

Magdalena Szpunar

FLASH MOB – REWITALIZACJA PSYCHOLOGII TŁUMÓW

Z reguły się nie znają. Spotykają się jedynie na kilka minut, by wziąć udział w zaskakującym, ekscentrycznym wydarzeniu. Zwołują się przy pomocy nowych technologii, głównie wykorzystując Internet i telefony komórkowe. Nie posiadają przywódcy, nie kierują się żadną ideologią. Ich celem jest wywołanie zdziwienia i zaskoczenia wśród oglądających. Czasem określa się ich jako sztuczny tłum lub błyskawiczny tłum. Paul McFedries *flash mob* definiuje jako dużą grupę ludzi, którzy zbierają się w wcześniej umówionej lokalizacji, wykonują pewne działania w krótkim czasie i szybko rozchodzą się¹. Nierzadko *flash mob* postrzega się jako jedną z form internetowych społeczności. Jednakże ów błyskawiczny tłum, nie posiada jakichkolwiek cech charakterystycznych dla społeczności – uczestników nie łączą żadne więzy, a jeśli już takowe się pojawiają to są bardzo efemeryczne, nie łączą ich także wyznawane wartości. Analogicznie, jak w przypadku innych form tłumy, *flash mob* egzystuje jedynie przez chwilę. *Flash mobowy* tłum równie szybko się tworzy, jak i równie szybko zanika. Jednakże w odróżnieniu od tłumy przypadkowego, o którym pisze Herbert Blumer, *flash mob* ma formę bardziej zorganizowaną. Uczestnicy muszą sprawnie i efektywnie się komunikować, by o określonej porze znaleźć się w umówionym miejscu i wykonać zdefiniowane przez organizatora akcji czynności. Czasem ich działanie polega na szukaniu ziaren manny, która miała spaść z nieba, innym razem rozmawiają przez telefony, którymi są banany, łowią ryby na

¹ P. McFedries, *Flash Mob*, (w:) „The Word Spy”, z dnia 14.06.2003, <http://www.wordspy.com/words/flashmob.asp> [26.02.2009].

miejskich przystankach, czy szukają skarbów przed hotelem² – to tylko niektóre przykłady akcji typu *flash mob*.

Opisując zjawisko, jakim jest *flash mob*, warto sięgnąć do klasycznego pojęcia tłumu. Terminem tym określa się przelotne zgromadzenie większej ilości jednostek na przestrzeni, która dopuszcza bezpośredni kontakt, pozwalający na spontaniczne reagowanie na te same bodźce³. Posługując się terminem Gustava Le Bonna, tłum jest *zbiorową istotą*, u której zanika świadomość własnej odrębności, a wytwarza się zbiorowa dusza, która kieruje myśli i uczucia jednostek na jeden tor⁴. Indywidua pojedynczych jednostek tracą na znaczeniu na rzecz zbiorowej masy, działającej w zunifikowany sposób. Tłum charakteryzuje ciągła zmienność impulsów, która sprawia, że tłum z okrutnego i krwiożerczego szybko zmienia się w szlachetny i bohaterski⁵. Wystarczy iskra, by tłum zadziałał – równie intensywnie może kochać i okazywać aprobatę, jak i nienawidzić i gardzić. Jednostka w tłumie pozwoli sobie na wiele więcej, bo przecież będąc w grupie, jest anonimowa, nieidentyfikowalna, a tym samym jej odpowiedzialność rozmywa się na współobecne jednostki. G. Le Bon porównuje jednostkę w tłumie do automatu, bowiem nie kieruje nią wola własna, a narzucona i znajduje się ona „pod wpływem fluidów emanujących z niego” – tłumowi (M.S.)⁶. I rzeczywiście istnienie owych „fluidów” niejednokrotnie możemy stwierdzić, obserwując falujący tłum na koncercie, czy identycznie reagujące masy kibiców na meczu piłkarskim. Będąc w tłumie, jesteśmy niezwykle podatni na sugestie i manipulacje, wystarczy sygnał, a niemal bezrefleksyjnie powtarzamy reakcje osób stojących obok, czy oglądanych na wielkim ekranie. Jak zauważa Marshall McLuhan jednostki odczuwają satysfakcję z obecności innych ludzi – „Zadowolenie, jakie daje bycie częścią tłumu, to uczucie przyjemności doznawane z powodu powiększania liczby”⁷.

Jak podkreśla Jan Szczepański, więź, która łączy ludzi w tłumie, ma zwykle charakter popędowy i emocjonalny. Pomiędzy jednostkami w tłumie szybko pojawia się łączność psychiczna, która implikuje identyfikację jednostki z tłumem. Zbiorowość ta nie posiada jakiegś

² *Flash mob: zmieniamy kanał*, <http://miasta.gazeta.pl/bialystok/1,35241,3962543.html> [25.02.2009].

³ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN Warszawa, 1972, s. 435.

⁴ G. Le Bon, *Psychologia tłumu*, Wydawnictwo Antyk, Kęty 2004, s. 15.

⁵ Ibidem.

⁶ Ibidem, s. 19.

⁷ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 159.

ustalonej organizacji formalnej, czy ustalonych norm⁸. Piotr Sztompka pisze: „(...) jedyne, co ich łączy, to zgromadzenie w jednej przestrzeni i ewentualnie taki sam powód, dla którego znaleźli się razem: na przykład przyszli na wiec albo zrobić „zadymę”, albo powitać sportowego idola”⁹. Brak formalnej organizacji i struktury bardzo często podkreślają aktywiści *flash mob*. Tłum zbiera się i kształtuje pod wpływem silnych bodźców emocjonalnych, takich jak gniew, poczucie krzywdy, poszukiwanie zemsty czy zdobyczy¹⁰. Takie motywy właściwie nie znajdują swojej egzemplifikacji w działaniach *flash mob*, choć zdarzają się akcje wikłające się w spory polityczne czy ideologiczne.

Jednak, jak twierdzi wielu mobbersów¹¹, nie mają one nic wspólnego z prawdziwym *flash mobem*, który powinien być całkowicie niezależny. Wyróżnia się cztery podstawowe rodzaje tłumów: agresywny, uciekający, nabywający i demonstrujący. Tłum agresywny – atakuje jednostkę, zbiorowość lub instytucję, mogąc występować w formie linczu, terroryzmu lub walki. Tłum uciekający – składa się z jednostek, które ogarnięte strachem kierują się instynktem samozachowawczym. Tłum nabywający, inaczej zwany rabującym, pojawia się zwykle w sytuacjach kryzysu i gospodarczego niedostatku, gdzie dochodzi do zbiorowych rabunków sklepów, banków czy mieszkań. Tłum demonstrujący, określany również jako ekspresywny, jest zorganizowany, wyraża uznanie, wdzięczność, potępienie, pogardę lub protest¹². Ta ostatnia forma tłumy, najbardziej bliska jest idei *flash moba*, stanowiącego pewną formę ekspresji, ulicznego happeningu, przy zachowaniu ideologicznej, czy politycznej neutralności. Bywa tak, że obserwatorzy zachwyceni ekspresywną formułą *flash mobowego* protestu przyłączają się do niego.

Za twórcę *flash moba* uważa się anonimowego użytkownika Billa Wasika, starszego redaktora *Harper's Magazine*. Wasik deklaruje, że stworzył *flash mob* jako eksperyment społeczny, by zanegować kulturę zgodności i konformizmu¹³. Wasik twierdził, że interesują go społeczne

⁸ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, op. cit., s. 436.

⁹ P. Sztompka, *Socjologia*, Znak, Kraków 2002, s. 152.

¹⁰ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, op. cit., s. 436.

¹¹ Uczestnicy akcji *flash mobowych* to mobbersi, a nie mobberzy, którzy dopuszczają się mobbingu, czyli prześladowania podwładnego w miejscu pracy.

¹² S. Kosiński, *Socjologia ogólna. Zagadnienia podstawowe*, PWN, Warszawa 1987, s. 157–159.

¹³ P. McMartin, *Waterfight in Stanley Park, But are Flash Mobs Starting to Lose Their Edge?*, (w:) „The Vancouver Sun”, 12.06.2008, <http://www2.canada.com/vancouver-sun/news/story.html?id=f4b1b51f-1340-46b3-8c14-97405c63b5fe>, [26.02.2009].

powody, dla których ludzie biorą udział w tego typu przedstawieniach, ale jeszcze bardziej interesowały go reakcje publiczności, która zawsze zastanawia się, o co chodzi i co tak naprawdę się stało¹⁴. Inicjując akcję, autor zaprosił do udziału w projekcie drogą mailową 50 osób. Jedną z osób, do których dotarł mail Wasika, był Dan Goldstein, psycholog pracujący na Uniwersytecie Columbia. Przekazał on wiadomość Wasika do ponad 1000 osób ze swojej listy mailingowej. Pierwszy mob doszedł do skutku, ale nie przebiegł zgodnie z planem¹⁵. Za pierwszy udany *flash mob* uznaje się odbyty 3 czerwca 2003 roku w domu towarowym Macy's. Wtedy to, ponad 100 osób zgromadziło się na dziewiątym piętrze wokół drogich dywanów, by zakupić „dywanik miłości”, ustalając decyzję zakupu grupowo¹⁶.

Terminu *flash mob* po raz pierwszy użył Wasik na swoim blogu w 2003 roku, zainspirowany terminem *smart mob* (inteligentny tłum) ukutym przez Howarda Rheingloda¹⁷. Warto równocześnie wskazać – o czym rzadko się wspomina – opisując zjawisko *flash mob*, iż termin ten funkcjonował już w XIX wieku, posiadając jednak zupełnie inne konotacje, od współczesnego jego użycia. W Tasmanii terminem tym opisywano subkulturę kobiet, więźniarek, często uprawiających nierząd. *Flash mobberkom* obcinano włosy i ubierano je w żółte stroje. Tak widoczne naznaczenie, fizycznie widoczny stygmat, wcale nie zniechęcał do prowadzenia rozwiązłego trybu życia. Termin ten pierwotnie nie oznaczał jakiegoś wydarzenia, a definiował pewien segment społeczeństwa¹⁸, który dzisiaj zaliczylibyśmy do *underclass*.

Istotnym motywatorem działania mobbersów jest zwrócenie uwagi innych osób. Podobnie jak w klasycznym tłumie uczestnicy *flash moba* nie zmierzają do czegoś, nie chcą czegoś osiągnąć¹⁹, zależy im tylko na wywołaniu zdziwienia i zakłopotania oglądających. Jedną z uczestniczek akcji w Centrum Handlowym M1 w Radomiu, polegającej na jedzeniu bułki i komentowaniu jej smaku stwierdza: „Reakcja kupujących i ochroniarzy przerosła moje oczekiwania. Nie przypusz-

¹⁴ L. Goldstein, *The Mob Rules*, (w:) „Time”, 10.08.2003, <http://205.188.238.109/time/magazine/article/0,9171,474547,00.html> [25.02.2009].

¹⁵ L. Goldstein, *The Mob Rules*, op. cit.

¹⁶ B. Wasik, *My Crowd, or, Phase 5: A report form inventor of the flash mob*, (w:) „Harper's Magazine”, 2007, 02.02.

¹⁷ B. Wasik, *My Crowd, or, Phase 5: A report form inventor of the flash mob*, (w:) „Harper's Magazine”, 2007, 02.02.

¹⁸ *Female Factory Research Group*, <http://www.femalefactory.com.au/FFRG/convicts.htmFlash> [26.02.2009].

¹⁹ P. Sztompka, *Socjologia*, op. cit, s. 153.

czałem, że ludzie zgłupieją na widok tylu osób jedzących bułki w jednym miejscu. Kompletnie nie wiedzieli, co się dzieje i co mają zrobić – stali oniemiałymi i patrzyli na nas. Nie wiedzieli, czego się mają spodziewać”²⁰. Inna uczestniczka akcji *flash mob* w Warszawie pisze: „(...) grupa spotkała się na przystanku autobusów miejskich. Wszyscy mieli ze sobą tabliczki z liczbami do punktacji. Gdy podjeżdżał autobus, podnosili tabliczki, oceniając sposób manewrowania, tempo otwierania drzwi i urodę kierowcy. Przyznawane punkty były spisywane w notesie. Przypadkowi obserwatorzy bywali tak zaskoczeni, że nie zauważali nawet, iż nadjechał ich autobus”²¹. Uczestnicy akcji *flash mobowych* chcą również poczuć się wyjątkowi, odróżnić się od innych: „Mam poczucie, że dzięki temu nie jestem banalna. Szary człowiek, który idzie wyznaczonymi drogami, to nie ja”²². Chodzi o to, by „zrobić dziurę w systemie”²³ – deklaruje inny zwolennik *flash mobów*. Na stronie organizacji *flash mobowej* z Białegostoku czytamy: „Niektórzy starają się nas zapytać, dowiedzieć się, o co chodzi? i to jest główne pytanie określające zjawisko, jakim jest Flash Mob. Jedyne co mogą od nas uzyskać to wzruszenie ramionami lub po prostu odpowiedź: *Nie rozumiem... A o czym pani/pan mówi?*”²⁴. Uczestnicy i pomysłodawcy, którzy starają się zachować anonimowość, nie chcą wchodzić w interakcje z osobami oglądającymi ten happening. Nie jest dobrze widziane kontaktowanie się z mediami, opowiadanie i wyjaśnianie celu tego typu akcji, mobbersom radzi się: „Opuszczając miejsce akcji z nikim nie rozmawiaj – ani z współuczestnikami, ani tym bardziej ze świadkami zdarzenia. To co się właśnie zdarzyło, tak naprawdę w ogóle się nie wydarzyło. Każdy rozchodzi się we własną stronę milcząc i zachowując powagę”²⁵. Chodzi o to, żeby zdezorientować uczestników akcji. Wprowadzić ich w takie zdumienie, żeby zastanawiali się, czy wydarzenie którego byli świadkami, rzeczywiście się wydarzyło. Organizatorom tego typu akcji zależy na tym, by uczestnicy naprawdę przyjęli i zaakceptowali konwencję odgrywanego zdarzenia. *Flash moby* możemy nawet potraktować jak kilkuminutowe formy teatralne, w których biorą udział chętni amatorzy. Mobberka

²⁰ A. Nowakowska, *Kether zaprasza tłum*, <http://www.slowoludu.com.pl/gazeta/codzienna/2003/XI/28/13.pdf> [25.02.2009.]

²¹ M. Janusz-Lorkowska, *Wariacje na bosaka i pół roweru*, (w:) „Rzeczpospolita” 2007, nr 207, 05.09.07.

²² Ibidem.

²³ *Flash mob: zmieniamy kanał*, op. cit.

²⁴ <http://www.fmbial.glt.pl/>, [26.02.2009].

²⁵ Ibidem.

z akcji w Warszawie, w której chodziło o to, by pojawić się bez spodni w metrze, stwierdza: „Większość ludzi udawała, że nas nie widzi. Albo mieli reakcje jak z kreskówki: patrzyli i potem patrzyli drugi raz, żeby się upewnić”²⁶. Dla wielu akcje *flash mob*bowe są całkowicie irracjonalne i nonsensowne, dla innych mają na tyle pozytywny wydźwięk, że przylaczają się do tego nietuzinkowego *eventu*.

Choć z reguły przyznają, że nie kieruje nimi żadna ideologia, nie stoją za nimi żadne organizacje, mogą mieć realny wpływ na to, co dzieje się w ich środowisku. Stanowiącą mogą poważną formę protestu, choć zorganizowaną w sposób nowoczesny, zaskakujący, czasem dziwaczny. Przykładem takiej akcji był *flash mob* zorganizowany w Przemysłu pod koniec 2008 roku. Kilkudziesięciu przemyslan na dwie minuty zamarło w bezruchu z dłońmi przyłożonymi do płyty rynku, a później odcisnęło je na mapie przygotowanej przez przemyskich artystów. Zamanifestowali w ten sposób, że chcą mieć wpływ na wygląd swojego miasta i nie zgadzają się z proponowaną przez władze koncepcją przebudowy rynku²⁷. Mobbersi ze Szczecina walczyli przy pomocy wyrzuconych w powietrze banknotów, o zaistnienie w najnowszej wersji gry Monopol²⁸. Czasem mobbersi poprzez swoje akcje chcą zwrócić uwagę także na problemy ekologiczne²⁹.

Nie zawsze jest jednak tak, że *flash mob* jest akcją, która nie ma żadnego przesłania i jest jedynie zwykłą formą zabawy. Czasem akcja ta w zaskakujący sposób zwraca uwagę na poważny problem społeczny. H. Rheinghold, autor książki *Smart Mobs*, uważa, że moby to najnowsze formy społecznego protestu. Inteligentny tłum składa się z ludzi, którzy są w stanie działać w porozumieniu, nawet jeśli wcześniej nie mieli oni szansy się poznać³⁰.

Na przykład podczas *flash moba* na Białorusi uczestnicy czytali gazetę „Sowietskaja Bielorrussija”, wydając okrzyki dezaprobaty, innym razem stali ze związanymi oczami przed ekranem na Placu Październikowym, na którym transmitowano dziennik³¹.

²⁶ M. Mazuś, *Sposób na kryzys: zdjęć spodnie w metrze*, http://miasta.gazeta.pl/warszawa/1,34889,6303042,Sposob_na_kryzys_zdjac_spodnie_w_metrze.html, [6.02.2009].

²⁷ *Flash mob w Przemysłu*, http://miasta.gazeta.pl/rzeszow/1,34975,6102962,Flash_mob_w_Przemyslu.html [26.02.2009].

²⁸ *Młodzi szczecinianie walczą o Monopol*, <http://miasta.gazeta.pl/szczecin/1,34959,4974242.html> [26.02.2009].

²⁹ „Ekologiczny” dzień studenta w Poznaniu, http://serwisy.gazeta.pl/edukacja/1,51805,5882213,Ekologiczny_dzien_Studenta_w_Poznaniu.html, [26.02.2009].

³⁰ L. Goldstein, *The Mob Rules*, op. cit.

³¹ *Białoruś: uczestnicy flash moba zatrzymani*, <http://serwisy.gazeta.pl/swiat/1,34192,3342435.html> [26.02.2009].



Zdj. 1. Flash mob przeciwko przebudowie rynku w Przemyśle

Źródło: http://miasta.gazeta.pl/aliasy/mod/super_zoom.jsp?xx=6102965&dx=34975

Pozornie niewinna zabawa może ogniskować uwagę na kwestie niezależności mediów, wolności słowa, czy manipulowania opinią publiczną. Niektórzy jednakże wyrażają sprzeciw wobec używaniu *flash moba*, jako formy protestu politycznego. Mobbersi chcą, by zasadą ich działania była bezideowość i apolityczność. Bywa jednak tak, że ewidentnie ideologiczne happeningi próbują symulować prawdziwe *flash moby*. Przykładem jest spotkanie zainicjowane przez Garego Trudeau – popularnego rysownika komiksów – które rzekomo miało być efektem spontanicznego poparcia dla demokratycznego kandydata na prezydenta Howarda Deana, czy moskiewska akcja *flash mob* zakłócająca premierę filmu *Matrix*, zorganizowana przez młodzieżówki partii komunistycznej³².

Akcje *flash mob* chętnie wykorzystują również firmy postrzegając je jako nową, atrakcyjną formę reklamy produktu. Akcje *flash mobowe* zaliczyć można do tzw. *Real Life Marketingu* (RLM). Przykładem jest akcja spacerowiczów, którzy na żółtych smyczach prowadzili swoje niewidzialne psy. Akcja zainicjowana została przez Kompanię Piwo-

³² W. Orliński, *Flash mob*, <http://wyborcza.pl/1,75475,1834611.html>, [26.02.2009].

warską do reklamy nowego piwa *Dog in the Fog*³³. W związku z tym, że firmy coraz częściej wykorzystują tego typu akcje do promowania swoich produktów, wiele osób coraz częściej wątpi w to, że *flash moby* są akcjami całkowicie spontanicznymi. Z pewnością coraz częściej zdarzać się będzie, że *flash moby* będą odgórne sterowanie i wykorzystywać będą do komercyjnych celów osoby, którym za udział w takiej akcji się zapłaci. Skoro konsument uodpornił się na typową reklamę, warto sięgnąć do zawołowanych sposobów promocji produktów, jak chociażby *flash mob*. Analogiczny mechanizm obserwujemy w przypadku forów internetowych, które do niedawna stanowiły cenny zasób informacji o produktach, dzisiaj coraz częściej stają się tubą marketingowej propagandy, a forumowiczom płaci się za publikowanie pozytywnych postów o produktach.



Zdj. 2. *Flash mob* związany z reklamą piwa *Dog in the Fog*

Źródło: http://www.blog.mediafun.pl/foto/2007-05/dog_04.jpg [27.02.2009]

Zdarza się tak, że otoczenie akcje *flash mob* postrzega jako zagrażające. Przykładem jest akcja zorganizowana w hipermarkecie *Real* w Słupsku. Strzelający do siebie z palców i plastikowych pistoletów

³³ N. Mazur, L. Moros, *Kto jest właścicielem niewidzialnych psów?* <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,34912,2661426.html> [26.02.2009].

obok stoiska mięsnego mobbersi, zostali negatywnie odebrani przez otoczenie. Ochroniarze sklepu wezwali policję, która zatrzymała trzy osoby i wręczyła mandaty za zakłócanie porządku publicznego³⁴.

Flash mob jest również inspiracją dla innych zjawisk społecznych, takich jak *Free Hugs*, czy *Urban Playground*. *Free Hugs* to kampania Darmowego Przytulania, której idea jest przekazywanie innym bezinteresownej życzliwości, zainteresowania i bliskości. W akcji nie chodzi jednakże o zawieranie nowych znajomości, flirtowanie czy podrywanie kogoś. Idea ta została rozpropagowana dzięki filmowi video umieszczonemu w serwisie YouTube. W połowie maja 2009 – wedle statystyk – odnotowano niemal 43 miliony odsłon, prawie 76 tysięcy komentarzy oraz zamieszczono ponad 110 tysięcy ocen³⁵. Film przez dłuższy czas należał do najchętniej oglądanych i komentowanych klipów video zamieszczonych w serwisie YouTube. Pomysłodawcą Darmowego Przytulania był Juan Mann, a początki jego akcji datuje się na rok 2004.



Zdj. 3. Akcja Free Hugs

Źródło: <http://freehugscampaign.org/> [12.05.2009]

By uniknąć niespodziewanych czy dziwnych reakcji przechodniów, którzy „wciągnięci” zostają w akcję, jej uczestnicy z reguły przy sobie mają kartki z adnotacją „Darmowe przytulanie”. Czasem jednak taka in-

³⁴ <http://deser.pl/deser/1,83452,4998634.html> [26.02.2009].

³⁵ Zobacz: http://www.youtube.com/watch?v=vr3x_RRjdd4 [12.05.2009].

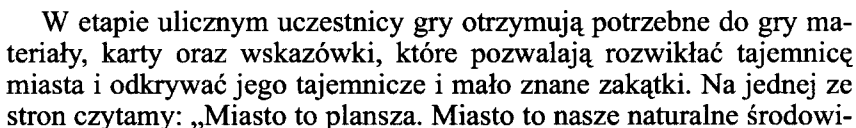
formacja nie wystarcza. Uczestnicy akcji bywają odebrani jako osoby chcące na siłę kogoś poderwać, a nawet pojawiają się podejrzenia o homoseksualne skłonności jej uczestników. W związku z tym, tak ważne jest informowanie innych o celu takiego wydarzenia. Wiele osób, mimo zdecydowanie pozytywnego wydźwięku tego ulicznego happeningu, nie życzy sobie być przytulany przez obcą osobę, która na chwilę (ale jednak), wkracza w sferę intymną zarezerwowaną dla osób nam najbliższych. Inicjatorzy akcji w Polsce, chcą zebrać poprzez Internet 100 tysięcy podpisów, aby Darmowe Przytulanie jako projekt obywatelski trafiło pod obrady sejmu. Pomysłodawcy Polskiego Dnia Przytulania, który ma być obchodzony 24 czerwca, zachęcają w następujący sposób do przyłączenia się do akcji: „Wychodzisz na ulicę. Wszyscy wokół pędzą, zajęci własnymi sprawami potracają Cię, wymijają, w autobusie wyglądają przez okna albo chowają się za gazetą. Każdy idzie osobno, każdy w swoją stronę, zamyślony, zapracowany, być może smutny. Nie masz czasem ochoty czegoś z tym zrobić, rozweselić szarej ulicy, wywołać uśmiech na twarzach nieznamymych przechodniów? Bo my tak. Przytulanie to najprostszy sposób, by podarować drugiemu człowiekowi odrobinę ciepła. Nie wymaga szukania odpowiednich słów, nie trzeba się go uczyć ani ćwiczyć, nic nie kosztuje. Potrafi za to wiele: poprawia humor, dodaje wiary w siebie, daje poczucie bliskości i kontaktu z drugim człowiekiem. Nie zawsze pamiętamy o tym na co dzień, warto więc zachęcać do okazywania innym bezinteresownej życzliwości”³⁶.

Korzeni flash mobowych można dopatrzeć się również w tzw. *Urban Playground*. *Urban Playground* to gra miejska, nowa forma rozrywki, łącząca sobie elementy gier komputerowych, gier RPG, happeningów ulicznych i flash mobów. W *Urban Playground* przestrzeń miasta jest traktowana jako swoista plansza gry – „Poruszasz się w miejskiej przestrzeni. Decydujesz o każdym swoim kroku. Obserwujesz wszystko co Cię otacza. Nagle dostrzegasz, że miejska tkanka zmienia swą strukturę. Jej nowy kształt przekazuje Ci wiadomość. Miasto wie, że grasz. Jesteś bohaterem gry miejskiej. Nie czekasz i podejmujesz wyzwanie. Masz przy sobie wszystkie elementy potrzebne do gry: wzrok, smak, dotyk, węch oraz wyobraźnię. Używaj ich dobrze”³⁷.

Gra miejska składa się z reguły z dwóch etapów – internetowego i ulicznego. W pierwszym z nich uczestnicy zapoznawani są z ideą i klimatem zbliżającej się gry, poznają fabułę i materiały historyczne dotyczące konkretnego miasta, w którym gra ma się rozegrać.

³⁶ <http://www.dzienprzytulania.pl/kilka,slow,o,akcji.aspx> [26.05.2009].

³⁷ <http://www.partyzantz.com/gry-miejskie> [12.05.2009].



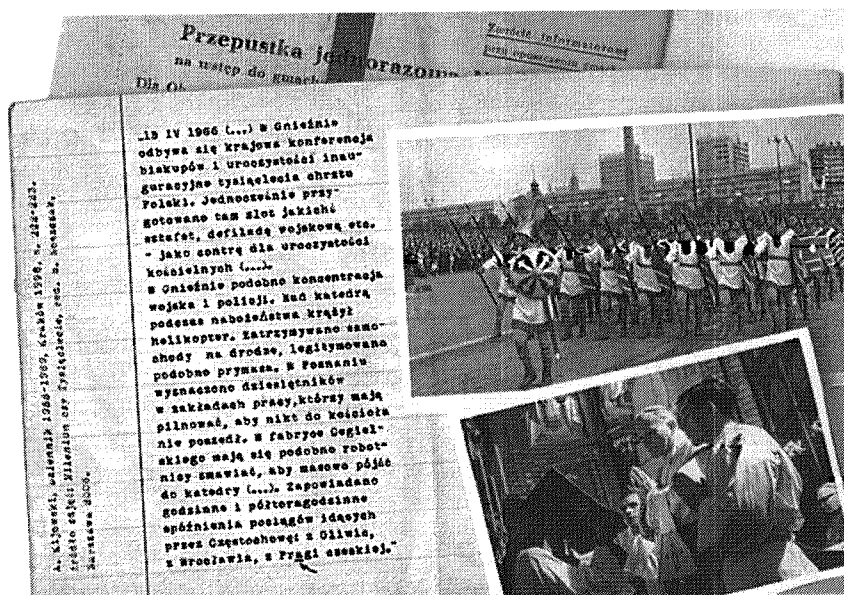
sko. Przestrzeń, po której poruszamy się codziennie. Miejska dżungla. Świat pełen chodników, ulic i budynków. Idealnie nadaje się do modelowania. Jak plastelina, z której możemy ugniatać dowolne kształty. Wystarczy tylko na moment przystanąć i popatrzeć na otoczenie w trochę inny sposób. Widzisz? Przed Tobą ogromna plansza. Wejdź i wybierz grę³⁸. W Białymstoku w grze miejskiej zatytułowanej *Infinitio* wzięło udział około 50 osób, które rozwiązywały zagadki umieszczone na specjalnych kartach. Korzystając z dopuszczonych przez organizatorów narzędzi, m.in. telefonów komórkowych, map i kompasów, szukali w różnych punktach miasta „agentów”, dzięki którym otrzymywali kolejne fragmenty hasła³⁹. Gry miejskie są doskonałym sposobem na odkrywanie miasta, poznawanie jego zapomnianych lub niedocenianych miejsc. Są sposobem na zwrócenie uwagi na ekologię miasta i dbałość o czystość przyrody i otoczenia, czego przykładem jest szczecińska gra miejska – „Bitwa o Wodę”, czy formą zabawy z tradycjami i legendami związanymi z miastem – krakowska gra miejska „Legendy z jajem”. Czasami gry miejskie opierają się o konwencje zaczerpnięte z powieści np. warszawska gra miejska – „Kisiel warszawski”, która była ciekawą wędrówką śladami powieści Stefana Kisielewskiego. Taka forma rozrywki może być doskonałym sposobem na integrację mieszkańców z miastem, identyfikację z miejscem, w którym się żyje. Wiele miast, jak chociażby Warszawa, nie cieszy się dobrą reputacją. Z badań TNS OBOP wynika, że atmosferę tego miasta psują m.in. korki, pogoń za karierą, ciągły pośpiech⁴⁰. Gra miejska w takim przypadku może poprawić wizerunek miasta, czy wpłynąć na wzrost sympatii do jego mieszkańców, którzy są oceniani jako nieuprzejmi i trochę fałszywi⁴¹. Warto podkreślić, że wiele gier miejskich jest bardzo dobrze przygotowanych, karty wręczane jej uczestnikom są ciekawym sposobem na poszerzenie wiedzy historycznej i historii swojego miasta. W sytuacji, gdy wiele osób migruje ze wsi do miasta, czy z miasta do kolejnego miasta, gra miejska stanowi doskonałą formę odkrywania magicznych miejsc w nieznanym nam przestrzeni miejskiej. Historia poznawana w ten sposób przestaje być nudna, a przez formę utrzymaną w konwencji zabawy, zostaje szybko przyswajana przez jej uczestników.

³⁸ Ibidem.

³⁹ „*Infinitio*” – pierwsza białostocka gra miejska, http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,81048,6589818,_Infinitio_pierwsza_bialostocka_gra_miejska.html [12.05.2009].

⁴⁰ Informacja prasowa TNS OBOP, *Warszawa da się lubić?*, 2004.

⁴¹ Ibidem.



Zdj. 5. Jedna z kart gry miejskiej „Kisiel warszawski”

Źródło: <http://www.mmwarszawa.pl/rep/newsph/3573/12164.3.jpg> [12.05.2009]

Na naszych oczach rodzi się nowy fenomen społeczny. Jednostki rozdzielone przestrzennie i czasowo, są w stanie organizować się, współdziałać i precyzyjnie odgrywać role zdefiniowane online, mimo że nie doszło do wcześniejszego spotkania między uczestnikami. Co warto podkreślić, akcje *flash mob*owe zawsze odbywają się bez wcześniejszych prób, dlatego też, często bywają zaskakujące, żywiołowe i niedopowiedziane. Rzadko jednak bywa tak, że umówiony drogą internetową, czy sms-ową *flash mob* nie odbywa się. Jeśli akcja nie dochodzi do skutku, to przyczyny nie mają charakteru organizacyjnego, a powodowane są np. zbyt małą liczbą osób, które zgłosiły się na to wydarzenie. W świecie ponowoczesnym, którego jednym z rysów jest silna indywidualizacja i wykorzenienie jednostek, *flash moby* stają się sposobem na dotarcie do wspólnoty, która choć efemeryczna, zapewnia chociaż na chwilę poczucie bycia członkiem jakiejś grupy. Często *flash moby* stają się doskonałym sposobem zwrócenia opinii publicznej na jakiś problem społeczny, stanowią nietuzinkową formę protestu, czy sprzeciwu. Warto podkreślić, że mimo iż *flash moby*

z założenia są antyideologiczne, apolityczne, zachowując pełną niezależność od jakichkolwiek sił zewnętrznych, coraz częściej próbuje się je wciąć w akcje o charakterze politycznym, czy marketingowym. Pozostaje mieć nadzieję, że zjawisko to, pomimo prób ataku na jego niezależność, ostoi się jako forma przełamująca konwencje dobrze znanej nam rzeczywistości.

Akcje typu *Free Hugs* uświadamiają nam, jak istotna w świecie chronicznego braku czasu, jest bliskość i obecność drugiego człowieka. *Urban playground* inicjowane i organizowane w wielu przypadkach dzięki Internetowi, stają się doskonałą formą poszerzenia wiedzy na temat miasta, odkrywania jego miejsc zapomnianych, zwiększenia patriotyzmu lokalnego i tożsamości z miejscem zamieszkania. Historia prezentowana w sposób niezwykle ciekawy, uatrakcyjniona fizycznym kontaktem z miejscami znaczącymi, przestaje być reliktem przeszłości, a staje się żywą tradycją. W sytuacji gdy współczesny człowiek jest wykorzeniony, niezwykle mobilny, jest bardziej obywatelem świata, niż własnej lokalnej ojczyzny, przywracanie lub tworzenie tożsamości z miejscem, w którym mieszka jest ważne. Akcje takie jak gry miejskie sprawiają, że zatęchła historia miasta, zaczyna tętnić życiem jego mieszkańców.