procesu keszowania wraz z badanymi, od wyruszenia na wyprawę, przez zdobycie kesza z wykorzystaniem aplikacji mobilnej, aż po odnotowanie znalezienia na stronie www.geocaching.com. Przeprowadziłem także dwie bardziej tradycyjne obserwacje podczas organizowanych przez geocacherów wydarzeń GC86V78 oraz GC86WMB. Dzięki uprzejmości respondentki K2 oraz respondenta M4 mogłem w ich trakcie bliżej zapoznać się ze środowiskiem badanych – praktykami keszerów, przebiegiem oraz atmosferą takich spotkań. W czasie tych wywiadów i obserwacji,

⁸¹ Stowarzyszenie zajmuje się między innymi organizacją dużej imprezy Geocaching Party, wspólnie z Polskim Towarzystwem Turystyczno-Krajoznawczym ustala także zasady zdobywania przez geocacherów odznaki PTTK.

⁸² Wcześniej w fazie przygotowawczej prowadziłem już tego typu obserwacje i wywiady, ale nie były one wystandaryzowane – to znaczy notatki prowadziłem luźno, bez kategoryzowania ich w kwestionariuszu.

jak i po nich, prowadziłem notatki, a także wykonywałem zdjęcia obiektów. Wybór obserwowanych keszy i wydarzeń był o tyle przypadkowy, że w całości pozostawiony moim respondentom (prosiłem ich, aby wskazali wydarzenie, na którym będę mógł ich obserwować).

Analiza zebranych danych ograniczała się do ponownego odsłuchania wszystkich nagrań z wywiadów i przeczytania notatek. Przy każdorazowym odsłuchaniu i odczytaniu spisywałem streszczenia relacji lub cytaty do programu Word oraz przyporządkowywałem je do odpowiednich kategorii analizy w postaci podrozdziałów, które moglibyśmy przyrównać do kodów powstałych na bazie teorii, w tym wypadku światów społecznych, neoplemienności czy społeczeństwa sieci (por. Gibbs 2015: 90–92). Wyniki tej analizy konsultowałem również z jedną z respondentek (K1) pod kątem zgodności merytorycznej.

Etnografia insiderska, czyli krótko o rzetelności i etyce badań

Jak wskazują Andreas Giazitzoglu i Geoff Payne, wyróżnia się trzy poziomy etnografii insiderskiej rozumianej jako zanurzenie badacza w społeczność badaną. Pierwszy z nich to fizyczny dostęp do badanych. Drugi łączy się z posiadaniem podobnych cech co członkowie badanej społeczności, dzięki czemu badacz może wydawać się badanym osobą bardziej zaufaną (poprzez znajomość kodów kulturowych grupy, wygląd, język). Trzeci poziom oznacza, że „etnograf nie tylko zna zasady gry (poziom 2), ale jest także aktywnym, kompetentnym, a nawet kreatywnym graczem” (Giazitzoglu i Payne 2018: 1152–1153). W przypadku omawianych badań znajdowałem się gdzieś na poziomie drugim – jako uczestnik gry, który przynajmniej w pewnym zakresie przyswoił jej zasady i kody kulturowe. Mimo że zdołałem się zaaklimatyzować w tym środowisku, wciąż czułem jednak pewne nieprzystosowanie do niego. Jego przykładem może być sytuacja, w której w trakcie

geocacherskiego eventu zaoferowałem jednemu z graczy pożyczanie długopisu, na co ten z uśmiechem odpowiedział tylko: „jestemy geocacherami, zawsze mamy przy sobie długopis”. Pewien dystans do badanych i poznawania ich praktyk pozwalał mi jednak na zauważenie faktów, które nie zawsze byłyby widoczne dla nich „od wewnątrz” (por. Giazitzoglu i Payne 2018: 1150).

Kolejną kwestią, do której muszę się odnieść, jest rzetelność prowadzonych badań. Już na samym etapie doboru próby w internetowej ankiecie poprzez wybór określonych miejsc jej publikacji (jak i brak realnej kontroli nad próbą) mogłem bowiem zakrzywić w pewien sposób obraz badanej rzeczywistości, nie docierając do wszystkich istotnych danych i respondentów. Podobny zarzut można poczynić do ochotniczo-celowego doboru próby do wywiadów pogłębianych. Badałem jednak społeczność bazującą na Internecie, a ten sposób werbowania badanych wydawał mi się najbardziej efektywny. Przeprowadziłem wywiady z udziałem jedynie 14 respondentów, ale dzięki ich rozległej wiedzy o geocachingu (były to w większości osoby doświadczone i dwóch ekspertów) ich relacje złożyły się na zróżnicowany obraz badanego środowiska. Muszę zaznaczyć jednak, że nie wszystkie z owych 14 wywiadów przebiegły w całości po mojej myśli. Na przykład jeden z nich odbywał się w grupie osób, które stały się uczestnikami rozmowy, zakłócając jej naturalny przebieg. Wywiad ten przypominał raczej grupę fokusową, co miało również bardzo dobre skutki w postaci synergii, która pojawia się w trakcie takich wywiadów grupowych.

Podczas badań towarzyszyły mi także pewne rozterki etyczne. Pojawiały się one głównie przy okazji półjawnej obserwacji na eventach, kiedy ujawniałem swoją tożsamość badacza jedynie wybranym osobom, z którymi bezpośrednio rozmawiałem. Zdecydowała o tym obawa, czy rozgłoszenie tej tożsamości wszem i wobec nie zakrzywi normalnego przebiegu spotkań. Z drugiej strony, badania nie dotyczyły tematów wrażliwych ani środowiska szczególnie zamkniętego dla obserwatorów (zwykle na wydarzenia organizowane przez geocacherów może przyjść każdy).

Na koniec zaznaczę tylko, że choć opisany w tym rozdziale proces może wydawać się ściśle zaplanowany, w rzeczywistości wiele działań i pomysłów pojawiało się w nim spontanicznie (jak np. „wywiady eksperckie”). Wierzę, że zastosowana triangulacja metodologiczna pozwoliła mi jednak uniknąć rażących błędów merytorycznych, co najlepiej zweryfikują zapewne sami badani. W następnej części pracy opisuję wyniki badań własnych, zaczynając od krótkiej historii geocachingu na terenie Polski.

ROZDZIAŁ IV

W sieci skrytek. Analiza wyników badań geocacherów

Geocaching w Polsce – statystycznie rzecz biorąc...

Historia geocachingu w Polsce rozpoczęła się niedługo po narodzinach tej dyscypliny w Stanach Zjednoczonych Ameryki. Gra, a wówczas dosyć prosta zabawa, w wyniku globalizacyjnych procesów została „przyniesiona” do Polski przez użytkownika o pseudonimie *RedManZulu*, który 1 listopada 2001 roku założył wirtualną skrytkę⁸³ o nazwie *Ndebele 1*, w okolicy Muzeum Historii Żydów Polskich w Warszawie (GC26A9⁸⁴). Pierwsze znalezienie owej kesza nastąpiło dopiero w kwietniu 2002 roku. Dokonał go użytkownik *mrudy*, pochodzący – podobnie jak założyciel – zza polskiej granicy. Przez pierwsze lata swojego istnienia geocaching pozostawał hobby w pewnym sensie ekskluzywnym. Zajmować się nim mogli bowiem głównie posiadacze komputerów z dostępem do Internetu oraz urządzeń z modułem GPS, umożliwiających namierzanie keszy w terenie. Miało to znaczenie również na terenie Polski, gdzie w tym czasie penetracja Internetu wśród gospodarstw domowych wynosiła kilkanaście procent.

⁸³ Kesze wirtualne to skrytki nieistniejące fizycznie w przestrzeni, a jedynie jako oznaczenia na mapie. Obecnie możliwość założenia takiego kesza przyznawana jest okazjonalnie w drodze losowań tym keszerom, którzy się do nich zgłosili i spełnili jednocześnie określone wymagania.

⁸⁴ Tego typu oznaczenia zamieszczam jako numery keszy i wydarzeń, o których piszę w tekście. Są to oficjalne identyfikatory, które pozwalają wyszukać kesz lub wydarzenie na mapie w serwisie www.geocaching.com.

W czasie, gdy założony przez firmę Groundspeak serwis www.geocaching.com powoli stawał się główną platformą komunikacji dla geocacherów na całym świecie, w 2006 roku, za sprawą geocachera o nicku *spzong*, narodziła się alternatywa dla amerykańskiego giganta – działający jedynie na terenie Polski serwis www.opencaching.pl. System ów przez lata pozostawał wiodącym, jeśli chodzi o liczbę założonych w nim skrytek w Polsce. Funkcjonuje on zresztą do dziś i w przeciwieństwie do www.geocaching.com nadal jest projektem całkowicie niekomercyjnym⁸⁵. Jeden z badanych wspomina, że w czasach dominacji opencachingu trzeba było „zaopatrzyć się w saperkę, bo kesze były zakopywane w ziemi” (M3)⁸⁶. W październiku 2009 roku na lokalnej scenie geocachingowej pojawił się jednak kolejny polskojęzyczny portal. Był on także stworzony z prywatnej inicjatywy, przez użytkowników o nickach *Spider* i *toczygroszek*, ale tym razem w pełnym porozumieniu z firmą Groundspeak. Serwis www.geocaching.pl został bowiem opracowany jako polskojęzyczna nakładka na ogólnosiwiatową bazę keszy i graczy w serwisie www.geocaching.com. W niedługim czasie stał się także bogatym źródłem wiedzy na temat geocachingu, z którego czerpać może lokalna społeczność (umożliwia on między innymi dostęp do konkretnych statystyk z terenu Polski). W podobnym okresie uruchomiono również polskojęzyczny dział na oficjalnym forum Groundspeak. W kolejnych latach strona www.geocaching.pl otrzymywała nowe wersje, a w 2017 roku została dostosowana do wyświetlania na urządzeniach mobilnych. Ostatecznie to właśnie platforma geocacherska firmy Groundspeak, z której danych korzysta [geocaching.pl](http://www.geocaching.pl), stała się narzędziem pierwszego wyboru

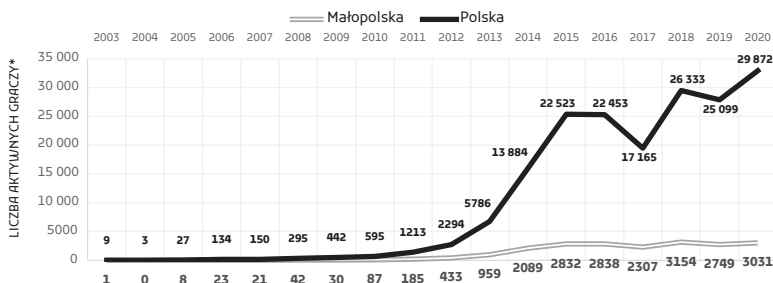
⁸⁵ Opencaching różni się także od geocachingu mniej restrykcyjnymi zasadami w zakresie zakładania keszy. Według statystyk obecnie posiada on 45 tysięcy aktywnych użytkowników: <https://opencaching.pl/> (dostęp: 09.09.2021). O kwestii komercjalizacji geocachingu oraz strony www.geocaching.com piszę w dalszej części książki.

⁸⁶ Według zasad geocachingu keszy nie można już zakopywać w ziemi, aby nie naruszać środowiska naturalnego (kiedyś było to dozwolone, podobnie jak w [opencaching.pl](http://www.opencaching.pl)).

dla wielu graczy z Polski i to na jej użytkownikach skupiam się w książce.

Przyjrzymy się teraz statystykom, które pozwolą w pewnym stopniu zobrazować skalę geocachingu na terenie Polski. Od opisanego we wprowadzeniu pierwszego znalezienia skrytki minęło do dziś 19 lat. Przez ten czas liczba graczy rosła stopniowo z roku na rok. Według informacji dostępnych na stronie www.geocaching.pl do marca 2021 roku w serwisie www.geocaching.com zarejestrowało się 216 834 użytkowników pochodzących z Polski. Liczba ta nie jest jednak w żadnym razie miarodajna, jeśli chodzi o realną populację aktywnych graczy. W rzeczywistości, jak podaje serwis statystyczny www.project-gc.com, tych użytkowników, którzy w ciągu 2020 roku zadeklarowali przynajmniej jedno znalezienie skrytki, było w Polsce 29 872⁸⁷, a co najmniej 10 skrytek w ciągu roku odnalazło 7752 graczy (w 2019 roku 7176). W tym samym roku geocacherów, którzy w trakcie całej swojej „kariery” znaleźli 50 lub więcej skrytek, było już natomiast 10 076, czyli 34%. Informacją o liczebności populacji geocacherów w Polsce może być również liczba lubiących stronę Geocaching Polska na Facebooku. W maju 2019 roku grupa ta liczyła 14 597 „lubiących”, a w marcu 2021 roku było to już 15 780. Ze statystyk dotyczących Małopolski wynika z kolei, że w skład tamtejszej społeczności keszerów w 2020 roku wchodziło 3031 osób, które zadeklarowały odnalezienie przynajmniej jednego kesza, a 858 odnalazło co najmniej 10 skrytek (w 2019 roku 810). Małopolska społeczność, podobnie jak ogólnopolska, posiada również osobną stronę w serwisie Facebook, którą w maju 2019 roku „lubiło” 985 użytkowników portalu, a w marcu 2021 roku 1070 osób.

⁸⁷ Należy zaznaczyć, że statystyki pochodzące z serwisu www.project-gc.com ograniczone są między innymi prawdomównością graczy (niektórzy z nich mogą np. zadeklarować odnalezienie skrytki w danym roku – wstecz – choć owo odnalezienie nie miało realnie miejsca).



* Liczba aktywnych graczy, którzy zadeklarowali znalezienie co najmniej jednej skrytki w danym roku⁸⁸

Wykres 2. Liczba aktywnych geocacherów z Polski i z Małopolski w latach 2003–2020⁸⁹

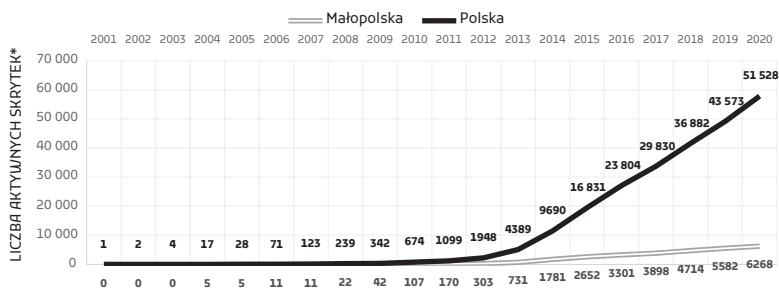
Źródło danych: www.project-gc.com (na dzień 09.03.2021), oprac. własne.

Wraz z rosnącą liczbą aktywnych graczy proporcjonalnie zwiększała się również liczba keszy ukrytych na terenie Polski. Jak podaje serwis www.geocaching.pl, w ciągu kolejnych lat od pojawienia się pierwszej skrytki w 2001 roku liczba keszy na terenie naszego kraju rosła jednak w stosunkowo wolnym tempie, aż w 2009 roku przekroczyła granicę tysiąca. Od tego czasu przyrost stał się bardziej gwałtowny. W 2019 roku liczba aktywnych skrytek przekroczyła już granicę 45 tysięcy, a w marcu 2021 roku wynosiła

⁸⁸ Liczba aktywnych użytkowników została opracowana poprzez zsumowanie liczby użytkowników z poszczególnych województw Polski na postawie statystyk: www.project-gc.com (dostęp po zalogowaniu na konto w serwisie www.geocaching.com), zakładki: <https://project-gc.com/Statistics/TopCachesYear>, <https://project-gc.com/Statistics/Top> oraz <https://project-gc.com/Statistics/CachesPerArea> (dostęp: 09.03.2021). Na stronach tych możemy przeczytać, że „wielu użytkowników nie loguje swoich znalezień przez kilka tygodni, a aktualizacje danych mogą być opóźnione”. Z tego względu statystyki mogą wahać się z dnia na dzień.

⁸⁹ Zastanawiający jest duży spadek liczby aktywnych graczy w 2017 roku. Możliwe, że ma on związek z wycofaniem właśnie wtedy z obiegu klasycznej aplikacji mobilnej do geocachingu: <https://www.geocaching.com/blog/2017/02/the-geocaching-classic-app-is-retiring> (dostęp: 09.03.2021).

ponad 51 tysięcy⁹⁰. Powodów takiego wzrostu można upatrywać w zwiększającej się w ciągu pierwszej dekady dostępności Internetu na terenie Polski⁹¹, a w ciągu kolejnej – w coraz większej liczbie tanich urządzeń wyposażonych w moduł GPS, przede wszystkim smartfonów. Dzięki nim każda osoba potencjalnie zainteresowana geocachingiem może dziś włączyć się do zabawy, po prostu pobierając specjalną aplikację mobilną na telefon. Jak sytuacja prezentowała się natomiast w Małopolsce, której w dużej mierze dotyczy niniejsza praca? Pod koniec 2020 roku liczba skrytek w tym województwie wzrosła do 6268, co stanowiło 12,1% wszystkich geocachy w kraju. W 2020 roku województwo małopolskie było pod tym względem drugim w kolejności po dolnośląskim i pierwszym, jeśli chodzi o zagęszczenie skrytek na 100 km².



* Liczba aktywnych skrytek (włącznie z czasowo wyłączonymi), bez uwzględnienia skrytek zarchiwizowanych

Wykres 3. Liczba aktywnych skrytek w Polsce w latach 2001–2020

Źródło danych: www.project-gc.com (na dzień 09.03.2021), oprac. własne.

⁹⁰ Informacja o przekroczeniu 1000 keszy w 2009 roku pochodzi z zakładki „O projekcie” na stronie www.geocaching.pl. Ze względu na to, że skrytki opublikowane w danym roku mogły zostać już zarchiwizowane, obecne statystyki nie oddają dokładnej liczby skrytek. Przytoczone statystyki pokazują jednak pewną dynamikę. Łączna liczba wszystkich skrytek włącznie ze zarchiwizowanymi wyniosła 84 930 (stan na dzień 09.03.2021).

⁹¹ Według statystyk publikowanych przez CBOS między rokiem 2006 a 2018 procent dorosłych osób w Polsce przynajmniej raz w tygodniu korzystających z Internetu podwoił się (wzrósł z 31% do 66%): https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2018/K_o62_18.PDF (dostęp: 09.03.2021).

Nie sposób nie odnieść się w tym miejscu do kontekstu pandemii COVID-19. Ujmując sprawę statystycznie, obostrzenia sanitarne, jak się wydaje, nie powstrzymały geocacherów z Polski przed „poszukiwaniem skarbów”. Według danych serwisu www.project-gc.com liczba aktywnych graczy między rokiem 2019 a końcem pandemicznego roku 2020 nie zmalała bowiem, a wzrosła o 4773 (wzrost obserwowany był także w globalnej populacji geocacherów) – do 29 872 osób. Warto zauważyć, że w latach 2019–2020 zwiększyła się również liczba aktywnych skrytek na terenie Polski, mimo że przez pewien czas możliwość ich publikacji była zawieszona. Obostrzenia sanitarne w trakcie 2020 roku utrudniały także podróżowanie po kraju, jak i za granicę. Polscy recenzenci (osoby dopuszczające publikację informacji o skrytkach na stronie internetowej geocaching.com) zawieszali też czasowo możliwość organizacji oddolnych wydarzeń dla geocacherów. Na 2022 rok przeniesiono czwartą edycję największej w Polsce geocacherskiej imprezy, Geocaching Party 2020/22 (GC8CBH8) Jak pisałem już wcześniej, przy okazji omówienia geocachingu w rozdziale drugim, można założyć, że mimo wszystko geocaching okazał się w pewnym stopniu odporny na obostrzenia, ze względu na swój również lokalny charakter oraz – mimo rozgrywania się w fizycznej przestrzeni – możliwość grania razem z innymi, ale w praktyce osobno, bez fizycznej bliskości. W trakcie pandemii na grupach facebookowych dla geocacherów z rzadka pojawiały się także dyskusje oceniające rozporządzenia państwowe o zakazie przemieszczania się, a toczyły się one właściwie w całym społeczeństwie. Ze względu na to, że kluczowe badania terenowe do niniejszej pracy realizowałem jednak w drugim kwartale 2019 roku, nie zgłębiam dalej tego pandemicznego wątku.

Tab. 2. Liczba graczy z Polski i z Małopolski oraz liczba skrytek w Polsce w latach 2018–2020

	2018		2019		2020	
	Cała Polska	Małopolska	Cała Polska	Małopolska	Cała Polska	Małopolska
Liczba graczy, którzy w danym roku odnotowali znalezienie co najmniej 1 skrytki	26 333	3154	25 099	2749	29 872	3 031
		12% z całości		11% z całości		10,1% z całości
Liczba graczy, którzy w danym roku odnotowali znalezienie co najmniej 10 skrytek	7203	886	7176	810	7752	858
		12,3% z całości		11,2% z całości		11% z całości
Liczba graczy, którzy do danego roku odnaleźli co najmniej 50 skrytek	7724	1172	8869	1287	10 076	1410
		15,2% z całości		14,5% z całości		14% z całości
Liczba aktywnych skrytek w danym roku (bez skrytek zarchiwizowanych)	36 882	4714	43 573	5582	51 528	6268
		12,8% z całości		12,8% z całości		12,1% z całości

Źródło danych: www.project-gc.com (na dzień 09.03.2021), oprac. własne.

Źródła wiedzy o geocachingu

Warto zastanowić się nad tym, jak ten „przyniesiony z zagranicy” geocaching rozprzestrzenił się i zakorzenił na terenie Polski. W tym miejscu chciałbym zwrócić szczególną uwagę już nie tyle na kwestię dostępności technologii umożliwiającej ten rozwój, ile na źródła informacji, z których aktualni gracze zaczerpnęli wiedzę na temat geocachingu, zarówno z oficjalnych, jak i mniej oficjalnych źródeł. Jak się okazuje, wieść o geocachingu niesie się przede wszystkim tak zwaną pocztą pantoflową, to znaczy z ust

do ust. Z przeprowadzonej w ramach badań ankiety wynika, że aż 57,9% badanych keszerów dowiedziało się o geocachingu od znajomych, przyjaciół lub rodziny⁹². W wywiadach badani opowiadali również o tym, w jaki sposób „zarażali” lub zostali „zarażeni” geocachingiem przez swoich znajomych, rodzeństwo czy przyszłych współmałżonków. Jeden z respondentów, z dziesięcioletnim stażem, opowiadał, że w grę wciągnęła go koleżanka – „zajawiona tego typem zabaw. Zabrała mnie ze sobą na kieszowanie po Krakowie. Jedna ze skrytek, w starym domu, bardzo mi się spodobała. Potem zacząłem keszować sam” (M5). Inna respondentka wspominała, że w geocaching wciągnął ją „ówczesny chłopak, a obecny mąż” (K5). Mojego najmłodszego respondenta do zabawy zachęcił natomiast „znajomy z harcerstwa”. „Zdobyłem pięć keszy, miałem przerwę trzy miesiące i jak zrobiło się ciepło, to wróciłem z powrotem do kieszowania” – mówił (M1). O znajomych jako źródle informacji na temat geocachingu wspominał też inny respondent: „wiedzieli, że lubię podróżować i często to robię, więc chcieli mi pokazać tę grę” (M4).

Dopiero drugim ze źródeł, z których badani zaczerpnęli wiedzę o geocachingu, okazał się Internet (22,6%). Przykładowo jedna z par respondentów (K3 i M2) dowiedziało się o grze poprzez serwis społecznościowy Wykop, znajdując w nim informację o odznace Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego⁹³. W sam geocaching wciągnęli się nieco później po tym wydarzeniu, odnajdując kesz w trakcie górskiej wędrowki przez Dolinę Kościeliską. Inna keszerka, studentka finansów z Krakowa, przeczytała o geocachingu na blogu podróżniczym. Jak mówiła – „sprawdziłam, o co chodzi, i polecałam po pierwszego kesza, który był akurat w mojej

⁹² Podobnie wyniki te prezentowały się w przypadku innych badań, przeprowadzonych przez Mariusza Samołyka: rodzina i znajomi – 65%, Internet – 25%, radio, telewizja, prasa – 8% (2017: 1091).

⁹³ PTTK współpracuje z geocachingowymi stowarzyszeniami oraz aktywnie promuje geocaching na terenie Polski. Keszerom z odpowiednią liczbą znalezień na terenie kraju przyznawana jest odznaka PTTK: <https://www.geocaching.pl/pttk.php> (dostęp: 09.03.2021).

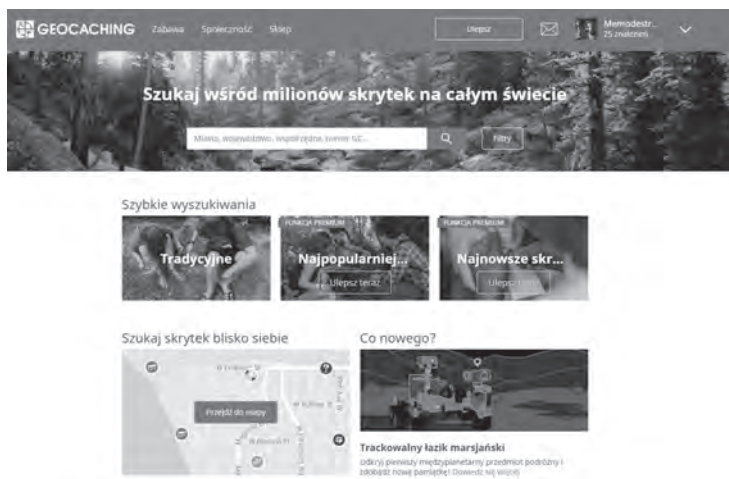
miejsowości, na wsi. No i mi się spodobało. Po wakacjach wróciłam na studia do Krakowa i wkręciłam się na dobre” (K2). Zdarzało się też, że badani przypadkowo natykali się na opis danej skrytki w Internecie, po odwiedzeniu jakiegoś miejsca i powodowani chęcią dowiedzenia się o nim czegoś więcej w sieci. Inny respondent (M2) również natknął się na geocaching w Internecie, kiedy szukał informacji o podobnej dyscyplinie – *urbex*. Założył konto, ale do praktykowania wrócił dwa lata później, na studiach, kiedy to do kieszowania zachęcił znajomego. Jeden z pierwszych znalezionych przez niego keszy to położona na terenie kampusu AGH w Krakowie „Lokomotywa” (GC5PQBB). Później kieszowanie stało się dla niego okazją do spędzania czasu razem z dziewczyną, która również wciągnęła się w zabawę. Pokazuje to, w jaki sposób Internet bywa wykorzystywany przez współczesne społeczności do rozszerzania sieci (por. Castells 2013: 167).

Tylko sześcioro respondentów badania ankietowego (3,8%) poznało geocaching przez przypadkowe znalezienie kesza w terenie⁹⁴. Stosunkowo rzadko źródłem informacji o nim były także radio, prasa lub telewizja (dla 5,7% respondentów). Innymi źródłami (8,2%) okazywały się między innymi biuletyny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, lokalne wydarzenia i festyny, na których geocaching odgrywał rolę atrakcji („z ogłoszenia na płócie”, „ulotka w centrum kultury”). Dwoje badanych dowiedziało się o geocachingu z placówek oświatowych (szkoły podstawowej oraz studiów geograficznych). Źródłem przypadkowych odkryć

⁹⁴ Na wypadek sytuacji, w której skrytkę znajduje osoba nieznaną gry oraz jej zasad, w keszach zamieszcza się czasem specjalną notkę z informacją brzmiącą mniej więcej tak: „Gratulacje! Właśnie znalazłeś skrytkę – celowo lub nie. Geocaching to gra przygodowa, w której gracze (geocacherzy) wykorzystują aplikację Geocaching lub GPS, aby znaleźć ukryte pojemniki na całym świecie. [...] Dołącz do Zabawy. Odwiedź stronę geocaching.com albo pobierz za darmo oficjalną aplikację, żeby rozpocząć zabawę!”. Gracze zabezpieczają się też przed reakcją niewtajemniczonych w grę „mugoli”, czasem przyklejając do skrytek notki informujące o tym, że nie jest niebezpieczna ani nie jest śmieciem.

były także odbiorniki GPS, wyposażane czasem w specjalną funkcję Geocache. Jeśli chodzi o wielkość miejsca zamieszkania, zaobserwowałem pewną korelację między zmiennymi – taką, że keszerzy z miejscowości większych niż 100 tys. mieszkańców częściej usłyszeli o geocachingu od znajomych, a ci z mniejszych miejscowości częściej dowiadywali się o nim z Internetu. Istotność statystyczna była jednak słaba ($\phi > 0,3 < 0,5$), a i tak informacje od znajomych pozostawały najważniejszym źródłem dla ogółu.

Kiedy potencjalny kandydat/kandydatka na geocachera dowie się już o istnieniu tego rodzaju hobby, prędzej czy później natrafi na oficjalną stronę internetową www.geocaching.com lub polski serwis www.geocaching.pl. Rejestracja w serwisie wymaga jedynie podania e-maila, nazwy użytkownika, hasła i akceptacji regulaminu. Po zalogowaniu się na swoje konto w serwisie www.geocaching.com w oczy od razu rzucają się trzy, widoczne na zielonym menu głównym zakładki: Zabawa, Społeczność oraz Sklep. Świeżo upieczony geocacher może przejść do pierwszej z nich – zabawy.



Il. 2. Strona główna www.geocaching.com po zalogowaniu na konto

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

Zabawa – serce społecznego świata w usieciowionej przestrzeni

Poszukiwanie skrytki, czyli działania podstawowe i narzędzia geocachingu

Jako zabawa terenowa geocaching opiera się w dużej mierze na społecznościowym collaborative mappingu (por. Brzozowska 2017: 172), czyli zbiorowym zapełnianiu cyfrowej mapy informacjami o przestrzeni fizycznej. W geocachingu są to informacje o materialnych skrytkach, czyli geocachach, które ukrywają i znajdują gracze na całym świecie. W niniejszym podrozdziale postaram się opisać po kolei najważniejsze technologie oraz działania podstawowe, jakie podejmuje geocacher w trakcie swojej codziennej drogi: od wyboru skrytki, której będzie poszukiwał, przez dotarcie do niej i zalogowanie znalezienia, aż po zakładanie własnych keszy.

Pierwszą decyzją, jaką podejmuje keszer na początku swojej przygody z poszukiwaniem „skarbów”, jest wybór skrytki, którą ma zamiar odnaleźć. Wyboru może dokonać zarówno na stronie internetowej www.geocaching.com z poziomu komputera domowego, jak i w terenie – dzięki aplikacji mobilnej na smartfonie (lub współrzędnych zapisanych w odbiorniku GPS). Najpopularniejsza wśród moich respondentów okazała się aplikacja mobilna C:geo dostępna na mobilnym systemie operacyjnym Android (66,9%). Pozwala ona cieszyć się geocachingiem w całości za darmo. Druga pod względem popularności – oficjalna aplikacja Geocaching (25%) – nakłada na gracza ograniczenia, jeśli ten nie wykupi okresowego konta Premium w serwisie www.geocaching.com⁹⁵. Niewielka liczba keszerów korzysta z aplikacji Cachly (3,8%), dostępnej na mobilnym systemie operacyjnym iOS oraz Locus (2,5%). Dzięki tym aplikacjom, jak i stronie internetowej geocacher może wyszukiwać skrytki na podstawie ich nazwy, konkretnych cech, a także za pomocą specjalnego kodu GC lub po najbliższej okolicy i lokalizacji

⁹⁵ Wątek płatnych funkcji aplikacji Geocaching rozwijam w podrozdziale *Sklep – profesjonalizacja i lokalne pączkowanie*.

(współrzędnych). Jest to możliwe również z poziomu aktualizowanej na bieżąco mapy, która bazuje między innymi na darmowych OpenStreetMap.



Il. 3. Zrzut ekranu mapy ze skrytkami na terenie Krakowa i okolic

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021)⁹⁶.

Co naturalne, wybór skrytki jest zależny przede wszystkim od miejsca, w którym znajduje się w danym momencie keszer (np. miasta, w którym mieszka) lub w które planuje się wybrać w niedalekiej przyszłości. Moi respondenci, wiedząc z góry, że pojawią się w danym miejscu, sprawdzali, czy w jego pobliżu nie znajdują się jakieś w miarę łatwe do zdobycia kesze, by potem „mieć taki plan w głowie” (K2), aby je odnaleźć. Zbierali także kesze dostępne w ich najbliższym otoczeniu, zarówno na terenach miejskich, jak i wiejskich (73,8%). Nieco ponad 16% wybierało natomiast wyłącznie miasta, a co dziesiąty głównie tereny wiejskie (9,4%). Przy czym, jak mówił jeden z respondentów, wiele zależy tu właśnie od charakteru miejsca, bo na „kesze miejskie można wyjść z marszu, a na te poza terenem miasta trzeba się trochę

⁹⁶ Dostęp do widocznej na mapie lokalizacji można uzyskać po zalogowaniu się do serwisu www.geocaching.com, pod adresem: <http://coord.info/map?ll=50.05207,19.88457&z=11> (dostęp: 09.03.2021).

przygotować” (M2). Wybór konkretnej skrytki nie zależy jednak tylko od lokalizacji, w jakiej się znajduje. Strona każdej ze skrytek dostępnych w serwisie www.geocaching.com, nazywana listingiem, oprócz nazwy skrytki i informacji o współrzędnych geograficznych zawiera bowiem informacje na temat typu kesza, trudności zadania, trudności terenu i rozmiaru pojemnika (mikro, mały, normalny, duży)⁹⁷. „Poziom trudności” (Difficulty) oraz „Poziom terenu” (Terrain) wskazują kolejno na to, jak dużo czasu i wiedzy trzeba będzie zainwestować w dotarcie do skrytki (np. rozwiązanie zagadki prowadzącej do współrzędnych), a także jak dużego wysiłku fizycznego w pokonywaniu trudności terenowych będzie to wymagało (np. wejścia na drzewo). Każda z tych właściwości wyrażona jest na dziesięciostopniowej skali (1 lub np. 1,5 gwiazdki na pięć gwiazdek – skala co pół gwiazdki)⁹⁸. Kesze opisane są także dodatkowymi, graficznymi atrybutami, które mogą wskazywać na ich konkretne właściwości i pomóc w ich znalezieniu⁹⁹. Atrybuty dzielą się na sześć kategorii, nie ma jednak sensu, abym opisywał je tu wszystkie szczegółowo, dlatego posłużę się przykładami. I tak atrybut z kategorii Wyposażenie, nazwany „wymagany sprzęt wspinaczkowy”, wskaże geocacherowi na potrzebę zaopatrzenia się w zaawansowany „sprzęt” do wspinaczki, a „UV” na zabranie w teren latarki ze światłem ultrafioletowym, która przydaje się w rozwiązywaniu niektórych zagadek terenowych. Atrybut „rowery” z kategorii Zezwolenia zarekomenduje wybranie się w trasę na rowerze, a z kolei atrybut „dostępny zimą” z kategorii Warunki poinformuje keszera, że

⁹⁷ W Polsce najpopularniejszymi wielkościami skrytek, według danych serwisu www.geocaching.pl, są rozmiary mikro (57,91%), mały (32,47%) oraz normalny (6,28%) (stan na dzień 09.03.2021).

⁹⁸ Szczegółowy opis trudności i terenu oraz wielkości skrytek znaleźć można na stronie <https://www.geocaching.com/help/index.php?pg=kb.chapter&id=97&pgid=82> (dostęp: 09.03.2021).

⁹⁹ Lista wszystkich atrybutów dostępna jest na stronie internetowej <https://www.geocaching.com/about/icons.aspx> (dostęp: 09.03.2021).

skrytkę bez problemu odnajdziemy nawet w grudniu¹⁰⁰. „Kleszcze” czy „kolce”, czyli atrybuty z kategorii Zagrożenia, ostrzegają natomiast przed tytułowymi nieprzyjemnościami. Atrybuty z kategorii Udogodnienia powiadomią z kolei o tym, że przy skrytce znajduje się np. „parking” czy „dostęp dla wózków inwalidzkich”. Ostatni rodzaj kategorii to atrybuty Wyjątkowe, przyznawane np. oficjalnym skrytkom utworzonym przez firmę Groundspeak (właściciela serwisu www.geocaching.com).

The image shows a screenshot of a Geocaching listing for 'Wawel' (GC2CZCX). The listing includes the title 'Wawel', coordinates (N 50° 03.237 E 019° 56.216), difficulty (3 stars), terrain (3 stars), and 274 favorites. It features a map, a description in Polish and English, and a list of 'Wonders of the World' such as Petra and Mount Everest. The listing is for a cache hidden near a castle on Wawel Hill in Krakow.

II. 4. Listing skrytki Wawel, jednej z najpopularniejszych pod względem liczby znalezień w Polsce, założonej przez użytkownika toczygroszek (GC2CZCX)

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

¹⁰⁰ Skrytki mogą znajdować się na przykład na trasach szlaków dostępnych tylko w danych porach roku.

Bardzo ważny w wyborze konkretnej skrytki pozostaje także wchodzący w skład listingu opis kesza. Zwykle jest on złożony z samego tekstu, ewentualnie uzupełniony grafikami i zdjęciami, które nie zdradzają jednak dokładnie lokalizacji skrytki. Opis zawiera z reguły interesujące informacje dotyczące miejsca, w którym znajduje się kesz (np. wzgórze wawelskiego: GC2CZCX), lub tematyki, z którą jest związany (np. serii gier wideo *Tomb Raider*: GC5KPN5). Wszystkie wymienione właściwości skrytki i jej opis, na podstawie sugerowanych przez Groundspeak wytycznych, określa sam jej założyciel. Na dole każdego listingu znajdziemy zwykle mapkę z przybliżoną lokalizacją skrytki oraz linki do serwisów z mapami internetowymi. Na samym dole strony mieszczą się natomiast logi, czyli wpisy użytkowników na temat skrytki. To właśnie w tym miejscu keszerzy rejestrują swoje odkrycie i relację z odnalezienia kesza lub odnotowują problemy związane z jego odnalezieniem. Na stronie z opisem skrytki mogą znajdować się również waypointy, czyli miejsca i punkty orientacyjne, na które warto zwrócić uwagę przy okazji zdobywania konkretnego kesza (np. parkingi, początek szlaku).

Co istotne, geocachingowe skrytki dzielą się na szesnaście typów, ale realnie w terenie znaleźć można najczęściej około pięciu z nich (osobną sprawą są skrytki typu wydarzenia, o których piszę więcej w podrozdziale *Społeczność – tożsamość geocacherów*). Każdy z rodzajów skrytek ma swoje własne oznaczenie na mapie¹⁰¹. Keszerzy mogą filtrować ją również pod tym kątem. Zaawansowane filtry oraz skrytki typu Premium dostępne są jednak wyłącznie dla użytkowników, którzy korzystają z płatnego konta w serwisie www.geocaching.com, lecz jak zauważyła jedna z respondentek: „W Polsce na szczęście skrytek Premium ogólnie nie ma za wiele, chociaż są miasta, jak Gdańsk, gdzie pojawia się ich sporo” (K1).

¹⁰¹ Rodzaje i oznaczenia skrytek są dostępne pod adresem: https://www.geocaching.com/about/cache_types.aspx (dostęp: 09.03.2021).

Skrytki tradycyjne, czyli najprostszy i najpopularniejszy typ kesza w Polsce i na całym świecie¹⁰², złożone są zwykle z pojemnika i włożonego do środka logbooka. Drugim co do popularności rodzajem kesza są skrytki zagadkowe (12,97%). W ich listingu, czyli opisie na stronie internetowej www.geocaching.com, nie podaje się gotowych współrzędnych GPS. By je odkryć, konieczne jest rozwiązanie zagadki (zawartej właśnie w opisie). Czasem jest to pytanie typu „ile planet znajduje się wokół pomnika Mikołaja Kopernika w Toruniu?”. Kiedy indziej trzeba rozwiązać skomplikowane chemiczne równanie. Odpowiedzi pozwalają zwykle na podłożenie odpowiednich cyfr do brakujących współrzędnych GPS¹⁰³. Jedna z badanych (K5) poleciła mi w tym względzie trudną serię zagadek „Mózgownica” (GC6HME7), założoną przez parę graczy popularnych w środowisku keszerów (w tym rekordzistę pod względem listy znalezień w Polsce). Zagadki, podobnie jak same kesze, mogą być przy tym bardzo różnorodne i wymagające np. obejrzenia starych polskich filmów czy rozwiązywania łamiągówek matematycznych albo zwykłych krzyżówek. By keszer miał pewność, że rozwiązał zagadkę i uzyskał poprawne współrzędne GPS, założyciele skrytek zamieszczają w listingach swoich keszy odnośniki do tzw. checkerów – internetowych programów, które pozwalają zweryfikować zgodność rozwiązania zagadki z prawidłowymi współrzędnymi GPS¹⁰⁴. Czasem zagadki są tak trudne, że „na ich rozwiązanie trzeba poświęcić wiele godzin, dni, a nawet miesiące, ale satysfakcja jest, choć niektóre są po prostu zbyt

¹⁰² Według statystyk, znajdujących się na stronie www.geocaching.pl, skrytki tradycyjne to 75,13%, zagadkowe: 15,29%, multi-cache: 6,03%, Earth-cache: 1,36%, letterbox hybrydowy: 1,19%, skrytka Wherigo: 0,73%, wirtualna: 0,28%, z ponad 49 tysięcy aktywnych keszy w Polsce (dostęp: 09.03.2021).

¹⁰³ Zdarzają się pytania wymagające bardzo specjalistycznej wiedzy, np.: „Oblicz gęstość 20% roztworu chlorku baru, wiedząc, że jest to roztwór 1,135-molowy. Odpowiedź podaj w g/cm^3 , z dokładnością do czterech miejsc po przecinku”.

¹⁰⁴ Takim checkerem jest na przykład strona internetowa www.geotrack.org (dostęp: 09.03.2021).

trudne” – oceniała jedna z badanych (K1). Jeśli keszowanie odbywa się np. w parze, wówczas za rozwiązanie zagadki odpowiada albo jedna osoba, albo rozwiązanie wypracowywane jest wspólnie (w zależności od wiedzy, kompetencji i chęci). Jedna z badanych keszująca w parze stwierdziła: „zwykle zagadki rozwiązujemy w domu, a potem te rozwiązane czekają, aż pójdziemy z nimi w teren” (K3).



Fot. 2. Element skrytki zagadkowej – krzyżówka tzw. Jolka, której rozwiązanie będzie uzupełnieniem współrzędnych GPS skrytki

Źródło: zbiory własne.

Innym typem skrytek są multi-cache (w maju 2019 roku stanowiły 6,27% wszystkich skrytek w Polsce). Oryginalnie miały one polegać na stopniowym odkrywaniu kolejnych punktów na mapie, które prowadzą do kesza finałowego. Punkty pośrednie tych skrytek mogą być osobnymi pojemnikami lub miejscami, w których na poszukiwacza czeka określone zadanie pozwalające zdobyć wskazówkę na temat miejsca docelowego (np. policzenie okien

wieżowca). Jak stwierdziła jedna z respondentek w odniesieniu do zagadek czekających przy każdym etapie kesa typu multi: „Teraz, jak jest tak rozwinięty Internet, to można rozwiązywać je nawet z domu” (K2), np. zdobyć odpowiednie informacje przy wykorzystaniu Google Street View.



Fot. 3. U góry – skrytka typu letterbox z pieczętką, którą można odbić w notatniku, u dołu – keś tradycyjny

Źródło: zbiory własne.

Szczególnym rodzajem skrytek są Earth-cache (o których więcej piszę później) oraz letterboxy hybrydowe, czyli skrytki nawiązujące do XIX-wiecznego hobby – *letterboxing*. Polegało ono na odkrywaniu w przestrzeni pojemników w postaci skrzynek pocztowych wyłącznie na bazie wskazówek, a nie – jak w przypadku geocachingu – współrzędnych GPS. Znalazca hybrydowej skrytki może potwierdzić jej znalezienie, odbijając w swoim notatniku pieczętkę ukrytą wewnątrz kesza. Wyjątkowe są również skrytki Wherigo, które wykorzystują dodatkową aplikację mobilną WhereYouGo, dostępną na systemach Android oraz iOS. Zamienia ona poszukiwanie kesza w zabawę w podążanie za scenariuszem gry. Do odkrycia tego rodzaju skrytki, jak w przypadku większości pozostałych typów, konieczna jest fizyczna obecność gracza w określonych miejscach i wykonanie zadań. Wspomniana aplikacja „zalicza” keszerowi odwiedzenie określonej lokalizacji, pozwalając na przechodzenie od etapu do etapu. Osobnym typem są skrytki laboratoryjne, które podobnie jak „wycofane z obiegu” wirtualne (skrytki wirtualne) zakładać mogą wyłącznie wylosowani przez firmę Groundspeak, najaktywniejsi keszerzy. Kesze typu lab (skrytki laboratoryjne) nie zawierają logbooka, lecz dotarcie do nich pozwala odkryć zapisany w nich kod¹⁰⁵. To, jaką skrytką będzie lab, zależy już od pomysłu i kreatywności ownera, czyli założyciela skrytki. Zalogowanie w serwisie geocachingowym odnalezienia tego typu skrytki jest z kolei możliwe tylko w określonej odległości od miejsca ukrycia, np. do 300 metrów. Jak powiedział mi jeden z badanych, „jest to zabezpieczenie na wypadek, gdyby ktoś zamieścił w Internecie kod laba” (M3). Wtedy każdy użytkownik mógłby nieuczciwie zalogować skrytkę, nie będąc nawet w jej pobliżu. Dzieje się tak czasem ze zwykłymi keszami czy skrytkami typu wydarzenie, które polegają na spotkaniu się keszerów w określonym miejscu. Obowiązek wpisu do fizycznego logbooka jest w takich przypadkach

¹⁰⁵ Laby można zdobywać w osobnej, przeznaczonej do tego aplikacji mobilnej: <https://labs.geocaching.com/> (dostęp: 09.03.2021).

zabezpieczeniem przed nieuczciwym logowaniem odnalezienia skrytki w Internecie. Zdobyć wszystkich niepopularnych typów keszy, takich jak laby lub wirtualne, staje się celem niektórych członków społeczności, szczególnie że te skrytki pojawiają się jako atrakcje różnego typu keszerskich wydarzeń. Jeden z badanych powiedział: „chcę znaleźć wszystkie skrytki wirtualne, ponieważ są wyjątkowe i jest ich mało” (M3). Na tym etapie widzimy więc raczej samodzielne tworzenie i stawianie sobie wyzwań niż np. rywalizację z innymi graczami.

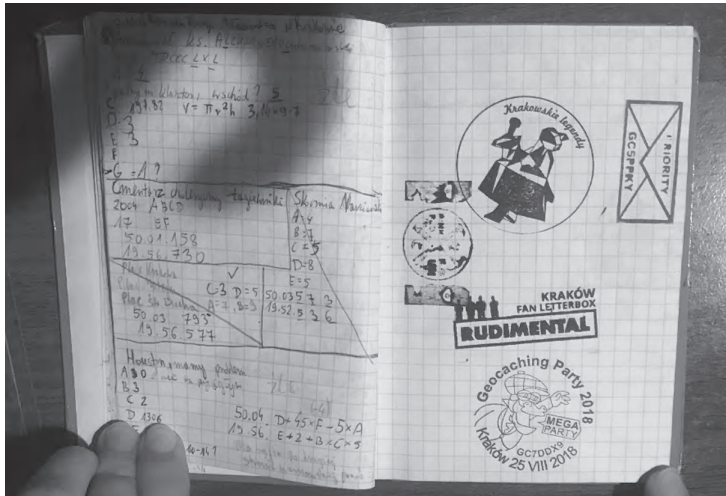
Na podstawie wszystkich opisanych informacji z listingu: przybliżonej lokalizacji, współrzędnych, trudności, terenu, atrybutów, opisu i typu kesza, poszukiwacze mogą przygotować się do „podjęcia” danej skrytki lub z tego zrezygnować. Jedna z badanych opisywała, że „na przykład jeśli kesz jest niedostępny w zimie, to zwykle wszystko jest jasne w atrybutach, a jeśli jestem nieprzygotowana, a kesz to T-piątka [piąty poziom trudności] albo wymaga osprzętowania, to nawet nie próbuję go podjąć” (K5). Dlatego zarówno serwis internetowy, jak i aplikacje mobilne pozwalają graczom na wyszukiwanie listy skrytek ze wskazanymi właściwościami.

Skoro dowiedzieliśmy się już, w jaki sposób geocacher wybiera skrytkę do odnalezienia, to pora zastanowić się, jakie rzeczy i technologie zabiera ze sobą w teren, aby skutecznie wykonać zadanie. Narzędzia wykorzystywane przez keszerów w trakcie szukania skrytek możemy podzielić na cyfrowe i materialne. Do tych pierwszych należą przede wszystkim strona internetowa www.geocaching.com oraz wymienione już wcześniej aplikacje mobilne (C:geo, Geocaching, Cachly), które umożliwiają wyszukiwanie i namierzanie keszy w przestrzeni.

Do narzędzi materialnych zaliczyć można natomiast odbiorniki sygnału GPS (*Global Positioning System*) w postaci smartfona lub bardziej specjalistycznego sprzętu, np. podręcznego urządzenia GPS. Te ostatnie przestały być jednak popularne wraz z pojawianiem się smartfonów. Obecnie posiadanie GPS-a może uchodzić za swego rodzaju dodatkowy zasób gracza, który pozwala mu

odciąć się od napływu informacji (jaki wiąże się z korzystaniem ze smartfona) oraz okazać swój stopień zaangażowania w grę. Kiedy jednak pytałem o to keszerów, badani wskazywali, że wykorzystanie aplikacji, którą ma się zawsze na smartfonie, jest po prostu wygodniejsze, szczególnie na terenie miast. Odbiorniki GPS przydają się jednak w trudniejszym terenie, gdyż baterie do niektórych z nich można kupić w każdym sklepie, a urządzenie nie potrzebuje stałego dostępu do sieci. Na smartfonie można co prawda zapisać skrytki do trybu offline¹⁰⁶, ale pewnym ograniczeniem może być konieczność dostępu do Internetu bezprzewodowego lub zapisania map z danego terytorium na urządzenie, co nie zawsze jest możliwe. Z kolei „profesjonalny odbiornik to wydatek rzędu półtora tysiąca złotych” – zauważa jeden z badanych (M3), choć w sieci można znaleźć dziś znacznie tańsze sprzęty. Inna keszerka wskazywała na to, że wykorzystanie GPS-a „zmienia trochę doznania płynące z zabawy, staje się ona bardziej konkretna” (K6). Oprócz narzędzi do nawigacji, jak podawali keszerzy, w poszukiwaniach przydają się również: notatnik (do rozwiązywania zagadek terenowych, odbijania pieczętek), pęseta (do wyciągania keszy wciśniętych w szczeliny oraz logbooków z wnętrza), gumowe rękawiczki, latarka UV (potrzebna do rozwiązywania niektórych zagadek), mapy i kompasy, woreczki strunowe, którymi zabezpiecza się logbooki, a także lusterko, którego używa się czasem do zaglądania w niedostępne miejsca i szczeliny (niekiedy jest ono zastępowane po prostu aparatem fotograficznym w telefonie). Zabierane w teren narzędzia są zwykle dostosowane do wyzwań, jakie mogą pojawić się przy zdobywaniu konkretnej skrytki (a o tym keszer może dowiedzieć się w listingu).

¹⁰⁶ W serwisie geocaching.com dostępna jest płatna funkcja PocketQuery, która pozwala keszerom między innymi zgrać na urządzenie GPS współrzędne i informacje na temat skrytek do postaci „offline”; również do aplikacji na Android oraz iOS: <https://www.geocaching.com/pocket/> (dostęp: 09.03.2021).



Fot. 4. Przykładowy notatnik z pieczętkami i rozwiązaniem zagadki

Źródło: zbiory własne.

To podstawowe zaplecze techniczne, jakim są smartfon, długopis, ołówek, notatnik czy bank energii, pozwalający na doładowanie urządzeń elektronicznych, niektórzy keszerzy i keszerki noszą przy sobie nawet z przyzwyczajenia, ponieważ „w każdej chwili może przydarzyć się fajna skrytka” (K2). Przykład taki podaje jedna z respondentek, studentka informatyki: „kiedy po siłowni chłopak proponuje, żebyśmy poszli po finał kesza zagadki, bo jest niedaleko, to wtedy mamy tylko długopis, ale idziemy” (K1)¹⁰⁷. Czasem zdarza się, że keszerzy trzymają swoje podręczne narzędzia w różnego rodzaju sakiewkach, a w dłuższe trasy zabierają też prowiant. „Zwykle noszę jakieś drewniaki na wymianę, albo trytki¹⁰⁸, bo odwiedzamy

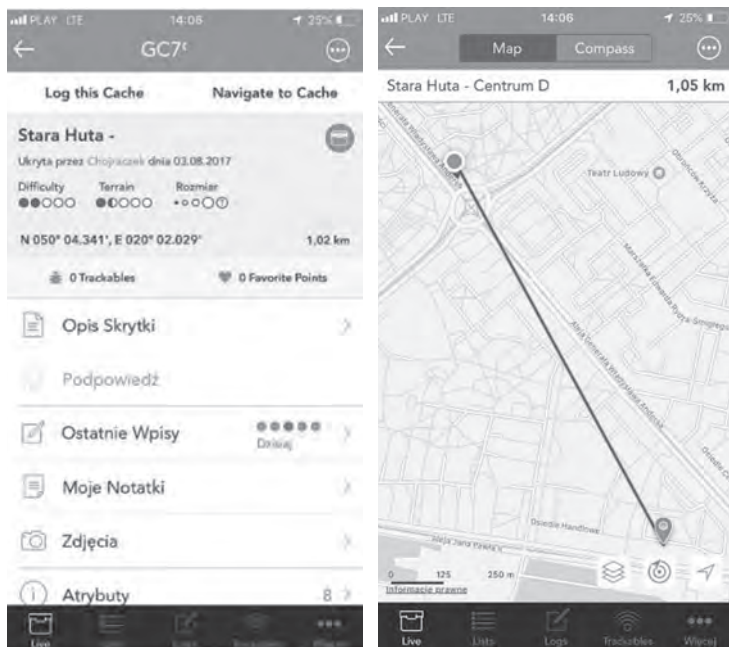
¹⁰⁷ Kwestia długopisu nie jest jednak zawsze taka oczywista. Zdarza się, że keszer musi improwizować, wpisując się do dziennika tym, co ma akurat pod ręką.

¹⁰⁸ „Drewniaki” w żargonie keszerów to drewniane krążki z wypalonym ozdobnym wzorem, a „trytki” to nylonowe opaski zaciskowe.

kesze w terenie, które są rzadko serwisowane, i jeśli trzeba, to coś naprawiamy” – relacjonuje poszukiwaczka (K5). Swego rodzaju narzędziem keszera staje się także samochód. Pozwala on przede wszystkim dotrzeć do punktu startowego, z którego gracz rusza w teren już na własnych nogach.

Niewidzialne i widzialne przeszkody

Kiedy keszer wybierze już skrytkę lub kiedy po prostu znajdzie się w jej pobliżu, musi jeszcze pokonać pewne stojące przed nim trudności w dotarciu na miejsce. Przeszkodą może być pora roku – keszerzy, z którymi rozmawiałem, raczej nie przepadali za grzebaniem za keszami w śniegu, chociaż i tak większość z przebadanych (76,9%), deklarowała, że keszuje przez cały rok. Utrudnieniem mogą być również deszcz i błoto, kolczaste krzaki, podmokły teren lub nocna, bezksiężycowa pora. „Jak jest ciemno i mokro, to się nie chce po prostu” – tłumaczy badana (K3). Wtedy poruszanie się w terenie, często nieoświetlonym, bywa trudne, nie mówiąc już o jego przeszukiwaniu. „Najlepiej jak jest lato, środek dnia” (K1). Przy czym jedna respondentka stwierdziła, że pogoda nie jest dla niej przeszkodą, bo „tak podchodzę do aktywności fizycznej: czy pada, czy nie pada, to idę z dzieckiem na spacer” (K5). Innym problemem mogą być kleszcze na terenach porośniętych wysoką trawą. Niektóre skrytki znajdują się z kolei na skalistych terenach. Wymagają w efekcie większego wysiłku i przygotowań do ich odkrycia. Przykład jeszcze innej przeszkody do pokonania to kesz zanurzony w krakowskim zalewie na Zakrzówku. W takich sytuacjach zdobycie kesza wymaga odpowiedniego osprzętowania do wspinaczki lub nurkowania (a więc sporego wkładu finansowego). W przypadku prostych keszy wyzwaniem może okazać się natomiast wysokość ich umiejscowienia, np. w dziupli drzewa. Wtedy też liczy się współpraca keszerów lub sprawność fizyczna.



Il. 5. Zrzuty ekranu z aplikacji Cachly (dotarcie do skrytki)

Źródło: Cachly, zbiory własne.

Dotarcie po współrzędnych na teren, który pozornie wydaje się bezproblemowy, nie przesądza jednak o sukcesie i znalezieniu skrytki. Odbiornik GPS pokazuje bowiem punkty na mapie z określoną dokładnością (w zależności od urządzenia – od 3 do nawet 10 metrów). Są to, obok opisanych wcześniej przeszkód środowiskowych, przeszkody, które określam mianem technologicznych. Jeden keszer w następujący sposób przedstawia sytuację zbliżania się do skrytki: „Na mapkę spoglądałam od czasu do czasu, jeśli wiem, w jaką uliczkę skręcić, a jeśli jestem w jakimś dziwnym miejscu – no, to muszę sobie spojrzeć na mapkę. Jak jestem 5 metrów od kesza, to zaczynam się rozglądać” (M1). Jedna z bardziej doświadczonych poszukiwaczek, keszująca od sześciu lat, pisze, że czasem w mieście zabiera ze sobą mapę (K6). Niekiedy „trzeba

po prostu pokręcić się chwilę wokół miejsca, [...] dotrzeć do niego od odpowiedniej strony” (M5). Ze względu na tę geolokalizacyjną niedokładność w odnalezieniu kesza na miejscu pomagają również tzw. hinty – dostępne w opisie skrytki podpowiedzi zakodowane szyfrem Cezara typu ROT13. Wskazówka, czyli hint, może okazać się kluczowa do namierzenia miejsca ukrycia kesza. Podpowiedzią pomagającą odnaleźć skrytkę mogą być także zdjęcia (fotohinty) i wpisy keszerów dostępne w opublikowanych wcześniej logach, czyli wpisach użytkowników w listingu danej skrytki¹⁰⁹.

Dodatkowe podpowiedzi (Decrypt)

[PL] cbavmrw qębtv.
[EN] orybj gur ebnq.

zasszyfrowanie klucza
A|B|C|D|E|F|G|H|I|J|K|L|M

N|O|P|Q|R|S|T|U|V|W|X|Y|Z
(litery w górnym rzędzie odpowiadają
literom w dolnym rzędzie i na odwrót)

II. 6. Zrzut ekranu hinta, czyli zaszyfrowanej podpowiedzi, która pomaga w odnalezieniu skrytki

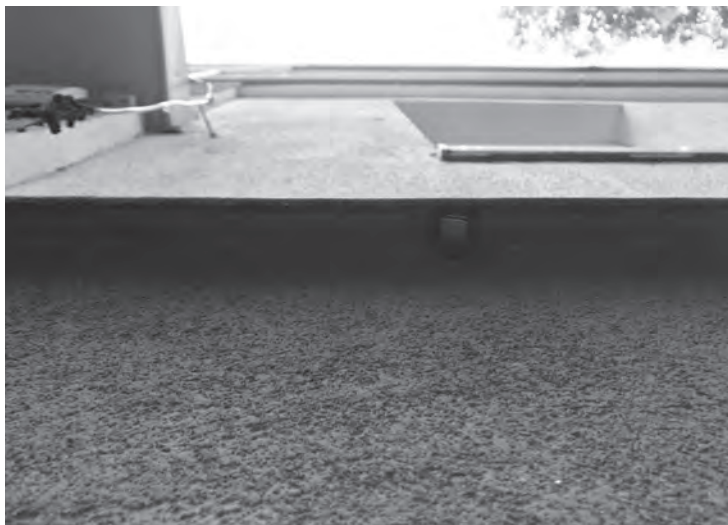
Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

¹⁰⁹ Hintami nazywa się także podpowiedzi od założycieli keszy, np. dotyczące rozwiązania zagadki pozwalającej na dostęp do skrytki.



Fot. 5. Miejsce ukrycia skrytki typu mikro

Źródło: zbiory własne.



Fot. 6. Ukrycie i maskowanie skrytki

Źródło: zbiory własne.

W trakcie wywiadów pięć osób spośród keszerów i keszerek wskazywało na to, że obecność tzw. mugoli, czyli osób niezaznajomionych z geocachingiem, przypadkowych gapiów, bywa raczej przyczyną stresu i poirytowania niż ekscytacji – „wnerwiające to jest” (K2). „Jak jestem w dużym mieście i chodzi wokół mnie masa ludzi, a ja kręcę się wkoło jednego słupka, bo chcę z niego wyjąć skrytkę, to trochę się wstydzę. Dla mnie to jest nieprzyjemne” (M1). „Krząkanie się komuś pod oknem to nic fajnego” (M4). Niektórzy badani traktują jednak „uważanie na «mugoli» jako po prostu element zdobywania każdego kesza”. „Czasem trzeba wrócić na miejsce jakiś czas później, [...] żeby nie spalić miejscówki” (K2). „Można udawać, że robisz coś przy rowerze, a w rzeczywistości podejmujesz kesze. Teraz mam nową wersję – z wózkiem dziecięcym – to jest cała zabawa” – opowiada jedna z respondentek, świeżo upieczona mama (K5). W świetle teorii światów społecznych takie zachowania można określić jako różnorodne strategie czy techniki uprawiania działań podstawowych, w tym przypadku – szukania skrytek (bo dyskrekcja dotyczy się również ich zakładania). Jeśli w pobliżu skrytki kręcą się ludzie, konieczne jest przeczekaanie aż do momentu, w którym „nikt nie będzie patrzył”. Ujawnienie położenia kesza niepożądanym osobom, czyli „z mugolenie miejsca” lub właśnie „spalenie miejscówki”, naraża skrytkę na niebezpieczeństwo jej zniszczenia albo na kradzież. Inną sprawą jest to, że jak mówią niektórzy badani, obecność niewtajemniczonych w grę osób powoduje pewne naturalne opory, np. przed „wspięciem się na wysoki mur” (M2). „Nic na siłę” – mówi z kolei inny respondent. „Zdarzyło się, że nie podjąłem kesza, bo na polu obok rozłożyła się grupa harcerzy, i udało mi się dopiero tydzień później” (M5). Bywa także, że próby zachowania dyskrekcji są przeciwnie skuteczne i jeszcze bardziej zwracają uwagę „mugoli” czy służb porządkowych¹¹⁰.

¹¹⁰ Przykładem zaniepokojenia „mugoli” może być akcja służb pirotechnicznych w Gliwicach po doniesieniu jednej z mieszkanek, iż zauważyła dziwnie zachowującą się osobę (keszera), która zawiesiła pod oknem

Geocacherzy z reguły starają się jednak doskonalić swoje techniki zakładania keszy, aby zachować dyskrecję.

Logowanie skrytek

Po pokonaniu tych wszystkich przeszkód, czyli dotarciu na miejsce ukrycia kesza i wydobyciu go np. ze szczeliny za rynną, keszer musi już tylko zajrzeć do jego wnętrza. W środku skrytki znajduje się zwykle logbook (jeśli to kesz tradycyjny) i przedmioty na wymianę (o których więcej piszę w podrozdziale *Społeczność – tożsamość geocacherów*). Keszer zobowiązany jest do wpisania do dziennika swojej nazwy użytkownika oraz daty znalezienia. Może także udokumentować znalezienie własną pieczętką, jeśli taką posiada. Jest to dowód na to, że rzeczywiście odwiedził dane miejsce, i pozostawienie po sobie śladu dla innych graczy, na zasadzie oświadczenia „byłem tutaj” (por. Wynn 2017: 215). Właściciele keszy (czyli ownerzy) mogą dzięki temu sprawdzić, czy ich znalazcy nie oszukują poprzez logowanie keszy wyłącznie w Internecie. Właściciele skrytek powinni także kontrolować wypełnienie logbooka tak, by zawsze znajdowało się w nim wolne miejsce na kolejne wpisy (mogą oni pisać w listingu logi informacyjne oraz usuwać te zamieszczone bez fizycznego wpisu). Po wpisaniu się do fizycznego dziennika gracz powinien odłożyć kesz na miejsce w takiej samej pozycji, w jakiej go odnalazł, tak by nie przyciągał wzroku niewtajemniczonych osób.

Kolejnym krokiem, który następuje zwykle w krótkim odstępie czasu od znalezienia skrytki, jest jej zalogowanie online, to znaczy wejście na listing, czyli stronę internetową z opisem danej skrytki (np. GC4Z19P), i napisanie loga – swoistej relacji z jej znalezienia. Keszer może zalogować ją od razu w aplikacji mobilnej albo w domu, na komputerze. „W przypadku pojedynczych keszy zwykle

podejrzany pojemnik: https://infogliwice.pl/ktos-podlozyl-bombe-akcja-pirotechnikow-w-gliwicach/?fbclid=IwAR3WWedUIGq_kJYC2Tg2VAC-T6vEFYEABkDdGsd9YrqHuJqjM4th1zpYSVgk (dostęp: 09.03.2021).

loguję od razu, w tramwaju, ale nie piszę jakichś długich historii, a po całodniowych wypadach loguję wszystko później, na przykład wieczorem” – opowiadała jedna z keszerek (K1). Jak stwierdzał inny gracz: „w dobrym smaku jest logować od razu, bo jest już ogólnodostępny Internet. Szczególnie w przypadku, kiedy jest to pierwsze znalezienie danego kesza, bo zdarza się, że ktoś znajdzie skrytkę jako pierwszy, nie zaloguje tego i kolejna osoba, licząc na pierwsze znalezienie, pojedzie na miejsce na darmo” (M5)¹¹¹. Czasami po znalezieniu wielu keszy jednego dnia lub na jednej trasie keszerzy korzystają z funkcji jednoczesnego logowania tym samym wpisem w wielu różnych skrytkach (zwłaszcza jeśli skrytki należą do jednej serii tematycznej na szlaku). Staje się to możliwe między innymi za sprawą zewnętrznych programów, takich jak GSAK czy Geocentral. Właściciele keszy szczególnie cenią sobie jednak osobiste relacje, skupiające się na walorach konkretnej skrytki, a nie tzw. masówki.



Fot. 7. Skrytka typu mikro

Źródło: zbiory własne.

¹¹¹ O tzw. FTF-ach, czyli pierwszych znalezieniach nowo powstałych keszy, piszę w podrozdziale *Społeczność – tożsamość geocacherów*, przy okazji opisu tematu rywalizacji oraz statystyk.



Fot. 8. Logbook ze skrytki

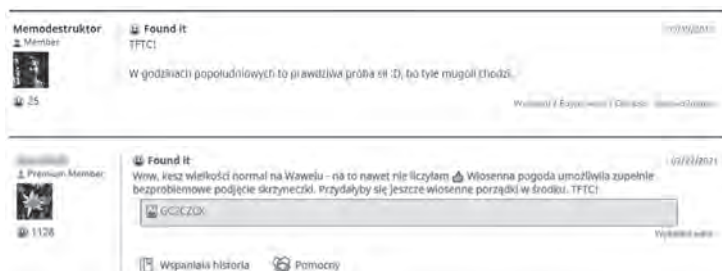
Źródło: zbiory własne.

Logi dzielą się na wiele różnych typów – od bardzo krótkich, które zawierają dosłownie parę słów oraz notkę „TFTC” (*Thank’s For The Cache*), do bardziej rozbudowanych historii, przypominających kartki z publicznego pamiętnika. Keszery piszą w nich o swoich emocjach, przebiegu poszukiwań kesa, doceniają wysiłek poświęcony założeniu skrytki, „jeśli ktoś włożył w nią dużo pracy” (K5)¹¹². Na podstawie analizy wydzieliłem pięć aspektów związanych z treścią logów:

- język: specyficzne sformułowania językowe i zapożyczenia z angielskiego (np. TFTC!),
- przestrzeń: odniesienia do miejsca ukrycia skrytki/wydarzenia i jego walorów lub ewentualnych problemów i przeszkód,
- doświadczenia: emocje i skojarzenia związane z odkryciem skrytki i samą skrytką,
- społeczność: wspomnienie aspektów społecznościowych, np. szukania skrytek w towarzystwie czy wymiany przedmiotów,
- podróż i praktyki: wątki związane z podróżą na miejsce ukrycia skrytki i praktyki z tym związane (w tym również „przezekiwanie mugoli”).

¹¹² W trakcie keszowania gracze mogą pisać notatki terenowe i zapisywać je w formie szkiców, np. na wypadek, gdyby chcieli wrócić w dane miejsce.

Sposobem na docenienie pracy autora danej skrytki, oprócz rozbudowanego loga, może być również przypisanie geocache'a do ulubionych przez znalazcę, poprzez przyznanie mu punktów *Favorite points* (FAV). Z funkcji tej mogą korzystać wyłącznie użytkownicy Premium serwisu www.geocaching.com. Jeden z badanych stwierdził, że FAV-y funkcjonują w społeczności „jako swego rodzaju waluta” (M3). Nie jest ona jednak cenna dla osób spoza kręgu zabawy. Obdarowanie się punktami odnosi się więc jedynie do środowiska geocacherów i poza nim nie ma żadnej wartości. Może być więc określone mianem „fatycznego performansu” (por. Brzozowska 2017: 118), podobnego do obdarowywania „lajkami” znajomych w serwisach społecznościowych pokroju Facebooka czy Twittera. W środowisku keszerskim takie praktyki (jak napisanie wartościowego loga czy przyznanie FAV-a) traktowane są jednak jako wyróżnienie pracy, jaką w założenie kesza włożył jego właściciel. Jak powiedział jeden z grających: „spoko, jak w logu zamiast TFTC napiszesz chociaż jedno zdanie. Jak jest fajny kesz, to staram się podziękować, pisząc o nim coś konkretnego, by docenić założyciela” (M2). Czasem napisanie samego TFTC! bywa postrzegane jako nieproporcjonalnie mała podzięką, w którą znalazca skrytki włożył mało czasu i siebie. Obecnie za pomocne lub inspirujące logi do skrytek mogą dziękować znalazcom także inni gracze czy właściciel (w momencie realizacji badań, w 2019 roku, opcja ta nie była jeszcze dostępna).



II. 7. Logi (z dwóch różnych skrytek); mój na górze

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

Może się jednak zdarzyć, że mimo swoich starań keszer nie był w stanie odnaleźć ukrytego pojemnika (znalezienie oznacza się logiem typu *Found it*). Ten mógł bowiem po prostu zagaść, np. kiedy „uszkodziło się mocowanie na magnesie i skrytka wpadła zbyt głęboko w jakąś dziurę lub po prostu nie jesteś w stanie jej dostrzec” (M5). Keszer może dokonać wtedy wpisu internetowego typu *Didn't find* (nie znaleziono), w którym również może opisać swoje problemy i zmagania. W przypadku, gdy jest pewien, że skrytka zaginęła albo została uszkodzona, może skorzystać z wpisu typu *Needs maintenance* (potrzeba konserwacji/serwisu). Duża liczba tego rodzaju logów stanowi naturalny komunikat dla właściciela, że z jego skrytką coś jest nie tak. „Jeśli jest dużo takich wpisów, trzeba przyjść i sprawdzić, a jeśli zaginęła lub uszkodziła się, to czasowo zdezaktywować, to znaczy czasowo wyłączyć ją z użytku” (M1). Duża liczba wpisów „negatywnych” na stronie skrytki może stać się również przestrożą dla innych keszerów, by nie marnowali czasu na próbę jej odnalezienia.

Zakładanie skrytki, czyli dzielenie się miejscami

Drugim w kolejności działaniem keszera, które może podejmować w zaresie geocachingu, jest zakładanie własnych skrytek, które inni gracze będą mogli odnajdywać w ramach gry. Zakładanie wiąże się ze zdecydowaniem bardziej sztywnymi regułami (w porównaniu z poszukiwaniem skrytek), spisanyymi, ale również niepisanyymi. Te pisane tyczą się głównie miejsc, w których kesz może zostać ukryty. Podstawową zasadą jest bezpieczeństwo, przestrzeganie prawa lokalnego oraz zasad ochrony przyrody. Dlatego też firma Groundspeak sugeruje, by pierwszą skrytkę zakładać dopiero po uprzednim znalezieniu 20 różnych keszy innych graczy.

Osobę zakładającą skrytkę obowiązują też pewne podstawowe wytyczne. Skrytki nie powinny znajdować się w promieniu mniejszym niż 161 metrów jedna od drugiej. Nie zezwala się na chowanie ich na terenach zamkniętych (w tym w budynkach) czy

chronionych (np. ogrodzonych), czyli niedostępnych publicznie¹¹³. W przypadku przestrzeni częściowo prywatnych, ale z reguły niezamkniętych, jak np. teren uniwersytetu, należy uzyskać zgodę przedstawiciela instytucji na ukrycie skrytki. Wyklucza się także promowanie firm (zarówno non profit, jak i komercyjnych), marek i inicjatyw prywatnych, np. w nazwie lub opisie skrytki czy w miejscu jej ulokowania¹¹⁴. Niektóre miejsca, mimo braku formalnych przeciwwskazań ukrycia w nich kesza, mogą budzić pewne kontrowersje. Nie jest to jednak często wskazywany problem. Ważne jest również, by skrytka nie naruszała środowiska naturalnego – fauny i flory. W związku z tym keszy nie można zakopywać ani umieszczać w takiej postaci lub miejscach, które mogłyby przeszkadzać zwierzynie. Kategorycznie zabronione jest też, jak to określił jeden z respondentów, „ranienie drzew” (M1), przez co miał na myśli wbijanie w nie gwoździ, wkrętów itp. (wyjątkiem są drzewa uschłe czy złamane, do których można np. „zamontować” hubę z wywierconym wewnątrz miejscem na „petkę”).

W nawiązaniu do tego tematu badani z Małopolski zwracali szczególną uwagę na to, że przedstawiciele niektórych parków narodowych w Polsce nieszczególnie orientują się w temacie geocachingu (jeden z badanych wskazywał, że zmienia się to na lepsze) lub też są mu przeciwni, czego przykładem miałby być Ojcowski Park Narodowy. Jego władze trzymają się kategorycznego zakazu zakładania na jego terenie skrytek. Jak mówił jeden z respondentów, „władze Ojcowa – konserwatywne – nie chcą, by zaśmiecano park plastikowymi pojemnikami” (M5). Pojawiają się jednak gminy i ośrodki regionalne gotowe wykorzystać partycypacyjny i grywalizacyjny potencjał geocachingu w turystyce,

¹¹³ Szczegóły dotyczące miejsc niedozwolonych poznać można na oficjalnej, regionalnej Wikipedii Geocachingu: wiki.groundspeak.com/display/GEO/Poland (dostęp: 09.03.2021).

¹¹⁴ Istnieje możliwość nawiązania oficjalnej współpracy z firmą Groundspeak. W Czechach, w których geocaching cieszy się wielką popularnością, doszło np. do współpracy z firmą Skoda: <https://www.skoda-auto.com/news/news-detail/geocaching> (dostęp: 09.03.2021).

promocji regionu i edukacji przez zabawę. Jeden z respondentów opowiadał o geocachingowej akcji malowania szlaków turystycznych. Inny (R1) wspominał o gminie Jasło na Podkarpaciu jako o ważnym keszerskim ośrodku, w którym keszerzy wspierani są przez władze lokalne i w którym odbyła się promocyjna „Akcja Jasło” (GC7K4VN). Na początku 2021 roku geocaching do promocji wykorzystywały także Lasy Państwowe, tworząc ścieżkę geocachingową „Zielone Las Story” (GC91AQX), która składa się z ponad 40 keszy.



Fot. 9. „Petka”, czyli jeden z podstawowych rodzajów pojemników/skrytek

Źródło: zbiory własne.

W próbie 159 badanych przeze mnie ankietowo geocacherów zdecydowana większość założyła przynajmniej jeden kesz (72,9%). Moi badani byli jednak zazwyczaj doświadczonymi geocacherami. W praktyce trzeba zauważyć, że podobnie jak w przypadku większości rozrywek bazujących na Internecie i treściach generowanych przez samych użytkowników (por. Szpunar 2012: 16), tak i w geocachingu więcej użytkowników częściej szuka skrytek, niż

je tworzy. „Generalnie – my chcemy iść w jakość, a nie w ilość” – mówił jeden z badanych (M6).

Założyciele skrytek wychodzą zwykle od dwóch założeń wstępnych. Pierwsza droga to dostrzeżenie „fajnego miejsca” i znalezienie pomysłu na jego atrakcyjne zagospodarowanie własną skrytką. Inną drogą jest wyjście od pomysłu, np. na zagadkę lub skrytkę o konkretnej tematyce, i znalezienie dla niego odpowiedniej lokalizacji: takiej, „żeby na pewno nie została szybko spalona” – mówiła jedna z badanych. „Regulamin zaleca zostawienie w takim miejscu pustego pojemnika na jakiś czas, żeby sprawdzić, jak długo przetrwa. Jeśli skrytka znika wielokrotnie, to miejscówka jest najpewniej «zmugolona»” (K1). Oznacza to, że osoby niewtajemniczone wiedzą o lokalizacji skrytki i pozbywają się jej, nie znając założeń geocachingu. Tworzenie skrytek nie musi być jednak zaplanowane. Jak przyznała jedna z badanych: „Zakładam zazwyczaj pod wpływem impulsu, natchnienia – o, tu przydałby się kiesz; o, wymyśliłam zagadkę” (K6).

Do założenia skrytki potrzebny jest przede wszystkim pojemnik (np. plastikowa tubka, tzw. petka) oraz logbook, czyli rodzaj małego dziennika, którego funkcję może pełnić nawet skrawek papieru. Pojemnik musi być szczelny, by do wnętrza nie dostała się woda i pleśń (czasem, szczególnie w terenie, do keszy wrzucane są woreczki pochłaniające wilgoć, a logbooki są zabezpieczone folijką). „Trzeba włożyć w to trochę czasu i pieniędzy” – mówi jedna z respondentek (K2). Przydają się przy tym narzędzia pozwalające wyszukać informacje na temat miejsca w sieci, np. Mapy Google i Google Street View (aby lepiej je ocenić, rozpoznać), a także taśma izolacyjna, sznurki, magnesy umożliwiające przymocowanie kesza. Inna badana stwierdzała, że po wyborze miejsca zabiera w teren kilka pojemników i sprawdza, co się nada, bo nie lubi jeździć kilka razy, oglądać, mierzyć i kombinować.

Kolejnym aspektem zakładania skrytek jest odpowiednie „maskowanie kesza”, które odnosi się do wspomnianego już problemu „palenia miejscówki”. Kesz zbyt rzucający się w oczy może przyciągnąć do siebie „mugoli” gotowych go wyrzucić. Dlatego też

keszerzy starają się zakamuflować jego obecność np. czarnymi taśmami izolacyjnymi lub ukrywając go w taki sposób, by wyglądał jak fragment drzewa czy budynku. Tworzenie maskowań skrytek staje się czasem formą sztuki, którą inni gracze doceniają i chwala. Jak mówi jedna z badanych: „Czasami dziwię się, że ktoś coś tak pomysłowo i fajnie zamaskował” (K4). „Fajne są kesze, które mają jakieś ciekawe techniczne rozwiązania, w których trzeba coś przełączyć, kliknąć” (M2). Jeden z respondentów przybliżył mi, w jaki sposób sam zakłada skrytki, właśnie pod organizacyjnym względem (w momencie realizacji badania założył ich już 26). „Dajmy na to, mamy kościół, chcę go pokazać, więc szukam w pobliżu miejsca ukrycia. A tam jest np. drzewo z dziuplą. Więc zastanawiam się, jakiego kesza by tam ukryć, i decyduję, że np. muszla ślimaka będzie dobra. Więc biorę ją i przyklejam do pojemniczka. Pojemniczek wkładam do dziupli tak, żeby było widać tylko muszlę”. Jak dodaje badany, „tworzenie maskowań to po pierwsze świetna zabawa, a po drugie pozwala najlepiej dopasować skrytkę do terenu” (M1). Skrytki mają także swoje „mocowania”, są np. zawieszane na sznurkach lub przyłączone do obiektów (np. słupków, rynien, parapetów) magnesami. Dla jednej z respondentek (K2) kontrowersyjne bywają kesze z maskowaniem, które sugeruje, że mogą być przedmiotami niebezpiecznymi. Chodzi np. o skrytki zamieszczone niedaleko słupów elektrycznych, które same w sobie nie są niebezpieczne, ale nieświadomy geocacher, a co gorsza – osoba niewtajemniczona, czyli „mugol” – może się ich obawiać (szczególnie jeśli na keszu znajduje się symbol „błyskawicy i trupiej czaszki”).



Fot. 10. Przykładowe maskowanie kesza typu „petka” w starej cegła

Źródło: zbiory własne.

Badani geocacherzy przywiązywali również wagę do tego, by tworzyć skrytki wysokiej jakości, nie tylko pod względem technicznym, ale i merytorycznym. Dlatego też kesze dotyczą zwykle jakiejś tematyki kulturowej – mają edukować i wzbogacać wiedzę o świecie. Na przykład – jak wspomina badana – „jedna z nich wymagała nauczania się gry, o której nigdy wcześniej nie słyszałam” (K2). Twórcy takich oryginalnych skrytek spotykali się z dużym szacunkiem i wdzięcznością poszukiwaczy, co często znajduje odbicie w logach samych keszy. Szczególnym przykładem takich skrytek poszerzających wiedzę geocacherów o świecie są skrytki typu Earth-cache. Nie występują one jako fizyczne pojemniki, ale zagadki przypisane do konkretnego terenu, na którym mogą zostać rozwiązane. Rozwiązaniem może być np. udzielenie odpowiedzi na pytania dotyczące geologii i historii danego miejsca. Zadanie może polegać np. na dokonaniu pomiaru jakiegoś obiektu. Czasem gracze muszą przesłać takie rozwiązanie zagadki założycielowi skrytki, przed jej zalogowaniem. Wiele można nauczyć się także ze zwykłych skrytek tradycyjnych lub z keszy zagadkowych.



Fot. 11. Przykładowe pojemniki i maskowania keszy

Źródło: zbiory własne.

Po ulokowaniu skrytki w przestrzeni fizycznej lub przed nim keszer musi również napisać jej listing, czyli opis na stronie www.geocaching.com. Składają się na niego przede wszystkim scharakteryzowane już współrzędne, krótki opis tekstowy, atrybuty kesza, ewentualnie zdjęcia i podpowiedzi. Kiedy skrytka dotyczy konkretnej tematyki, w założeniu zadaniem właściciela jest jej dokładne zgłębienie i przybliżenie w przystępny sposób w opisie.

Rola recenzentów skrytek

Kiedy fizyczny pojemnik i internetowy opis skrytki są już gotowe, założyciel może przesłać prośbę o publikację skrytki do recenzenta. Recenzenci to wolontariusze¹¹⁵, którzy z ramienia firmy Groundspeak kontrolują zgodność ukrytych keszy z zasadami gry na danym terytorium. Nie robią tego jednak poprzez realne

¹¹⁵ Więcej na temat roli wolontariuszy można przeczytać pod adresem: <https://www.geocaching.com/volunteers/> (dostęp: 09.03.2021).

wizyty w miejscu założenia (co zdarza się np. w Republice Czeskiej), ale weryfikując internetowy opis skrytki (log), atrybuty oraz okolicę, w której ma się ona znajdować. „Korzystam na przykład z widoku Street View w mapach Google albo wprost dopytuję założyciela o szczegóły” – zdradza recenzent, z którym dane mi było rozmawiać. „To, czy skrytka zostanie dopuszczona, zależy też w pewnym sensie od wrażliwości recenzenta” – dodaje (R1). Jawne nieprzestrzeganie opisanych wcześniej (oraz w regulaminie) zasad zakładania skrytek spowoduje jednak, że z pewnością nie zostanie ona opublikowana na stronie internetowej. „Czasem zdarza się, że jak ktoś wyśle skrytkę do akceptacji i jest to coś dziwnego, to trzeba tego kogoś nakierować, jak powinien ją lepiej zrobić” – mówi inny recenzent, z którym rozmawiałem na jednym z geocacherskich spotkań. Skrytki trzeba przeglądać codziennie i zajmuje to średnio może około godziny”.

W Polsce działa aktualnie czterech recenzentów i jedna recenzentka¹¹⁶ (stan na dzień 09.03.2021). Funkcjonuje również szósty recenzent, odpowiedzialny za recenzowanie Earth-cachy na terenie całego kraju. Jest nim użytkownik o nicku GeoawarePL2, który posiada potrzebną do swojej roli wiedzę geologiczną. Dzięki pracy całej szóstki do prób łamania keszerskich zasad dochodzi stosunkowo rzadko, a skrytki nieregularne czy niebezpieczne nie trafiają do międzynarodowej bazy internetowej. Recenzenci nie kontrolują jednak uczciwości samych poszukiwaczy, którzy np. logują znalezienia keszy wyłącznie w Internecie. W tym względzie społeczność i założyciele skrytek są zdani na siebie i powinni być także czujni na podejrzane zachowania¹¹⁷. Jak wspominałem, w razie, gdy dana skrytka zaginie lub zostanie uszkodzona, gracze

¹¹⁶ Podział województw, którymi zajmują się recenzenci, można sprawdzić pod adresem: <https://www.geocaching.pl/reviewers.php> (dostęp: 09.03.2021).

¹¹⁷ Sama firma Groundspeak na stronie www.geocaching.com zamieszcza uwagę o następującej treści: „Zwróć uwagę. Korzystanie z serwisu www.geocaching.com podlega warunkom ograniczonej odpowiedzialności” (www.geocaching.com, dostęp: 09.03.2021).

mogą zwrócić się do jej właściciela (ownera) o tzw. serwis (oznaczany wpisem typu *Needs maintenance*). Sygnałem o problemie z keszem mogą być również logi na jego stronie z oznaczeniem *Didn't find*. Liczba tych wpisów składa się na tzw. *health-score* – określony punktowo „stan zdrowia” skrytek. Jego niski poziom informuje lokalnego recenzenta o potrzebie przyjrzenia się skrytce i ewentualnie jej czasowego wyłączenia (poprzez funkcję *disable*) wraz z przesłaniem ownerowi prośby o naprawę kesza. Jeśli właściciel skrytki dokona serwisu, wówczas kesz zostaje reaktywowany przez recenzenta. W innym przypadku czeka go archiwizacja (archiwizacji oraz wyłączenia może dokonać recenzent lub sam owner kesza). W związku z tym wszystkim założeń skrytek nie powinno się dokonywać np. na wakacjach, kiedy po powrocie do domu nie będzie miało się stałego dostępu do skrytki. Jeśli wymaga tego sytuacja, można jednak np. poprosić znajomych o opiekę nad skrytką. Jedna z respondentek opowiadała: „jak byłam w ciąży, to prosiłam, żeby ktoś upewnił się, że wszystko z keszem jest OK” (K5). Ownerem, czyli założycielem skrytki, może być więcej niż jedna osoba, ale technicznie skrytka będzie przypisana do jednego konta. Od właścicieli keszy wymaga się, aby co jakiś czas spontanicznie „serwisowali” skrytki, to znaczy sprawdzali, czy wszystko jest z nimi w porządku.

Kredo i geocacherska etykieta

W geocachingu oprócz podstawowych zasad dotyczących szukania i zakładania skrytek¹¹⁸ istnieją również swego rodzaju wytyczne na temat tego, aby grać uczciwie wobec innych. Są one dostępne

¹¹⁸ Informacje na temat zasad rządzących geocachingiem można znaleźć na wspomnianych już nieoficjalnych blogach, a także w paru poradnikach, napisanych głównie w języku angielskim. Do jednego z nich, *Geocaching in UK*, wstęp napisał twórca gry – Dave Ulmer. Oficjalne materiały i instrukcje znajdziemy jednak właśnie na stronie www.geocaching.com/help (dostęp: 09.03.2021).

na stronie www.geocreed.info oraz www.geocaching.com¹¹⁹. Wytyczne te sprowadzają się do wspomnianego już wcześniej poszanowania i nienarażania na zagrożenie siebie, innych graczy, środowiska i prawa lokalnego, ale mówią też np. o pisaniu uprzejmych logów¹²⁰. To, w jaki sposób sami gracze samodzielnie definiują obowiązujące w grze dobre praktyki, wydaje się oddawać ducha tych oficjalnych zaleceń (nawet jeśli sam gracz lub gracza nie poznali ich bezpośrednio). Pierwszą z takich niepisanych zasad, które pojawiały się w relacjach moich badanych, można by podsumować zdaniem: „nie psuj zabawy innym”. Chodzi tu np. o powstrzymanie się przed daniem innym graczom niepotrzebnych wskazówek w logach, które zepsują frajdę („zaspoilują”) z samodzielnego odświadczenia kieszki. „Ludzie się bardzo wkurzają, kiedy ktoś «zaspoiluje» skrytkę albo ją zniszczy, nie szanuje generalnie” – stwierdza jeden z respondentów (M1). Kolejna rada: nie spal miejscówki – tyczy się wspomnianego przeczekiwania „mugoli”, czyli osób niewtajemniczonych w geocaching, tak by nie narażić skrytki na zaginięcie. Trzecia zasada, którą dzielili się badani, brzmi: nie serwisuj, czyli nie naprawiaj, uszkodzonych kieszki bez informowania właściciela. Chodzi tu o sytuacje, w których kieszki nie znajduje skrytki na miejscu i zamiast zalogować jej zaginięcie lub zgłosić problem właścicielowi, przygotowuje nowy pojemnik i logbook. „Od reaktywacji jest owner, nie ma reaktywacji na własną rękę” – stwierdza kieszkerka poirytowana nieco swawolą niektórych graczy (K1). Inny badany określa taką sytuację mianem „dzikiej reaktywacji” (M3). O kieszkach mówi się z jednej strony jako o własności owenera, o którą powinien dbać, a z drugiej strony w kategoriach wspólnego dobra. Dlatego

¹¹⁹ Jak piszą twórcy geocacherskiego kreda, jest ono „sposobem na skonsolidowanie istniejących informacji i ogólnie przyjętych zachowań geocachingu w zwięzły format, który służy zarówno do kierowania geocacherami, jak i do zaszczepiania poczucia zaufania właścicielom i zarządcom gruntów”, <http://www.geocreed.info/how.html> (dostęp: 09.03.2021).

¹²⁰ Etykieta geocacherska dostępna jest pod adresem: <https://www.geocaching.com/help/index.php?pg=kb.chapter&id=141&pgid=539> (dostęp: 09.03.2021).

też zdaniem moich respondentów geocacher powinien odkładać skrytki na miejsce tak, jak je znalazł, bo „jak bierzesz coś z półki od siebie w domu, to potem co z tym robisz? Odkładasz na miejsce tak, jak było” – mówi jedna z organizatorek wydarzeń dla keszerów. Na keszera, który łamie opisane tu zasady lub postępuje niezgodnie z etykietą, nie czekają właściwie żadne formalne sankcje (poza tym, że skrytka niezgodna z regulaminem nie zostanie opublikowana). Może spotkać się on po prostu ze stygmatem osoby „psującej grę” i z odrzuceniem przez społeczność (por. Huizinga 2007: 26–27).

Geocaching jako uspołecznienie przestrzeni

Podsumowując dotychczasowy opis geocachingu jako praktyki kulturowej – keszer, niczym XXI-wieczny czarodziej, z pomocą smartfona, uzyskuje dostęp do ukrytego świata znaczeń. Przestrzeń naokoło niego zamienia się, jak określiła to jedna z respondentek, „w planszę gry”. Dzięki temu ma w głowie „całą mapę keszy”, a nawet patrzy na przestrzeń pod kątem tego, gdzie znajdują się skrytki. To takie „zбочzenie zawodowe, że jak keszer podwozi gdzieś innego keszera, to temu drugiemu zdarza się powiedzieć nieraz: wysadź mnie przy tej skrytce” (K2). „Czasem, kiedy jestem gdzieś na mieście, to sobie myślę: o, to drzewo jest fajne, żeby tam założyć kesz; albo ten znak...” (M1) – mówi jeden z badanych. W przeprowadzonej ankiecie prawie wszyscy respondenci zgodzili się zdecydowanie lub raczej ze stwierdzeniem: „Geocaching zmienił sposób, w jaki postrzegam miejsca, które odwiedzam” (90%). Kiedy proszę o rozwinięcie tematu, respondenci piszą: „świat staje się bardziej ekscytujący, wieloaspektowy”, „atrakcyjność miejsca wzrasta wraz z liczbą keszy”, „bardziej zwracam uwagę na detale, piękno miast”, „bardziej doceniam miejsca”, „trafiam w miejsca, w które bym nie trafiła, których nie ma w przewodniku”, „człowiek chodzi i się rozgląda mimowolnie, co można by okeszować albo gdzie ukryty jest kesz”, „geocaching dostarcza wielu ciekawych informacji o obiektach, uczy nowych rzeczy”, „doceniam więcej niż inni turyści”, „dowiaduję się nowych rzeczy o miejscach, które

już znałem”. Jak mówi jeden z graczy, geocaching pozwala „zobaczyć znane już sobie miejsce z zupełnie innej perspektywy” (M2). Gracze dzielą się więc miejscami, a inni odczytują związane z nimi opowieści, praktykują je – tworząc przestrzeń (por. de Certeau 2008: 117).



II. 8. Mapa ze zdjęciami powiązаныmi z lokalizacjami skrytek i eventów, na podstawie geotagowania zdjęć w iPhone

Źródło: zbiory własne.

Poszukiwacze zdają się również myśleć o przestrzeni przez pryzmat lokalizacji skrytek, wskazując np., że „wzrosła atrakcyjność miejsc z keszem kosztem miejsc bez kesa” czy „Idąc ulicą czy parkiem, często łapię się na tym, że szukam miejsca, gdzie można schować kesa”. Geocaching poszerza także ich perspektywę i „wyostrza zmysły”. Jak stwierdza w jednym z wywiadów młoda keszerka: „kiedyś, jak się przechodziło obok jakichś ruin, to się nie zwracało na nie uwagi, a teraz nie dość, że jest kesz, to jeszcze się można dowiedzieć, co to jest za miejsce” (K1). Oddolność inicjatyw związanych z zakładaniem skrytek sprawia natomiast, że na znaczeniu zyskują słabiej eksponowane przestrzenie, które często nie figurują w lokalnych przewodnikach. Dzieje się tak, ponieważ

„kesze zakładają lokalni użytkownicy, którzy mogą pokazać ci coś więcej” (M4). Ten sposób opowiadania o miejscach wydaje się korespondować z obserwacjami Michela de Certeau, który pisał o miejscach jako o historiach, które mogą się rozwinąć, ale które funkcjonują jako potencjalne opowieści i zagadki do rozwikłania [...]” (2008: 109). W związku z mieszaniem się fizycznej przestrzeni z cyfrową informacją (nieдоступną dla niewtajemniczonych) keszerzy czują również pewną ekscytację powodowaną poznawaniem tajemnic przestrzeni. Nie wszyscy ludzie wiedzą bowiem o tym, że tuż pod ich nosem mieści się skrytka. „Codziennie przechodzi obok niej tysiące ludzi, patrzą, ale nie widzą” – opisuje swoje odczucia badany (M2). Jednocześnie ten aspekt ukrytych przed resztą świata praktyk stanowi jedną z przeszkód stojących na drodze do zdobycia skrytki (kiedy obok skrytki kręcą się niewtajemniczeni „mugole”).

Zakładanie skrytek ma więc swój wyraźnie społecznościowy wymiar, związany mocno z tematem zbiorowego wypełniania mapy informacjami o przestrzeni. Dzięki takiemu *collaborative mappingowi* keszerzy mogą konstruować (nadawać znaczenia) i produkować (zostawiać fizyczne ślady) przestrzeń wokół siebie oraz dzielić się tym z innymi, za pomocą historii zamieszczanych w listingach, jak i w logach. W wyniku tego w ramach geocachingu powstają np. geocachingowe szlaki turystyczne (np. „Szlak Orlich Gniazd” z Krakowa do Częstochowy: GC7QQ1B)¹²¹. Pojawiają się również skrytki dotyczące tematów związanych z kulturą, historią czy popkulturą – „starych” polskich filmów lub gier komputerowych (np. seria *Tomb Raider*, o której wspominał mi respondent M2: GC5KPN5). Odwołują się one do swego rodzaju kulturowej świadomości keszerów, a często – do świata fikcji. Przestrzeń zostaje w ten sposób uspołeczniona, to znaczy staje się podstawą do

¹²¹ Powstają również oficjalne szlaki turystyczne opracowane przez firmę Groundspeak, czyli geotoury (gr. *geo* – Ziemia, ang. *tour* – wycieczka), które znaleźć można w sieci pod adresem <https://www.geocaching.com/play/geotours> (dostęp: 09.03.2021), oraz nieoficjalne projekty, z którymi można zapoznać się między innymi pod adresem <https://www.geocaching.pl/projects.php> (dostęp: 09.03.2021).

zawiązywania się wspólnoty wokół jej odkrywania i dzielenia się opowieściami przestrzennymi z innymi uczestnikami zabawy.



Fot. 12. Podjęcie kesza w kamieniołomie w Mydlnikach

Źródło: zbiory własne.

Społeczność – tożsamość geocacherów

Geocaching jako hobby i motywacje geocacherów

We wcześniejszym podrozdziale omówiłem działania podstawowe podejmowane przez geocacherów, czyli szukanie i zakładanie skrytek, oraz związane z tym zasady i aspekty techniczne. Jak geocaching postrzegany bywa jednak przez samych geocacherów, jakie wartości podzielają, a w czym niekoniecznie się zgadzają i o czym dyskutują?

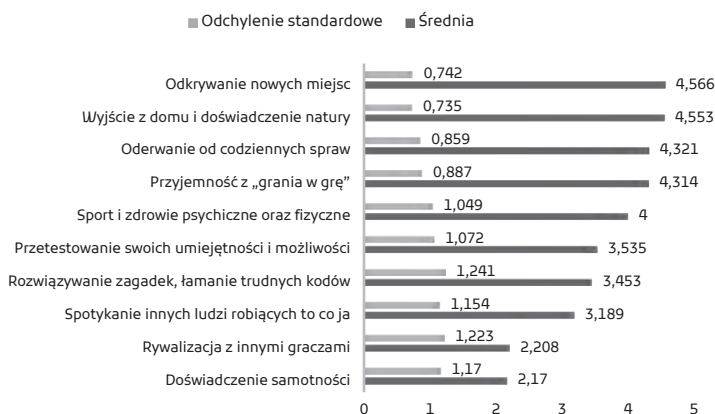
W trakcie wywiadów pogłębionych badani określali geocaching najczęściej jako „oryginalne hobby” lub nawet jako formę „stylu życia”. Jak powiedziała jedna z respondentek: „geocaching to dobra zabawa, która stała się dodatkowym hobby” (K₃). Inna mówiła, że: „zamiłowanie do spędzania czasu wolnego na zewnątrz, szukanie czegoś nowego to taki nasz wspólny mianownik” (K₅). Respondent M₄ oprócz zainteresowania geocachingiem pasjonował się

między innymi motoryzacją, sam geocaching opisywał zaś jako sposób na spędzanie czasu wolnego, który: „daje mi pewne bonusy z podróży, bo dowiaduję się o nowych miejscach”. Inny respondent mówił, że: „geocaching to fajne hobby, zawsze mnie to ciekawiło, że ja wiem o ukrytym «skarbie», a inni nie” (M2). „To jest w jakimś sensie magiczne” – dodał kolejny (M6). Według innego badanego geocaching „to sposób na życie, miks najfajniejszych rzeczy, jakie można w życiu robić – poznawania ludzi i podróży” (M3). „Spośród wielu moich zainteresowań to właśnie geocaching jest ze mną od dziesięciu lat” – stwierdził następny badany (M5). Jak wynika z wywiadów, głównym celem keszerów wydaje się więc dobra zabawa, poznawanie nowych miejsc i ludzi: „chodzi o to, żeby poznać nowe miejsca i się fajnie bawić” (M1). Jeden z badanych napisał, że „aktualnie zmaga się z chorobą nowotworową”. Można podejrzewać, że geocaching pozwala mu oderwać się od tego problemu. Gracze stwierdzali również, że gra po prostu przynosi im satysfakcję i rozrywkę, urozmaica zarówno codzienne czynności, takie jak spacer z psem, jak i podróże, wycieczki samochodem, zamieniając je w swego rodzaju przygodę.

Ankietowani geocacherzy mogli ocenić na skali od 1 do 5, jak ważne są dla nich poszczególne aspekty gry¹²². Spośród zaproponowanych badanych 10 kategorii najważniejsze dla nich okazało się „odkrywanie nowych miejsc i uczenie o historii i kulturze regionu” (4,56), „wyjście z domu i doświadczenie natury” (4,55), „oderwanie od spraw codziennych i relaks” (4,32) oraz „przyjemność z «grania w grę», zbierania przedmiotów” (4,31), „sport i zdrowie fizyczne oraz psychiczne” (4). Średnio ważne okazały się „przetestowanie swoich umiejętności i możliwości” (3,53), „rozwiązywanie zagadek, łamanie trudnych kodów” (3,45) oraz „spotykание innych ludzi robiących to co ja” (3,19). Raczej nieważne były dla geocacherów aspekty takie jak „rywalizacja z innymi graczami (na statystyki,

¹²² Gdzie 1 oznaczało, że dany aspekt geocachingu jest zdecydowanie nieważny, a 5 – zdecydowanie ważny. Na bazie tych odpowiedzi wyliczyłem średnią wartość dla każdego aspektu.

liczbę znalezień)” (2,21)¹²³, a także „doświadczenie samotności” (2,17) (zob. wykres 4). Przy czym przy tych aspektach odpowiedzi badanych były najbardziej skrajne, a najbardziej zgodni ankietowani byli przy pierwszych czterech (o czym świadczy wzrastające wraz z malejącą średnią odchylenie standardowe).



1 – zdecydowanie nieważny, 2 – raczej nieważny, 3 – ani tak, ani nie, 4 – raczej ważny, 5 – zdecydowanie ważny

Wykres 4. Motywacje geocacherów do podejmowania aktywności

Źródło: oprac. własne.

Geocacherami, którzy tworzą własne skrytki, kieruje z reguły chęć dzielenia się ciekawymi miejscami: „Pokazuję innym to, co mnie samą interesuje, co uważam za warte pokazania” (K1). „Jak zakładaliśmy kesz w Tatrach, po stronie słowackiej, gdzie takiej kieszki brakowało, to staraliśmy się pokazać jakiś fajny widok i krajobraz. Większość osób, które wchodzi tam z polskiej strony, zatrzymuje się w schronisku, a wystarczy wyjść piętnaście minut

¹²³ Co interesujące, aspekt rywalizacji miał większe znaczenie w przypadku mężczyzn niż kobiet (siła związku przy porównaniu płci wyniosła $\phi > 0,3 < 0,5$). Więcej o kwestii rywalizacji piszę w dalszej części książki.

wyżej, do tego kesza, żeby zobaczyć piękne widoki” – mówiła jedna z respondentek (K5). Inny z respondentów wytłumaczył mi to w następujący sposób: „chodzi o to, że zakładanie nie tylko sprawia satysfakcję założycielowi. Chodzi też o to, żeby znalazca mógł się nacieszyć miejscem. Na przykład przychodzisz na miejsce, czytasz listing i wyobrażasz sobie, że coś wydarzyło się w tym miejscu przed tobą” (M2). „Jesteś i czujesz się częścią czegoś wyjątkowego” (M5). Inny badany stwierdził: „Jak zakładam kesze w swojej miejscince, to staram się zrobić z tego formę przewodnika miejsc, które są ciekawe” (M1). Tu keszer dał przykład założonej przez siebie skrytki nawiązującej do historycznego wydarzenia, które miało miejsce na terenie Krakowa. Jedna z aktywnych graczek, która regularnie szukała skrytek i uczestniczyła w wydarzeniach dla keszerów, w kontekście zakładania skrytek mówiła o pewnej powinności wobec wspólnoty – formie rytualnego odwzajemnienia (por. Olcoń-Kubicka 2009: 90–91). „Czuję, że powinnam założyć jakąś skrytkę. Zbieram się, żeby to zrobić, ale nie daje mi to takiej frajdy” (K2). Można powiązać to zachowanie ze wspomnianą już zasadą wzajemności Marcela Maussa, poczuciem, że skoro inni przyczyniają się do rozwoju społeczności (poprzez rozszerzanie sieci skrytek), „to ja też powinnam dać coś od siebie” – odwzajemnić dar.

Razem czy osobno?

Geocaching staje się również okazją do wspólnych podróży i spędzania czasu w większym gronie znajomych. Co dziesiąty geocacher szukał skrytek z grupą innych keszerów lub osób znajomych (10,6%), które choć czasem nie są keszerami, to pomagają w odkrywaniu keszy. W analizowanych logach, czyli wpisach keszerów na temat znalezionych pojemników, gracze wymieniali np. nicki innych graczy, w których towarzystwie podjęli dany kesz. Wspólne keszowanie było też okazją do zaangażowania rodziny w grę (8,8%), w tym najmłodszych, oraz do pokazywania im kolejnych ciekawych miejsc i miast. Jeden z młodych respondentów keszował

natomiast razem z dziadkiem, którego wciągnął w zabawę, przy czym – jak stwierdził badany – uzupełniają się oni wzajemnie: „ja korzystam z aplikacji i nawiguję, a dziadek zapewnia transport samochodem” (M1). Inna respondentka wspomniała o wypadach po skrytki wspinaczkowe (które wymagają podejścia, np. w górach). „Umawiamy się na nie większą grupą, w trzy, cztery ekipy” (K6). Najczęstsze okazywało się jednak keszowanie w dwie osoby (47,5%). Tak robiły np. związki i małżeństwa. Czasem decydowały się one na założenie wspólnego konta, by nie logować tych samych keszy na dwóch osobnych. W pięciu na sześć znanych mi tego rodzaju przypadkach keszujące małżeństwa/związki miały jednak odrębne konta. Jedna z respondentek dzieliła natomiast jedno z kont razem z dziećmi.

Na głównie samotne eskapady po skrytki wybierało się z kolei 27,5% badanych ankietowo keszerów (co wydawało się nieco bardziej charakterystyczne dla mężczyzn, możliwe, że ze względu na niebezpieczeństwa i wyzwania fizyczne, jakie mogą wiązać się z keszowaniem). Jeden respondent tłumaczył, że takie indywidualne znalezienie kesza sprawia mu po prostu większą satysfakcję (M5). „Jest sporo samotników, ale to dlatego, że wtedy stajesz się panem swojego losu” (M3). Inna respondentka wskazywała z kolei: „jeśli wybieram się sama, to spontanicznie, powiedzmy na rowery, ale jeśli mamy zaplanowane, że idziemy na kesze, to razem z mężem i dzieckiem. [...] Jest tak, że jedna osoba niesie dziecko, a druga szuka keszy, ale teren wtedy musi być łatwiejszy” (K5). Kolejny respondent zauważył, że „geocaching ze swojej definicji jest taki indywidualny”, to znaczy, że na keszowanie wychodzi się samemu lub z grupą keszujących znajomych, ewentualnie czasem z poznanymi przy okazji zabawy (jak określił to respondent – znajomymi wtórnie) keszerami (M2). Można podejrzewać, że okres pandemii COVID-19 zmienił podejście graczy do wspólnego poszukiwania skrytek lub po prostu ograniczyły je zasady dystansu społecznego.

Zdarzają się jednak sytuacje, że nawet samotni, nieznajomi keszerzy spotykają się na jednym szlaku i na chwilę zawiązują swego

rodzaju sojusz w poszukiwaniu skrytki. „Jeden widzi, że coś jest na rzeczy, i pyta drugiego: pan tu szuka kieszka?” (S1). Sprawia to graczom dużą satysfakcję, bo jak mówił inny z respondentów: „kiedy spotykasz drugiego poszukiwacza w jakimś szczerym polu, to czujesz się wyjątkowo” (M5). Wyraźne jest więc pewne poczucie geocacherskiej solidarności, które uaktywnia się we wspólnym, zaczarowanym kręgu zabawy, czyli świecie zasad i znaczeń, które dzielają gracze. Mimo więc że geocaching może być uprawiany indywidualnie, praktycznie na każdym kroku, jak zauważa Anna Nacher, wydaje się zaprojektowany tak, aby łączyć ze sobą ludzi (por. 2012: 125–126). Przy okazji omówienia tego wątku muszą zaznaczyć jednak, że w badaniu ankietowym respondenci oceniali „poznawanie innych ludzi robiących to co ja” jedynie za średnio istotny aspekt gry (zob. wykres 4). Co interesujące, w tym przypadku to kobiety nieco częściej niż mężczyźni wskazywały spotkania z innymi ludźmi jako powód do kieszowania. Ze względu na małą skalę badania jest to jednak hipoteza, która wymagałaby dalszych badań.

Sięciowa struktura geocacherów i komunikacja w sieci

Cechą wielu społeczności hobbystów jest ich różnorodność. Podobnie jest w przypadku geocachingu: „każdy kieszer jest inny, są tu żołnierze, księża, nauczyciele” – mówi jeden z postronnych respondentów, który włączył się do rozmowy w trakcie wywiadu. Inny wyraża się w podobnym tonie: „różnimy się charakterologicznie, zawodowo, to jest przekrój przez różnych ludzi, których łączy ciekawość świata, robienie czegoś nietuzinkowego” oraz: „przejawianie lokalnego zaangażowania na rzecz lokalnych inicjatyw – to pozytywni ludzie, ale trzeba być też specyficznym” (M5). „Zdarzają się też ludzie dziwni, jak to wszędzie” (M1). „Zdarzają się ekscentrycy” – przez co respondentka rozumie osoby o specyficznym sposobie zachowania, wyróżniające się z całej grupy. Ale jak stwierdza później: „kieszery to są jednak mili i pomocni ludzie” (K1). Kolejna z badanych wskazuje z kolei, że uprawiający

geocaching to „[...] nie jest jednolita grupa, nie można wrzucić wszystkich do jednego worka” (K6).

Wśród geocacherów pojawiają się dzieci, młodzież, dorośli, osoby w wieku średnim i starsi. Jak wynika z ankiety, dominują jednak gracze w przedziale wiekowym 19–30 (28,1%) i 31–40 lat (31,3%), średnia wieku zaś, zarówno mężczyzn, jak i kobiet, oscyluje wokół 30 lat. Problemem dla osób starszych może wydawać się wykluczenie cyfrowe, ale ci z nich, którzy włączyli się do zabawy, nie mają problemów z obsługą cyfrowych narzędzi. Geocaching uprawiają też osoby pochodzące z różnych części Polski, ze wsi i miast do 20 tys. mieszkańców (25,7%), miast średnich – do 100 tys. mieszkańców (17,5%), a w większości z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (56,3%). Wśród badanych znajdowali się właściciele firm (10%), studenci i uczniowie (23,8%), pracownicy (62,5%), emeryci i renciści (2,5%). Dominowały osoby z wykształceniem wyższym (58,8%), lecz były także młodsze, z podstawowym czy gimnazjalnym (12,5%) i średnim ogólnokształcącym (23,1%). Trzy osoby miały stopień co najmniej doktorski (1,3%).

Punkt wyjścia do spotkań tej zróżnicowanej grupy w przestrzeni fizycznej stanowi nieodłącznie serwis internetowy www.geocaching.com. Nie bez powodu przypomina on medium społecznościowe, w którym każdy keszer posiada swój własny profil użytkownika¹²⁴, wypełniony opisem, zdjęciami, zdobytymi odznakami, czyli badżami (ang. *badge* – odznaka), za odnalezione skrytki i statystykami znalezień. Keszerzy mogą także dodawać się do kręgu znajomych, wysyłać prywatne wiadomości, a nawet ofiarowywać sobie wzajemnie członkostwo Premium. Treścią, którą geocacherzy publikują w serwisie, nie są jednak posty czy tweety, ale listingi, w których dzielą się swoją wiedzą o ciekawych miejscach przez publikację własnych skrytek, oraz logi, w których

¹²⁴ Dziwić może jedynie to, że www.geocaching.com nie pozwala wyszukiwać użytkowników po nazwie, co ogranicza wiele z jego społecznościowych funkcji (do osób dociera się więc raczej poprzez opublikowane przez nie logi oraz skrytki).

dziękują właścicielom za zakładane skrytki, a także opowiadają historie związane z ich znalezieniem.

Badani geocacherzy komunikują się ze sobą również poza serwisem www.geocaching.com, który stanowi oś ich zabawy i społeczności. Obecnie rolę alternatywnej platformy komunikacji, obok oficjalnego forum, które wydaje się nieco wymarłe, odgrywają przede wszystkim media społecznościowe, a konkretnie grupy dyskusyjne na Facebooku. Do najpopularniejszej z nich, Geocaching od Bałtyku aż po Tatry, należy ponad 2200 keszerów z całej Polski (stan na dzień 09.03.2021). W ramach takiej grupy keszerzy mogą publikować posty z informacjami (i zdjęciami lub filmami) oraz je komentować. Jak wynika z badań ankietowych, grupy na Facebooku albo forum na www.geocaching.com odwiedza przynajmniej raz w tygodniu 38,1% badanych, a 30,6% z nich codziennie. Stają się one ważnym źródłem informacji i wymiany uwag. Piszących w nich posty regularnie (raz na dwa tygodnie) użytkowników (4,4%) jest naturalnie mniej niż śledzących, którzy deklarują, że nie piszą ich praktycznie wcale (40%) bądź robią to tylko okazjonalnie (55%). Istnieją także grupy keszerskie skupione wokół konkretnych regionów Polski, w tym grupa Geocaching Małopolska, licząca 833 członków (stan na dzień 09.03.2021). Między 8 września 2018 roku a 25 kwietnia 2019 roku w grupie tej opublikowano 100 postów, co oznacza, że publikowano średnio trzy posty tygodniowo. Wśród zamieszczanych treści pojawiały się: (1) informacje o nowych skrytkach i wydarzeniach dla geocacherów, (2) informacje o konkursach i reklamy produktów dla geocacherów, (3) informacje na temat spraw bieżących związanych z geocachingiem (np. ogłoszenia recenzentów, nowości ze strony www.geocaching.com) (4) dyskusje dotyczące zasad gry czy regulaminu i technik jej uprawiania (np. gdzie można założyć kesz), (5) prośby i inicjatywy prywatne (niezwiązane z geocachingiem, np. życzenia świąteczne czy ogłoszenie zbiórek charytatywnych), (6) prośby i pytania odnoszące się do gry (czasem zadawane są przez nowicjuszy, jak i osoby bardziej doświadczone, np. o to, czy miejsce lub maskowanie są odpowiednie do założenia kesza,

co znaczy dany skrót językowy; czasem przez graczy chcących np. umówić się na wspólne keszowanie czy przejazd; kiedy indziej przez osoby proszące o informacje na temat ciekawych skrytek w danym regionie lub zgłaszające problemy techniczne), (7) relacje i doświadczenia dotyczące poszukiwania geocachy oraz spotkań geocacherów (w tym również rozluźniające atmosferę żarty). Jak zauważyła natomiast jedna z badanych, w grupie „czasem wybuchają też różnego rodzaju kłótnie, nie tyle wymiany opinii, ale właśnie kłótnie” (K1). Są to przejawy sporów toczących się w społeczności, np. o miejsca, w których powinno się zakładać kesze, czy sposób pisania i długość logów (długie lub krótkie). Z mojej obserwacji wynika, że gracze w takich facebookowych dyskusjach raczej tłumaczą się ze swoich stanowisk, niż szukają zwady. Koniec końców nie doprowadzają jednak do wypracowania jakichś standardów grania, ale pokazują ich różnorodność i służą wyrażeniu opinii.

Czy jednak społecznościowy wymiar geocachingu prowadzi graczy do zawiązywania nowych znajomości i trwalszych więzi? W przeprowadzonej ankiecie internetowej mniej niż połowa keszerów deklarowała, że dzięki geocachingowi udało im się nawiązać zupełnie nowe znajomości, które podtrzymują regularnie online (40,6%), a także twarzą w twarz (35,6%).

Do tego momentu opisu społeczności geocacherów przypomina więc raczej sieć społeczną, podobną do opisywanych przez Manuela Castellsa ruchów społecznych, która korzysta z Internetu, aby członkowie społeczności mogli koordynować swoje działania w przestrzeni fizycznej. Geocaching z pewnością służy do wzmacniania istniejących więzi między osobami znajomymi, ale stwarza też okazję do zawiązywania się nowych, osobistych relacji. Członkowie społeczności mogą więc za pośrednictwem Internetu dążyć do bardziej intensywnej komunikacji czy spotkań twarzą w twarz. Jak zauważył jednak jeden z respondentów, wcale nie tak łatwo jest skłonić keszerów do celowego spotkania w większym gronie: „był problem z tym, żeby zebrać pięciuset keszerów z całej Polski na odbywający się w Krakowie megaevent – Geocaching

Party 2018” (S1). Dodać należy, że jest to największa geocachingowa impreza w Polsce¹²⁵.

Neoplemienna tożsamość geocacherów

W trakcie badań zauważyłem, że gracze akceptują, a nawet afirmują nie tylko swoją odmienność od „reszty świata”, ale także pewną różnorodność w swoim środowisku (osób związanych wspólną pasją). Paru badanych zwracało bowiem uwagę na fakt, że siła geocachingu polega właśnie na tym, że gracz, poprzez założenie skrytki, dzieli się z innymi wiedzą na temat swojej najbliższej okolicy i tym, co sam lubi, wskazując na warte odwiedzenia miejsca. „Geocaching ma różne wymiary, możesz spełniać się jako założyciel eventów, keszy albo dobry, w cudzysłowie, programista, jak robisz kesze typu *WhereYouGo*” – opisywał badany (M3). Jak mówiła inna z keszerek: „wydawało mi się, że to jest zbyt duża grupa ludzi, zdziwiło mnie na przykład, że zdarzają się keszujący emeryci. Jak spotkasz keszera na ulicy, to nie masz z nim raczej nic wspólnego, bo go nie znasz, ale w trakcie keszowania to zawsze fajne są takie przypadkowe spotkania na zasadzie – my keszerzy, a reszta «mugole»” (K5). Mimo pewnej demograficznej różnorodności dostrzegalne jest więc poczucie przynależności geocacherów do jednej społeczności, wyodrębnionej z całego społeczeństwa. Przejawiało się to zarówno w wywiadach, jak i w ankiecie internetowej, w której pytałem geocacherów o to, na którym miejscu znajdował się geocaching, kiedy 10 razy odpowiedzieli sobie na pytanie „Kim jestem?”¹²⁶.

¹²⁵ Na uwagę zasługuje także fakt, że Geocaching Party 2018, zorganizowane przez stowarzyszenie Geocaching Małopolska, było wydarzeniem całkowicie darmowym dla uczestników, co patrząc na skalę tego wydarzenia, budzi duży podziw.

¹²⁶ Test ten miał nawiązywać w założeniu do testu dwudziestu stwierdzeń Kuhna, który w uproszczeniu polega na dwudziestokrotnej odpowiedzi badanego na pytanie „Kim jestem?” (zob. Kuhn i McPartland 1954).

Stwierdzenie „jestem geocacherem”¹²⁷ pojawiło się w przypadku ponad połowy respondentów (52,6%), a w przypadku co trzeciego respondenta znalazło się na jednym z pierwszych pięciu miejsc (35%). Średnia dla 84 respondentów wyniosła 3,5 (na 10 pozycji), co wydaje się pokazywać stosunkowo silną pozycję, jaką w tożsamości tych geocacherów zajmuje ich hobby. Niekiedy inwestowali w nie dużo czasu i pieniędzy. Widać również, że w przypadku wielu członków społeczności geocaching wpływa na ich życie codzienne i wybory, np. dotyczące tego, w jakie miejsce wybrać się na wycieczkę. Jak mówiła jedna z badanych: „Nie wyobrażam sobie życia bez geocachingu, jest bardzo ważny i dużo mi dał” (K1). Zwracała jednak uwagę, że ważniejsze od niego są inne codzienne zadania i obowiązki. Niektórzy keszerzy traktują swoje hobby poważniej, co widać w ich zachowaniu na szlaku, w obfitym wyposażeniu czy przywiązywaniu wagi np. do liczby znalezień i przestrzegania zasad gry. Jak mówili badani, jest to charakterystyczne z reguły dla graczy z dłuższym stażem, przez co można zaryzykować stwierdzenie, że im więcej jednostka zainwestowała w daną tożsamość, tym silniejszy staje się udział tej tożsamości w odpowiedzi na pytanie: „Kim jestem?” (choć podobna zależność między stażem gry a „tożsamością” nie występowała regularnie w ankiecie).

Wspólna tożsamość przekładała się na poczucie pewnej emocjonalnej więzi między keszerami. Na pięciopunktowej skali określającej siłę związku ze środowiskiem aż 64,7% respondentów usytuowało się po prawej stronie skali (czyli bliżej stopnia 5, gdzie 5 oznaczało: „czuję bardzo silny związek i utożsamiam się z tym środowiskiem”). Średnia tego wskaźnika dla 159 respondentów wyniosła 3,75 na 5, przy czym średni związek czuło 25%, a raczej słaby 10%. Tylko jedna osoba wskazała na całkowity brak związku ze środowiskiem. W trakcie jednego z wywiadów badany zwrócił

¹²⁷ Należy oczywiście zaznaczyć, że wpływ na wynik testu mogła mieć tematyka ankiety ukierunkowująca respondenta na myślenie o sobie na zasadzie: „jestem geocacherem”.

uwagę na panującą wśród geocacherów solidarność grupową: „Gdyby jeden geocacher zrobił sobie «kuku» i byłyby potrzebne pieniądze na operację, to byliby ludzie gotowi pomóc” (M3). Wydaje się, że gracze czują więc ze sobą duchową wspólnotę nie tylko wtedy, kiedy podejmują działanie podstawowe i gdy znajdują się w „kręgu zabawy”, ale także poza nim. Właśnie to emocjonalne poczucie wspólnoty, na bazie podzielanej pasji, pozwala nam początkowo zaklasyfikować geocacherów jako społeczność neo- czy też webplemienną.

Badający społeczność couchsurferów¹²⁸ Piotr Hus stwierdza jednak, że do odczytania danej społeczności jako neoplemienia konieczna jest swego rodzaju jednomyślność ideologiczna jego członków oraz ich odpowiednio duże zaangażowanie w jej tworzenie (Hus 2016: 96–97). W przypadku badanych za pomocą wywiadów małopolskich geocacherów wydaje się, że mają oni wspólną wizję na temat tego, czym jest dla nich geocaching oraz jak powinno się go uprawiać u podstaw (aspekty te omawiam w podrozdziale *Autentyczny geocacher i inne areny sporów*). Ich jednomyślność może polegać również paradoksalnie na afirmacji różnorodności, która ubogaca grę (dzięki czemu kesze bywają ukryte w tak różnych miejscach). Hus zauważa, że taka plemienna jednomyślność pozostaje jednak utopią. Większym problemem w zakwalifikowaniu geocacherów jako webplemienia może być kwestia zaangażowania w tworzenie społeczności, ponieważ nie wszyscy są jej czynnymi uczestnikami. Pojawia się tu też problem rozróżnienia geocacherów na społeczności lokalne, np. krakowską i małopolską, polską, europejską i globalną. Na bazie badań mogę orzekać głównie o krakowskiej i małopolskiej, w której, jak się wydaje, wielu graczy charakteryzuje neoplemienna chęć „bycia razem”, poczucie wspólnych doświadczeń. Innym problemem definicyjnym może być fakt, że geocacherzy nie tworzą raczej „jednokształtnej masy”, w której zanika się jednostkowość, ale wciąż mają swoje nicki, rozpoznają się

¹²⁸ Couchsurfing (Couchsurfing.com) to praktyka polegająca na oferowaniu innym osobom bezpłatnych noclegów i korzystaniu samemu z takich noclegów (zob. Hus 2016).

po nich. Jeden z respondentów określił geocacherów następująco: „to specyficzni ludzie. Indywidualiści połączeni wspólną pasją” (S1). Tym, co łączy geocacherów, są radość i emocje płynące z dzielenia się ciekawymi miejscami.

Wymiana, przedmioty trackowalne i drewniaki

Społeczności tego typu umacniają pewne rytuały przynależności. W przypadku geocachingu odbywają się one nawet bez fizycznej bliskości geocacherów. Dzięki Internetowi mogą oni znaleźć się bowiem w tych samych miejscach, ale w różnej przestrzeni czasowej. W tym kontekście interesującym działaniem towarzyszącym w ramach geocachingu jest wymiana przedmiotów, nazywanych także skarbami. Gracze mogą znaleźć je lub zostawiać we wnętrzach odnalezionych skrytek¹²⁹. Zasada brzmi, by zabierając z kieszki dany przedmiot, odłożyć w jego miejsce „skarb” o podobnej wartości. Początkowo zakładałem, że tego typu wymiana będzie odgrywała dużą rolę w społeczności, jako jeden ze spajających ją elementów. Respondenci wskazywali jednak, że jest ona wyłącznie formą dodatku, atrakcyjną przede wszystkim dla dzieci. Twierdzili, że (przynajmniej w przypadku kieszki na terenie Polski) wewnątrz skrytki znajdują się często np. „zabawki z jajek niespodzianek” czy naklejki (rzeczywiście w trakcie badań w terenie zdarzało mi się je odnaleźć). Z drugiej strony niektórzy włączają się w tę dodatkową czynność na zasadzie: „Może mnie to [dana rzecz na wymianę – J.M.] jest niepotrzebne, a komuś się przyda” – jak tłumaczyła respondentka, która zwykła wkładać do skrytek drobne przedmioty na wymianę (K1). Niemniej samo wymienianie przedmiotów moglibyśmy odczytać jako zacieśniający więzi rytuał. Choć nie wymaga fizycznej bliskości, to w niektórych przypadkach pozwala keszerom wyobrazić sobie innych graczy, poczuć ich obecność poprzez to, że odwiedzili skrytkę i zostawili w niej coś więcej niż tylko wpis do logbooka.

¹²⁹ Większość kieszki to jednak tzw. mikrusy, przez co nie mieści się w nich nic oprócz logbooka.



Fot. 13. Trackowalny samochód, zdjęcie zrobione w drodze na event typu CITO (GC7ZF50)

Źródło: zbiory własne.

Większym zainteresowaniem niż sama wymiana „skarbów” cieszą się jednak wśród geocacherów tzw. trackables, czyli przedmioty trackowalne (ang. *track* – śledzić, tropić). Są to np. różnego rodzaju breloki z nadrukowanym lub przyklejonym do nich specjalnym kodem. Kod, który można wykupić od firmy Groundspeak na stronie www.geocaching.com (hurtowo, przynajmniej 50 kodów), może trafić na praktycznie każdy przedmiot, np. zostać naklejony na samochód globus¹³⁰. Kody z trackables można rejestrować, podobnie jak kesze, na stronie internetowej www.geocaching.com (przedmioty trackowalne mają swoje własne listingi). Gracze odnotowują w ten sposób, że widzieli konkretny obiekt lub keszera w danym miejscu i danego dnia. Jednym z głównych rodzajów tego

¹³⁰ Tego rodzaju trackowalny przedmiot – globus – z przyklejonym do niego kodem został „podany dalej” na jednym z obserwowanych przeze mnie wydarzeń. Nawet niniejsza praca mogłaby stać się przedmiotem trackowalnym.

typu trackables są geocoiny, czyli wykonane z metalu medale. Mogą występować one w tradycyjnym, okrągłym kształcie albo bardziej skomplikowanym. Keszerzy mają okazje zakupić je w geocachingowych sklepach, wymieniać się nimi z innymi poszukiwaczami lub też znajdować je w samych skrytkach. Zdarza się, że keszer „wrzuca geocoina do szuflady i nie pozwala mu wędrować dalej przez długi czas” (M5). W wyniku tego nie jest on logowany przez innych użytkowników.



Fot. 14. Po lewej – geocoin będący w posiadaniu jednego z respondentów. Po prawej – kolekcja Path Tagów, czyli podobnych do geocoinów, ale nietrackowalnych medali

Źródło: zbiory własne.

Szczególnym typem trackables są tzw. Travel Bugi¹³¹ (ang. *travel* – podróż, *bug* – robak), czyli przedmioty podrózne, których zadaniem jest, jak wskazuje nazwa, krążenie po świecie i łączenie

¹³¹ W polskim opencachingu alternatywą dla Travel Bugów są regionalne „geokrety” – przedmioty podrózne podawane dalej na terenie Polski.

ze sobą odległych terytoriów i keszerów. Przedmioty podrózne występują zwykle w formie niewielkiego przedmiotu, do którego dołączona jest blaszka lub bloczek z nadrukowanym kodem. Keszer, wkładając do skrytki przedmiot podróźny albo po prostu podając go dalej, nadaje mu w opisie określony cel, np. okrążenie Ziemi czy dotarcie do stanu Oregon w Stanach Zjednoczonych. Efektem tego jest swego rodzaju sztafeta – kolejni keszerzy, podróżujący np. z kraju do kraju, przenoszą przedmiot z miejsca na miejsce, co jakiś czas aktualizując jego lokalizację poprzez wpisywanie przypisanego mu kodu na stronę internetową. Dzieje się tak do momentu, aż przedmiot osiągnie swój cel podróży. Właściciel takiego Travel Buga może obserwować jego podróż. Jak powiedziała jedna z respondentek, przedmiot podróźny nie zawsze trafia w przeznaczone mu miejsce. Jej trackable, zamiast do stanu Miami w USA, dotarł do Meksyku. Mimo wszystko śledzenie jego podróży i pochodzących z niej zdjęć, które zamieszczali inni keszerzy, „było przyjemnością” (K1). „To taka pomoc w realizacji wspólnego celu” (K3) – stwierdziła inna badana. Dodatkowo przedmioty podrózne mogą budzić zachwyty w społeczności swoją formą. Jak mówił jeden z keszerów: „raz przywiozłem z Torunia taki piękny tłuczek, który przyjechał do nas z Japonii, i potem praktycznie każdy na spotkaniu keszerów w Krakowie musiał mieć z tym tłuczkiem zdjęcie” (M3). Istnienie takich przedmiotów, pełniących funkcję swego rodzaju „totemów”, sprzyja więc spajaniu więzi wspólnotowych nawet z globalną społecznością graczy czy pewnej międzykulturowej wymianie (nie wydaje się to jednak zjawiskiem częstym). Cały rytuał przenoszenia przedmiotów trackowalnych, podobnie jak w przypadku wymiany, przypomina opisany przez Bronisława Malinowskiego rytuał Kula (2005), który polegał na wymianie naszyjników i bransolet o niskiej wartości między różnymi grupami plemiennymi. Celem tego procesu było właśnie zacieśnianie więzi, a przy okazji realizacja innych, pobocznych celów (por. Huizinga 2007: 103–104).



Fot. 15. Travel Bug, który podała dalej jedna z respondentek

Źródło: zbiory własne.

Obok przedmiotów podróży i geocoinów dużą rolę w społeczności geocacherów odgrywają tzw. drewniaki lub inaczej xWG (x Wood Geocoin¹³²). Je również można znaleźć w pojemnikach i wymieniać, np. jeden za jednego. „Drewniak” to drewniany krążek z wypalonym na nim obrazkiem i napisem. Keszery mogą zamawiać je w sklepach internetowych, przesyłając do nich własne projekty i wzory nadruku. Jak wspominał jednak badany: „jest to trochę drogie i nie na moją kieszeń” (M1). „Drewniaki” można bowiem zamawiać tylko w większych ilościach (np. od 50 sztuk za 50 złotych). Stanowi to ograniczenie finansowe dla części keszujących. Limitowane ilości różnych serii drewniaków sprawiają, że stają się one przedmiotami kolekcjonerskimi.

¹³² xWG – ponieważ pierwsza literka zależy od kraju, w którym wyprodukowany został drewniak. Odpowiednio będzie to: w Polsce – PWG, w Czechach – CWG itd.



Fot. 16. Kolekcja Polish Wood geocoinów, należąca do jednej z respondentek

Źródło: zbiory własne.

Keszerzy wymieniają się „drewniakami” w trakcie spotkań, które mogą wynikać np. z przypadkowego natknięcia się na innego keszera lub za pośrednictwem skrytek. Wymiana postrzegana jest także jako pretekst do nawiązywania kontaktów: „Zdarza się, że na evencie, jak keszerzy nie wiedzą, jak zagadać, to pytają, czy drugi keszer ma jakieś «drewniaki»” (K1). Organizuje się też wydarzenia polegające na wymianie i pokazywaniu sobie zdobytych xWG. Podobnie jak w przypadku Travel Bugów wymienianie staje się okazją do zacieśniania społecznych więzi i częścią społecznego świata. Jedna z badanych podsumowuje: „to jest trochę jak zbieranie pieczętek na górskim szlaku”¹³³ (K3). Inny gracz mówi, że „to taka normalna w ludziach żądza kolekcjonerstwa” (M1).

¹³³ W takim kolekcjonowaniu pomagać może strona internetowa www.cwg.gcm.cz/ (dostęp: 09.03.2021). Użytkownicy wgrywają na niej wzory stworzonych przez siebie „drewniaków”, co pozwala innym kontrolować ich stan.

Można podejrzewać, że w przypadku niektórych geocacherów wymiana przedmiotów przestaje mieć znaczenie symboliczne jak w kulturze daru (służącej zacieśnianiu więzi), a zaczyna mieć ekonomiczne. Może dziać się to wtedy, kiedy dany „drewniak” czy geocoin ma dla geocachera subiektywną wartość, przez co wymiana nabiera znamion handlu towarowego. W ankiecie internetowej większość (65%) badanych zadeklarowała, że kolekcjonuje przedmioty z keszy takie jak np. xWG. Mimo wywiadów i obserwacji trudno było mi jednak ustalić, czy przedstawiona powyżej hipoteza o ekonomicznym charakterze wymiany przedmiotów znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistości (skłaniałbym się ku wersji, że dla większości jest to przede wszystkim zabawa, która może służyć zacieśnianiu więzi).

Estetyka i język geocacherów

Podstawę do współodczuwania duchowej wspólnoty stanowi wypracowany przez geocacherów zestaw symboli, znaczeń i zachowań – swoista estetyka – który pozwala im poczuć pewną odrębność od „mugoli”, czyli osób niewtajemniczonych w geocaching. Ze względu na to, że gracze nie chcą zdradzić na zewnątrz swojej tożsamości, estetyka ta pozostaje widoczna głównie dla innych geocacherów. Zdarza się co prawda, że gracze na co dzień, wychodząc z domu, korzystają z gadżetów, które ujawniają ich plemienną przynależność (np. koszulki z nadrukami). Z reguły dzieje się to jednak w trakcie wydarzeń, których uczestnikami są sami geocacherzy. Symbolem rozpoznawczym w tłumie ludzi może być niepozorny logotyp geocachingu na czapce czy naklejka na samochodzie¹³⁴. Jak już wspominałem,

¹³⁴ Niektórzy gracze zwracają uwagę na sytuacje, gdy geocaching zaznaczy jakoś swoją obecność w sferze publicznej. Przykładem może być pojawienie się plakatu z logo geocachingu w popularnym serialu *Dark* (2017–2020), czego prawdopodobnie nie dostrzegli „zwykli” widzowie serialu, ale geocacherzy mogli poczuć się, dzięki takiej ukrytej informacji, wyjątkowo, jak gdyby ktoś „mruknął do nich okiem”.

geocacherzy rozpoznają się także po specyficznym zachowaniu, np. wtedy, gdy widzą inną osobę kręcącą się wokół lokalizacji skrytki. Niewidzialna dla „mugoli” estetyka pozostaje natomiast słyszalna w języku używanym przez geocacherów. Choć międzynarodowym językiem używanym przez graczy jest oczywiście angielski, to polscy keszerzy posiadają swój własny, spolszczony socjolekt, który moglibyśmy nazwać keszerskim ponglishem. „Jak w więzieniu, mamy swoją grypsersę i ludzie nas nie rozumieją, ale to buduje w jakiś sposób poczucie więzi” – opisuje to zjawisko badany (M3). W analizowanych logach oraz wywiadach pojawiały się słowa takie jak: „mugol” (osoba niewtajemniczona w geocaching), „kordy” (współrzędne), „listing” (opis), „mikrus” (najmniejszy kesz), „klipsiak” (pojemnik na klipsy służący zwykle do zakładania małych keszy), „owner” (właściciel skrytki), „log” (wpis na temat kesza), „drewniak” lub „drewno” (kolekcjonerski krążek z nadrukiem), „keszowóz” (samochód geocachera, czasem „trackowalny”)¹³⁵. To spolszczanie angielskojęzycznych terminów czasem spotyka się również z dyskusjami wśród geocacherów – jak powinno się zapisywać dane słowo lub czy dane wyrażenie to kłujący w oczy neologizm (np. czy dopuszczalne jest sformułowanie „keszowanie”). W przypadku odnalezienia kesza gracze stosują także termin „podjęcia” go, prawdopodobnie odwołując się w ten sposób do wyzwania, jakie jest z tym związane. Ciekawym przypadkiem keszerskiej kultury wydają się również geoarty, czyli kesze rozmieszczone na powierzchni ziemi i na internetowej mapie w formie określonych kształtów lub nawet pracy artystycznej.

¹³⁵ Na końcu pracy zamieszczam krótki słowniczek najważniejszych pojęć geocacherskich.



Il. 9. Zrzut ekranu z mapy z przykładem geoartu złożonego z serii zagadek

Źródło: www.geocaching.com (dostęp: 09.03.2021).

Eventy jako rytuał „bycia razem”

Okazją do dosłownego bycia razem geocacherów w przestrzeni fizycznej stają się przede wszystkim eventy, czyli zwykle niezbyt liczne (10–30 osób) wydarzenia organizowane dla oraz przez geocacherów przypominające np. małe konwenty dla fanów fantastyki. W ich trakcie odbywają się dyskusje, wymiany doświadczeń i historii na temat zdobytych skrytek, przegód z nimi związanych, przedmiotów kolekcjonerskich (np. drewnianych krążków xWG) oraz handel profesjonalnymi artefaktami (pojemnikami na skrytki, logbookami, przedmiotami trackowalnymi). Spotkania te umożliwiają dzielenie się wspólnymi emocjami i doświadczeniami, ale mają również bardziej konkretne cele – polegają na realizacji jakiegoś programu. Eventy i dążenie do nich części z geocacherów (niektórzy gracze zabiegali o takie spotkania twarzą w twarz) są przy tym najbardziej dosłowną emanacją potrzeby bycia razem członków neoplemienia, czy raczej – weblemienia (por. Pięła 2012).

Technicznie rzecz biorąc, eventy keszerskie to specjalny rodzaj skrytki, który polega na zaproszeniu w konkretne miejsce innych geocacherów. Dzielą się one na kilka rodzajów, ze względu na liczbę

deklarowanych uczestników, którzy wpisali na stronie wydarzenia notkę *Will attend*, to znaczy deklarację uczestnictwa w wydarzeniu (przypomina ona znaną z facebookowych wydarzeń deklarację „Wezmę udział”, ale pozwala też na napisanie krótkiej notki na stronie wydarzenia). W Polsce, jak mówi jeden z respondentów, średnia liczba uczestników takiego wydarzenia wynosi zwykle jakieś 20–30 osób (zdarzają się i takie, przez które przewijają się kolejne osoby, ale liczba „stałych” uczestników wynosi od kilku do kilkunastu). Większe eventy, powyżej 500 osób, nazywane są mega-wydarzeniami, a największe, od co najmniej 5 tys. osób – giga. Na megaeventach pojawiają się np. możliwe do przetestowania kesze eksperymentalne (jak AR, ang. *Augmented Reality*, korzystające z rzeczywistości rozszerzonej dzięki dodatkowej aplikacji mobilnej) czy bardziej skomplikowane skrytki laboratoryjne¹³⁶.



Il. 10. Zrzut ekranu z aplikacji Cachly i mapy prowadzącej na wydarzenie (GC86WMB)

Źródło: Cachly, zbiory własne.

¹³⁶ Takie specjalne kesze zachęcają graczy do uczestnictwa w wydarzeniu, celem „zaliczenia” takich dostępnych czasowo skrytek.

Zwykle skrytki mają przede wszystkim bawić i edukować, eventy stają się zaś nie tylko okazją do wspólnego spotkania twarzą w twarz (zgodnie z koncepcją weblemiowości), ale też do „poszerzenia horyzontów”. Zazwyczaj w trakcie wydarzenia zaplanowane są bowiem dodatkowe atrakcje – „jakiś motyw przewodni” (K2). Rokrocznie w różnych miejscach na świecie odbywają się pokazy filmów dotyczących geocachingu (GIFF – to specjalny rodzaj wydarzeń, na którego organizację należy uzyskać zgodę firmy Groundspeak). Z innych wydarzeń – w Krakowie odbywały się np. regularne giełdy „drewniaków”, a także miała miejsce reaktywowana seria wydarzeń „Krakowskie legendy”. Tego typu spotkania łączą się czasem z quizami wiedzy, prelekcjami czy wspólnym „robieniem różnych rzeczy”. Na przykład w grudniu 2018 roku w Krakowie odbył się event polegający na robieniu świątecznych swetrów (GC7X3WR). Jedna z respondentek polecała mi serię wydarzeń „Pod widmowym królem”, ponieważ „są na niej bardzo fajne prelekcje” (K5). W opisie tego wydarzenia można przeczytać, że odbywa się ono cyklicznie, „we współpracy z Wydziałem Inżynierii Środowiska Politechniki Krakowskiej” (GC78WRJ). Kolejna badana mówiła o rodzajach eventów następująco: „są takie, na których stoimy i gadamy, przez spotkania przy piwie, wystawy, pokazy, po eventy rowerowe. Najdziwniejszy, na jakim byłam, to chyba wspólne demontowanie starej szklarni” (K6). Zainteresowania i sposoby zaangażowania członków w społeczność są więc bardzo różne.

Respondenci wskazywali, że na eventy wybierają się, kiedy mają ochotę i zainteresuje ich tematyka wydarzenia. Jeden z nich powiedział: „na eventy chodzę, jak mam na to czas, gdy są dla mnie jakąś wartością dodaną” (M5). Niektórzy badani twierdzili jednak, że ta dodatkowa otoczka to tylko pretekst do spotkania się i bycia razem, podzielenia się przeżyciami z keszowania. Jedna z respondentek, studentka, mówiła, że szczególnie upodobała sobie eventy typu Meet and Greet, które zwykle polegają na spotkaniu lokalnej społeczności z przyjezdnym keszerem lub keszerami (K2). Takie wydarzenia pozwalają jej podszlifować angielski, jako że „gośćmi” są często gracze z zagranicy. Inny badany, pracujący student, stwierdził, że „pójście na wydarzenie to też okazja, żeby zobaczyć keszerów, których na

co dzień zna się tylko z nicków” (M2). Inna keszerka wspominała: „trochę wstydziłam się iść na swój pierwszy event” (K3), ale wkrótce potem – jak powiedziała – sama włączyła się w realizację kolejnych spotkań. „Jak jest coś w mojej miejscince, to też się wybieram, bo jest blisko i mogę spotkać ludzi, których, powiedzmy, znam” – mówił jeden z respondentów, mieszkaniec podkrakowskiej miejscowości (M1). Eventy pozwalają więc poszerzyć wiedzę z danej dziedziny, ale przede wszystkim zintegrować społeczność – zobaczyć na żywo keszerów, których na co dzień zna się tylko z nazwy użytkownika.

W przeprowadzonej ankiecie internetowej badani wskazywali najczęściej, że „uczestniczą w eventach sporadycznie, bez regularności” (40,6%). Wynika to również z faktu, że są one organizowane z inicjatywy użytkowników, a więc nieregularnie. Prawie co trzeci badany brał jednak udział w takich wydarzeniach raz w miesiącu lub częściej (28,8%). 12 ze 159 respondentów, czyli 7,5% badanych, uczestniczyło w nich natomiast raz na rok lub rzadziej, a 16,9%, nie uczestniczyło w nich w ogóle. Większość badanych nie organizowała nigdy własnego wydarzenia (57,2%). Warto zaznaczyć, że jak wynika z mojej obserwacji, ale również z relacji badanych, na eventach widoczni są przede wszystkim ich starzy bywalcy i bywalczyne.



Fot. 17. Zdjęcie z megawydarzenia – Geocaching Party 2018

Źródło: zbiory własne.

Wydarzenia organizowane przez keszerów zaczynają się zwykle o określonej godzinie. Uczestnicy ściągają jednak na miejsce stopniowo, „kiedy po prostu dadzą radę”. Listingi eventów, czyli ich opisy na www.geocaching.com, zawierają zazwyczaj bardziej szczegółowe informacje na temat lokalizacji (np. dodatkowe waypoints). Trzeba jednak namierzyć je na mapie i znaleźć, podobnie jak w przypadku każdego innego kesza. Wiąże się to z pewnego rodzaju atmosferą wtajemniczenia, ponieważ tylko keszer ma dostęp do mapy odbywających się aktualnie spotkań. Na miejscu czeka na niego pierwszy rytuał inicjacyjny – ewentualne przywitanie z ownerem (organizatorem spotkania) oraz wpisanie się do logbooka, który znajduje się zwykle gdzieś na miejscu spotkania. Jego rolę odgrywać może przygotowany na tę okazję blok albo ozdobna kartka papieru. Wpisanie się tam nie jest obowiązkowe, ale stanowi swego rodzaju tradycję i poświadczenie, że rzeczywiście uczestniczyło się w evencie.

Za przygotowanie logbooka, jak i za realizację spotkania odpowiada jego założyciel – owner. Dlatego też przydatne są tu pewne podstawowe zdolności organizacyjne, które pozwolą mu na sporządzenie listingu (opisu wydarzenia), wybór odpowiedniego miejsca spotkania (np. rezerwacja sali), opracowanie planu spotkania oraz jego poprowadzenie. Jeden z regularnych organizatorów krakowskich eventów mówi: „może zabrzmie to nieskromnie, ale mam swego rodzaju dryg do takiego opowiadania i zaciekawienia” (M3).

Jak wspominałem, wydarzenia często mają specyficzny cel oraz zaplanowany przebieg. Po „przywitaniu” następuje zazwyczaj wymiana „drewniaków”, prezentowanie zdobytych geocoinów, robienie im zdjęć (jeśli zdarzą się „ładne okazy” lub w celu późniejszego przepisania kodu geocoina na stronę internetową). Panuje atmosfera przyjaźni i zrozumienia – na zasadzie wspólnotowego podobieństwa. W zależności od miejsca event może odbywać się w formie siedzącej lub stojącej. Keszerzy grupują się najczęściej w parę osób albo przybywają na eventy w już gotowych grupach, w których dyskutują, a czasem krążą pomiędzy innymi grupkami. Następnie realizowany jest zaplanowany punkt główny spotkania, np. losowanie

konkursowe. W trakcie eventu Giełda Drewniaków (GC86V78), którego przebieg obserwowałem, rozlosowano „drewniaki”, które wcześniej uczestnicy spotkania wrzucili, na wejściu, do specjalnego pudełka.

Podczas wydarzeń odbywa się także handel – niektórzy keszerzy produkują bowiem albo dystrybuują keszerskie gadżety (np. geocoins, Path Tagi lub przedmioty trackowalne), a inni skłonni są je kupić. Czasem środki ze sprzedaży przeznaczone są na pokrycie wynajmu sali, w której odbywa się event (jak miało to miejsce w przypadku wydarzenia GC86V78, którego przebieg obserwowałem). Później pozostaje jeszcze czas na rozmowy między keszerami. Dotyczą one głównie jednego tematu – ich hobby. Gracze dzielą się swoimi historiami i przeżyciami. Jeden z nich (M5) opowiadał np. o swoim incydencie z policją, przerabiając tę historię na zabawną, geocachingową anegdotę¹³⁷. Event staje się także okazją do polecenia sobie ciekawych skrytek, porównywania statystyk (np. liczby znalezień jednego dnia) oraz „zdobywania hintów od ownerów”, czyli podpowiedzi na temat lokalizacji kesza lub rozwiązania zagadki od jego/jej założyciela/założycielki. „Hinty na wydarzeniach to jest zawsze jakiś profit” – śmiała się jedna z badanych (K1). Inny zauważył, że „pojawiają się też normalne rozmowy, na zasadzie: a co tam u ciebie?” (M1).

Wszystkie opisane powyżej praktyki, np. wymiana „drewniaków”, wpisywanie do logbooka, odczytać można w kategorii rytuałów przynależności. Ich zadaniem, jak się wydaje, jest przede wszystkim integracja wspólnoty poprzez przypomnienie jej, że w gruncie rzeczy stanowi ona „jedno ciało” połączone wspólnym

¹³⁷ Geocaching, w przeciwieństwie do takich aktywności jak np. *parkour* czy *urbex*, nie jest praktyką subwersywną, to znaczy sprzeczną z prawem i politykami miejskimi. Dlatego organy porządkowe raczej „nie wchodzić keszerom w drogę”. Z racji tego, że wciąż jest to jednak praktyka niepopularna i ukryta, krzątanie się w jednym miejscu (szczególnie w obecności kamer miejskich), zwłaszcza przez dłuższą chwilę, czy ukrywanie kesza, np. przy rynku, może spotkać się z zainteresowaniem i niepokojem służb.

hobby (por. Maffesoli 2008: 43). Pośrednio wydarzenia te są również okazją do wymiany wiedzy oraz handlu. W tym sensie mogą także nasuwać na myśl wielokrotnie wspomniany już na łamach książki rytuał Kula. Są to jednak rytuały specyficzne, ubrane w szaty późnej nowoczesności – sformalizowane poprzez czas i miejsce (zob. Giddens 2010: 32). Choć sam geocaching moglibyśmy określić jako praktykę polegającą na ucieczce w subświat kulturowy, to organizowane w jego ramach eventy mają już znamiona „klasycznej” rutynizacji karnawału, o której piszą Szlendak i Olechnicki, a która wiąże się z nastawieniem uczestników wydarzeń na efektywne wykorzystanie czasu (2014: 300–307). Na takim poziomie można by odczytać te geocacherskie zgromadzenia jako formę opisywanej przez Baumana wspólnoty szatniowej, która pozwala wejść na chwilę w inne środowisko, a później opuścić je, po „wykonaniu zadania” (Bauman 2009: 120). Wydaje się jednak, że mimo okraszania spotkań dodatkowymi aktywnościami i „programem”, ich sedno stanowi przede wszystkim chęć bycia razem, wynikająca z podzielenia wspólnej pasji, współodczuwania.

Po uczestnictwie w evencie (a niekiedy przed nim) niektórzy keszerzy udają się czasem na wspólne szukanie skrytek w okolicy, jeśli sprzyja temu czas, miejsce i pogoda. Dzieje się tak zwłaszcza po masowych megawydarzeniach (powyżej 500 zadeklarowanych uczestników), takich jak np. zorganizowane w Krakowie Geocaching Party 2018. Jak wskazuje jedna z respondentek, kiedy do miasta zjeżdża się paręset keszerów, niektórzy właściciele wyłączają na ten czas swoje skrytki. Do keszy ustawiają się wtedy wręcz kolejki, a spotkanie przypadkowych towarzyszy w keszowaniu staje się normą. Zdarza się jednak, że odnalezienie skrytki przestaje być wówczas zabawą, ponieważ widać wyraźnie, w jaki sposób zdobywa ją ktoś inny. Jest to jednakże sytuacja szczególna – kiedy w okolicy kręci się mnóstwo osób o tej samej pasji. Panuje wtedy atmosfera powszechnej znajomości, wyrażająca się chociażby w zwracaniu się do siebie na „ty” czy po internetowym nicku. „Jeśli pojawisz się sam na evencie, jako ktoś nowy, istnieje duże prawdopodobieństwo, że ktoś się tobą zainteresuje i zagada” (K1). Co ciekawe – choć polscy

geocacherzy to, jak wynika z dotychczasowych badań (Samołyk 2017), w większej części mężczyźni (moje ankiety – jak już wspominałem – pokazują podobne do badań Samołyka proporcje), to w trakcie obserwacji prowadzonej na eventach zauważyłem, że proporcje płci były nieco inne (w trakcie dwóch wydarzeń, które obserwowałem, było to – za pierwszym razem niemal równo, bo 10 kobiet i 11 mężczyzn, innym razem 11 kobiet i 7 mężczyzn)¹³⁸. Może wynikać to z większej skłonności kobiet do personalnych spotkań niż w przypadku mężczyzn.

CITO – rytuał ekologicznego pędu

Szczególnym rodzajem keszerskich wydarzeń są tzw. CITO, czyli *Cache in Trash out* (ang. *cache in* – kesz do środka, *trash out* – śmieci na zewnątrz). Event tego typu musi trwać przynajmniej godzinę i polega zwykle na sprzątaniu śmieci z wyznaczonego terytorium, np. z parku, albo na innej czynności związanej z ochroną środowiska, np. na malowaniu szlaków turystycznych. Tego typu akcja odbyła się między innymi w okolicach Bydgoszczy (GC7KoCN). Z kolei władze Parku Narodowego Gór Stołowych zorganizowały specjalne wydarzenie otwierające sezon dla geocacherów (GC86FWZ). „Jedno CITO polegało na sadzeniu lasu, na innym, ostatnio, razem z córką, wspieraliśmy lokalną społeczność w sprzątaniu parku Drwinki w Krakowie” (GC85YMK) – mówił jeden z respondentów, bardzo pozytywnie wypowiadający się o CITO (M5). Kolejny stwierdzał: „Lubię coś takiego, robimy coś dobrego dla przyrody, a można też pogadać z ludźmi. Na przykład w 2016 roku było CITO w Krzeszowicach, miejscowy pozapraszał ludzi z okolicy, z Krakowa, dostaliśmy rękawiczki na miejscu i worki, była nawet rywalizacja na to, kto zbierze więcej śmieci, i nagrody, a potem ognisko i kiełbaski” (M1). „Jak przyjeżdża MPO po śmieci zebrane w trakcie CITO, to się dziwią, że tyle tego, bo jak szkoły idą zbierać śmieci, to zbiorą jeden worek” (S1). Pokazuje to

¹³⁸ Na każdym z tych wydarzeń pojawiła się choć jedna rodzina z dzieckiem.

swego rodzaju determinację badanych, która polega na traktowaniu stawianych sobie celów poważnie. Jedna z postronnych keszelek powiedziała w tym kontekście o „ambicjonalnym charakterze członków wspólnoty”¹³⁹. Prawie wszyscy respondenci wywiadów mówili również o tym, że są to pożyteczne inicjatywy, a przynajmniej raz w życiu uczestniczyła w nich ponad połowa badanych w ankiecie geocacherów (59,8%)¹⁴⁰.



Fot. 18. Zdjęcie z CITO, które odbyło się 11.11.2018 (GC7ZF50)

Źródło: zbiory własne.

CITO, w którym miałem okazję uczestniczyć osobiście, miało szczególnie rytualne znaczenie. Odbyło się bowiem 11 listopada 2018 roku (GC7ZF50), jako forma uczczenia setnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. Była to więc swego rodzaju alternatywa

¹³⁹ CITO nie są bardzo częstymi wydarzeniami, np. w danym województwie odbywają się parę razy na kwartał. Może wynikać to z faktu, że takie inicjatywy wymagają dodatkowych przygotowań i nakładu środków.

¹⁴⁰ Przy pytaniu o CITO odpowiedzi udzieliło jedynie 154 ze 159 badanych geocacherów.

dla tradycyjnych form świętowania, w inny sposób wyrażająca patriotyczne postawy. Ten sposób świętowania może uchodzić przy tym za racjonalny i nowoczesny, bo odwołujący się do realnych problemów, a nie tylko do niejako „wymaginowanej” i emocjonalnej więzi, która – zdaniem niektórych – łączy członków wspólnot narodowych (por. Anderson 1997). Może wydawać się, że następuje tu pewne „pęknięcie” – keszerzy z jednej strony sami bazują właśnie na takiej łączącej ich, emocjonalnej więzi, a z drugiej kierują się teoretycznie racjonalną (opartą na naukowych podstawach) ideą walki o środowisko. Dodatkowo można powiedzieć, że ten nowoczesny racjonalizm, inny od „duchowych” form świętowania, opartych na mitologiach (mitologiach – w znaczeniu objaśniania świata i wytwarzania sensu, Napiórkowski 2018a: 18) i wierzeniach, także bazuje na swego rodzaju ekologicznym micie i emocjonalnym przywiązaniu człowieka do przyrody. W wypadku CITO przybiera to postać bycia razem pod pretekstem ekologicznym (czyli mit ekologiczny nadaje sens spotkaniu). Niektórzy badani wskazywali bowiem na to, że inicjatywy te są jedynie dodatkiem do spotkania się, skala ich wpływu na środowisko jest raczej symboliczna: „ja bym kładł nacisk na prewencję, żeby te śmieci się w tych miejscach nie znalazły” (M2) – mówił jeden. Wydaje się, że możemy odczytywać CITO w kategoriach neoplemiennego rytuału, wpisanego w ramy późnej nowoczesności. Jak napisałem wyżej – z jednej strony wynika on z racjonalnego i nowoczesnego trendu dbania o środowisko, powstałego na bazie wiedzy naukowej o czającej się w tle katastrofie klimatycznej¹⁴¹. Z drugiej strony cel organizacji CITO może być postrzegany po prostu jako kolejny powód do współobecności (por. Maffesoli 2008: 66).

CITO przypomina w ten sposób wspomniany już przeze mnie w pierwszym rozdziale niniejszej pracy, a opisywany przez Marcina Napiórkowskiego rytuał krążenia plastikowych zakrętek

¹⁴¹ Jest to naukowa wiedza w tym sensie, że takie zagrożenie potwierdza swoimi badaniami zdecydowana większość naukowców zajmujących się klimatem.

(2018a: 21–46). Choć, jak wskazuje semiotyk, sens tego proceduru jest nikły¹⁴², jeśli chodzi o pozyskiwanie z niego funduszy na cele charytatywne czy ekologiczne, to jednak pozwala on ludziom zaspokoić potrzebę rekompensaty „krzywd wyrządzonych przyrodzie”¹⁴³. Jeden z badanych geocacherów opisał CITO w podobnym duchu: „CITO fajnie wygląda, ale cieszy przede wszystkim to, że ludzie chcą organizować takie wydarzenia” (M3). Niekoniecznie liczy się więc wymierny skutek tego działania, lecz dobre chęci i możliwość „bycia razem”. Przy okazji przeprowadzonej akcji jednostka internalizuje ekologiczne wartości jako własne, dzięki czemu stają się one częścią jej tożsamości. Jeden z keszerów napisał w swoim logu: „w podstawówce kazano mi sprzątać, bo tak trzeba, na CITO przyjeżdżam natomiast z własnej woli”. Można powiedzieć, że stał się swego rodzaju wyznawcą ekologicznego mitu¹⁴⁴.

W 2020 roku zarówno CITO, jak i zwykle eventy odbywały się bardzo sporadycznie ze względu na reżim sanitarny, a przez jakiś czas publikowanie skrytek typu wydarzenie było całkowicie niemożliwe w wyniku decyzji lokalnych recenzentów, w trosce o zdrowie i bezpieczeństwo graczy.

Przecinanie się światów społecznych w ponowoczesności

Geocaching w naturalny sposób przecina się ze światami społecznymi aktorów spoza jego świata, czyli „mugoli”. Jak pisałem wcześniej, powoduje to, że geocacherzy w trakcie swoich łowów muszą pozostawać ostrożni. Choć badani deklarowali w większości, że keszerami czują się cały czas (66,9%), to przynajmniej podczas wywiadów nie dostrzegali np. większego przenikania geocachingu

¹⁴² W przypadku CITO sens brania w nich udziału jak najbardziej istnieje, ale aktywność ta jest kroplą w morzu potrzeb zanieczyszczonego środowiska.

¹⁴³ Podobnie jest w CITO, choć trzeba przyznać, że gruntowne wysprzątanie danego regionu wydaje się „wymierną korzyścią” (a przynajmniej widoczną) dla przyrody.

¹⁴⁴ Warto znów zastrzec, że sformułowania „mit” nie używam tu w znaczeniu „fałsz”, ale jako określenia formy pewnego wierzenia czy przekonania.

do ich życia codziennego. Jeden z graczy, znalazca ponad 2,5 tysiąca keszy i założyciel ponad 50, mówił: „kieszuję w chwilach wolnych od pracy albo opieki nad dzieckiem. W taki dzień wolny biegam, jeżdżę na rowerze i przy okazji kieszuję, bo nie samą pracą człowiek żyje, a swoje pasje obdzielam po równo” (M2). Dwoje respondentów (M2 i K1) wspomniało jednak, że geocaching stawał się dla nich tematem do rozmów z innymi także w pracy czy w trakcie np. rozmowy o pracę, jako przykład zainteresowania, którym „można się pochwalić”. Czworo badanych (M2, M5, M3, R1) mówiło, że geocaching stanowi dla nich idealne urozmaicenie siedzącego trybu pracy przy komputerze. Podobnie napisała mi w mailu inna keszerka: „na co dzień zajmuję się domem, dziećmi, ogrodem, a zawodowo uczę w szkołach. Geocaching jest od tego odskocznią, urozmaiceniem” (K6). W praktyce geocaching nie odbywa się jednak wyłącznie w wyodrębnionym specjalnie dla niego czasie zabawy, ale również bardziej spontanicznie, podczas spaceru czy niezaplanowanego wcześniej przystanku na trasie wycieczki. Czas przeznaczony np. dla rodziny może stać się momentalnie czasem zabawy w geocaching i odwrotnie.

Warto zauważyć przy tym, że większość, bo prawie 3/4 badanych ankietowo keszerów, znalazła co najmniej 200 skrytek i praktykowała geocaching od co najmniej dwóch lat. Połowa zdobyła ich natomiast ponad 980 oraz założyła dziewięć keszy lub więcej. Liczba zdobytych skrytek zależała przy tym nie tylko od stażu kieszowania (najdłuższy w próbie wyniósł 11 lat), ale też od wielkości miejsca zamieszkania keszera. Można zaryzykować stwierdzenie, że im większe było to miejsce, tym większa była średnia znalezionych skrytek ($\phi = 0,341$). Trzeba przy tym zaznaczyć, że zdecydowana większość badanych (ponad 60%) mieszkała właśnie w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Ankietowani keszerzy najczęściej uprawiali swoje hobby przynajmniej raz w tygodniu albo częściej (31,3%), inni robili to natomiast raz na dwa tygodnie (21,9%) lub przynajmniej raz w miesiącu (18,8%). Stosunkowo liczna była też grupa geocacherów, którzy nie deklarowali regularności w kieszowaniu, ale szukanie np. raz na pół roku, w święta czy w trakcie urlopu (27,5%).

Przywołuję te statystyki dotyczące czasu nie bez powodu. Jak wynika bowiem z wywiadów i ankiety, niektórzy gracze nastawieni są przede wszystkim na efektywność w znajdowaniu keszy na zasadzie znajdowania „najwięcej, ile się da, np. w drodze na organizowane przez innych keszerów wydarzenie” (K2)¹⁴⁵. To dążenie do efektywności oznacza z jednej strony mieszanie gry z innymi czynnościami, np. granie przy okazji spaceru, delegacji służbowej, wycieczki, przejażdżki rowerem z pracy i do pracy (takie hybrydowe keszowanie deklarowało 20,6% badanych), a z drugiej strony planowanie specjalnych wypraw na kesze (21,9%) – np. weekendowego wypadu do Jasła na Podkarpaciu w celu znalezienia jak największej liczby skrytek lub jakiejś „określonej i specjalnej, żeby po prostu było warto po nią jechać” (K1). Jak tłumaczyła to jedna z badanych: „jak mam wybrać, to patrzę na mapę, na miejsca, w których nie byłam, które można by połączyć z jakimś fajnym spacerem, czy do połączenia z przejażdżką rowerową” (K5). Inny keszer, którego żona nie keszuje, mówił natomiast następująco: „Jak żona jedzie na delegację i mam wolny weekend, to sprawdzam sobie kesze w jakimś mieście, np. w Jasle, bukuję spanie, jadę tam, keszuję, idę coś zjeść, a jak jest organizowany event keszerski, to się na niego wybiorę. Potem wracam na niedzielę do Krakowa” (M3). Pokazuje to praktyczne przeplatanie się geocachingu z innymi sferami życia.

Dzięki współczesnej mobilności (w takim sensie, że możemy pojechać lub polecieć właściwie w dowolne miejsce na świecie) geocaching może towarzyszyć globalnemu podróżowaniu – zaliczaniu kolejnych regionalnych landmarków¹⁴⁶. W wypowiedzi jednego z respondentów pojawił się temat takiej właśnie grywalizacji turystyki, czyli „zaliczania” kolejnych odwiedzonych miejsc. Jak mówił:

¹⁴⁵ Efektywność tę widać także np. w keszach o charakterze Park and Grab, czyli dosłownie Zaparkuj i Chwyć (sprzyjają podróży samochodowej) oraz Traile, czyli serii wielu keszy założonych przy jednym szlaku (taka trasa prowadzi np. od Krakowa do Częstochowy).

¹⁴⁶ Na przykład siedem cudów świata starożytnego i nomen omen nowoczesnego: <https://www.geocaching.com/promos/campaigns/2> (dostęp: 09.03.2021).

„nie masz już jakiejś mapy zdrapki¹⁴⁷, ale możesz sobie sprawdzić na portalu geocachingowym albo Project-GC odwiedzone kraje i to trochę łechta człowieka” (M3). Inny respondent stwierdził z kolei: „Geocaching jest dla mnie narzędziem do turystyki” (M4). W pewnym sensie hobby to wręcz wymusza z czasem takie podróżowanie. Dzieje się tak wtedy, kiedy dany gracz odnalazł już wszystkie skrytki w swojej okolicy czy na regularnej trasie, którą codziennie przemierza. Na tego rodzaju problemy wskazywali szczególnie mieszkańcy mniejszych, np. podkrakowskich, miejscowości, w przypadku których jedyne kesze w okolicy były często ich własnymi skrytkami – „obecnie jestem jedynym ownerem w swojej okolicy, jak chce się pokeszować, trzeba jechać do Krakowa” (M5). „Kiedyś bawiłam się w znajdowanie iluś tam keszy przez ileś dni pod rząd, dobiłam do stu, to wtedy był problem z ich wybieraniem na szeroko pojętej linii praca – dom i gdzie mnie jeszcze nie było” – mówiła inna badana (K5). Motywacja do podróżowania wynika również ze wspomnianego łączenia życia z graniem (np. szukanie skrytek w trakcie wycieczek wakacyjnych). Prawie połowa respondentów ankiety (46,4%) deklarowała, że wyjechała ze swojego województwa w celu keszowania co najmniej trzy razy lub więcej. Jeden z badanych opowiadał z kolei, że w niektórych krajach, np. w Maroko, nie ma zbyt wielu keszy, przez co stają się one ogólną gratką (M4). Inny mówił o poszukiwaniach skrytki typu Ape¹⁴⁸ w brazylijskiej dżungli, podczas jednej z wakacyjnych podróży (M3).

Dążenie do efektywnego wykorzystania każdej chwili może wynikać jednak z charakterystycznego dla późnej nowoczesności zjawiska niedoczasu, w kontekście spędzania czasu wolnego, o czym pisze Natalia Martini (2017: 100). W jego wyniku człowiek stara się „skonsumować” jak najwięcej atrakcji w jak najkrótszym czasie.

¹⁴⁷ Mapy zdrapki to mapy, na których można oznaczyć odwiedzone państwa.

¹⁴⁸ Kesze tego typu (Ape caches) są pozostałością specjalnej serii, założonej z okazji premiery filmu Tima Burtona pod tytułem *Planeta małp* (2001). Obecnie aktywne są tylko cztery takie skrytki, dostępne pod adresem: <https://www.geocaching.com/bookmarks/view.aspx?guid=57c39d6f-6166-4a22-9ef4-3a0f8600673d> (dostęp: 09.03.2021).

Dlatego też wizyta w określonej dzielnicy miasta, np. w krakowskiej Nowej Hucie, staje się dla geocachera doskonałą okazją do „wyczyszczenia” terenu z lokalnych keszy czy też ich „zamiany w uśmiechnięte buźki” (K1)¹⁴⁹. Termin „czyszczenie obszaru” ze skrytek wydaje się tutaj znamieny (por. Kim 2014: 363). Warto odnieść tę sytuację do podobnego „czyszczenia mapy” z *collectibles* – przedmiotów kolekcjonerskich (tzw. znajdziek) w grach wideo. Czyszczenie polega na swego rodzaju oswajaniu terytorium, czy też czynieniu go odkrytym, bezpiecznym i znajomym (por. Janik 2015). Ta potrzeba „czyszczenia” może wynikać również z Baumanowskiego przymusu konsumowania i zbierania rzeczy, który jednostka odczuwa w społeczeństwie konsumpcyjnym (por. Bauman 2006: 125). Z drugiej strony takie podróżowanie i keszowanie może stanowić równie dobrze przejaw witalizmu i apetytu na życie oraz ciekawości świata (por. Maffesoli 2012: 32).

Legitymizacja działania i nauka przez zabawę

W wypowiedzi jednego z badanych, w wieku powyżej 40 lat, dało się zauważyć jednak pewien dystans do jego hobby, np. kiedy mówił: „to dosyć zabawne, kiedy pięćdziesięcioletni facet ugania się za skrytkami po lesie” (S1). Inny wypowiadał się w podobnym tonie: „Geocaching może być postrzegany na zewnątrz środowiska jako zabawa dla nerdów, dla kujonów” (M3), mimo że technicznie rzecz biorąc, jako hobby nie różni się wiele od zwykłego podróżowania czy np. kibicowania lokalnej drużynie piłkarskiej na meczach wyjazdowych¹⁵⁰. W ankiecie pojawiła się z kolei następująca wypowiedź, która określa podejście jednej z respondentek do tematu keszowania: „Geocaching uczy, doświadcza, poszerza horyzonty i ci, którzy się z nas śmieją, że szukamy śniadaniówek w «krzokach»,

¹⁴⁹ Znalezione skrytki wyświetlają się na mapie w serwisie www.geocaching.com w postaci uśmiechniętej buźki.

¹⁵⁰ Mam tu na myśli to, że z reguły wszystkie te zainteresowania bazują w dużej mierze na subiektywnie pojętej przyjemności, którą dają, i emocjach.

nie wiedzą, jak wspaniała przygoda ich omija :-), a cieszy to, że takich wariatów przybywa” (R52)¹⁵¹. Sposobem na pogodzenie geocachingu jako „specyficznego hobby” z nowoczesnym przymusem racjonalności i użyteczności (postępowania przynoszącego „obiektywne” korzyści) wydaje się więc zachowanie „zdrowego dystansu” lub wpisanie geocachingu w ramy nowoczesności, np. poprzez określanie go mianem geoturystyki. Taki termin w pewien sposób legitymizuje (uprawomocnia) działanie geocacherów jako takie, które pozwala jednostce zdobywać wiedzę o świecie i odkrywać nowe miejsca. *Ergo* – przynosi jej tym samym pewne obserwowalne korzyści. Geocaching, jak zauważył już Paweł Tkaczyk (2012), stanowi dzięki temu doskonały przykład grywalizacji. Pozwala bowiem wpisać np. podróżowanie, odkrywanie miejsc i nowych osób w ramy gry, poprzez łączenie przyjemnego z pożytecznym. „To zajęcie, które pomaga dowiedzieć się różnych rzeczy o świecie. Idę w miejsce, do którego bym nigdy nie doszła” – mówiła mieszkanka Tarnowa (K3). Inni badani wyrażają się w podobnym tonie. Jedna z respondentek wspominała, że geocaching motywował ją do nauki „wspinaczki, pływania kajakiem” (K6). Inna z kolei dzięki geocachingowi nauczyła się pływać. „Można uczyć poprzez fajny listing, czyli stronę z opisem kesza” – stwierdził następny badany. Inny znów respondent wspomniał: „wcześniej byłem taki bardziej skryty, a geocaching zwiększył moją pewność siebie” (M4). Kolejna respondentka, która poświęcała geocachingowi mnóstwo czasu („to wypełniacz całej reszty życia, poza nauką”), zauważyła, że wspomaga on jej rozwój, np. pomaga w nauce angielskiego, a także pozwala poznać ciekawych ludzi (K2). Najmłodszy respondent stwierdzał: „Lubię przyrodę i aktywność na świeżym powietrzu, dzięki geocachingowi zawsze mam co robić, a poza tym geocaching wzmaga kreatywność” (M1). Gra motywowała również do spacerowania, a więc dbania o kondycję fizyczną – „staram się podchodzić do

¹⁵¹ Cytat pochodzi z ankiety wypełnionej przez respondentkę nr 52, w uzasadnieniu do pozytywnej odpowiedzi przy stwierdzeniu „Geocaching zmienił sposób, w jaki postrzegam miejsca, które odwiedzam”.

tego tak, że idę na spacer, a nie, żeby cały czas gapić się w telefon” (K5) – czy np. do jazdy na rowerze, poznawania własnego regionu, jak też zupełnie nowych miejsc. Stawała się także okazją „do spędzenia czasu z bliskimi” na świeżym powietrzu.

Biorąc pod uwagę badania i relacje respondentów, obok wymienionych korzyści odnoszonych z geocachingu widać było ich już niekonięcznie „racjonalne”, lecz emocjonalne przywiązanie do hobby, które staje się podstawą do powstania neoplemienia. „Geocaching łączy nowoczesną technologię z kontaktem z czymś ciekawym i przyrodą” – podsumowuje to jeden z badanych (M1). Stwierdzenie to wydaje się doskonale korespondować z definicją ponowoczesności Michela Maffesolego jako „synergii archaizmu z nowymi technologiami” (por. Maffesoli 2012: 33).

Statystyki i rywalizacja, czyli od zabawy do gry

Przez pierwszą dekadę swojego istnienia geocaching pozostawał zabawą opartą na współpracy czy też grą, którą moglibyśmy określić mianem casualowej (por. Kim 2014), bez mierzalnych wyników i wyraźnej rywalizacji, o stosunkowo prostych zasadach, za których łamanie nie czekają również specjalne sankcje formalne lub nieformalne. Serwis www.geocaching.com pierwotnie udostępniał graczom jedynie podstawowe dane na temat liczby znalezień, założeń skrytek, przeniesionych Travel Bugów i zdobytych suvenirów (wirtualnych pamiątek przyznawanych np. za odwiedzenie danego kraju), które to dane wyświetlały się na profilu użytkownika. Dzięki temu gracze mogli sprawdzić swoje osiągnięcia, tworzyć dla siebie indywidualne wyzwania, ewentualnie porównywać się z innymi uczestnikami zabawy.

Sytuacja ta zmieniła się wraz z powstaniem oficjalnych systemów do prowadzenia statystyk i rankingów graczy, które pozwalają im porównywać się na podstawie wspólnych standardów. Te bardziej wymierne i szczegółowe dane na temat gry pojawiły się w geocachingu dzięki współpracy firmy Groundspeak (odpowiedzialnej za utrzymanie strony www.geocaching.com) z podmiotem

trzecim, prowadzącym stronę internetową www.project-gc.com¹⁵², która wykorzystuje bazę danych i narzędzia API (ang. *Application Programming Interface*) serwisu geocaching.com do agregowania danych i wytwarzania skomplikowanych statystyk dotyczących geocachingu. Każdy gracz może podpiąć swoje konto użytkownika do Project-GC. Geocaching staje się dzięki temu jeszcze lepszym przykładem grywalizacji niż przed laty¹⁵³. Statystyki pozwalają bowiem na kwantyfikację spędzania czasu wolnego – przeliczania go na zrozumiałe liczby w celu sprawdzenia własnej efektywności. Jedną z podstawowych statystyk pozostaje Matrix, czyli maczyca trudności zadania i trudności terenowych osadzonych keszy. Ważną zmienną jest także zachowanie ciągłości odnalezień przez jak największą liczbę dni pod rząd. Niektórzy keszerzy są w stanie odnotować nawet parędziesiąt odkryć jednego dnia. Statystyki motywują również graczy do tego, by częściej zbaczać z wyznaczonego szlaku w poszukiwaniu skrytek. Pozwalają ponadto wytyczyć sobie jeszcze bardziej wymierne cele niż wcześniej. Przejawem dążenia do efektywności w podnoszeniu statystyk i „kolekcjonowaniu” są także przypadki logowania przedmiotów trackowalnych, które keszerzy pokazują sobie np. w trakcie eventów (zdarza się, że jedna osoba robi im wszystkim zdjęcia, by reszta mogła je zalogować, nawet jeśli ich nie widziała).

¹⁵² Ciekawe statystyki z perspektywy polskich użytkowników przedstawia również serwis www.geocaching.pl: <https://www.geocaching.pl/statistics.php> (dostęp: 09.03.2021). Warto wspomnieć, że dostęp do danych z www.project-gc.com jest częściowo płatny, a do www.geocaching.pl – całkowicie darmowy, ale statystyki są tu mniej zaawansowane.

¹⁵³ W 2012 roku, kiedy Tkaczyk omawiał geocaching jako przykład grywalizacji, pisał, że ze względu na brak rywalizacji „ma on w sobie więcej zabawy niż gry” (2012: 96). Choć obecnie wciąż moi respondenci wskazywali na geocaching jako formę niezobowiązującego hobby, to nie można jednak nie zauważyć rosnącego wpływu statystyk na kształtowanie się w środowisku pewnej rywalizacji. Nawet kiedy statystyki, podobnie jak kiedyś, miałyby pomagać wyłącznie w stawianiu sobie indywidualnych wyzwań i celów.

Kombinacje trudności zadania i terenu										
Trudność	Terren									Rodzaj: All
	1.0	1.5	2.0	2.5	3.0	3.5	4.0	4.5	5.0	
1.0	2		1			1				4
1.5		2		1						3
2.0		2	3							5
2.5				1						1
3.0		1			1					2
3.5										0
4.0										0
4.5										0
5.0										0
	2	5	4	2	1	1	0	0	0	15

Znaleziono 10 z 81 kombinacji D/T
 Znalezienia o trudności zadania lub terenu równej 3 lub wyższej: 3 (20.0%)
 Przy pomocy narzędzia DT Matrix, znajdź skrytki, które uzupełnią matrycę kombinacji D/T

II. 11. Zrzut ekranu Matrixu, jednej ze statystyk chętnie zamieszczanych przez geocacherów na profilach

Źródło: www.project-gc.com (dostęp: 09.03.2021).

Ważną motywacją do poprawiania statystyk stały się również wyzwania (ang. *challenge*), które geocacher musi zaliczyć przed zdobyciem konkretnych skrytek. Wyzwanie może polegać np. na konieczności udziału w 100 geocacherskich eventach. To, czy dany gracz spełnia warunki danego challenge, podobnie jak w przypadku rozwiązań zagadek, weryfikują z reguły automatyczne checkery. Inne wyzwania wiążą się natomiast ze zdobywaniem wirtualnych odznak („badży”, ang. *badge*), a także przyznawanych przez Groundspeak oficjalnych suvenirów, np. za znalezienie określonej liczby keszy na danym terytorium. Na stronie www.badgegen.com można sprawdzić warunki uzyskania odznaki, a po jej zdobyciu keszer może zamieścić symbolizującą ją znaczek na swoim profilu użytkownika. Jedna z badanych przyznała, że do keszowania częściowo mobilizowała ją właśnie chęć „zaliczenia odznaki PTTK” (K3), przyznawanej za określoną liczbę znalezień na terenie Polski¹⁵⁴. Inna keszerka

¹⁵⁴ W czasie badań byłem świadkiem tego, w jaki sposób w trakcie narady członków stowarzyszenia oraz przedstawiciela PTTK ustalany był próg odnalezień potrzebny do uzyskania badży przez gracza.

mówiła: „stawiam sobie wyzwania, np. jak rozwiążę serię zagadek, bo to sprawia satysfakcję” (K5).



Il. 1.2. Odznaka „popularna” PTTK, za znalezienie 100 skrytek na terenie Polski

Źródło: www.geocaching.pl (dostęp: 09.03.2021).

Z jednej strony statystyki mogą motywować geocacherów do działania i częstszego podejmowania wyzwań, z drugiej – doprowadzać do rywalizacji. Jak stwierdził jeden z badanych: „myślę, że sporo ludzi kręci to bicie się o palmę pierwszeństwa, challenge, badże, żeby się pokazać, że odwiedziło się określoną liczbę państw czy województw” (M5). Taka rywalizacja, w ramach gry o sumie niezerowej, w której wygrać mogą teoretycznie wszyscy, opiera się w dużej mierze na rankingach graczy generowanych na podstawie liczby znalezionych skrytek, ale również wielu innych statystyk. Wyraźniejszym przykładem rywalizacji są jednak FTF-y (skrót od zwrotu ang. *First to Find*), czyli walka o pierwsze znalezienie nowo założonych skrytek, których nikt jeszcze nie zalogował. Jest to forma gry o sumie zerowej, ponieważ tylko pierwszy znalazca zajmuje symboliczne pierwsze miejsce. Tak zwani łowcy FTF-ów są w stanie ścigać się o nowe kesze nawet w środku nocy, i to na terenie innego województwa. „Raz w 2014 roku była taka akcja, że ludzie siedzieli w samochodach wzdłuż Mogilskiej [ulica w Krakowie – J.M.], żeby

mieć blisko do FTF-a” – wspominała jedna z postronnych keszerów, która włączyła się w wywiad. Czasem na miejsce przybywa więcej „łowców”, ale tylko jeden z nich może zostać prawdziwym pierwszym znalazcą¹⁵⁵. W skrytkach znajdują się niekiedy certyfikaty dla pierwszego, a także drugiego i trzeciego znalazcy, które „nie cieszą się jednak szczególną popularnością” i są zamieszczane w zależności od „widzimi się ownera” (K2). Zdarza się, że wybuchają kłótnie o to, że „ktoś zrobił FTF-a offline, lecz nie zalogował go online, przez co inny keszer przyjechał na miejsce na darmo” (K5), nie wiedząc, że nie ma już szansy na pierwsze znalezienie. Inni gracze traktują łowienie FTF-ów mniej rywalizacyjnie, raczej na zasadzie, że „jeśli pojawi się nowy kesz i tylko nie jestem w szkole, to staram się do niego podejść” (M1). FTF-y koniec końców i tak składają się na ogólną statystykę użytkownika i dają graczom szansę na awans w rankingu.

W większości przypadków badani mówili jednak, że nie zależy im na rywalizacji czy statystykach samych w sobie. Kiedy już je sprawdzają, to z czystej ciekawości, traktując je jako wyzwanie dla samych siebie i metodę wymierzania konkretnych celów. Co interesujące, to mężczyźni częściej niż kobiety oceniali rywalizację jako istotny aspekt geocachingu (siła związku dla płci wyniosła $\phi > 0,3 < 0,5$) (zob. wykres 4). Możliwe, że wynika to ze stereotypowej w przypadku mężczyzn skłonności do rywalizacji. „Wiele zależy tu od człowieka, jaki jest, ale według mnie w geocachingu nie chodzi o statystyki, ale żeby się dobrze bawić [...]. Wolę spędzić czas na łonie natury i szukać na spokojnie, niż przejmować się statystykami” – stwierdza jeden z reprezentantów męskiej części geocacherów (M1). Pojawiają się także głosy mówiące o tym, że geocaching to przede wszystkim zabawa, w ramach której każdy szuka

¹⁵⁵ Serwis Project-GC oznacza keszera jako pierwszego znalazcę, jeśli ten wpisze do internetowego loga skrytki sformułowanie „{FTF}”. W wyniku tego w statystykach figuruje czasem kilku „pierwszych” znalazców jednego kesza, chociaż rzeczywistym jest naturalnie tylko jeden z nich (ten, który wpisał się jako pierwszy do fizycznego logbooka).

keszy tak, jak chce. Bywają one odpowiedzią na skargi innych graczy na łamanie lub naginanie pewnych zasad geocachingu i sugerują, że dla autorów takich deklaracji celem gry nie jest przestrzeganie zasad, ale czerpanie z niej frajdy (pod warunkiem że nie odbiera się jej innym bawiącym się). Z drugiej strony w trakcie badań słyszałem również takie głosy: „Moim zdaniem na statystykach może zależeć nawet 60% wszystkich keszerów” (M3). Trudno jest więc ocenić, jaką wagę tak naprawdę przywiązują do nich geocacherzy.

Bez wątpienia statystyki i bazująca na nich rywalizacja sprawiły, że geocaching jeszcze lepiej niż przed laty pasuje dziś do definicji gry, w której liczą się jasne zasady i mierzalne wyniki, pozwalające określić zwycięzcę rankingu czy rywalizacji o pierwsze znalezienie kesza. Wydaje się, że z tego względu niektórzy geocacherzy zaczęli patrzeć na siebie nieco surowiej, a czasem prowadzić spory o interpretację regulaminu i zasad gry (por. de Koven za Brzozowska 2017: 176). Wraz z nastaniem statystyk znalezienie kesza zaczęło wiązać się bowiem z punktacją i awansem w rankingu graczy. Jednocześnie punkty statystyk czy odznaki można postrzegać jako kolejny przejaw neoplemiennego zbieractwa oraz jako cenione w środowisku „przedmioty kolekcjonerskie” (podobnie jak omówione wcześniej „drewniaki”, geocoiny oraz wirtualne punkty FAV). Ze względu na rosnące znaczenie punktów pewne kontrowersje w środowisku wywołują przypadki łamania lub naginania reguł gry, które prowadzą do nieuczciwego podnoszenia statystyk. Na przykład poprzez logowanie w Internecie skrytek albo wydarzeń bez ich faktycznego odwiedzenia na miejscu. Przykładem takich „patologicznych” zachowań jest również tworzenie loga do skrytki wypełnionego długą, ale bezwartościową zdaniem innych treścią. Długość wpisów pod znalezionymi skrytkami także liczy się bowiem do statystyk na www.project-GC.com. Niektórzy keszerzy zakładają z kolei skrytki typu wydarzenie, które służą wyłącznie „nabiciu sobie statystyk”. W takich wydarzeniach uczestniczy np. jedynie kilku znajomych keszera albo on sam, przez co event odbywa się tylko teoretycznie.

Między innymi ze względu na opisane kontrowersje i łamanie zasad niektórzy członkowie społeczności uważają, że statystyki

i rywalizacja to „plaga, która dotknęła geocaching, zamieniając go z przyjemnej zabawy w grę, która czasem wywołuje konflikty”. Badany, który określił sytuację w ten sposób, dodał także: „kiedyś mocno wkręciłem się w statystyki, ale odkąd się od nich odciąłem, to lepiej mi się keszuje” (S1). Inna keszerka mówiła natomiast: „osobiście bardzo nie lubię łamania zasad, np. logowania skrytek, których się nie znalazło, ale to już świadczy o tej konkretnej osobie. Jak w życiu” (K6). „Keszer nastawiony tylko na rywalizację szybko się tym geocachingiem znudzi i nie będzie miał tej zabawy na lata” – ocenił inny respondent (M3). Inna badana przyznała natomiast: „ja nie miałam nigdy tego problemu, bo nigdy nie byłam wysoko w statystykach” (K4).

Autentyczny geocacher i inne areny sporów

W moich badaniach pojawiło się także pytanie o to, kogo geocacherzy uważają za autentycznego członka swojej społeczności – prawdziwego geocachera. Jak mówili: taka osoba „przede wszystkim przestrzega reguł gry i zachowuje konspirację”. „Jest po prostu ciekawa świata” (M1). „Daje coś od siebie, ale niekoniecznie musi zakładać kesze, wystarczy, że na przykład zgłasza potrzebę naprawienia kesza” (K5). Badani zwracali również uwagę na pewną keszerską „świadomość” i gotowość do działania: „Prawdziwy keszer jest gotowy do keszowania w każdej chwili, może czasem wydaje pieniądze na jakieś gadżety” (M5). „Taki keszer w każdej chwili czy na wycieczce myśli o zbieraniu keszy” (R1). Inna badana mówiła: „Zakłada takie kesze, jakie sam chciałby znaleźć” (K3), a kolejny podsumował: „keszer to osoba uczciwa, ciekawa świata, chcąca coś ludziom pokazać, po części chcąca być kimś między mentorem a edukatorem” (M3). Poza tymi dosyć prostymi do spełnienia wytycznymi i obowiązkiem przestrzegania podstawowych zasad gry geocacherzy nie tworzą więc barier dla osób chcących dołączyć do ich społeczności. Serwis www.geocaching.com jest natomiast dostępny dla wszystkich, którzy zechcą się w nim zarejestrować. Jak opisała to jedna z respondentek: „Geocaching to

zabawa dla każdego. Tak samo prawdziwy jest maniak spędzający na kieszowaniu całe dni, posługujący się najnowszym sprzętem, jak i ten, który parę razy w roku pójdzie sobie czegoś poszukać z telefonem. Każdy ma własne podejście i sumienie, każdy sam decyduje, jak się bawi” (K6). Kiedy w wywiadach pytałem respondentów o to, czy sami siebie uważają za prawdziwych geocacherów, odpowiadali twierdząco. Sami chętnie wprowadzali także do gry nowych graczy i odpowiadali na ich pytania dotyczące np. geocacherskiego języka. Właśnie język i pewne umiejętności oraz zasoby techniczne (smartfon i Internet) mogą stanowić bowiem pewną naturalną, nie-ludzką barierę dla nowych graczy. Ten brak tendencji do zamknięcia się na nowych członków różni geocacherów od typowego neoplemienia. Jako wyjątek mogą być postrzegani ci spośród profesjonalnych graczy, czyli graczy z dłuższym stażem, którzy chętniej bronią granic gry przed nowicjuszami. Przejawia się to np. w ostrzejszym zwracaniu uwagi na początkową nieudolność nowych geocacherów czy np. w poziomie trudności skrytek, jakie zakładają, np. zagadek. Niektórzy bardziej doświadczeni gracze oceniają je jako odpowiednie wyzwanie, a inni traktują jako coś stwarzającego niepotrzebną barierę, którą mniej wprawieni geocacherzy muszą przekroczyć, aby zdobyć skrytkę. Należy dodać, że wielu spośród zaawansowanych graczy jest bardzo pomocnych dla początkujących.

Praktycznie zerowy próg wejścia do gry (związany głównie z oczekiwaniem przyswojenia i przestrzegania jej prostych zasad) dotyczy samego poszukiwania keszy. Inaczej wygląda sytuacja związana z ich zakładaniem. Wśród badanych geocacherów panowała bowiem zgoda co do tego, że początkujący gracz powinien zakładać własne skrytki dopiero po przekroczeniu odpowiedniego progu znalezień, tak aby zapoznać się z dobrymi praktykami. W ankiecie internetowej keszerzy wskazywali najczęściej na dwa takie progi: 50 znalezień (22,5%) oraz 100 znalezień (36,9%). Również 24%, czyli 38 osób, wskazało na próg między 0 a 35 keszami, a 16,2%, czyli 26 osób, oczekiwało progu powyżej 150 znalezionych skrytek. Sama firma Groundspeak rekomenduje tu próg 20 skrytek

(na który wskazało 6% moich badanych). Pokazuje to, że sami geocacherzy są pod tym względem bardziej wymagający. Według jednego badanego wzorcowy poszukiwacz ma „paręset znaleźć, zna różne narzędzia [do geocachingu – J.M.], nie niszczy przypadkowo skrytek, ale też nie przesadza ze zbieraniem statystyk czy przechwalaniem się na tym polu” (M2). Kolejny z respondentów opowiadał natomiast o przypadkach nowicjuszy, którzy nie rozumieją sensu gry i nawet nieumyślnie łamią jej zasady (czasem są okreśłani np. „gimbazą” czy „gimbokeszeraami”). „Dzieje się tak np. wtedy, gdy dzieci keszujące z rodzicami dzieliły się swoim hobby w szkole, a ich współziomkowie, nie znając dokładnie zasad geocachingu, próbowali włączyć się do gry” (M4). Niezrozumienie zasad lub niechęć do stosowania się do nich, wynikająca z wieku dziecięcego, doprowadza do zniszczenia skrytek albo tworzenia geocachy marnej jakości, które – jeśli nie spełniają reguł – i tak nie zostaną zaakceptowane przez recenzenta. „Zdarzają się np. kradzieże logbooków” (M4). „Ale każdy od czegoś zaczyna” – zauważył inny respondent (M5). Ocena działań tych nowicjuszy wydaje się więc areną dyskusji (prowadzonych między innymi w Internecie), czy tacy nowi gracze to pozytywne zjawisko i z czasem „nauczą się grać”, czy też od początku należy traktować ich jako „psujów” dobrej zabawy. Niektórzy chcieliby więc bronić granic społeczności, inni pozostawić je możliwie otwarte.

Zdarza się, że kwestia tego, kto może nazywać się „prawdziwym geocacherem”, nie sprowadza się wyłącznie do przestrzegania przez tę osobę podstawowych reguł dotyczących szukania i zakładania skrytek. W takich przypadkach wiele zależy np. od osobowości i wrażliwości konkretnych graczy. Kontrowersje może wywoływać np. teren, na jakim została założona skrytka, nawet jeśli spełnia regulaminowe założenia i została zaakceptowana przez recenzenta. Niektóre z miejsc są bowiem uznawane za nieodpowiednie do „zabawy” (np. przydrożna kapliczka, ze względu na jej sakralny charakter) czy niewarte pokazania. Podobnie problematyczny dla niektórych graczy może okazać się sposób wykonania skrytki. Bywa, że np. gracze stosujący do przygotowania swoich keszy profesjonalne

pojemniki (dostępne do kupienia w sklepach) krytykują proste skrytki wyprodukowane metodą „chałupniczą” przez innych, mniej zaawansowanych geocacherów (np. z prostego pudełka po ciastkach). Nie jest to zasadą, ponieważ profesjonalni gracze też często produkują skrytki samodzielnie, ale wkładają w to zwykle dużo pracy i przygotowań (np. w stworzenie pojemnika z drewna). Ten odpowiedni poziom jakości skrytek to kolejna z aren sporu wśród geocacherów, który chyba nigdy nie pozostanie rozstrzygnięty. W ocenie skrytki wiele zależy również od tego, jak dany gracz postrzega atrakcyjność miejsca. Dla jednych może być ona związana z pięknymi widokami, dla drugich z wyzwaniem, jakie wiąże się z dotarciem na miejsce, a dla trzecich ważny może być i jeden, i drugi aspekt. Na przykład miejsce w ruinach budynku może przez niektórych geocacherów zostać nazwane śmieciowiskiem, inni docenią z kolei klimat miejsca i wyzwanie związane z dotarciem do kesza. Jedną z aren sporów dotyczy też wspomnianego wcześniej w książce logowania skrytek, a konkretnie treści wpisów w internetowych logach. Niektórzy gracze godzą się bowiem na krótsze i mniej wylewne wpisy z „obowiązkowym” TFTC, a inni postrzegają je jako brak docenienia pracy założyciela.

Teoretycznie takie spory o działania podstawowe nie powinny zachodzić wewnątrz społeczności neoplemiennej, która charakteryzuje się spójnością wewnętrzną (por. Hus 2016: 96–97) i obroną granic przed obcymi, odmiennymi. W społeczności geocacherkiej granice, jak wspominałem, są otwarte, aczkolwiek niektórzy dyskutują na temat tej otwartości. Wydaje się jednak, że mimo wszystko geocacherzy w większym stopniu zgadzają się co do „ideologicznych podstaw” geocachowania, a przytoczone wcześniej rozbieżności traktują jako naturalny stan rzeczy, wynikający z osobowości keszerów czy ich doświadczenia, stażu oraz technik gry. Wątek ten przede wszystkim wiąże się z tematem profesjonalizacji i segmentacji świata społecznego geocachingu, czyli powstawania subświatów, które moglibyśmy nazwać pomniejszych plemionami geocacherów, wydzielonymi z większej całości.

Sklep – profesjonalizacja i lokalne pączkowanie

Groundspeak i pracozabawa

Siedziba Groundspeak, firmy odpowiedzialnej za prowadzenie strony internetowej i forum www.geocaching.com, mieści się w amerykańskim mieście Seattle, które przez samych geocacherów określane jest mianem HeadQuaters (ang. *headquarter* – siedziba główna). Pracowników Groundspeak, których firma zatrudnia około siedemdziesięciu, nazywa się natomiast Lackeyami (ang. *lackey* – lokaj). Na terenie firmy mieści się specjalna skrytka HQ, którą keszerzy mogą zdobyć po wcześniejszym zapowiedzeniu się z 48-godzinnym wyprzedzeniem.

Jak pisałem na początku rozdziału teoretycznego, firma Groundspeak zrodziła się w wyniku wewnętrznej profesjonalizacji świata społecznego geocachingu – z inicjatywy fanów gry: Bryana Rotha, Eliasza Alvorda i Jeremy’ego Irisha. Można również, za Henrym Jenkinsem, Samem Fordem i Joshua Greenem określić ją jako typowy podmiot ery mediów WEB 2.0, które bazują na treściach generowanych przez użytkowników i przechwytyują ich energię (por. 2018: 445–446). Jako pośrednik i platforma umożliwiająca wymianę treści firma ta z czasem przerodziła się w zwyczajną korporację. Jak zauważa jeden z badanych: „Groundspeak wycofał swoją dawną aplikację, by wprowadzić nową, już płatną” (M3). Wspomniane określenie na pracowników firmy – lokaje – może sugerować, że ich zadaniem jest przede wszystkim dbanie o wspólny, internetowy dom keszerów, stronę www.geocaching.com, oraz obsługa jego mieszkańców – globalnej społeczności. W zamian gracze, którzy chcą w pełni cieszyć się funkcjonalnościami serwisu, np. filtrować mapę pod kątem określonego rodzaju skrytek lub też znajdować więcej niż trzy kesze dziennie w oficjalnej aplikacji, mogą zakupić w serwisie konto Premium, w ramach abonamentowego modelu dostępu, za około 130 złotych rocznie (30 euro). Z opłatami powiązana jest kwestia globalności i lokalności geocachingu. Polacy płacą bowiem za konto Premium taką samą kwotę jak np. osoby

z Niemiec (w Europie obowiązuje cena w euro). Z wypowiedzi badanych w trakcie wywiadów wynika, że opłata nie jest dla nich przesadnie wygórowana. Wspominali jednak, że wśród innych graczy zdarzają się przeciwne poglądy. W Polsce popularna jest również dostępna wyłącznie na systemie operacyjnym Android aplikacja C:geo, która korzysta z danych www.geocaching.com, pozwalająca jednocześnie na uniknięcie opłat¹⁵⁶. Groundspeak to ponadto sprzedawca kodów potrzebnych do produkcji przedmiotów trackowalnych.

Z wywiadów wynika, że keszerzy odczytują tę istniejącą relację między społecznością a Groundspeak jako naturalny stan rzeczy – „ja rozumiem, że to jest firma, a firma potrzebuje pieniędzy” (K2). Wskazują, że Groundspeak odpowiada przecież za utrzymanie serwerów i koszty operacyjne związane z obsługą bazy danych¹⁵⁷. „Jak robią dobrą robotę, to niech sobie kupony odetną” – stwierdza jeden z badanych (M5). Ale pojawiają się też głosy krytyczne: „mnie np. nie stać, żeby wykupić Premium, i nie mogę np. przyznawać punktów ulubionym skrytkom”. „Nikt nie każe płacić” – ocenia to jedna z badanych (K6). Według wyników ankiety keszerów, którzy opłacali konto w serwisie www.geocaching.com regularnie, było 42,5%, nieopłacających w ogóle 36,9%, a nieregularnie 15%. Być może właśnie ze względu na to, że wielu graczy może korzystać z darmowej alternatywy C:geo, kwestia komercjalizacji geocachingu nie wydaje się w społeczności dużym problemem.

Jedna z badanych zwróciła uwagę na rolę wolontariuszy i recenzentów współpracujących z Groundspeak: „robią naprawdę

¹⁵⁶ Aplikacja C:geo wykorzystuje technologię scrapingu HTML, czyli pobierania danych na podstawie kodu źródłowego strony www.geocaching.com. W związku z tym niektórzy gracze nie wiedzą nawet, jakie ograniczenia w przypadku braku korzystania z konta Premium występują przy wykorzystaniu oficjalnej aplikacji Geocaching.

¹⁵⁷ Warto wspomnieć tutaj, że jedna z pierwszych komercyjnych akcji w geocachingu polegała na sprzedaży koszulek, celem utrzymania strony internetowej i bazy danych: <https://www.geocaching.com/help/index.php?pg=kb.chapter&id=141&pgid=625> (dostęp: 09.03.2021).

sporo, a często spotyka ich za to tylko krytyka niezadowolonych. Ja szanuję ich pracę, mimo że nie zawsze zgadzam się z ich decyzjami czy podejściem” (K6). Zdarza się bowiem, że np. publikacje skrytek, za które odpowiadają recenzenci, bywają opóźnione i ich właściciele czekają ze zniecierpliwieniem na ich zatwierdzenie. Niektórzy członkowie, jak respondentka powyżej, oceniali to wyrozumiale, mając na uwadze, że recenzenci poświęcają swój czas wolny, aby inni gracze mogli cieszyć się geocachingiem. Część społeczności podchodzi jednak do opóźnień w publikacji skrytek negatywnie lub np. nie zgadza się z decyzjami niektórych recenzentów, zauważając, że do wolontariatu „trzeba mieć powołanie i chęci”. Ocena pracy wolontariuszy/recenzentów bywa kwestią sporną również dlatego, że jak wspominał jeden z recenzentów, choć dopuszczenie skrytki do publikacji bazuje na regulaminie gry, to jest ono zależne w jakimś stopniu od arbitralnej oceny i wrażliwości recenzenta. Warto pamiętać jednak o tym, że także sami gracze, tworzący sieci skrytek i wykonujący swego rodzaju pracozabawę, nie są wynagradzani w żaden materialny sposób¹⁵⁸, pozostając twórczymi prosumentami, ale nie pracownikami Groundspeak (por. Boulaire i Cova 2013). To samo tyczy się wolontariuszy, np. tłumaczy, moderatorów forów, wspomnianych recenzentów. Tej ostatniej grupie przyznawane jest jedynie „darmowe konto Premium oraz raz na jakiś czas kody na konta Premium do rozdania” (R1).

Groundspeak, jak wskazują niektórzy respondenci, nie rozwija przy tym przesadnie swojej witryny internetowej, nie wprowadza też zbyt wiele nowości. Na przykład dopiero w 2019 roku keszerzy doczekali się graficznego interfejsu do edycji opisów keszy w listingach¹⁵⁹. Właściwie jedynymi głośnymi inicjatywami firmy w 2019 roku były rozdania keszy wirtualnych, które przed laty zostały

¹⁵⁸ Profity symboliczne również wydają się znikome. Uzyskanie odpowiednich „wyników” (statystyk znalezień i założeń określonych keszy) pozwala np. wziąć udział w losowaniach zezwoleń na zakładanie skrytek wirtualnych.

¹⁵⁹ Przed 2019 rokiem, aby sformatować opis skrytki, geocacherzy musieli używać komend w języku HTML.

wycofane z normalnego obiegu. Groundspeak prowadzi także własnego bloga z aktualnościami na temat geocachingu, produkuje też filmy instruktażowe do serwisu YouTube. Jeden z respondentów stwierdził, że jego zdaniem Groundspeak próbuje wpisać się w globalne trendy, „pompując mnóstwo sił w promocję proekologiczności i CITO” (M3). Inny respondent zwracał uwagę na to, że w związku z tymi trendami „firma stara się być bardzo poprawna” (M2), co objawia się w ustalanych przez nią restrykcyjnych zasadach gry (takich jak zakaz zakopywania keszy w ziemi). Ten sam badany mówił również o tym, że nie podoba mu się ryzyko związane z faktem, że za geocaching odpowiada jedna firma, która może zrobić z zabawą „co chce”, np. wyłączyć serwery. Inna keszerka zwróciła jednak uwagę, że „bez Groundspeak nie byłoby geocachingu” (K5). Być może dlatego w przeprowadzonej ankiecie ogólna ocena działalności firmy pozostaje raczej (36,3%) lub zdecydowanie pozytywna (10,6%). Jednocześnie spory odsetek badanych zachował neutralność (26,3%) albo zadeklarował, że „nie zna firmy Groundspeak i nie potrafi ocenić jej działań” (23,1%).

Firma Groundspeak co jakiś czas sama realizuje ankiety wśród społeczności. Nawiązuje również współpracę z dużymi markami, wypuszczając specjalne serie skrytek lub geocoinów, oraz działa z twórcami keszerskich narzędzi (np. Project-GC), z lokalnymi sklepami i użytkownikami prowadzącymi strony internetowe (takie jak geocaching.pl). Autoryzowani partnerzy otrzymują specjalny „certyfikat”¹⁶⁰. Jak powiedział jednak jeden z badanych, „kiedyś firma udostępniała swoje API i logo z większą chęcią niż obecnie” (S1)¹⁶¹. W przypadku, kiedy lokalni keszerzy i organizacje przygotowują duże wydarzenia keszerskie, Groundspeak gwarantuje

¹⁶⁰ Lista deweloperów autoryzowanych przez firmę Groundspeak znajduje się na stronie: <https://apidevelopers.geocaching.com/partner-list> (dostęp: 09.03.2021).

¹⁶¹ Geocaching posiada ogólnonarodowe logo (widoczne na początku niniejszej pracy). Groundspeak promuje jednak własne logo. Ma także inny znak towarowy – keszingową maskotkę: „żabę sygnalistę” (*Signal Frog*). Z informacjami na temat znaków towarowych Groundspeak można

im swego rodzaju wsparcie, „inwestuje w siebie” – jak określa to respondent S1. Przez inwestycję rozumie się zaoferowanie organizatorowi wydarzenia głównie wsparcia wirtualnego w postaci kodów na konta Premium do rozdania wśród uczestników oraz międzynarodowej reklamy w serwisie www.geocaching.com, która informuje innych keszerów o odbywającym się wydarzeniu. Do uzyskania takiego wsparcia konieczne jest stworzenie wydarzenia, na które zapisze się co najmniej 500 osób. Wtedy uzyskuje ono status megaeventu. Dla przykładu taki event, zorganizowany przez Stowarzyszenie Geocaching Małopolska, odbył się w 2018 roku w Krakowie i w 2019 roku w Warszawie. Jeden z badanych organizatorów zwrócił uwagę na to, że Polska bywa traktowana przez Groundspeak nieco po macoszemu, w porównaniu np. z Czechami, które są prawdziwą geocachingową potęgą. „Ale trzeba przyznać, że organizatorom megaeventów zapewnia się naprawdę duże wsparcie” – ocenił i dodał: „swoją drogą żartuje się, że w Czechach znajduje się co dziesiąty kesz” (S1).

Lokalna profesjonalizacja

Choć pieczę nad geocachingiem sprawuje globalna korporacja z USA, to organizacja codziennego życia keszerów zależy w dużej mierze od podmiotów lokalnych, recenzentów, liderów i organizacji. Można powiedzieć, że są to podmioty, które pojawiły się w Polsce w lokalnej odmianie, również dzięki stopniowej profesjonalizacji polskich geocacherów. Pierwszym tego przejawem była oczywiście strona www.geocaching.pl, powstała w 2009 roku. W roku 2012 do życia powołano natomiast Stowarzyszenie Geocaching Polska¹⁶², które skupia się między innymi na wykorzystaniu geocachingu w ramach edukacji ekologicznej, współpracy z parkami narodowymi

zapoznać się na stronie: <https://www.geocaching.com/about/logousage.aspx> (dostęp: 09.03.2021).

¹⁶² Więcej informacji o stowarzyszeniu znaleźć można na stronie: <https://www.geocaching.org.pl> (dostęp: 09.03.2021).

i Lasami Państwowymi¹⁶³. Pod koniec 2016 roku pojawiła się kolejna organizacja, Stowarzyszenie Geocaching Warszawa, które wcześniej, od 2015 roku, funkcjonowało jako nieformalna grupa warszawskich geocacherów¹⁶⁴. W 2017 roku na terenie Małopolski zawiązało się następne stowarzyszenie złożone z fanów geocachingu – Geocaching Małopolska. Jak można przeczytać na stronie internetowej, jego celem jest „rozwój warunków integracji środowiska pasjonatów geocachingu i popularyzowania tej gry w [...] regionie”¹⁶⁵.

W związku z wpisaniem się geocachingu w globalne konteksty i powiązania w ankiecie pytałem keszerów o trzy tematy, do których mieli ustosunkować się na skali od 1 do 7:

- zainteresowanie wyłącznie sprawami społeczności lokalnej (1) vs wydarzeniami również spoza wspólnoty lokalnej (7) (średnio: 4,38),
- nastawienie na posiadanie jak największej liczby znajomych (1) vs niewielkiej liczby znajomych o określonych cechach (7) (średnio: 5,37),
- postrzeganie udziału w stowarzyszeniach jako szansy na poszerzenie sieci relacji (1) vs jako sposób na realizację celów stowarzyszenia (7) (średnio: 4,15).

Zmienne te miały pozwolić na określenie „orientacji keszerów na świat” – lokalistycznej lub kosmopolitycznej¹⁶⁶. Po wyciągnięciu średniej badani geocacherzy sytuowali się zdecydowanie bardziej po prawej, tj. kosmopolitycznej stronie continuum (4,63). W osobnym pytaniu ankietowym co trzeci respondent (33,1%) nie

¹⁶³ Aby ukryć kiesz na terenie parku narodowego, konieczna jest zgoda lokalnych władz, co wynika z zasad funkcjonowania obszarów chronionych, ale także z regulaminu zakładania keszy (Skóra 2017: 104).

¹⁶⁴ Więcej o stowarzyszeniu Geocaching Warszawa można przeczytać tutaj: www.geocachingwarszawa.org/stowarzyszenie (dostęp: 09.03.2021).

¹⁶⁵ Więcej o stowarzyszeniu Geocaching Małopolska przeczytać można na stronie: <https://www.gcmalopolska.pl/pl/stowarzyszenie> (dostęp: 09.03.2021).

¹⁶⁶ Continuum to bazuje na trzech zmiennych opisanych przez Roberta Mertona. Ich wyjaśnienie przedstawiam w rozdziale teoretycznym.

był jednak w stanie powiedzieć, czy geocaching sprawił, że czuje się bardziej obywatelem świata. Raczej i zdecydowanie przekonanych o tym respondentów było natomiast 43,7%, a przeciwnie myślał co piąty badany (20,7%). Prawie połowa (44,4%) ankietowanych wyjeżdżała za granicę trzy razy lub więcej, a nigdy z kraju nie wyjechał co piąty respondent (21,3%). Można jednak założyć, że geocacherskie doświadczenia w pewien sposób otwierają graczy na świat, pozwalając im na poczucie się częścią globalnej społeczności. Zasady geocachingu oraz same kesze są bowiem wszędzie mniej więcej takie same, podobnie jak lotniska czy restauracje McDonald's – symbole globalizacji.

Warto przy tej okazji odwołać się do lokalnego systemu opencaching.pl, który działa jedynie na terenie Polski. Jest on bowiem przykładem lokalnego profesjonalizowania się geocacherów i tworzenia się lokalnych odnóg i światów gry. Równoległe z serwisem geocaching.com korzystało z niego 27,5% moich badanych. Lokalny system zdaje się więc przegrywać walkę z międzynarodowym podmiotem. Jak mówił jeden z respondentów, „zdarzają się osoby pielęgnujące polski serwis, które zakładają kesze tylko w nim”. „Ale mi na przykład bardziej odpowiada geocaching.com, bo podróżuję po Europie, a [Opencaching](http://Opencaching.pl) dostępny jest tylko lokalnie” – zaznaczył (M5). Bardzo trafne w tej sytuacji wydaje mi się porównanie użyte przez jedną z badanych: „to jest tak, jakby porównać Windowsa do Linuxa; i tak więcej osób pracuje na Windowsie” (K2). Rywalizacja między geocaching.com i opencaching.pl wydaje się podobna: płatny i zamknięty system z przyjaznym interfejsem i oficjalną aplikacją kontra skromniejszy, ale darmowy, z możliwością jego dowolnego rozwijania. Jak wskazuje recenzent, z którym przeprowadziłem wywiad, do popularności międzynarodowego systemu geocaching.com przyczyniło się też „pojawienie się smartfonów i lepsza sprzedaż produktu przez Groundspeak” (R1).

Wróćmy jednak do opisu dynamiki i procesów zachodzących w samej społeczności geocacherów. Zarówno sieci społeczne Castellsa, jak i neoplemiona Maffesolego charakteryzują się brakiem odgórnie narzuconej struktury. Ze względu na wewnętrzne

zróznicowanie grupy graczy, obecnie również pod kątem istnienia statystyk, zapytałem geocacherów o ewentualne wyłanianie się w społeczności pewnej hierarchii. W badaniu ankietowym gracze wskazywali w większości, że taka hierarchia nie istnieje (20%) lub występuje, ale nie jest istotna, to znaczy, że nie wpływa na relacje między graczami (38,8%). Ci, którzy byli przeciwnego zdania (14,4%), mówili, że taka hierarchia bazuje głównie na doświadczeniu oraz statystykach, czyli liczbie znalezień, jakie keszer ma w profilu, ale także jego zaangażowaniu w społeczność, np. poprzez organizację eventów. W społeczności krążą też swego rodzaju legendy o graczach z największą liczbą znalezionych skrytek oraz o założycielach ciekawych serii podróźniczych i keszerskich szlaków. Uzyskują oni wówczas status swego rodzaju „legend” czy pionierów geocachingu. Bywają również autorytetami dla innych członków społeczności, docenianymi przez grających. Geocacherzy są skłonni nazywać niektóre z tych osób lokalnymi liderami społeczności. Na istnienie takich osób w swoim otoczeniu wskazało 62,5% badanych ankietowo. To one tworzą geocachingową stronę www.geocaching.pl, blogi, filmy instruktażowe, organizują wydarzenia (takie jak Geocaching Party 2018¹⁶⁷) czy nagrody dla najlepszych skrytek Geo-laury¹⁶⁸, odpowiadają też częściowo za wcielanie w życie globalnych trendów – np. w postaci organizacji mistrzostw Polski w geocachingu albo festiwalu filmów geocacherskich GIFF, wydarzeń typu CITO. „Dogadują” się także z instytucjami, uniwersytetami, parkami narodowymi czy Polskim Towarzystwem Turystyczno-Krajoznawczym. Wokół takich regionalnych liderów skupiają się im podobni, co ponownie może kojarzyć się

¹⁶⁷ Kolejne Geocaching Party, w 2019 roku, odbyło się w Warszawie (GC7R4J5), a edycja 2020 nie odbyła się ze względu na pandemię. Pierwotne założenie imprezy było takie, by krążyła ona po różnych miastach Polski. Jak na razie nie udało się do tego doprowadzić. Edycja 2019 została zorganizowana w porozumieniu między stowarzyszeniami Geocaching Warszawa i Geocaching Małopolska.

¹⁶⁸ Więcej informacji o Geo-laurach można odnaleźć tutaj: <https://www.facebook.com/GeoLaury2020/> (dostęp: 09.03.2021).

ze strukturą plemienną z podziałem na bardzo doświadczonych i profesjonalnych graczy oraz tych mniej zaawansowanych.

Można powiedzieć, że istnienie takich liderów to kolejny efekt profesjonalizacji świata społecznego. Doświadczeni gracze stają się przewodnikami dla innych, korzystają z bardziej zaawansowanych narzędzi (np. GPS Garmin) i technik keszowania, poświęcając mu bardzo wiele wolnego czasu. Pozostali gracze to zwykle osoby zaangażowane, jak również „gracze niedzielni” i nowicjusze, których status w środowisku wzbudza kontrowersje (szczególnie kiedy nie szanują wszystkich zasad gry). Na polu wyodrębniania się graczy profesjonalnych pojawiały się pewne konflikty: „Bywają tacy gracze, którzy uważają się za superekspertów, a na Facebooku wybuchają czasem jakieś dramy” – oceniła jedna z badanych (K1). „Z rzadka pojawiają się także prywatne animozje, choć z reguły to nic poważnego” – stwierdził kolejny badany. „Jeśli mi coś się nie podoba, to z reguły zachowuję to dla siebie albo piszę opinię w logu do kesza” (M2). Słyszalne w środowisku były również zarzuty o to, że jakaś grupa keszerów izoluje się od reszty czy też „czuje się lepsza”. W ankiecie pojawiła się także następująca wypowiedź odnosząca się do hierarchii: „hierarchia polega na tym, że jak jest jakieś środowisko keszerów od lat – nie za bardzo chcą wpuścić do tej grupki nowych, bo czują się najlepsi”. Inny respondent powiedział natomiast: „Tacy ludzie z dużą liczbą znalezień, powyżej paru tysięcy, z reguły przywiązują wagę do statystyk” (M3). Jeden z badanych upatrywał takich opinii w tym, że „Geocacherzy to wspólnota indywidualistów, której każdy członek chciałby być w czymś najlepszy” (S1). Niektórzy z profesjonalnych graczy w istocie mogą być postrzegani w środowisku jako swego rodzaju strażnicy granic, którzy wskazują na przypadki łamania zasad gry, szczególnie przez nowych graczy, lub piszą, w jaki sposób powinno się uprawiać grę. W ten sposób oddzielają się również od graczy mniej zaangażowanych. Inni respondenci w odniesieniu do hierarchii zwracali uwagę na klasowy wymiar wspólnoty: „wiele zależy od tego, z jakiej warstwy jesteś obecnie. Jak cię nie stać na podróże zagraniczne, to wtedy raczej szukasz lokalnie” (M3). Podobnie na sposób tworzenia

się hierarchii patrzył jeden z ankietowanych: „Hierarchia powstaje na takiej samej podstawie jak w stosunkach społecznych – w grze są biedniejsi i bogatsi, bardziej i mniej przedsiębiorczy itd.”. Inny badany zwrócił uwagę, że „gracze Premium są wyżej w hierarchii”. Ta klasowa charakterystyka jest jednak czymś, z czym gracze przychodzą do społeczności, a nie cechą, która wykształciła się w jej ramach. Wydaje się więc, że to przede wszystkim pewien staż kieszowania narzuca środowisku keszerskiemu podział na mniejsze segmenty czy mniejsze „plemiona” wyodrębnione z całości – graczy najbardziej, średnio i mało zaangażowanych. Na koniec dnia wszyscy ci gracze deklarują natomiast, że w geocachingu chodzi po prostu o to, by dobrze się bawić. Sposoby zabawy bywają różnorodne: ktoś woli skrytki niebezpieczne, inny w miejscu pięknie położonym, ktoś poważnie traktuje statystyki, ktoś inny mniej – emocje są te same.

Lokalne pączkowanie geocachingu, rozumiane tym samym jako rozprzestrzenianie się i zakorzenianie go również w polskich społecznościach (które wykształcają własnych profesjonalnych liderów), to bardzo istotny element świata społecznego graczy, który animuje i ożywia społeczność. Szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę, że główny koncentrator regulujący połączenia w tej globalnej sieci, czyli Groundspeak, znajduje się parę tysięcy kilometrów od „węzłów” z Polski, w Stanach Zjednoczonych, i dostarcza keszerom jedynie najbardziej podstawowe zasoby potrzebne do gry oraz tworzenia wokół niej zaangażowanej społeczności. Bez zaangażowania samych graczy społecznościowy aspekt gry mógłby być bardzo ograniczony.

Komercjalizacja

Obok Groundspeak, lokalnych stron internetowych, dodatkowych narzędzi w postaci Project-GC czy prywatnych blogów podróżniczych pewnym przykładem wewnętrznej profesjonalizacji świata społecznego geocacherów stają się także lokalne sklepy z gadżetami. W Stanach Zjednoczonych i Kanadzie to Groundspeak prowadzi handel, dystrybuując specjalne pojemniki keszerskie, logbooki, geocoiny, przedmioty podróżne. Dzięki gadżetom i koszulkom

keszerzy mogą identyfikować się ze społecznością oraz okazywać swoje przywiązanie do marki, jaką stanowi w pewnym sensie geocaching. W przypadku Europy Groundspeak polega na lokalnych sprzedawcach. Mój rozmówca ze Stowarzyszenia Geocaching Małopolska uważa, że ta strona geocachingu w Polsce nie jest nadal zbyt rozwinięta: „W Polsce jeszcze do dzisiaj mówimy o komercjalizowaniu się geocachingu. Natomiast jestem przekonany, że wraz z rosnącą liczbą graczy temat pieniędzy zacznie pojawiać się coraz częściej” (S1). Na oficjalnej liście dostępnej w serwisie geocaching.com widnieją jak na razie trzy polskie sklepy¹⁶⁹. Handel przedmiotami odbywa się zarówno w Internecie, jak i w trakcie eventów, gdzie nieraz geocacherzy zamawiają określone produkty.

Kiedy w ankiecie pytałem o zakupy produktów geocachingowych, okazało się, że nie dokonywało ich 30% respondentów. Jednocześnie prawie co piąty badany (18,1%) kupował przedmioty keszerskie zawsze, kiedy przygotowywał się do założenia skrytki. Kupowane zwykle jest to, czego samemu nie jest się w stanie wytworzyć, np. metalowe geocoiny czy drewniane PWG. Co ciekawe, opisywane wcześniej „drewniaki” powstały w czeskiej społeczności geocacherów. Jak opowiadał członek stowarzyszenia Geocaching Małopolska, „drewniaki” funkcjonowały początkowo jako tańsza alternatywa dla metalowych geocoinów. „Z czasem stały się tak popularne wśród światowej społeczności, że firma Groundspeak zezwoliła na zamieszczanie swojego logo na zewnętrznej stronie «drewniaków»” (S1)¹⁷⁰. Te aspekty wskazują więc na naturalną profesjonalizację świata społecznego i jego narzędzi. Jednocześnie pojawiają się tu pewne klasowe rozróżnienia – jak wskazywali badani, niektórzy nie mogą pozwolić sobie na zakupy profesjonalnego sprzętu.

¹⁶⁹ Lista oficjalnych sklepów geocacherskich na terenie Europy dostępna jest pod adresem: <https://shop.geocaching.com/default/international-retailers> (dostęp: 09.03.2021).

¹⁷⁰ Jak wskazywał badany S1, Groundspeak dba o swoją markę od strony komercyjnej i stosunkowo rzadko decyduje się na współpracę z innymi podmiotami lub użyczenie im swojego firmowego logo.

PODSUMOWANIE

Powrót do korzeni w społeczeństwie sieci

Założeniem niniejszej pracy było zaprezentowanie świata społecznego polskich geocacherów ze szczególnym uwzględnieniem małopolskiej społeczności. Analiza, choć wynikająca w dużej mierze z pytań zadanych w terenie, czerpała także z elementów teorii światów społecznych oraz ze współczesnych teorii socjologicznych dotyczących tematów takich jak między innymi neoplemienność i społeczeństwo sieci. Michel Maffesoli opisuje ten społeczny kontekst jako synergię archaiczności z rozwojem technologicznym, „połączenie natury i kultury, dzikości i sztuczności” (2012: 32–33). W związku z przestrzennym i turystycznym wymiarem geocachingu zwróciłem uwagę na jego szczególnie charakter w tym zakresie, jako narzędzia służącego do odkrywania ciekawych miejsc, podróżowania i nawiązywania nowych znajomości w sieci i przestrzeni fizycznej. Część założeń teoretycznych i intuicji terenowych potwierdziła się, co pozwoliło na stworzenie opisu wspólnoty geocacherów jako przykładu webplemienia, którego nie wszyscy członkowie angażują się jednak w równej mierze w społeczność i którego nie wszyscy uczestnicy dążą do spotkań z innymi graczami w przestrzeni fizycznej. Poniżej prezentuję bardziej rozwinięte podsumowanie wyników w kontekście teorii socjologicznych oraz pytań badawczych zadanych na początku pracy.

Świat społeczny geocacherów

W świetle teorii światów społecznych odkrywanie skrytek to podstawowa aktywność podejmowana przez geocacherów. Ich

zakładanie jest natomiast bardzo istotnym działaniem wspomagającym, bez którego, co oczywiste, odnajdywanie ich nie byłoby możliwe. Co wydaje się naturalne, liczba graczy regularnie zakładających skrytki jest mniejsza od tych, którzy ich szukają. Założyciele skrytek tworzą je bez materialnego wynagrodzenia. Ich aktywność moglibyśmy więc określić mianem *playbour*, połączenia pracy i zabawy. Christèle Boulaire oraz Bernard Cova mówią w tym kontekście o kolektywnej kreatywności graczy (2013). Samo wypełnianie mapy informacjami o skrytkach możemy nazwać w tej sytuacji *collective mappingiem*.

Badani deklarowali, że ich główną motywacją do działania i zakładania skrytek była chęć dzielenia się z innymi informacjami o miejscach atrakcyjnych przyrodniczo lub kulturowo. Dla wielu geocacherów tym, co skłaniało ich do keszowania, była chęć poznania nowych miejsc i doświadczenia natury, oderwania od codziennych spraw. Badani zdawali się traktować geocaching przede wszystkim jako formę spędzania wolnego czasu, hobby i sprawiającą radość zabawę. Z badań wynika także, że może stanowić on również składnik tożsamości graczy. Świadczy o tym to, że połowa ankietowanych poproszona o „autodefinicję siebie” (złożoną z serii 10 odpowiedzi na pytanie „kim jesteś?”) użyła sformułowania: „jestem geocacherem”.

Geocaching przecina się z też z innymi światami społecznymi, czasem wbrew woli geocacherów – np. kiedy zachowaniem geocachera szukającego skrytki zainteresują się osoby spoza środowiska, zwykli przechodnie lub służby porządkowe (co znacznie utrudnia odkrycie kesa i naraża go na zniszczenie). Świat geocachingu przenika się również z codziennością samych graczy. Choć przeznaczają na swoje hobby specjalny czas, to zdarza się, że keszują także przy okazji innych codziennych czynności, podróży do pracy, szkoły, w trakcie wycieczek. Geocacherzy, poza tą ostrożnością i unikaniem niewtajemniczonych „mugoli”, nie tworzą jednak specjalnych barier dla nowych graczy. Co wydaje się naturalne, przez całą społeczność odrzucane są jednakże osoby psujące grę. Pewne bariery dla nowicjuszy mogą stanowić geocacherski język i aspekty

techniczne, jak też brak doświadczenia w zakładaniu skrytek. Jeśli ktoś już dowie się o geocachingu i zechce przyłączyć się do zabawy, nie zostanie (raczej) odrzucony. Jak pisał natomiast Maffesoli: „Cechą plemienia jest wszak, że wzmacniając to, co bliskie (osoby lub miejsca), ma ono tendencję do zamykania się w sobie” (2008: 209). Ten aspekt neoplemienności nie pojawia się wśród geocacherów, choć z drugiej strony można powiedzieć, że w mniejszych geocacherskich grupach (np. bardziej profesjonalnych graczy) zdarzają się czasem zamykające tendencje (do powstawania swego rodzaju miniplemion).

Choć na pierwszy rzut oka środowisko geocacherów wydaje się spójne ideologicznie (w zakresie przekonań na temat tego, jakie są podstawy uprawiania geocachingu: czerpanie frajdy i przestrzeganie zasad), skupione wokół jednej pasji, ma mimo wszystko kilka wewnętrznych, kontrowersyjnych tematów, które w teorii światów społecznych nazywa się arenami. Pewne kontrowersje wiązały się np. z tym, jakiego dokładnie sprzętu i jakich technik powinien używać keszer w jakich miejscach wypada zakładać skrytki, a w jakich nie. Zdarzało się także, że niektórzy młodociani gracze nie rozumieli zasad gry lub specjalnie uprzykrzali życie innym uczestnikom zabawy, przez co dochodziło nieraz do uszkodzenia skrytek albo nieodłożenia ich po znalezieniu na miejsce. Takie osoby, które „psuły grę”, automatycznie wyłączano z definicji prawdziwych geocacherów. Bywało jednak, że z podobną opinią nieprawdziwych graczy musieli liczyć się geocacherzy, którzy np. z powodu braku funduszy na zakup pojemnika na skrytkę byli oskarżani o nieprofesjonalizm. Dyskusja dotycząca tego, jakie narzędzia i metody powinien wykorzystywać geocacher zakładający skrytkę, wydaje się w badanym środowisku nierozstrzygnięta. Z drugiej strony moi respondenci wydawali się podchodzić bardzo tolerancyjnie do wszystkich graczy, pod warunkiem że wywiązują się oni z podstawowych powinności. Dla wszystkich ważne było czerpanie z gry frajdy.

W perspektywie globalnej świat społeczny geocachingu podlega przede wszystkim dwóm procesom: powstawaniu lokalnych

subświatów i profesjonalizacji. Geocaching pojawił się w Polsce w wyniku globalizacji, „przyniesiony” do kraju przez jednego z zachodnich graczy. Gra szybko osadziła się w lokalnym kontekście, zdobywając serca rzeszy polskich geocacherów. W efekcie powstały regionalne odmiany geocachingu: www.opencaching.pl, polskojęzyczna strona www.geocaching.pl czy stowarzyszenia takie jak Geocaching Małopolska i Geocaching Polska. Od momentu powstania, jako zupełnie spontanicznej zabawy, geocaching ulegał stopniowej profesjonalizacji, doskonaleniu używanych technik keszowania i narzędzi. W naturalny sposób doprowadziło to do rozwoju profesjonalnej branży, specjalizującej się w produkcji związanych z nią gadżetów, przedmiotów kolekcjonerskich, pojemników i dzienników czy tzw. maskowań wykorzystywanych do zakładania i ukrywania keszy. Najbardziej znaczącym przykładem profesjonalizacji w świecie geocachingu pozostaje amerykańska organizacja Groundspeak (GS), założona i prowadzona początkowo przez fanów geocachingu, twórców serwisu www.geocaching.com. Po niedługim czasie funkcjonowania GS zamieniło się w zwykłą korporację z siedzibą w Seattle, która utrzymuje systemy gry, aplikację, stronę internetową oraz oferuje dodatkowe, skomercjalizowane produkty, jak np. płatne konto Premium, dające dostęp do pełnej funkcjonalności serwisu. Jest to przypadek typowej dla początków WEB 2.0 komercjalizacji oddolnej, fanowskiej inicjatywy. Badani geocacherzy wyrażali raczej pozytywny stosunek do firmy Groundspeak.

Sieć indywiduów czy wspólnota neo- lub webplemienna?

Geocacherzy są środowiskiem bardzo zróżnicowanym pod względem klas i ról społecznych, charakterów. Jak wskazywali bowiem sami badani, znajdują się wśród nich „żołnierze, księża, nauczyciele”. Można jednak powiedzieć, że nie tylko wytworzyli oni na bazie komunikacji własny świat społeczny, ale stanowią również społeczność połączonych wspólną pasją indywiduów, jak określił

to jeden z respondentów. Geocacherzy rzeczywiście rozpoznają się po nickach, są charakterystyczni. W tym sensie nie pasują za bardzo do definicji neoplemienia, które opiera się na dezindywidualizacji. Jak wynika z ankiety, ponad połowa osób badanych miała jednak poczucie więzi ze społecznością geocacherską. Było ono deklarowane (na poziomie „raczej” lub „zdecydowanie”) przez 64,7% respondentów. Wydaje się, że poczucie to wynika z pewnego emocjonalnego współodczuwania związanego z dzieleniem się miejscami i historiami na ich temat. Gra, choć może toczyć się bez fizycznej bliskości innych graczy, daje geocacherom poczucie uczestniczenia w świecie społecznym zarezerwowanym dla nielicznych, pewnej odrębności od reszty, niewtajemniczonych „mugoli”. Możemy mówić tu o neoplemienności w wersji „light”, o wypełnieniu niektórych (ale nie wszystkich) cech społeczności neoplemiennej i webplemiennej. Geocacherzy nie stanowią bowiem społeczności, w której zatracą się jednostkowość, bywają „indywiduami”, czasem toczą spory o sposoby uprawiania gry, „zrywając” jedynomyślność, wydają się skupiać na fascynacji znajomością tajemnicy, przygodzie, na chęci zdobywania interdyscyplinarnej wiedzy w trakcie szukania skrytek czy uczestnictwa w wydarzeniach. Gracze nie wskazywali też na to, aby społecznościowy aspekt gry („spotykание innych graczy robiących to co ja”) był dla nich szczególnie istotny. Z drugiej strony ich głównymi celami są radość i czerpanie emocji z odkrywania miejsc – na czym polega sedno tej zabawy i tworzenia wokół niej społeczności.

Estetyka wypracowana przez geocacherów nie jest na tyle wyraźna, aby pozwolić na ich rozpoznanie w tłumie obcych ludzi przez przypadkowego obserwatora. Dzieje się tak również dlatego, że gracze ukrywają się przed wzrokiem niewtajemniczonych, którzy mogliby pokrzyżować im szyki i np. ukraść lub uszkodzić skrytkę. Sami geocacherzy potrafią jednak zidentyfikować innych graczy albo na bazie rozpoznawalnych symboli (na koszulkach, naklejkach), języka (w dużej mierze składającego się z zapożyczeń oraz spolszczeń anglojęzycznych terminów), albo też specyficznego zachowania, które może polegać na kręceniu się wokół skrytki

w oczekiwaniu na podjęcie jej z dala od wzroku „mugoli”. Jak określiła to jedna z badanych, w tłumie geocacherzy nie mają ze sobą wiele wspólnego, ale kiedy grają w grę, powstaje w nich poczucie odrębności od reszty tłumu.

Wzmocnienie poczucia wspólnoty, poza możliwością czytania cudzych opowieści z odnalezienia skrytek i opisów założonych geocachy, mogą stanowić wspólnotowe rytuały przywodzące na myśl zjawiska kultury daru i zasady wzajemności, opisane na przykładzie preliterackich plemion przez Marcela Maussa (1973). Taka kultura daru opiera się na osobach, które ofiarowując dobra i usługi na rzecz rozwoju społeczności, liczą na ich odwzajemnienie przez innych członków środowiska. Geocaching daje okazję do takiego odwzajemnienia, gdy np. gracze, którzy odnaleźli cudzą skrytkę, mogą przypisać ją do ulubionych, przyznając punkt FAV, aby docenić pracę jej założyciela. We wpisach internetowych dotyczących skrytek geocacherzy często dziękują także ich założycielom, wykorzystując sformułowanie: *Thank's For The Cache* (w skrócie: TFTC), jak i formułując dłuższe wpisy, które wyrażają wdzięczność za założenie skrytki. Co wydaje się ważne w kontekście samej zasady wzajemności, jedna z badanych geocacherek wspominała także, że czuje pewną powinność wobec wspólnoty, aby założyć własną skrytkę, ponieważ do tej pory jedynie je odnajdywała.

Okazję do zacieśnienia relacji stanowią też wymiany przedmiotów, które są ukrywane w skrytkach. Zdaniem respondentów wymiana ta nie jest jednak zbyt istotna w przypadku zwykłych przedmiotów (takich jak np. zabawki z kinder niespodzianek, które zdobywają popularność głównie wśród dzieci keszerów). Inaczej jest w przypadku xWG i geocoinów, czyli przedmiotów mających często znaczenie kolekcjonerskie. Keszerzy wymieniają się nimi za pośrednictwem skrytek, w trakcie przypadkowych spotkań czy oficjalnych eventów. Interesujące są także przedmioty trackowalne, które geocacherzy mają za zadanie przenieść wspólnymi siłami, od skrytki do skrytki, w określone miejsce na mapie świata. Tego typu czynności mogą przypominać rytuał Kula, który – przypomnijmy – polegał na wymianie prostych przedmiotów w celu zacieśnienia

więzi między wyspiarzami, a przy okazji służył handlowi i wymianie między nimi również informacji. W wypadku geocachingu wymiana przedmiotów z nim związanych nie jest jednak popularna wśród wszystkich grających i nie określam skali jej występowania, a jedynie to, że zachodzi ona w pewnym przypadkach.

Jako sieciowa i hybrydowa forma gry geocaching nie tylko daje poczucie uczestniczenia w społeczności, ale stwarza też okazję do zawiązywania się nowych, osobistych sieci relacji – w Internecie, jak i w wyniku dążenia do spotkań w realnej przestrzeni. Okazją do komunikacji, oprócz tej zapośredniczonej przez komputery (poprzez www.geocaching.com lub np. Facebooka), stają się także przypadkowe spotkania z innymi geocacherami podczas wypraw po skrytki oraz te intencjonalne, w postaci eventów, czyli oficjalnych spotkań dla geocacherów, inicjowanych przez samych graczy (które w trakcie 2020 roku odbywały się jednak bardzo rzadko lub nieoficjalnie, ze względu na obostrzenia sanitarne). Celem takich spotkań, oprócz samego faktu „bycia razem”, rozmów o wspólnej pasji, były również poboczne aktywności czy handel. Z pewnością od strony organizacji własnych działań geocacherów możemy zakwalifikować jako sieć społeczną, której członkowie używają Internetu do koordynowania swoich aktywności w przestrzeni fizycznej.

Nie wszyscy geocacherzy dążą do „spotkań w realu”, co pozwala tylko częściowo zaklasyfikować ich jako formę webplemienia¹⁷¹. Geocaching przede wszystkim wydaje się wzmacniać relacje już istniejące, np. w związkach czy grupach znajomych (poprzez planowane grupowe wycieczki po skrytki). Przez niektórych graczy bywa on też traktowany jako hobby uprawiane indywidualnie, w którym spotkania z innymi keszerami są jedynie dodatkiem. Jak wskazuje jednak badaczka Anna Nacher, widać, że geocaching został

¹⁷¹ Przypomnijmy, że webplemię to społeczność osób, które działają w sieci, ale dążą również do spotkań twarzą w twarz. Osoby te łączą zainteresowania i wartości, mają własną estetykę, rytuały. Webplemię nie angażuje jednak całego życia swoich członków (Pigla 2012).

zaprojektowany jako przestrzeń wspólnotowa, o czym świadczą „nie tylko fora, imprezy i grupy zawiązujące się wokół gry, ale także podstawowe reguły: zwyczaj dbania o kesze tak, by nie uległy zniszczeniu, a przede wszystkim pozostawianie wpisów dla kolejnych użytkowników o znalezionych «skarbach»” (2012: 125–126). Niemniej z przeprowadzonych przeze mnie badań wynika, że geocaching nie angażował całego życia społecznego i psychicznego graczy, a więc jest on tylko jedną z tożsamości, w którą angażują się grający. Oznacza to, jak wspominałem w części teoretycznej za Maffesolim, że każdy geocacher „może [...] jednocześnie, w bardzo krótkim czasie, wkroczyć na inne terytorium, do innego plemienia, w inną ideologię” (2008: 215).

W środowisku geocacherów obserwowalna była także pewna strukturalizacja (por. Giddens 2009: 97–102) niektórych keszerów posiadających większe doświadczenie i rozpoznawalność (bazująca na rozpoznawalności czy „celebryckości”), a czasem spełniających się w roli lokalnych liderów, zakładających ciekawe skrytki i organizujących wydarzenia. Od tej naturalnej „hierarchii” i indywidualizmu silniejsze wydaje się jednak wśród geocacherów poczucie więzi, co stwierdzali również w badaniu ankietowym sami gracze. Wyrażało się ono w poczuciu pewnej grupowej solidarności, której przykładem były przywoływane przez geocacherów sytuacje wzajemnej pomocy (np. zbiórek charytatywnych dla członków społeczności) oraz oferty czy prośby o pomoc dotyczące samej gry w grupach dyskusyjnych na portalu Facebook.

Z pewnością więc wokół zabawy w geocaching tworzy się interesujący i złożony świat społeczny, którego członkowie mają niektóre cechy neo- czy też webplemienia, ale nie wszystkie z nich. Niemożliwe jest zakwalifikowanie wszystkich geocacherów jako społeczności neoplemiennej, lecz określenie neo- czy webplemiona możemy zastosować w stosunku do niektórych mniejszych, lokalnych społeczności (np. społeczność krakowska pod taką definicję zdaje się podpadać). Wśród głównych ośrodków keszerskich na terenie Małopolski wymieniano między innymi Kraków, Tarnów czy Nowy Sącz. Możemy mówić w tym kontekście również o globalizacji

globalnych trendów (por. Castells 2013: 36–37) – osadzeniu geocachingu w lokalnych kontekstach.

Przeźren jak plansza do gry

Geocaching sprawia, że przestrzeń naokoło grających zamienia się w planszę do gry. W efekcie tego zmienia się także jego postrzeganie przestrzeni fizycznej naokoło, która to przestrzeń na każdym kroku kryje przed nim jakieś wyzwania, znaczenia, zagadki – co można oddać w trzech słowach: skrytki do odnalezienia. Według relacji graczy zdarza się również, że geocaching zmienia to, w jaki sposób poruszają się po przestrzeni – idą tam, gdzie normalnie nie postawiliby nogi. Odnalezienie skrytki niejednokrotnie wiąże się przy tym z wysiłkiem fizycznym (może się ona znajdować np. na górskim szlaku), jak i umysłowym (odnalezienie skrytki może wymagać rozwiązania zagadki, która prowadzi do jej współrzędnych GPS).

Geocaching to też okazja do edukacji przez zabawę i nauki o własnym regionie dla zakładającego skrytkę oraz szansa dla znalazców skrytek na odwiedzenie nieeksploatowanych, ukrytych przestrzeni turystycznych. Geocacherzy tworzyli np. turystyczne szlaki, wskazywali interesujące punkty na mapie związane z historycznymi wydarzeniami lub popkulturą. Z tego względu możemy traktować geocaching jako formę oddolnego tworzenia miejsc nie tylko poprzez ich fizyczne przekształcanie (zostawienie fizycznego śladu), ale również przypisanie im określonego znaczenia symbolicznego. Takiego, które nie figuruje w lokalnym przewodniku turystycznym. Gracze odwiedzający takie miejsca czują się wyjątkowo, uzyskując dostęp do ukrytego świata znaczeń. Założyciele skrytek to natomiast swoiści prosumenci, którzy mogą wykazać się kreatywnością poprzez opisanie miejsca w listingu, przygotowanie jego maskowania i pomysłowe ulokowanie w przestrzeni.

Archaizmy i nowoczesne technologie

Choć działania podejmowane przez geocacherów mają głównie ludyczny charakter, co oznacza, że ich celem jest rozrywka, czerpanie emocji z zabawy, to jednocześnie wpisane są one w realia (po)nowoczesności. Przykładowo niektórzy gracze przypisywali geocachingowi specjalne walory oraz wskazywali na pewne określone korzyści, jakie im on przynosi: pozwala poznawać nowe miejsca i ludzi, spędzić aktywnie i zdrowo czas. Można założyć, że badani legitymizują i racjonalizują działanie, które na zewnątrz, w kontekście nowoczesnego przymusu użyteczności, może być po prostu niezrozumiałe czy też „dziecinne”. Za sprawą serwisu www.project-gc pojawiły się w geocachingu statystyki pozwalające na przeliczenie geocacherskich działań na bardziej zrozumiałe i wymierne liczby (np. odwiedzonych krajów). Statystyki sprawiają również, że gracze mogą kwantyfikować swoją rzeczywistość (przeliczać ją na wartości), aby zmierzyć swoją efektywność. Idzie to w parze z życiem w ciągłym niedoczasy, które wywiera presję na to, aby konsumować jak najwięcej i jak najszybciej. Tym samym geocacherzy starają się odnaleźć jak najwięcej skrytek w jak najkrótszym czasie. I choć zapewne wciąż mogą czerpać frajdę z takich szybkich eskapad, znamienny wydaje się używany przez niektórych termin „czyszczenia” danego terytorium ze skrytek. Kojarzy się on bowiem z obowiązkiem lub pracą, a niekoniecznie dobrą zabawą. W ten sam sposób geocaching staje się także okazją do kolekcjonowania i kwantyfikacji odwiedzonych na świecie miejsc. Wydaje się również, że wraz z pojawieniem się statystyk geocaching będący nieskomplikowaną zabawą bardziej upodobnił się do gry. Dzięki statystykom łatwiej jest odróżnić „graczy niedzielnych” od tych z długim stażem. Mogą oni też rywalizować ze sobą o palmę pierwszeństwa. Ciekawym przykładem tej rywalizacji jest walka o tzw. FTF-y, czyli tytuł pierwszego znalazcy nowych skrytek. Ciemną stroną tej grywalizacji może być napięcie między graczami wynikające z chęci „bycia pierwszym”. W efekcie tego zdarzają się przypadki, kiedy pozycja w rankingu staje się ważniejsza od bycia

fair wobec siebie i społeczności graczy. Przykładem takich oszustw jest np. odhaczanie w Internecie skrytek nigdy nieodwiedzonych fizycznie.

Interesujące przykłady obrazujące wpisanie geocachingu w ramy (późnej) nowoczesności i społeczeństwa ryzyka to zorganizowane przez geocacherów wydarzenia CITO (*Cache in Trash out*), które często polegają na sprzątaniu wybranego terytorium z zalegających na nim śmieci. Wpisują się one we współczesny trend ochrony środowiska, który jest również wspierany centralnie, przez firmę Groundspeak. W tym sensie geocaching wydaje się interesującym przejawem ponowoczesnego połączenia archaizmów z rozwojem technologicznym oraz tego, co Maffesoli nazywał apetytem na życie.

Trzeba zauważyć, że „poszukiwaczy skarbów” nie powstrzymała nawet pandemia COVID-19, choć w wyraźny sposób wpłynęła na możliwość organizowania przez nich spotkań w większym gronie, twarzą w twarz. Zarówno globalne, jak i polskie statystyki pokazują jednak zwiększającą się z roku na rok liczbę graczy. Być może niesłabnąca popularność geocachingu to kolejny przykład tego, w jaki sposób lokalne, ludyczne działanie pozwala mierzyć się z globalnymi wyzwaniami współczesności.

Na zakończenie...

Podjęty w niniejszej pracy temat badawczy może z pozoru wydawać się bardzo niszowy i oderwany od codzienności, jeśli chodzi o możliwość porównań czy generalizowania wyciągniętych zeń wniosków na inne środowiska. Geocaching stanowi tylko jeden z wielu przejawów współczesnych i ludycznych, dynamicznie rozwijających się praktyk kulturowych opartych na technologii. Wierzę, że niniejsza praca okazała się dla czytelnika ciekawa jako nie tylko antropologiczne i socjologiczne studium świata społecznego geocacherów oraz forma „empirycznej pożywki”, ale i szerzej: jako lustro, w którym może przeglądnąć się współczesne społeczeństwo sieci.

Mam również nadzieję, że za takowe zwierciadło poczytają ją sami geocacherzy i geocacherki, których zachęcam do podawania dalej tej publikacji, niczym geocacherskiego trackable.

Wrśyv fąqmvfm, źr j qbovr xzbchgreój cbfmhxvjnavr fxneoój mna-
vxłb, mjłnfmpmn jśeóq qbebfłpu, gb avrmnjbqal manx, źr wrfgrś
ZHTBYRZ!¹⁷²

Klucz:

A|Ą|B|Ó|C|Ć|D|Ę|E|Ś|F|G|H|I|J|K|Ł|L|Ż|Ż|M

N|Ą|O|Ó|P|Ć|Q|Ę|R|Ś|S|T|U|V|W|X|Ł|Y|Ż|Ż|Z

¹⁷² Hasło to parafraza cytatu z recenzji magazynu „Time”, który widniał na okładkach pierwszego polskiego wydania serii książek o Harrym Potterze: <https://time.com/4833712/harry-potter-enchants/> (dostęp: 09.03.2021).

Słowniczek pojęć¹⁷³

Atrybuty – opcjonalne oznaczenia kesza określane przez właściciela w celu ułatwienia przygotowania do poszukiwań lub przybliżenia potencjalnym znalazcom otoczenia wokół kesza. Przykładowe atrybuty: dostępny parking, wymagany sprzęt wspinaczkowy, wymagana latarka UV.

Checker – automatyczny program, który weryfikuje poprawność rozwiązania zagadki prowadzącej do skrytki (współrzędne) lub takiej, która pozwala na jej zalogowanie.

CITO – Cache-in, Trash-out, specjalny rodzaj skrytki typu wydarzenie, które polega np. na sprzątaniu śmieci na wybranym terenie (lub innym działaniu dotyczącym ochrony środowiska).

FP, Favourite point, ulubione – punkt przydzielany keszowi przez użytkownika Premium.

FTE, First to Find – pierwsze, po jego publikacji, znalezienie danego kesza i odnotowanie.

Geocaching – międzynarodowa gra terenowa polegająca na poszukiwaniu tzw. skrytek (keszy) ukrytych przez innych użytkowników, z użyciem odbiorników GPS.

¹⁷³ Słowniczek został opracowany dzięki życzliwości respondentów K1 i M2. Oficjalny słownik geocachingu jest również dostępny na stronie [www.geocaching.com](https://www.geocaching.com/about/glossary.aspx): <https://www.geocaching.com/about/glossary.aspx> (dostęp: 09.03.2021).

Kesz, cache, geocache – skrytka ukryta przez założyciela w celu umożliwienia szukania jej przez innych graczy.

Keszer, geocacher – uczestnik zabawy; może zarówno chować, jak i odnajdywać skrytki.

Kod kesza – unikatowy kod przydzielany losowo, jednoznacznie identyfikujący kesza.

Kordy – współrzędne GPS danej skrytki.

Log – wpis do fizycznego (i wirtualnego) logbooka.

Logbook – fizyczny (i wirtualny) dziennik znajdujący się w każdym keszu (i trackablu).

Logowanie skrytki – dokonanie wpisu w logbooku lub w Internecie (www.geocaching.com).

Mugole – określenie oznaczające osoby niewtajemniczone w geocaching.

Opis kesza / listing – wszystkie informacje, które są niezbędne do tego, by znaleźć kesza, dostępne jako podstrona serwisu www.geocaching.com; opcjonalnie – wszelkie informacje, jakie właściciel kesza chce przekazać poszukiwaczom.

Owner – założyciel i właściciel skrytki.

Podjąć kesza – zdobyć skrytkę.

Podpowiedź / hint – opcjonalne pole informacji, które może podejrzeć poszukiwacz, zawierające podpowiedź pomagającą znaleźć kesza (od angielskiego słowa *hint* – wskazówka).

Poziom terenu – ocena trudności fizycznego dotarcia na miejsce ukrycia kesza, w dziewięciostopniowej skali.

Poziom trudności – ocena trudności wyzwania umysłowego związanego ze znalezieniem kesza (może odnosić się do trudności rozwiązania zagadki), w dziewięciostopniowej skali (5 stopni z połówkami).

Premium – płatny status użytkownika, który ma dostęp do dodatkowych funkcji serwisu (przyznawanie FP, kesze o statusie Premium).

Rozmiar kesza – rozmiar pojemnika, który jest keszem. Typy rozmiarów: mikro, mały, normalny, duży, inny.

Souvenir / sprawność – wirtualna odznaka, którą okazjonalnie może zdobyć keszer spełniający wymagane warunki.

Spoiler – zepsucie rozwiązania zagadki związanej z odkryciem skrytki (np. poprzez publikację zdjęcia z jej dokładną lokalizacją lub wskazówek tekstowych).

TFTC – Thank's For The Cache, czyli zwyczajowe podziękowanie za kesz zamieszczane w logu przez znalazcę.

Trackable – tzw. przedmioty podrózne, które właściciel umieszcza w dowolnym keszu, a inni gracze mogą przynosić je do innych skrytek, ale nie przywłaszczają.

Typy keszy – tradycyjny (na podanych współrzędnych), nieznan (zagadka; współrzędne należy w jakiś sposób odnaleźć i dodać waypoint finalny), multi (wieloetapowy), wirtualny (bez pojemnika, ale może posiadać waypointy do odwiedzenia), wydarzenie / event (również bez fizycznego pojemnika, ale jako punkt na mapie).

Typy logów dla skrytek – znaleziony, niezaleziony, zarchiwizowany, opublikowany, wyłączony (chwilowo niedostępny), wymaga przeglądu (wymagający uwagi założyciela), przegląd (informacyjny o wykonaniu przeglądu przez założyciela), notatka, wymaga archiwizacji (zbyt długo nieaktywny / niezgodny z regulaminem).

Typy logów dla trackabli – zabrany (z kesza; po zabraniu przebywa u keszera), odłożony (leży w keszu).

Waypoint – dodatkowy punkt odniesienia na drodze do skrytki (do odwiedzenia lub finalny).

Wymiana – proces polegający na zabraniu czegoś z kesza i włożeniu czegoś w zamian (w skrytkach znajdują się czasem przedmioty na wymianę).

Bibliografia

- Abriszewski, Krzysztof. 2007. *Teoria Aktora-Sieci Bruno Latoura*, „Teksty Drugie”, nr 1–2, s. 113–126, http://rcin.org.pl/Content/51075/WA-248_67121_P-I-2524_abriszew-teoria.pdf (dostęp: 09.03.2021).
- Aldiabat, M. Khaldoun i Carole-Lynne Le Navenec. 2018. *Data Saturation: The Mysterious Step in Grounded Theory Method*, „The Qualitative Report”, vol. 23, no. 1, s. 245–261, <https://nsuworks.nova.edu/cgi/view-content.cgi?article=2994&context=tqr> (dostęp: 09.03.2021).
- Aldridge, Alan. 2006. *Konsumpcja*, Maciek Żakowski (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Alexander, Jeffrey. 2010. *Znaczenia społeczne. Studia z socjologii kulturowej*, Stanisław Burdziej i Jacek Gądecki (tłum.), Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Amit, Vered i Nigel Rapport. 2002. *The Trouble with Community: Anthropological Reflections on Movement, Identity and Collectivity*, London: Pluto Press.
- Anderson, Benedict. 1997. *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Stefan Amsterdamski (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Andrzejewska, Maria i in. 2008. *Wirtualny Kampinowski Park Narodowy jako narzędzie edukacji ekologicznej*, „Roczniki Geomatyki”, t. 6, z. 5, s. 7–17, <http://rg.ptip.org.pl/index.php/rg/article/viewFile/RG2008-5-Andrzejewska-inni/1167> (dostęp: 09.03.2021).
- Babbie, Earl. 2004. *Badania społeczne w praktyce*, Witold Betkiewicz i in. (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Barley, Nigel. 1997. *Niewinny antropolog*, Ewa Szyler (tłum.), Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Barney, Darin. 2008. *Społeczeństwo sieci*, Marcin Fronia (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Batorski, Dominik. 2005. *Internet a usieciowienie relacji społecznych*, „Kultura Współczesna”, t. 1 (43), s. 41–62.

- Battista, Rebecca i in. 2016. *Is This Exercise? No, It's Geocaching! Exploring Factors Related to Aspects of Geocaching Participation*, „Journal of Park and Recreation Administration”, vol. 34, no. 2, s. 30–48, <https://www.researchgate.net/publication/304005494> (dostęp: 09.03.2021).
- Bauman, Zygmunt. 2000. *Globalizacja*, Ewa Klekot (tłum.), Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bauman, Zygmunt. 2006. *Płynna nowoczesność*, Tomasz Kunz (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bauman, Zygmunt. 2009. *Konsumowanie życia*, Monika Wyrwas-Wiśniewska (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Bauman, Zygmunt. 2011. *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne”, nr 1 (200), s. 435–458.
- Beck, Ulrich. 2002. *Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Stanisław Cieśla (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bednarowska, Zofia. 2015. *Desk research – wykorzystanie potencjału danych zastanych w prowadzeniu badań marketingowych i społecznych*, „Marketing i Rynek”, nr 7, s. 18–26.
- Berger, L. Peter i Thomas Luckmann. 1983. *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, Józef Niżnik (tłum.), Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bińczyk, Ewa. 2018. *Epoka człowieka. Retoryka i marazm antropocenu*, Warszawa: Dom Wydawniczy PWN.
- Blumer, Herbert. 1975. *Implikacje socjologiczne myśli George'a Herberta Meada*, Dariusz Niklas (tłum.) [w:] Włodzimierz Derczyński, Aleksandra Jasińska-Kania i Jerzy Szacki (wyb.), *Elementy teorii socjologicznych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, s. 262–271.
- Boellstroff, Tom. 2015. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*, New Jersey: Princeton University Press.
- Boksański, Zbigniew. 1985. *Rodzaje zainteresowań aktorem społecznym, czyli o tzw. socjologii osobowości*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Sociologica”, nr 12, s. 7–17.
- Bomba, Radosław. 2012. *Gamification. Jak rzeczywistość staje się grą cyfrową?* [w:] Andrzej Pitrus (red.), *Olbrzym w cieniu. Gry wideo w kulturze audiowizualnej*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 67–90.
- Boulaire, Christèle i Bernard Cova. 2013. *The Dynamics and Trajectory of Creative Consumption Practices as Revealed by the Postmodern*

- Game of Geocaching*, „Consumption Markets and Culture”, vol. 16, no. 1, s. 1–24.
- Bourdieu, Pierre. 2006. *Logika pól*, Anna Sawisz (tłum.) [w:] Aleksandra Jasińska-Kania i in. (red.), *Współczesne teorie socjologiczne*, t. 2, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 651–662.
- Brzozowska, Blanka. 2017. *Miejskie tłumy. Miasto i wspólnotowość w dobie sieciowej współpracy*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Bucholc, Marta. 2012. *Przyszłość plemienna socjologów. Michel Maffesoli o ponowoczesnym społeczeństwie i nauce* [w:] Michel Maffesoli, *Rytm życia. Wariacje na temat świata wyobraźni ponowoczesnej*, Agnieszka Karpowicz (tłum.), Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, s. XXV–LIV.
- Caillois, Roger. 1997. *Gry i ludzie*, Anna Tatarkiewicz i Maria Źurowska (tłum.), Warszawa: Oficyna Wydawnictwa Volumen.
- Castells, Manuel. 2003. *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Tomasz Hornowski (tłum.), Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Castells, Manuel. 2007. *Społeczeństwo sieci*, Mirosław Marody i in. (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Castells, Manuel. 2008. *Siła tożsamości*, Sebastian Szymański (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Castells, Manuel. 2013. *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*, Olga Siara (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Certeau, Michel de. 2008. *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, Katarzyna Thiel-Jańczuk (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Charmaz, Kathy. 2009. *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, Barbara Komorowska (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cioran, Emil. 2006. *Wyznania i anatemy*, Krzysztof Jarosz (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Zielona Sowa.
- Cova, Bernard i Véronique Cova. 2002. *Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and Its Impact on the Conduct of Marketing*, „European Journal of Marketing”, vol. 36, no. 5/6, s. 595–620.
- Cresswell, John. 2013. *Projektowanie badań naukowych*, Joanna Gilewicz (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

- Dijk, Jan van. 2010. *Społeczne aspekty nowych mediów*, Jacek Konieczny (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dobek, Mateusz i Marcin Koziół. 2015. *Geocaching w Roztoczańskim Parku Narodowym*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio B, Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia”, vol. 70, z. 2, s. 191–207, <https://journals.umcs.pl/b/article/download/2015/2805> (dostęp: 09.03.2021).
- Durkheim, Émile. 1990. *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, Anna Zadrożyńska (tłum.), Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Durkheim, Émile. 1999. *O podziale pracy społecznej*, Krzysztof Wakar (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Eisenstadt, Shmuel Noah. *Nowoczesności zwielokrotnione. Podstawowy układ odniesienia i problematyka*, Aleksander Manterys (tłum.), „Studia Socjologiczne”, nr 1 (180), s. 27–59.
- Fatya, Barbara. 2008. *Przedmowa do polskiego wydania* [w:] Michel Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, Marta Bucholc (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. VII–XIV.
- Felczak, Mateusz. 2014. *Polityki pracy i zabawy w popkulturowym przemyśle sieciowych gier komputerowych*, „Praktyka Teoretyczna”, nr 4 (14), s. 111–130.
- Filiciak, Mirosław. 2016. *Między analityką kulturową a archeologią mediów. Humanistyka w świecie „po mediach”* [w:] Grzegorz Ptaszek i Tomasz Bielak (red.), *Media.pl. Badania nad mediami w Polsce*, Kraków: Wydawnictwo Libron, s. 219–229.
- Gałuszka, Damian. 2017. *Gry wideo w środowisku rodzinnym*, Kraków: Wydawnictwo Libron.
- Geertz, Clifford. 2005. *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, Maria M. Piechaczek (tłum.), Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Giartzoglou, Andreas i Geoff Payne. 2018. *A 3-Level Model of Insider Ethnography*, „Qualitative Report”, vol. 23, no. 5, s. 1149–1159, <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol23/iss5/9/> (dostęp: 09.03.2021).
- Gibbs, Graham. 2015. *Analizowanie danych jakościowych*, Maja Brzozowska-Brywczyńska (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Giddens, Anthony. 2009. *Nowe zasady metody socjologicznej*, Grażyna Woroniecka (tłum.), Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Giddens, Anthony. 2010. *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Alina Szulżycka (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Glaser, Barney i Anselm L. Strauss. 2009. *Odkrywanie teorii ugruntowanej. Strategie badania jakościowego*, Marek Gorzko (tłum.), Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Grabarczyk, Paweł. 2015. *O opozycji hardcore/casual*, „Homo Ludens”, nr 1 (7), s. 89–109.
- Habermas, Jürgen. 2002. *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 2: *Przyczynek do krytyki rozumu funkcjonalnego*, Andrzej Maciej Kaniowski (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Haman, Jacek. 2014. *Gry wokół nas. Socjolog i teoria gier*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Huizinga, Johan. 2007. *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, Maria Kurecka i Witold Wirpsza (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Hus, Piotr. 2016. *Wspólnota znaczeń czy nowoplemię? Etnograficzne badania warszawskiej społeczności couchsurfingowej*, „Etnografia. Praktyki, Teorie, Doświadczenia”, nr 2, s. 73–100.
- Ihamäki, Pirita. 2015. *Social Tribe Culture Case Study: Geocaching Game*, „International Journal of Web Based Communities”, vol. 11, no. 1, s. 1–17.
- Illouz, Eva. 2010. *Uczucia w dobie kapitalizmu*, Zygmunt Simbierowicz (tłum.), Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Janik, Justyna. 2015. *Miasto-pozamiastem. Przejawy współczesnego flâneurysty w medium gry wideo*, „Replay. The Polish Journal of Game Studies”, nr 1 (2), s. 21–33.
- Jemieliński, Dariusz. 2013. *Życie wirtualnych dzikich. Netnografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*, Warszawa: Poltext.
- Jenkins, Henry. 2007. *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Małgorzata Bernatowicz i Mirosław Filiciak (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
- Jenkins, Henry i in. 2018. *Rozprzestrzenialne media*, Michał Wróblewski (tłum.), Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Jurgenson, Nathan. 2012. *When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution*, „Future Internet”, vol. 4, no. 1, s. 83–91.

- Juskowiak, Piotr. 2015. *Przestrzenie wspólnoty. Filozofia wspólnotowości w perspektywie badań nad miastem postindustrialnym*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM.
- Juza, Marta. 2013. *Przestrzeń społeczna w dobie Internetu. Globalna sieć komunikacyjna, przestrzeń wirtualna czy część życia codziennego?*, „Studia Socjologiczne”, nr 4, s. 103–124.
- Kacperczyk, Anna. 2014. *Autoetnografia – technika, metoda, nowy paradygmat? O metodologicznym statusie autoetnografii*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 10, nr 3, s. 32–74.
- Kacperczyk, Anna. 2016. *Społeczne światy. Teoria – empiria – metody badań na przykładzie społecznego świata wspinaczki*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kamińska, Magdalena. 2011. *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Poznań: Galeria Miejska Arsenał, https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/4237/Magdalena_Kaminska_Nieczne_memy_Dwanascie_wykladow_o_kulturze_internetu.pdf?sequence=1&isAllowed=y (dostęp: 09.03.2021).
- Kaufmann, Jean-Claude. 2010. *Wywiad rozumiejący*, Alina Kapciak (tłum.), Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kim, Jin. 2014. *Interactivity, User-Generated Content and Video Game: an Ethnographic Study of Animal Crossing: Wild World*, „Continuum”, vol. 28, issue 3, s. 357–370.
- Konecki, Krzysztof. 2000. *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Konecki, Krzysztof. 2012. *Metodologia teorii ugruntowanej i strategia analiz i badań jakościowych* [w:] Krzysztof Konecki i Piotr Chomczyński (red.), *Słownik socjologii jakościowej*, Warszawa: Difin, s. 176–180.
- Konecki, Krzysztof. 2019. *Kreatywność w badaniach jakościowych. Pomiedzy procedurami a intuicją*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 15, nr 3, s. 30–54, http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume47/PSJ_15_3_Konecki.pdf (dostęp: 09.03.2021).
- Kozinets, Robert. 2012. *Netnografia. Badania etnograficzne online*, Maja Brzozowska-Brywczyńska (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Krajewski, Marek. 2011. *Miasto. Na tropach tego, co niewidzialne*, „Przegląd Socjologiczny”, t. 60, nr 2–3, s. 111–134, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/>

- element/bwmeta1.element.desklight-15bded51-27b2-47c9-98ca-5c9af-c928ad (dostęp: 09.03.2021).
- Krzysztofek, Kazimierz. 2012. *Zmiana permanentna? Refleksje o zmianie społecznej w epoce technologii cyfrowych*, „Studia Socjologiczne”, nr 4 (207), s. 8–39.
- Krzysztoforski, Piotr. 2017. *Geocaching – turystyka kulturowa XXI wieku*, „Episteme”, nr 34, s. 85–93, https://www.researchgate.net/profile/Piotr_Krzysztoforski/publication/323677033_Geocaching_turystyka_kulturowa_XXI_wieku/links/5aa3b5c5aca272d448b7572b/Geocaching-turystyka-kulturowa-XXI-wieku.pdf (dostęp: 09.03.2021).
- Kuhn, Manford H. i Thomas S. McPartland. 1954. *An Empirical Investigation of Self-Attitudes*, „American Sociological Review”, vol. 19, no. 1, s. 68–76.
- Kurnicki, Karol. 2018. *Ideologie w mieście. O społecznej produkcji przestrzeni*, Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Kusenbach, Margarethe. 2003. *Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool*, „Ethnography”, vol. 4, no. 3, s. 455–485.
- Latour, Bruno. 2011. *Nigdy nie byliśmy nowocześni. Studium z antropologii symetrycznej*, Maciej Gdula (tłum.), Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space*, Donald Nicholson-Smith (trans.), Oxford: Blackwell.
- Lévi-Strauss, Claude. 1969. *Mysł nieoswojona*, Andrzej Zajączkowski (tłum.), Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Lewenstein, Barbara. 2004. *Zasoby lokalne. Zarys koncepcji* [w:] Piotr Gliński i in. (red.), *Samoorganizacja społeczeństwa polskiego. III sektor i wspólnoty lokalne w jednoczącej się Europie*, Warszawa: IFiS PAN, s. 281–301.
- Lo Iacano, Valeria i in. 2016. *Skype as a Tool for Qualitative Research Interviews*, „Sociological Research Online”, no. 21/2, https://www.researchgate.net/publication/302452600_Skype_as_a_Tool_for_Qualitative_Research_Interviews_httpjournalssagepubcomdoifull105153sr03952 (dostęp: 09.03.2021).
- Low, Setha. 1996. *Spatializing Culture. The Social Production and Social Construction of Public Space in Costa Rica* [w:] Setha Low (ed.), *Theorizing the City: The New Urban Anthropology Reader*, Brunswick, New Jersey–London: Rutgers University Press, s. 111–137.

- Low, Setha. 2016. *Spatializing Culture. The Ethnography of Space and Place*, New York–London: Routledge.
- Lów, Martina. 2018. *Socjologia przestrzeni*, Izabela Drozdowska-Broering (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Maffesoli, Michel. 2008. *Czas plemion*, Marta Bucholc (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Maffesoli, Michel. 2012. *Rytm życia*, Agnieszka Karpowicz (tłum.), Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Maj, Agnieszka. 2013. *Analiza treści* [w:] Marta Makowska (red.), *Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 127–147.
- Majdak, Piotr i Bartłomiej Świder. 2016. *Geocaching jako nowoczesna forma aktywności krajoznawczej* [w:] Andrzej Stasiak i in. (red.), *Współczesne oblicza krajoznawstwa*, Warszawa: Wydawnictwo PTTK „Kraj”, s. 115–124, <https://pbn.nauka.gov.pl/sedno-webapp/getFile/32660> (dostęp: 25.06.2019).
- Makowska, Marta. 2013. *Desk research* [w:] Marta Makowska (red.), *Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 80–103.
- Malinowski, Bronisław. 2005. *Argonauci Zachodniego Pacyfiku. Relacje o poczynaniach i przygodach krajowców z Nowej Gwinei*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Martini, Natalia. 2017. *Praktykowanie czasu wolnego w sytuacji niedoboru i nadmiaru*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 13, nr 4, s. 94–112, http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/Volume40/PSJ_13_4_Martini_sp.pdf (dostęp: 09.03.2021).
- Marzec, Wiktor. 2011. *Granice (teorii) społecznych światów*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 7, nr 1, s. 3–21.
- Mauss, Marcel, 1973. *Szkic o darze. Forma i podstawa wymiany w społeczeństwach archaicznych*, Krzysztof Pomian (tłum.) [w:] Marcel Mauss, *Socjologia i antropologia*, Warszawa: Wydawnictwo PWN, s. 107–168.
- McLuhan, Marshall. 2004. *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Natalia Szczucka (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.
- Melo, Ricardo i in. 2017. *Profile of Practice, Travel Behaviour and Motivations for Geocaching*, „European Journal of Tourism Research”, no. 16, s. 92–107, <https://books.google.pl/books?hl=pl&lr=&id=ok->

- onDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA92&dq=Melo+2017+geocaching&ots=5E45shAAJO&sig=FrhSctRFIOH-kopPS29AvQkHrWc&redir_esc=y#v=onepage&q=Melo%202017%20geocaching&f=false (dostęp: 09.03.2021).
- Merton, Robert. 2002. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Ewa Morawska i Jerzy Wertenstein-Żuławski (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nacher, Anna. 2012. *Między grą a codziennością – mobilne gry w przestrzeni hybrydowej* [w:] Andrzej Pitrus (red.), *Olbrzym w cieniu. Gry wideo w kulturze audiowizualnej*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, s. 115–134.
- Nacher, Anna. 2016. *Media lokacyjne. Ukryte życie obrazów*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Napiórkowski, Marcin. 2018a. *Mitologia współczesna*, Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Napiórkowski, Marcin. 2018b. *Więcej niż złoto*, „Tygodnik Powszechny”, nr 48 (3620), s. 64–68.
- Napiórkowski, Marcin. 2019. *Kod kapitalizmu. Jak Gwiazdne wojny, Coca-Cola i Leo Messi kierują Twoim życiem*, Warszawa: Krytyka Polityczna.
- November, Valérie i in. 2010. *Wkraczając na terytorium ryzyka. Przestrzeń w erze nawigacji cyfrowej*, Krzysztof Abriszewski (tłum.), „Kultura Popularna”, nr 3–4 (29–30), s. 102–125.
- Olcoń-Kubicka, Marta. 2009. *Indywidualizacja a nowe formy wspólnotowości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, https://www.researchgate.net/publication/314151923_Indywidualizacja_a_nowe_formy_wspolnotowosci (dostęp: 09.03.2021).
- Ostrowicki, Michał. 2006. *Wirtualne realis. Estetyka w epoce elektroniki*, Kraków: TAIWPN Universitas.
- Piğła, Wojciech. 2012. *Webplemię – próba eksplikacji pojęcia*, „Kultura i Historia”, nr 21, <https://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3837> (dostęp: 09.03.2021).
- Putnam, Robert. 2008. *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Przemysław Sadura i Sebastian Szymański (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*, Cambridge: MIT Press.

- Rifkin, Jeremy. 2016. *Społeczeństwo zerowych kosztów krańcowych*, Anna Dorota Kamińska (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
- Rohrscheidt, Armin Mikos von. 2008. *Turystyka kulturowa – wokół definicji*, „Turystyka Kulturowa”, nr 1, s. 4–21.
- Rybicki, Paweł. 1979. *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Samołyk, Mariusz. 2013. *Geocaching – nowa forma turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, nr 11, s. 17–31, <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/256/243> (dostęp: 09.03.2021).
- Samołyk, Mariusz. 2017. *Tajna turystyka w XXI wieku – dekada geocachingu w Polsce*, „Journal of Education, Health and Sport”, nr 7, s. 1084–1094, <https://zenodo.org/record/1039856/files/4996.pdf> (dostęp: 09.03.2021).
- Schlatter, Barbara Elwood i Amy R. Hurd. 2005. *Geocaching: 21st-century Hide-and-Seek*, „Journal of Physical Education, Recreation & Dance”, vol. 76, no. 7, s. 28–32.
- Schneider, Ingrid E. i in. 2011. *Geocachers: Benefits Sought and Environmental Attitudes*, „The Cyber Journal of Applied Leisure and Recreation Research”, vol. 14, issue 1, s. 1–11, [https://www.fs.fed.us/psw/publications/chavez/psw_2011_chavez001\(schneider\).pdf](https://www.fs.fed.us/psw/publications/chavez/psw_2011_chavez001(schneider).pdf) (dostęp: 09.03.2021).
- Simmel, Georg. 2006. *Most i drzwi*, Małgorzata Łukasiewicz (tłum.), Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Siuda, Piotr. 2012. *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne”, nr 4 (207), s. 109–132.
- Skóra, Joanna. 2017. *Geocaching jako innowacyjna forma odkrywania walorów przyrodniczych i kulturowych w Polsce. Studium przypadku powiatu poznańskiego*, „Warsztaty z Geografii Turyzmu”, nr 1 (8), s. 101–109, <https://czasopisma.uni.lodz.pl/wgt/article/view/3496/pdf> (dostęp: 09.03.2021).
- Souza e Silva, Adriana de. 2009. *Hybrid Reality and Location-Based Gaming. Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments*, „Simulation & Gaming”, vol. 40, issue 3, s. 404–423, http://www.researchgate.net/publication/240280878_Hybrid_Reality_and_Location-Based_Gaming_Redefining_Mobility_and_Game_Spaces_in_Urban_Environments (dostęp: 09.03.2021).

- Souza e Silva, Adriana de. 2010. *Mobilne technologie jako interfejs przestrzeni hybrydowych*, Anna Nacher (tłum.) [w:] *Miasto w sztuce. Sztuka miasta*, Ewa Rewers (red.), Kraków: TAIWPN Universitas, s. 628–656.
- Souza e Silva, Adriana de i Larissa Hjorth. 2009. *Playful Urban Spaces. A Historical Approach to Mobile Games*, „Simulation & Gaming”, vol. 40, issue 5, s. 602–625.
- Standing, Guy. 2014. *Prekariat. Nowa niebezpieczna klasa*, Krzysztof Czarnecki i in. (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Stankiewicz, Piotr. 2013. *Niewidzialne ryzyko. O społecznej konstrukcji bezpieczeństwa*, <https://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/1021/P.%20Stankiewicz%2C%20Niewidzialne%20ryzyko.pdf?sequence=1> (dostęp: 09.03.2021).
- Strauss, Anselm L. i Juliet M. Corbin. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Szacki, Jerzy. 2004. *Historia myśli socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szlendak, Tomasz. 2010. *O stylach życia w mozaikowym społeczeństwie (od których zależeć będzie rozwój gospodarczy)* [w:] Beata Łaciak (red.), *Polskie style życia. Między miastem a wsią. V Kongres Obywatelski*, Gdańsk: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, s. 13–21.
- Szlendak, Tomasz i Krzysztof Olechnicki. 2014. *Megaceremoniały i subświaty. O potransformacyjnych przemianach uczestnictwa Polaków w kulturze*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, R. 76, z. 2, s. 293–309.
- Szlendak, Tomasz i Krzysztof Olechnicki. 2017. *Nowe praktyki kulturowe Polaków*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szpunar, Magdalena. 2004. *Spółeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (173), s. 95–135.
- Szpunar, Magdalena. 2012. *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Szpunar, Magdalena. 2013. *Zmierzch indywidualizmu? Wokół koncepcji neoplemion Michela Maffesoliego na przykładzie himalaizmu*, „Horyzonty Wychowania”, nr 12 (24), s. 109–127.

- Sztompka, Piotr. 2007. *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Kraków: Znak.
- Śliwa, Jakub. 2011. *Antropologia wraca z tropików*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica”, nr 12, s. 208–212.
- Tkaczyk, Paweł. 2012. *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*, Gliwice: Wydawnictwo HELION.
- Toffler, Alvin. 1986. *Trzecia fala*, Ewa Woydyłło (tłum.), Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Tönnies, Ferdinand. 2008. *Wspólnota i stowarzyszenie*, Małgorzata Łukasiewicz (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tuchańska, Barbara. 2014. *Nauka a codzienność*, „Nauka”, nr 3, s. 79–101.
- Urry, John. 2008. *Spojrzenie turysty*, Alina Szulżycka (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Urry, John. 2009. *Socjologia mobilności*, Janusz Stawiński (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Weber, Max. 2002. *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej*, Dorota Lachowska (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wellman, Barry. 2001. *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*, „International Journal of Urban and Regional Research”, vol. 25, issue 2, s. 227–252.
- Wellman, Barry i Keith Hampton. 2003. *Neighboring in Netville. How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb*, „City & Community”, vol. 2 (4), s. 277–311.
- Wellman, Barry i Bernie Hogan. 2005. *Internet w życiu codziennym*, „Kultura Popularna”, nr 2 (12), s. 39–46.
- Wynn, Jonathan. 2017. *Covert Leisure and Public Spaces. Geocaching in Post-9/11 New York City* [w:] Jesse Daniels, Karen Gregory i Tressie McMillan Cottom (ed.), *Digitized Institutions*, Bristol: Policy Press, s. 313–331.
- Zybertowicz, Katarzyna i Andrzej Zybertowicz. 2017. *Okiełznać zmianę. Bezpieczeństwo ontologiczne, rozwój technologiczny a kryzys Zachodu*, „Filo-Sofija”, R. 17, nr 36, s. 521–538, <http://www.filo-sofija.pl/index.php/czasopismo/article/view/1095/1068> (dostęp: 09.03.2021).

Jakub Mirek – absolwent socjologii na Wydziale Humanistycznym AGH w Krakowie, aktualnie doktorant tej dyscypliny w Szkole Doktorskiej AGH. Laureat nagrody I stopnia im. Floriana Znanickiego za pracę magisterską w dziedzinie socjologii za 2019 rok. Badawczo zainteresowany socjologią kultury oraz oddziaływaniem przestrzeni i urządzeń telekomunikacyjnych na życie zbiorowości społecznych.

Praca ta jest niezmiernie ożywcza na tle niezliczonych obecnie publikacji podnoszących problem cyfrowych zagrożeń, *implicite* wskazuje na bardziej radosne, beztrudne oblicze nowoczesnych technologii, przypomina też nieco zapomnianą dziś, a przecież wciąż aktualną kwestię więziotwórczego i wspólnototwórczego wymiaru internetu.

Z recenzji dr Marty Juzy

Autor przedstawia społeczność geocacherów w perspektywie socjologicznej, ale nie epatuje nadmiernie terminologią nauk społecznych, co sprawia, że przy interesującym przedmiocie opisu publikacja ta zainteresuje nie tylko socjologów, ale wszystkich tych, którzy są otwarci na poznawanie interesujących zjawisk społecznych.

Z recenzji dr. hab. Krzysztofa Bierwiazconka, prof. UŚ

ISBN 978-83-66269-82-8



9 788366 269828

Książka dostępna również w formacie PDF

Wydawnictwo LIBRON | www.libron.pl