

UNIwersytet Gdański — Wydział Ekonomiczny

Kamil Kręt

Kierunek studiów: **Międzynarodowe stosunki gospodarcze**

Numer albumu: **248829**

**CHIŃSKA EKSPANSJA W BRANŻY GIER WIDEO I JEJ
ROLA W DAŻENIU CHIŃSKIEJ REPUBLIKI LUDOWEJ
DO MOCARSTWOWOŚCI W XXI W.**

Praca magisterska
wykonana
w Katedrze Biznesu
Międzynarodowego
pod kierunkiem
prof. dr hab. Ewy Oziewicz

Sopot 2021

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
ROZDZIAŁ 1. PODSTAWY TEORETYCZNE KONCEPCJI MOCARSTWA	9
1.1. Klasyczne postrzeganie potęgi w nauce Zachodu.....	9
1.2. Mocarstwowość z perspektywy cywilizacji chińskiej	14
1.3. Kultura jako kluczowy element współczesnych teorii.....	17
1.4. Gra wideo jako narzędzie polityki mocarstw	21
ROZDZIAŁ 2. GOSPODARCZE UWARUNKOWANIA WYKORZYSTANIA TEORII MOCARSTWOWOŚCI WE WSPÓŁCZESNYCH CHINACH.....	25
2.1. Koncepty determinujące politykę władz	25
2.2. Inicjatywy o charakterze mocarstwowym na polu gospodarczym.....	30
2.3. Miejsce technologii w planach chińskich władz	35
2.4. Wykorzystanie kultury jako środka przekazu myśli	37
2.5. Znaczenie gier wideo w ekonomicznej strategii władz w Pekinie.....	40
ROZDZIAŁ 3. ŚWIATOWY RYNEK GIER WIDEO Z PERSPEKTYWY CHIŃSKIEJ SMART POWER.....	45
3.1. Rynek gier jako droga do wzmocnienia chińskiej ekonomicznej siły twardej	45
3.2. Potencjalne pokłady siły miękkiej drzemiące w globalnym rynku gier.....	51
3.3. Wpływ pandemii COVID-19 na branżę gier wideo.....	58
ROZDZIAŁ 4. ZNACZENIE PRZEDSIĘBIORSTW W MOCARSTWOWEJ STRATEGII CHIN NA PRZYKŁADZIE GŁÓWNYCH PRODUCENTÓW GIER WIDEO	65
4.1. Atrakcyjność a władza nad rynkiem	65
4.2. Inwestycje i przejęcia jako narzędzia kontroli	72
4.3. Twórczość własna i jej wpływ na postrzeganie producenta	78
ZAKOŃCZENIE	86

BIBLIOGRAFIA	90
OŚWIADCZENIA	108

WSTĘP

Rywalizacja państw o miano mocarstwa czy też raczej nierozzerwalnie związaną z tym tytułem przewagę nad innymi, podobnymi formami organizacji społeczeństwa jest zjawiskiem znanym ludzkości już od czasów wykształcenia się pierwotnej postaci idei państwowości. Choć samo sedno wspomnianych zmagania pozostaje niezmiennie, nieprzerwanie odnosząc się do kwestii dominacji nad innymi, sam proces dążenia do tego stanu objawia się na różne sposoby, odchodząc od tych przestarzałych na rzecz nowych, bardziej efektywnych. Jednym z lepiej widocznych przejawów takiej ewolucji jest spadek znaczenia tradycyjnie kojarzonych z mocarstwowością aspektów militarnych, równoważony przez jednoczesny wzrost wagi przywiązywanej do siły gospodarek rywalizujących ze sobą państw. Zmiana ta wiąże się nie tylko z samą istotą podstawy posiadanej przewagi, prowadząc również do wyłonienia się wielu nowych ścieżek prowadzących do tego samego celu, włączając do tego grona także często zaskakujące i dotychczas w żaden sposób niekojarzone ze sprawami wagi państwowej kanały.

Jako jedna z potencjalnych i bardziej niecodziennych ścieżek wiodących do statusu mocarstwa jawi się ta poprowadzona przez światowy rynek gier wideo. Gry tego typu, choć są stosunkowo młodą i w oczach wielu mało istotną formą spędzania wolnego czasu, stanowią jedną z najbardziej dochodowych i najszybciej rozwijających się branż składających się na globalny przemysł rozrywkowy, będąc przy tym interesującym i wciąż niewyeksplorowanym obszarem rozwoju dla państw pragnących dalszego wzmocnienia własnej siły ekonomicznej. Rynek gier wideo jest tym samym atrakcyjnym dla tych ze światowych potęg, które nie stronią od podejmowania ryzyka i angażowaniu się w nietypowe przedsięwzięcia.

Państwem, które wykazuje się szczególnie dużą aktywnością na wspomnianym polu, jest aspirująca do miana najpotężniejszego z mocarstw Chińska Republika Ludowa. Rząd w Pekinie nie kryje się ze swoimi ambicjami, otwarcie dążąc do dalszego wyniesienia międzynarodowego statusu Chin i zwiększenia siły oddziaływania Państwa Środka na inne podmioty, nierzadko sięgając przy tym po unikatowe rozwiązania wykorzystujące ignorowane czy wręcz czasem pogardzane środki w postaci m.in. wspomnianych gier wideo. Rozwój chińskich wpływów nie ogranicza się jednak wyłącznie do sfery gospodarczej, odnosząc się często do kwestii rozwoju technologicznego i coraz większej roli, którą odgrywa on w życiu codziennym, jak

również promocji dominujących w Chinach wzorców kulturowych czy światopoglądowych. Dalszy wzrost chińskiej potęgi poprzez wykorzystywanie potencjału drzemiącego w obszarach takich jak rynek gier wideo ma niebagatelne znaczenie w kontekście zarówno życia przeciętnego mieszkańca świata, jak i przyszłości państw ościennych, stanowiąc jednocześnie szansę dla tych, którzy zdecydują się podążać wytyczoną przez ChRL ścieżką, jak również niezwykle trudną przeszkodę dla tych, którzy spróbują przeciwstawić się chińskim ambicjom.

Jako główny cel niniejszej pracy można wskazać identyfikację roli, którą odgrywa światowy rynek gier wideo w ogólnej strategii chińskich rządzących. Osiągnięciu tego celu przysłużą się bardziej szczegółowe cele pomocnicze. Pierwszy z nich odnosi się do zdefiniowania pojęcia mocarstwa w nowoczesnym kontekście, pobudek dążenia do tego statusu oraz prowadzących do niego dróg, biorąc przy tym pod uwagę różnice w podejściu do tego zagadnienia w nauce świata Zachodu i Państwa Środka. Drugim celem pomocniczym jest scharakteryzowanie realizowanego przez rząd w Pekinie generalnego planu wzrostu potęgi Chin, stosowanych metod i wyodrębnienie na tej podstawie kluczowych cech wspólnych poszczególnych działań, ze szczególnym naciskiem na ich ekonomiczną naturę. Trzeci cel to natomiast weryfikacja ogólnej przydatności gier wideo i powiązanego z nimi rynku do realizacji zadań wagi państwowej. Czwarty, ostatni cel pomocniczy przyjmuje postać określenia konkretnych przejawów ekspansji Chin na światowym rynku gier, a także osiągniętych w ten sposób rezultatów.

Stwierdzeniem stanowiącym podstawę niniejszej pracy jest teza świadcząca o tym, iż trwająca ekspansja Chińskiej Republiki Ludowej i pochodzących z niej podmiotów na światowym rynku gier wideo odgrywa istotną rolę w ogólnej strategii przyjętej przez tamtejsze władze. Co ważne, nie należy postrzegać powyższego stanowiska jako próby wyniesienia kwestii gier wideo na pozycję szczególnie ważnego, kluczowego problemu w oczach chińskich rządzących. Sednem pracy jest pokazanie tego, jak pozornie błahe zagadnienie w postaci wzrostu wpływów na rynku gier może być skutecznie wykorzystywane do celów wagi państwowej, razem z innymi, często znacznie szerszej zakrojonymi kampaniami na polu gospodarczym, stanowiąc pełen zestaw elementów składowych planów rządu w Pekinie, z których każdy przyczynia się do ostatecznego sukcesu lub porażki przyjętej strategii.

Zastosowana metodologia badawcza, mająca doprowadzić do potwierdzenia powyższej tezy, oparta jest o analizę poczynań podmiotów gospodarczych, które aktywnie przyczyniają się do wzrostu chińskiej siły oddziaływania na świecie,

z naciskiem na studium przypadku najbardziej istotnych z nich, a mianowicie przedsiębiorstw NetEase, Tencent oraz miHoYo. Reprezentują one trzy szerzej opisane w pracy najważniejsze przejawy ekspansji Chin w światowej branży gier, czyli kontrolę poprzez kolejno siłę własnego rynku, przejęcia firm zagranicznych oraz wydawanie własnych wysokiej klasy produktów. Choć podmioty te, jak i przyjęte przez nie sposoby działania znacząco różnią się między sobą, prowadzą ostatecznie do tego samego celu, którym jest wzrost wpływu Chin na całą branżę, co przekłada się także na wzrost znaczenia międzynarodowego i siły tego państwa. Badanie wspomnianych trzech przedsiębiorstw, a także rzeczywistości, w której muszą się odnajdywać czy też skutków, które wynikają z ich działalności ma na celu przedstawienie kompletnego obrazu chińskiej ekspansji.

Praca skupia się na ukazaniu globalnego kontekstu działań poczynionych przez pochodzące z ChRL podmioty na światowym rynku gier wideo w XXI w., z naciskiem na drugą dekadę tego stulecia, kiedy to opisywane procesy znacząco przybrały na sile. W tekście pojawiają się jednak także odwołania do powszechnie stosowanych we wcześniejszych latach sposobów postrzegania wybranych problemów, a także podjętych na tej podstawie decyzji, gdyż wciąż odciskają one swoje piętno na wielu aspektach związanych z poruszoną tematyką. Jako podstawę źródłową wykorzystano prace naukowe, przede wszystkim artykuły z czasopism naukowych, a także raporty agencji specjalistycznych, sprawozdania finansowe konkretnych przedsiębiorstw czy publikacje instytucji rządowych. Ze względu na specyficzny charakter pracy i opisywanego zagadnienia, w niektórych przypadkach, w szczególności dotyczących najnowszych wydarzeń w dynamicznie zmieniającej się branży gier, sięgnięto również po artykuły cenionych magazynów branżowych. Pozyskane ze wspomnianych źródeł dane przedstawione są w postaci opisowej, opatrzonej stosowną analizą i wspomaganą rysunkami.

W rozdziale pierwszym przedstawiono niezależne od siebie procesy rozwoju idei mocarstwowości w nauce Zachodu i Chin. Wskazane zostały poszczególne etapy ewolucji postrzegania pojęcia potęgi, wyróżniając przy tym rosnące na popularności w ostatnich latach koncepcje *soft power* czy też będącą jej rozszerzeniem *smart power*, które w pewien sposób łączą wnioski wypływające z dorobku obu wymienionych kręgów nauki. Rozdział drugi skupiony jest na przedstawieniu rozwoju myśli mocarstwowej na tle niezwykle prężnego rozwoju siły gospodarczej w Chinach przełomu tysiącleci. Ta część pracy ma na celu zaprezentowanie światopoglądu i ambicji leżących u podstawy

nowoczesnej Chińskiej Republiki Ludowej, starając się pokazać jednocześnie szeroko zakrojoną serię widocznych w ostatnich latach działań mających prowadzić do wyniesienia statusu Chin, jak i rozumowanie, które skłoniło obecnych rządzących do podjęcia takich kroków. Trzeci rozdział zawiera charakterystykę współczesnego rynku gier zarówno pod kątem jego obecnej i przyszłej wartości, jak i zaopatrujących się na nim konsumentów. Poruszono tam także kwestię wpływu pandemii wirusa COVID-19 na światową branżę gier. Ostatni, czwarty z rozdziałów opisuje wspomniane wcześniej studium przypadku, analizując wpływ każdego z przedsiębiorstw czy też reprezentowanego przez nie podejścia na światowy rynek gier.

Znajdujące się w pracy nazwy chińskie zapisane są w formie powszechnie stosowanej w języku polskim, o ile takowa istnieje. W przeciwnym wypadku zastosowano międzynarodowe zasady transkrypcji *pinyin*. Zgodnie z tą konwencją zapisano także tytuły chińskich opracowań, dodając w nawiasie możliwe polskie tłumaczenie oraz oryginalny zapis wyrażony w chińskich znakach uproszczonych.

ROZDZIAŁ 1. PODSTAWY TEORETYCZNE KONCEPCJI MOCARSTWA

1.1. Klasyczne postrzeganie potęgi w nauce Zachodu

Głównym celem istnienia państwa jest zapewnienie bezpieczeństwa zamieszkującemu je narodowi, rozumiane jako zagwarantowanie przetrwania danej grupy społecznej oraz zastosowania wszelkich środków niezbędnych do wykonania tego zadania¹. Szczególna waga przywiązywana do wypełnienia tego obowiązku wymusza na każdym z państw rywalizację z innymi, gdyż, w panujących warunkach rzadkości zasobów i ograniczonego dostępu do nich, niemożliwym jest zaspokojenie potrzeb każdego z narodów w równym stopniu². Naturalnym jest więc, iż przetrwanie państwa i jego obywateli zależy od jego zdolności do konkutowania z pozostałymi państwami. Zdolność ta utożsamiana jest z relatywną siłą danego państwa w porównaniu z faktycznymi i potencjalnymi rywalami, która odstrasza ich przed atakiem lub umożliwia ich zwyciężenie w razie konfliktu. Głównym środkiem umożliwiającym osiągnięcie nadrzędnego celu państwa jest tym samym sukcesywne zwiększanie jego potęgi w odniesieniu do pozostałych³.

Państwo, któremu udało wybić się ponad konkurentów i zdobyć nad nimi przewagę na poszczególnych polach określane jest mianem mocarstwa. Główną cechą identyfikującą tego typu organizmy państwowe jest pewność ich zwycięstwa w przypadku konfliktu z każdym ze słabszych państw, pod warunkiem, że nie występują dodatkowe czynniki zewnętrzne. Zasada ta sprawdza się niezależnie od badanej epoki, jednakże, wraz z upływem czasu i postępowaniem rozważań nad kwestią potęgi, znacząco zmieniało się postrzeganie dziedzin, w których państwo musi wykazać się ponadprzeciętną siłą, aby zostać uznanym za mocarstwo⁴.

Koncepcja mocarstwowości odnosiła się początkowo, w kręgach nauki Zachodu, wyłącznie do siły militarnej danego państwa, umożliwiającej skuteczne wymuszanie

¹ K. Olak, A. Olak, *Współczesne rozumienie bezpieczeństwa narodowego*, „Acta Scientifica Academiae Ostroviensis. Sectio A. Nauki humanistyczne, społeczne i techniczne”, 2016, nr 7, s. 468-469.

² K. N. Waltz, *Theory of International Politics*, Addison-Wesley Publishing Company, Reading 1979, s. 134.

³ J. J. Mearsheimer, *The Tragedy of Great Power Politics*, W. W. Norton & Company, New York 2001, s. 33-34.

⁴ J. Kugler, A. F. K. Organski, *The War Ledger*, The University of Chicago Press, Chicago 1980, s. 42.

spełnienia żądań stawianych wobec krajów, które nie mogły poszczycić się tak potężnymi siłami zbrojnymi⁵. Ten sposób pojmowania idei mocarstwa narodził się w kręgach wysoce zmilitaryzowanej kultury niemieckiej XIX w., czego wynikiem jest jego wojskowy charakter, dobrze odzwierciedla jednak opinie panujące wśród badaczy świata Zachodu dawnych epok. Ponadto, koncepcja ta cieszyła się dużą popularnością nawet wiele lat po jej sformułowaniu, gdyż nacisk na zdolność do prowadzenia wojny przez potencjalne mocarstwo kładziono jeszcze w drugiej połowie ubiegłego wieku⁶. Potęgę utożsamiano także przede wszystkim z aktem zmuszania innych państw do ustępstw bądź innego postępowania godzącego w ich własne interesy. Mocarstwowość była więc uznawana jako forma tradycyjnie postrzeganej rywalizacji, gdzie korzyść jednej strony nierozzerwalnie łączy się z krzywdą wyrządzaną drugiej⁷.

Pomimo powszechnej ówczesnie akceptacji idei mocarstwa opartego o siłę polityczną wynikającą głównie z jego potęgi militarnej, druga połowa XX w. przyniosła także świeże spojrzenie na kwestię siły, co znacząco przyczyniło się do sformułowania nowocześniejszych teorii mocarstwowości. Zaczęto wyróżniać kolejny, obok wojskowości, filar definiujący relatywną przewagę państwa nad innymi, a mianowicie sferę ekonomiczną. Obie te dziedziny były początkowo postrzegane jako niezależne od siebie elementy prowadzonej przez państwo polityki⁸. Ekonomiczny wymiar oddziaływania danego państwa na pozostałe był jednak postrzegany w sposób dość zbliżony do wojskowego, groźby inwazji sił zbrojnych zostały jedynie zastąpione strachem przed wprowadzeniem sankcji gospodarczych i podobnych gospodarczych środków przymusu⁹.

Zmiana sposobu postrzegania klasyfikacji mocarstw zaowocowała dalszymi przełomami w badaniach nad koncepcją potęgi. Sfera wojskowa, dotychczasowo dominująca, zaczęła być spychana na dalszy plan lub nawet określana jako pochodna siły ekonomicznej państwa¹⁰. To właśnie możliwości gospodarcze, w szczególności związane z produkcją przemysłową, stały się podstawą definiowania danego państwa jako

⁵ L. von Ranke, *Die grossen Maechte*, Insel-Verlag, Lipsk 1916 za: G. De Keersmaeker, *Polarity, Balance of Power and International Relations Theory*, Palgrave Macmillan, Cham 2017, s. 214.

⁶ G. Modelski, *Principles of World Politics*, Free Press, New York 1972, s. 149 za: V. Danilovic, *When the Stakes Are High*, University of Michigan Press, Ann Arbor 2002, s. 226.

⁷ C. P. Watts, *Is the United States a declining power?*, "Politics Review Online", 2011, vol. 20(4).

⁸ H. Kissinger, *Moral Purposes and Policy Choices*, w: *Foreign Relations of the United States 1969-1976 Vol. XXXVIII*, E. Keefer (red.), US Government Printing Office, Washington 2012, s. 90.

⁹ S. F. Ravich, A. Fixler, *The Economic Dimension of Great-Power Competition and the Role of Cyber as a Key Strategic Weapon*, w: *2020 Index of U.S. Military Strength*, D. Wood (red.), Heritage Foundation, Washington 2019, s. 64-65.

¹⁰ *Ibidem*, s. 63.

mocarstwa. Wskazywano, iż potencjał militarny wynika przede wszystkim ze zdolności danego państwa do wyekwipowania swoich sił zbrojnych oraz zapewnienia im dostatecznej mobilności czy warunków do prowadzenia działań wojennych¹¹.

Choć wśród badaczy brakowało zgodności co do ściśle określonych kryteriów definiujących mocarstwowość, największą popularnością cieszyła się klasyfikacja oparta o ocenę liczby ludności i powierzchni zajmowanej przez dane państwo, jego zasobności w surowce naturalne, możliwości ekonomicznych, odpowiedniego zarządzania i jego stabilności¹². Kryteria te można jednak zinterpretować w odmienny sposób, a mianowicie utożsamiać je z ogólnym potencjałem ekonomicznym państwa, odpowiednim jego wykorzystaniem, a także wynikającą z właściwego gospodarowania stabilnością całego systemu i możliwością jego długofalowego utrzymania. Siła ekonomiczna była więc uznawana za decydujący czynnik związany z przynależnością do grona światowych mocarstw.

Ewolucja objęła nie tylko zagadnienie poszukiwania źródła potęgi, lecz także sposoby wykorzystania dostępnej siły. Mocarstwowość przestała być utożsamiana wyłącznie z zastosowaniem posiadanej przewagi w celu zmuszenia innego podmiotu międzynarodowego do postępowania wbrew własnej woli. Środki przymusu wciąż stanowiły jedną z możliwości oddziaływania jednego państwa na inne, jednakże uwaga badaczy została zwrócona w stronę perswazyjnych form wpływu gospodarczego. Wskazywano, iż wykorzystanie posiadanych zasobów w sposób bardziej efektywny niż inni, doprowadzając tym samym do relatywnego dobrobytu i wysokiego standardu życia, sprawia, iż państwo, któremu udało się to osiągnąć, jest postrzegane jako wyjątkowo silne, wytwarza bowiem więcej niż inni i znacznie więcej niż potrzebne jest mu do przetrwania. Organizm państwowy, w którym panuje opisana sytuacja gospodarcza, uzyskuje status mocarstwa, gdyż może oddziaływać na wszystkie gorzej zarządzane kraje, które chciałyby zacieśnić z nim relacje oraz podążać wytyczoną przez mocarstwo ścieżką prowadzącą do potęgi¹³.

Kolejnym z nowych sposobów oddziaływania mocarstw opartych o potęgę gospodarczą jest system stosunków opartych o nagrody i kary. Nadwyżki produkcyjne i szeroki asortyment dóbr pożądaných przez obywateli innych państw umożliwiając

¹¹ H. Morgenthau, *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*, A. A. Knopf, New York 1973, s. 124-126 za: J. Rynn, *What is a Great Power?*, <http://economicreconstruction.org/sites/economicreconstruction.com/static/JonRynn/FirstChapterDissertation.pdf> (dostęp: 22.02.2020).

¹² K. N. Waltz, *op. cit.*, s. 131.

¹³ A. F. K. Organski, *World Politics*, A. A. Knopf, New York 1968, s. 159-160.

moocarstwu wywieranie wpływu na kraje ościenne poprzez perspektywę sprzedaży swoich powszechnie pożądaných towarów lub kary w postaci ograniczenia dostępu do tych dóbr. Ponadto, potęga ekonomiczna może również kupować dobra produkowane w innych krajach, inwestować w tamtejszą gospodarkę czy też oferować im pomoc rozwojową. Możliwość odniesienia podobnych korzyści, jak i ryzyko ich utraty, sprawia, iż pozostałe państwa dobrowolnie podporządkowują się woli moocarstwa, aby tylko nie zrazić do siebie silniejszego partnera¹⁴. Odejście od pojmowania potęgi wyłącznie jako zdolności do wykorzystywania środków przymusu na rzecz rozszerzania swoich wpływów poprzez atrakcyjność współpracy jest kluczowe w kontekście dalszego rozwoju koncepcji moocarstwowości.

Istotną kwestią, abstrahując od źródła i sposobu zastosowania siły, są także wymiary określające możliwy zakres wykorzystania własnej potęgi. Najczęściej stosowana klasyfikacja rozpatruje moocarstwowość w kontekście siły właściwej, wiedzy na jej temat oraz jej zasięgu. Pierwsza z tych kategorii uważana jest tradycyjnie za najważniejszą i odnosi się do faktycznej przewagi jednego państwa nad innymi, niezależnie od pola, na którym owa siła się objawia. Może oznaczać, zgodnie z najdawniejszymi teoriami, zarówno rzeczywisty potencjał militarny, jak i zdolność produkcyjną państwa i inne formy wyrazu potęgi ekonomicznej¹⁵.

Drugi z wymiarów skupia się na statusie moocarstwa, czyli na powszechnym przeświadczeniu o sile danego państwa. Nieujawniona potęga, niezależnie od jej rozmiarów, nie pozwoli na wybicie się ponad inne kraje, gdyż ani nie będą starały się o przychylność potencjalnego moocarstwa, ani nie będą się go obawiać. Państwo aspirujące do miana moocarstwa musi zachowywać się stosownie na arenie międzynarodowej¹⁶. W kontekście gospodarczym wiąże się to z dużą aktywnością inwestycyjną, handlową czy wręcz epatowania swoim bogactwem.

Trzeci wymiar moocarstwowości odnosi się do zasięgu geograficznego, w obrębie którego dane państwo może wpływać na inne. Im jest on większy, tym większe są potencjalne korzyści dla danego moocarstwa, gdyż może wywierać wpływ na znaczniejszy odsetek państw i gospodarek świata, jednakże narażone jest również

¹⁴ *Ibidem*, s. 164-165.

¹⁵ V. Danilovic, *op. cit.*, s. 225-226.

¹⁶ J. S. Levy, *War in the Modern Great Power System: 1495-1975*, University Press of Kentucky, Lexington 2014, s. 17.

na większe koszty związane z utrzymaniem swojej wysokiej pozycji¹⁷. Wymiar ten ulegał przeobrażeniom związanym z rozwojem technologicznym, dzięki któremu zasięg oddziaływania mocarstw znacząco się rozszerzył ze względu na ułatwienie i skrócenie czasu potrzebnego na komunikację, transport czy reakcję na działania innych krajów.

Sam postęp w dziedzinie technologii również przykuł uwagę badaczy. Część z nich stawia go na równi ze sferą ekonomiczną jako podstawę mocarstwowości państw, z której wynikają wszelkie pozostałe przejawy siły jak np. polityczna czy militarna. Stanowi on szczególnie istotną przewagę w przypadku, gdy pierwotny potencjał gospodarczy rywalizujących ze sobą państw jest do siebie zbliżony, ponieważ umożliwia bardziej efektywne wykorzystanie posiadanych zasobów i, co za tym idzie, wybiecie się ponad inne kraje¹⁸. Z drugiej strony, wspomaganie i utrzymywanie postępu technologicznego jest niemożliwe bez wsparcia ze strony gospodarki, można więc stwierdzić, że sfery technologiczna i ekonomiczna wzajemnie przeplatają się, przyczyniając się do wzrostu potęgi danego państwa.

Osiągnięcie przez państwo statusu mocarstwa jest jednak dość rzadkim zjawiskiem. Ograniczony dostęp do zasobów, nieprzychylność konkurentów czy przede wszystkim konieczny do spełnienia warunków bycia potężniejszym od innych sprawiają, że niemożliwym jest jednoczesne współistnienie więcej niż kilku mocarstw na całym świecie¹⁹. Skrajnym przejawem tej reguły jest kwestia statusu supermocarstwa. Termin ten zastosowano po raz pierwszy po zakończeniu II wojny światowej, aby określić szczególną pozycję, jaką na arenie światowej zajęły Stany Zjednoczone, Związek Radziecki oraz, przez krótki okres, Wielka Brytania²⁰. Mianem supermocarstwa mogą poszczycić się jedynie państwa zdolne do zwycięstwa w rywalizacji z każdym państwem, które nie jest supermocarstwem, niezależnie od tego, gdzie dany kraj się znajduje²¹.

Przyjmuje się, że długofalowo możliwe są trzy scenariusze związane ze zjawiskiem supermocarstwowości. Pierwszy z nich to podział świata na strefy wpływów pomiędzy dwa supermocarstwa, co miało miejsce w czasie epoki tzw. zimnej wojny. Drugi scenariusz, którego urzeczywistnieniem wg wielu ekspertów jest pozycja Stanów Zjednoczonych po upadku ZSRR, zakłada światową dominację tylko jednego

¹⁷ C. S. Gochman, Z. Maoz, *Militarized Interstate Disputes*, „Journal of Conflict Resolution”, 1984, vol. 28(4) za: V. Danilovic, *op. cit.*, s. 227.

¹⁸ A. F. K. Organski, *op. cit.*, s. 156.

¹⁹ K. N. Waltz, *op. cit.*, s. 131.

²⁰ A. Holmila, *Re-thinking Nicholas J. Spykman: from historical sociology to balance of power*, „The International History Review”, 2019, vol. 42.

²¹ W. T. Fox, *The Super-Powers Then and Now*, „International Journal”, 1980, vol. 35(3), s. 419-420.

supermocarstwa, a trzeci z nich opisuje sytuację, w której żadne z państw świata nie posiada wystarczającej przewagi, by móc nosić to miano²². Zachodnie kręgi naukowe za neutralny, typowy dla historii świata stan uznają powszechnie ostatni z wariantów, oparty o równowagę pomiędzy kilkoma mocarstwami, z których żadne nie jest w stanie zdobyć przewagi nad innymi²³. Niemniej jednak, osiągnięcie statusu supermocarstwa i, tym samym, pozycji najpotężniejszego mocarstwa na całym świecie, zgodnie z wieloma teoriami wyjaśniającymi zależności pomiędzy państwami, stanowi lub też powinno stanowić ostateczny cel każdego państwa, gdyż stanowi to najlepszą gwarancję bezpieczeństwa i przetrwania danego narodu²⁴.

Z perspektywy świata Zachodu, klasycznie pojmowana mocarstwowość jest wynikiem rywalizacji pomiędzy państwami, z których jedno uzyskuje przewagę nad swoimi konkurentami. Początkowo potęga takiego państwa utożsamiana była bezpośrednio z jego siłą militarną, lecz bardziej zaawansowane badania wskazują raczej na szczególną wagę sfer ekonomicznej i technologicznej, z których wynikają pozostałe siły. Wraz z zaprzestaniem kładzenia nacisku na wojskowość wzbogacono także teoretyczny wachlarz możliwości projekcji siły przez mocarstwa, do środków przymusu dodając także narzędzia bazujące na atrakcyjności i nagrodach. Pomimo zmian, główną przyczyną dążenia do zwiększenia swojej potęgi pozostaje, w oczach Zachodu, walka o przetrwanie i wynikające z niej dążenie do statusu mocarstwa czy nawet supermocarstwa.

1.2. Mocarstwowość z perspektywy cywilizacji chińskiej

Kluczowym elementem każdej rozprawy o tematyce związanej z Chinami jest zwrócenie uwagi na specyficzny charakter tego państwa. Rozwijająca się od wielu tysięcy lat chińska cywilizacja znacząco różni się od cywilizacji tworzących krąg kultur Zachodnich, które, choć wewnętrznie zróżnicowane, oparte są o podobne historyczne filary w postaci m.in. filozoficzno-naukowej myśli Grecji i Rzymu²⁵. Konsekwencją posiadania odrębnych korzeni jest wykształcenie się odmiennych sposobów pojmowania i rozpatrywania tych samych zjawisk, co z kolei prowadzi do obierania różnych dróg prowadzących do, przynajmniej pozornie, tych samych celów. W przypadku Chin jest

²² S. P. Huntington, *Lonely Superpower*, "Foreign Affairs", 1999, vol. 78(2), s. 36-37.

²³ J. McCormick, *The European Superpower*, Palgrave Macmillan, Cham 2007, s. 1.

²⁴ W. T. Fox, *op. cit.*, s. 434.

²⁵ W. Daszkiewicz, *Greek and Roman roots of European civilization*, "Studia Gilsoniana", 2017, vol. 6(3), s. 402-403.

to o tyle istotne, iż współczesna nauka chińska, jak i władze tego kraju są świadome wyjątkowości własnej cywilizacji i nierzadko dążą do odcięcia się od dorobku świata Zachodu. Chińscy badacze sięgają czasem nawet po dość kuriozalne środki, np. dowodzenie pochodzenia Chińczyków od innego gatunku człowieka pierwotnego niż reszta świata, co pokazuje, jak ważna jest dla nich odmienność od kultury i nauki krajów ościennych²⁶. Zrozumienie chińskiej perspektywy na kwestię mocarstwowości niemożliwe jest więc bez odniesienia się do dorobku teoretycznego lokalnej cywilizacji.

Pierwsze zorganizowane formy państwowości na ziemiach chińskich pojawiły się, wg większości ekspertów, już na przełomie II i III tysiąclecia p.n.e. Rozwijające się w nich pierwotne przejawy rozwoju kulturalnego czy gospodarczego zaowocowały powstaniem kręgu chińskiej cywilizacji, która uchodzi za najstarszą spośród wszystkich wciąż istniejących²⁷. Tym samym, przyjmuje się, iż współczesne Chiny są bezpośrednim kontynuatorem pierwotnych organizmów państwowych powstałych blisko 4000 lat temu.

Podobnie jak w przypadku samej idei państwa, również koncepcja mocarstwowości narodziła się w Chinach wcześniej niż w świecie nauki zachodniej. Pierwsze wzmianki dotyczące chińskiego postrzegania państwa, które wykorzystuje swoją przewagę w celu dominacji nad innymi, odnoszą się do burzliwego okresu Wiosen i Jesieni przypadającego na VIII-V w. p.n.e. Był to czas rozpadu zjednoczonego dotychczas chińskiego królestwa Zhou, z którego terenów wyodrębniły się niezależne, rywalizujące ze sobą państwa²⁸. *Zapiski mistrzów z Huainan*, zbiór traktatów naukowych o różnorodnej tematyce obejmującej m.in. zagadnienia polityczne, ekonomiczne i filozoficzne²⁹, opisuje obraną we wspomnianym okresie strategię rządzących jako 五霸任力 (wǔbà rènli)³⁰, co oznacza „pięciu hegemonów, którzy zdobyli ten urząd siłą”. Fragment ten mówi o władcach pięciu spośród nowopowstałych państw, którym osiągnęli tak silną pozycję, by przyjąć tytuł hegemonu i sprawować faktyczną władzę nad całym terytorium upadającego Zhou. Czynnikiem, który umożliwił im zdobycie dominacji była wspomniana „siła”, utożsamiana zarówno z potęgą militarną, jak i gospodarczą³¹.

²⁶ X. Wu, *On the Descent of Modern Humans in East Asia*, w: *Conceptual Issues in Modern Human Origins Research*, G. Clark, C. Willermet (red.), Aldine de Gruyter Press, Hawthorne 1997, s. 283.

²⁷ D. N. Keightley, *The Origins of Chinese Civilization*, University of California Press, Berkeley 1983, s. 20.

²⁸ W. Rodziński, *Historia Chin*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1992, s. 44-46.

²⁹ A. Liu, J. Major, *Huainanzi* (淮南子, *Zapiski mistrzów z Huainan*), Columbia University Press, New York 2010, s. 1-2.

³⁰ A. Liu, *Huainanzi – Renjianxun* (淮南子 – 人间训, *Zapiski mistrzów z Huainan – Świat żywych*): <https://ctext.org/huainanzi/ren-xian-xun> (dostęp 25.02.2020).

³¹ L. Xia, *Daguo qijue lilun yu Zhongguo heping qijue* (大国崛起理论与中国和平崛起, *Powstanie teorii mocarstwowości i chińskiego pokoju*): <http://www.aisixiang.com/data/12913.html> (dostęp: 25.02.2020).

Związek sfery ekonomicznej z mocarstwowością zaznaczony jest jeszcze dobitniej w powstałych w III w. p.n.e. *Kronikach Wiosny i Jesieni Mistrza Lü*. Dzieło to wskazuje na wagę sprawnie działającej gospodarki i poziomu ogólnego bogactwa kraju w kontekście jego możliwości militarnych oraz aspiracji do miana mocarstwa, podkreślając, iż najpotężniejsze organizmy państwowe w historii Chin odznaczały się przede wszystkim obfitością posiadanych zasobów i siłą ekonomiczną³². Pokazuje to, iż rola gospodarki w dążeniu do mocarstwowości została przez chińskich badaczy zauważona i doceniona znacznie wcześniej niż w przypadku nauki zachodniej.

Znaczący wpływ na chińską wizję mocarstwa wywarło także wieńczące okres rozbicia Chin zjednoczenie dokonane przez państwo Qin w III w. p.n.e. Qin było stosunkowo biednym królestwem położonym na peryferiach obszaru uznawanego ówczasem za Chiny. Jego władcy toczyli walkę z połączonymi siłami pozostałych sześciu chińskich państw, na czele których stało królestwo Chu, uznawane powszechnie za niezrównaną potęgę gospodarczą³³. Tym, co pozwoliło Qin zdobyć przewagę i ostatecznie zjednoczyć Chiny pod swoją władzą, był postęp technologiczny odnotowany na wielu polach, przede wszystkim gospodarki rolnej i wyposażenia wojskowego³⁴. O zwycięstwie królestwa Qin nad pozornie potężnymi, lecz zacofanymi rywalami zaważyły liczne innowacje, wprowadzając do rozważań nad kwestią mocarstwowości nowy wymiar, a mianowicie technologię.

Kolejny przełom w chińskich rozważaniach teoretycznych przypadł na schyłek rządów dynastii Han i następujący po nim okres rozbicia na początku I tysiąclecia n.e. Cywilizacja chińska mogła już wtedy poszczycić się okazałym dorobkiem dzieł kultury, filozofii czy sztuki. Chińska gospodarka, a w szczególności rzemiosło, odznaczała się stosunkowo dużą efektywnością i zaawansowaniem technicznym, co umożliwiała osiągnięcie poziomów produkcji z nawiązką zaspokajających potrzeby krajowe. Rozwój handlu oraz idące z nim w parze rozpowszechnienie chińskiej kultury ugruntowało pozycję Chin jako mocarstwa³⁵. Sąsiedzi Państwa Środka, ze względu na atrakcyjność chińskiej cywilizacji, zaczęli nie tylko sprowadzać dobra materialne, ale też kopiować wzorce, prawa, pismo czy nawet masowo kształcić się w Chinach, gdyż tamtejszą kulturę

³² B. Lü, *Lüshi Chunqiu* (吕氏春秋, *Kroniki Wiosny i Jesieni Mistrza Lü*) za: X. Xie, *Tianzi* (天子, *Syn Niebios*), Lulu, Hongkong 2015, s. 98.

³³ G. L. Mayhew, *The Formation of the Qin Dynasty*, „*Procedia Computer Science*”, 2012, vol. 8, s. 406.

³⁴ M. Künstler, *Pierwsze wieki cesarstwa chińskiego*, Dialog, Warszawa 2007, s. 25-27.

³⁵ M. Cartwright, *Ancient Korean & Chinese Relations*: <https://www.ancient.eu/article/984/ancient-korean-chinese-relations/> (dostęp: 25.02.2020).

uznali za bardziej wartościową od własnej. Państwo chińskie mogło więc ze względną łatwością wywierać wpływ na kraje ościenne, niejako formując ich elity, obyczaje i prawa wedle własnych interesów. Od tej chwili jako kluczowe elementy mocarstwowości z chińskiej perspektywy wymienić można nie tylko prężną gospodarkę i postęp technologiczny, lecz także siłę własnej kultury i ideologii.

Mocarstwowość oparta o wspomniane trzy filary stała się ideologiczną podstawą strategii realizowanej przez państwo chińskie w kolejnych wiekach. Dalsza ewolucja teorii skupiała się nie tyle na źródle potęgi, lecz sposobie jej wykorzystania. W przeciwieństwie do świata nauki zachodniej, gdzie pozycja mocarstwa umożliwia przede wszystkim zwycięską rywalizację w przypadku konfliktów z innymi państwami, chińscy badacze utożsamiają mocarstwowość przede wszystkim z pokojem, który przynosi dominacja jednego z krajów. Pogląd ten był szczególnie powszechny w okresie panowania dwóch ostatnich dynastii cesarskich, Ming i Qing, trwającym od XIV do XX w. Ówczesni mieszkańcy Chin postrzegali swoją ojczyznę jako jedyne mocarstwo w Azji lub nawet na świecie, decyzje tego państwa były więc wiążące dla wszystkich mu podległych. Potęga Chin miała jednak, w teorii, służyć w pierwszej kolejności nie wzbogaceniu samego Państwa Środka, ale zapewnieniu bezpieczeństwa współpracy i dobrobytu wszystkim znajdującym się w jego strefie wpływów³⁶.

Klasyczny obraz idei mocarstwowości w oczach badaczy wywodzących się z tradycji kultury dawnych Chin nie różni się zbytnio od tradycyjnego podejścia do tego problemu ekspertów z krajów zachodnich. Warto jednak zauważyć, iż powiązanie potęgi państwa z jego siłą w wymiarze gospodarczym i technologicznym nastąpiło wśród chińskich myślicieli nawet o kilka tysięcy lat wcześniej niż na Zachodzie. Ponadto, antyczna cywilizacja chińska zwracała również uwagę na wpływ kultury dominującej w danym państwie i jej atrakcyjności z perspektywy innych krajów w kontekście zwiększenia jego siły oddziaływania zagranicznego, co było kwestią pomijaną w dawnych badaniach zachodnich. Chińscy eksperci kładli także nacisk na związek mocarstwowości i pokoju, a nie relację potęgi i wojny.

1.3. Kultura jako kluczowy element współczesnych teorii

Choć idea mocarstwa w kręgach naukowych cywilizacji Zachodu i Wschodu kształtowała się w sposób niezależny, w latach 90. XX w. doszło do niezamierzonego,

³⁶ L. Xia, *op. cit.*

lecz faktycznego połączenia dorobku obu cywilizacji za sprawą teorii tzw. miękkiej siły (*soft power*) autorstwa Josepha Nye'a. Siła ta została przez amerykańskiego badacza zdefiniowana jako zdolność danego państwa do osiągania własnych celów na arenie międzynarodowej dzięki jego własnej atrakcyjności w oczach innych, ma więc całkowicie inne zastosowanie niż tradycyjna twarda siła, która służy do realizacji zadań poprzez naciski militarne bądź, częściej, ekonomiczne. Atrakcyjność kraju wynika, zgodnie z pierwotnym zamysłem Nye'a, z dominującej na jego terenie kultury, jej wytworów oraz przyjętych wartości i prowadzonej polityce w stosunkach z pozostałymi państwami³⁷. Istotnym jest także to, iż w przeciwieństwie do siły twardej, skupionej na najwyższych szczeblach władzy, siła miękka kierowana jest zarówno w stronę rządzących, jak i zwykłych obywateli³⁸. To, w jaki sposób masy postrzegają dane państwo, ma w dzisiejszym świecie coraz większy wpływ na decyzje podejmowane przez samych ludzi, jak i rządy ich krajów³⁹.

Bardziej nowoczesne podejście do wspomnianej teorii wskazuje jednak, iż miękka siła danego państwa oparta jest nie tylko o czynniki kulturowe, ale także gospodarcze. Ekonomia stanowi więc element łączący siły miękką i twardą, będący podstawą potęgi każdego państwa, niezależnie od tego, na jakim polu urzeczywistniają się jego przewagi⁴⁰. Nie oznacza to, iż atrakcyjność w wymiarze ekonomicznym i jej zastosowania pozostawały niezauważone aż do lat 90. XX w., kiedy to swoje prace opublikował Joseph Nye. Badacze zachodni dostrzegli potęgę drzemiącą w powszechnym okazywaniu swojej sprawności gospodarczej czy przyjętych rozwiązań już na początku drugiej połowy ubiegłego wieku, a przykłady praktycznego zastosowania są starsze nawet niż podstawy teoretyczne, czego dowodzić może m.in. Plan Odbudowy Europy G. Marshalla po II wojnie światowej, który określa się jako eksport ideologii o podstawie ekonomicznej⁴¹. Kluczowym osiągnięciem teorii miękkiej siły jest jednak wskazanie nauce Zachodu nowego, znanego już chińskim ekspertom czynnika kultury, która wraz z wspomnianymi wcześniej gospodarką i technologią stanowi trzy filary mocarstwowości we współczesnym rozumieniu.

³⁷ J. Nye, *Soft Power – The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, New York 2004, s. 5-11.

³⁸ J. Kurlantzick, *Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World*, Yale University Press, New Haven 2007, s. 6.

³⁹ *Ibidem*, s. 14.

⁴⁰ A. Vuving, *How Soft Power Works*, American Political Science Association, Toronto 2009, s. 7.

⁴¹ A. F. K. Organski, *op. cit.*, s. 164.

Pomimo różnic między siłami twardą i miękką, bardzo często oddziałują one na siebie, wzmacniając lub osłabiając swoje działanie, istotnym jest więc odpowiednie planowanie i zarządzanie posiadanymi ich pokładami⁴². Skuteczna interwencja zbrojna na terenie obcego państwa może zostać zakwalifikowana jako efektywne wykorzystanie własnej twardej siły, prawdopodobnie zostanie jednak odebrana negatywnie przez mieszkańców innych, potencjalnie również narażonych na atak krajów, co doprowadzi do pogorszenia wizerunku agresora, zmniejszenia atrakcyjności jego ideologii i wartości, a co za tym idzie zmniejszenia jego siły miękkiej. Z drugiej strony, twarda siła może wspomagać miękką, np. poprzez zastosowanie środków przymusu wobec państwa łamiącego prawa człowieka lub w inny sposób godzącego w przyjęte powszechnie wartości, podnosząc tym samym swój status i uatrakcyjniając własną kulturę w oczach społeczności międzynarodowej, gdyż okazuje się ona zgodna z szanowanymi przez ogół ideami. Podobnie określić można także wykorzystanie posiadanych pokładów twardej siły ekonomicznej w celu budowy prężnie działającej bazy przemysłu rozrywkowego, który byłby w stanie znacząco rozszerzyć zasięg oddziaływania lokalnej kultury⁴³.

Siła miękka także może wpływać na twardą, przykładowo poprzez wpływ komercyjnie wykorzystywanych dzieł kultury danego państwa. Odpowiednio zastosowane mogą przyczynić się do powielania przyjętych przez obce mocarstwo rozwiązań, naśladowania obowiązujących systemów, a w konsekwencji upodabniania się i uzależnienia od dominującego państwa uznawanego za silniejsze. Proces ten znacząco zwiększa zarówno efektywność, jak i szansę zaistnienia potencjalnej współpracy bądź relacji opartej o zależność w dziedzinach związanych z siłą twardą, np. gospodarką⁴⁴. Przykładem praktycznego wykorzystania tego zjawiska są wysiłki władz ChRL, które dążą do promocji chińskich wartości, języka, kultury i sposobu postrzegania świata wśród m.in. mieszkańców państw Afryki w celu pogłębienia powiązań ekonomicznych między tamtejszymi krajami a Państwem Środka⁴⁵.

Bliskie powiązania pomiędzy miękką i twardą siłą oraz ich wspólne korzenie w postaci sfery gospodarczej doprowadziły do sformułowania cieszącego się coraz większą popularnością terminu siły inteligentnej lub rozważnej, nazywanej tak od angielskiego *smart power*. Ten rodzaj siły definiowany jest jako zdolność

⁴² J. Nye, *Soft Power...*, *op. cit.*, s. 7.

⁴³ J. Kurlantzick, *op. cit.*, s. 6.

⁴⁴ *Ibidem*, s. 7-8.

⁴⁵ Ł. Fijałkowski, *China's 'soft power' in Africa?*, "Journal of Contemporary African Studies", 2011, vol. 29(2), s. 1.

do optymalnego łączenia sił miękkich i twardych posiadanych przez państwo, zapewniający ich wzajemne wspomaganie i wzmacnianie, a tym samym umożliwienie bardziej efektywnej realizacji celów danego państwa⁴⁶. W kontekście omawianych wcześniej teorii, inteligentna siła oznacza wykorzystanie twardej siły ekonomicznej i technologicznej w taki sposób, aby wspomogły one miękką siłę oddziaływania kulturalno-ideologicznego, która to umożliwi dalsze wzmocnienie siły twardej. Obie siły powinny również wzajemnie się uzupełniać, gdyż nie wszystkie cele można osiągnąć przy użyciu wyłącznie jednego rodzaju siły⁴⁷.

Warto także zauważyć, iż zastosowanie tego wymiaru siły miękkiej, który związany jest z promocją własnej kultury i wartości, może kształtować się na dwa różne sposoby. Pierwszy z nich związany jest z podnoszeniem statusu państwa poprzez wykazywanie zgodności rodzimego światopoglądu z powszechnie przyjętym na świecie i uznawanym za słuszny sposobem postrzegania świata. Gdy prezentowane idee uderzają jednak w wartości uznane przez społeczność międzynarodową za właściwe, doprowadzi to do odepchnięcia mieszkańców innych krajów od własnej kultury. Drugie rozwiązanie polega na przekonaniu ogółu do słuszności własnej ideologii i treści kultury, doprowadzając do zmiany w samych państwach ościennych⁴⁸.

Koncepcje siły miękkiej oraz siły inteligentnej cieszą się w ostatnim czasie znaczną popularnością w Chinach, w szczególności wśród przedstawicieli tamtejszych władz⁴⁹. Za jedną z głównych przyczyn tak wielkiego zainteresowania Chińczyków wspomnianą teorią wymieniana jest jej zgodność z tradycją nauki chińskiej, uznającą kulturę za jeden z podstawowych czynników determinujących uzyskanie statusu mocarstwa. Chińscy badacze postrzegają siłę miękką, w tamtejszym rozumieniu uznawaną przede wszystkim za zdolność do aktywnego promowania własnej kultury i przekonywania do niej mieszkańców państw obcych, jako kluczowy, obok rozwoju ekonomicznego, element planu dalszego zwiększania potęgi Chin na arenie międzynarodowej⁵⁰. W przeciwieństwie jednak do sfery gospodarczej i technologicznej, rząd chiński ocenia siłę oddziaływania kulturowego własnego kraju jako znikomą, niewystarczającą

⁴⁶ E. J. Wilson, *Hard Power, Soft Power, Smart Power*, "The Annals of the American Academy of Political and Social Science", 2008, vol. 616(1), s. 1.

⁴⁷ J. Nye, *Get Smart: Combining Hard and Soft Power*, "Foreign Affairs", 2009, vol. 88(4), s. 163.

⁴⁸ M. Li, *Soft Power: China's Emerging Strategy in International Politics*, Lexington Books, Lanham 2011, s. 4-8.

⁴⁹ A. Vuving, *op. cit.*, s. 2-3.

⁵⁰ B. S. Glaser, M. E. Murphy, *Soft Power with Chinese Characteristics*, w: *Chinese Soft Power and Its Implications for the United States*, C. McGiffert (red.), Center for Strategic & International Studies, Washington 2009, s. 12.

do realizacji dalekosiężnych celów państwa. Związane jest to raczej jednak nie z jakością i atrakcyjnością samej kultury, uznawanej przez władze za niezrównaną, lecz z jej powszechną nieznanością poza granicami Chin⁵¹. Jako preferowany środek zmiany takiego stanu rzeczy wskazuje się wykorzystanie ogromnego potencjału gospodarczego ChRL do promowania chińskiej kultury i światopoglądu, wyrażonego m.in. poprzez przystępne treści o charakterze rozrywkowym⁵².

Teoria miękkiej siły Josepha Nye'a, oparta o wzbogacenie tradycyjnych teorii ekonomiczno-technologicznych odnoszących się do kwestii mocarstwowości o trzeci czynnik w postaci kultury, wywarła znaczący wpływ na współczesne postrzeganie idei potęgi państwa. Siła twarda, choć teorie oparte wyłącznie o nią straciły na znaczeniu, wciąż pozostaje jednak istotnym elementem, łącząc się, wzmacniając lub też osłabiając oddziaływanie siły miękkiej. Jako szczególnie zafascynowanych promocją własnej kultury zwolenników nowych teorii wskazuje się chińskie władze, a sama miękka siła często określana jest jako podstawowy czynnik dążenia Chin do statusu mocarstwa.

1.4. Gra wideo jako narzędzie polityki mocarstw

Państwa powszechnie postrzegane jako mocarstwa oraz takie, które do takiego statusu aspirują, muszą korzystać z odpowiednich narzędzi umożliwiających im wzmocnienie swojej pozycji podmiotu dominującego na arenie międzynarodowej. Powinny to być także środki dostosowane do ogólnego stanu obowiązujących relacji pomiędzy państwami, gdyż każdy błąd w doborze wykorzystywanych narzędzi może doprowadzić do spadku potęgi nieroztropnie postępującego kraju, przykładem czego mogłoby być zastosowanie rozwiązań militarnych w okresie powszechnego umiłowania pokoju i rosnącej stabilizacji stosunków pomiędzy najsilniejszymi⁵³. Choć sama potęga współczesnych mocarstw opiera się przede wszystkim na trzech filarach w postaci gospodarki, technologii oraz, wg najnowszych definicji, wpływu kulturowego i ideologicznego, konkretne sposoby prowadzące do ukazywania tudzież zwiększania siły oddziaływania związane są raczej z węższymi, specyficznymi i często przeplatającymi się ze sobą elementami wspomnianych dziedzin.

⁵¹ M. Li, *op. cit.*, s. 1-2.

⁵² *Ibidem*, s. 14.

⁵³ C. Stolte, *Brazil's Africa Strategy: Great Powers and the Drive for Status in International Relations*, Palgrave Macmillan, New York 2015, s. 15.

Jedną z form twórczości łączącej w sobie wszystkie wymienione aspekty są gry wideo. Termin ten oznacza wszelkiego rodzaju dzieła, przede wszystkim o charakterze rozrywkowym, zawierające w sobie elementy interaktywne, których wykorzystanie możliwe jest dzięki wykorzystaniu odpowiednich urządzeń o charakterze audiowizualnym⁵⁴. Gry wideo, pomimo iż istnieją już blisko pół wieku, przez długi czas nie cieszyły się zainteresowaniem badaczy, gdyż postrzegano je powszechnie jako dość niszowe źródło rozrywki niższego rzędu skierowanej głównie do użytkowników młodszego pokolenia i niezdolnej do przekazywania jakichkolwiek bardziej zaawansowanych treści⁵⁵. Z czasem jednak, ta forma twórczości elektronicznej zaczęła cieszyć się wciąż przybierającą na sile popularnością, stając się pewnego rodzaju fenomenem na całym świecie. Zmiana nastawienia wobec gier wideo nie uszła także uwadze władz państwowych, które nie wahają się wykorzystywać nowej formy rozrywki do własnych celów, również tych związanych z kwestią mocarstwowości⁵⁶. Rola gier wideo jako środka realizacji planów dotyczących wzrostu potęgi danego państwa jest i będzie znacząca, gdyż zgodnie z ich naturą mogą być wykorzystywane na każdym z pół istotnych w kontekście współczesnego rozumienia idei mocarstwa.

Wagę gier wideo w odniesieniu do dążenia państwa do potęgi można interpretować na dwa sposoby. Biorąc pod uwagę siłę twardą, czyli tę opartą przede wszystkim o sferę gospodarczą i powiązaną z nią technologię, branża gier wideo jest obecnie jedną z najbardziej dochodowych części całego światowego przemysłu rozrywkowego, znacząco przewyższając m.in. branżę filmową czy też muzyczną pod względem odnotowywanych wyników finansowych⁵⁷. Rezultatem zdobycia dominacji na tym polu jest więc pozyskanie nowego źródła dochodów płynących z coraz szybciej rozwijającego się rynku. Zdobyte w ten sposób środki mogą być wykorzystane w rozmaity sposób, niezmiennie prowadzą jednak do zwiększenia potencjału gospodarczego i, w konsekwencji, siły danego państwa.

W przypadku siły miękkiej, w szczególności w wymiarze ekonomicznym i technologicznym, ważna jest także sama istota tego, czym są gry wideo. Z perspektywy

⁵⁴ N. Esposito, *A Short and Simple Definition of What a Videogame Is*, Authors & Digital Games Research Association, Vancouver 2005, s. 1-2.

⁵⁵ D. Lopes, *A Philosophy of Computer Art*, Routledge, Abingdon 2009, s. 103-113.

⁵⁶ C. Wood, *Six Ways Governments Are Using Video Games*: <https://www.governing.com/blogs/view/gt-6-ways-governments-are-using-video-games.html> (dostęp: 06.03.2020).

⁵⁷ S. Stewart, *Video game industry silently taking over entertainment world*: <http://www.ejinsight.com/20191022-video-game-industry-silently-taking-over-entertainment-world/> (dostęp: 06.03.2020).

gospodarki tradycyjnej można uznać je za wyjątkowy przypadek dobra, gdyż ze względu na ich specyficzny cyfrowy charakter podlegają całkowicie innym prawom niż typowe produkty przemysłowe, czego przykładem może być bliski zeru koszt wytworzenia kolejnych kopii gry czy też natychmiastowe dostarczenie produktu klientowi tuż po zakupie. Gry wideo uznawane są za nowatorski produkt przecierający szlaki dla całej innowacyjnej gospodarki cyfrowej, która zgodnie z przewidywaniami powinna w przyszłości odgrywać kluczową rolę⁵⁸. Wspomniana forma rozrywki elektronicznej jest więc dziedziną przyszłościową, wymagającą nowoczesnych rozwiązań. Odniesienie sukcesu na związanych z nią polach wiąże się tym samym z zaprezentowaniem swojej silnej pozycji w dziedzinie gospodarczo-technologicznej, wpływając przy tym pozytywnie na status danego państwa oraz siłę jego atrakcyjności i przyciągania innych.

Istotną kwestią w kontekście wykorzystania gier wideo w dążeniu państwa do statusu mocarstwa jest również ich zdolność kreowania przekazu treści o charakterze kulturowym bądź ideologicznym. Wartość artystyczna gier czy też zakwalifikowanie ich jako dzieła sztuki jest wciąż przedmiotem dyskusji, jednakże niepodważalnym jest możliwość zastosowania ich jako nośnika myśli⁵⁹. Zdolność ta nie ogranicza się wyłącznie do treści najprostszych i oczywistych, a, pomimo że gry kierowane są głównie ku masowemu odbiorcy, przekaz zawarty w grze wideo może obejmować także zagadnienia o dużym stopniu skomplikowania jak np. przedstawione w zawaolowany sposób treści polityczne⁶⁰. Gry wideo stanowią więc bardzo dobry kanał przekazu myśli w kontekście idei mocarstwowości, gdyż mogą nie tylko zaznajomić coraz większą liczbę użytkowników tej formy twórczości z zawartymi w nich treściami kulturowymi lub ideologicznymi poprzez przystępną rozrywkę, lecz także skrycie kształtować ich światopogląd, zwłaszcza w przypadku, kiedy dana produkcja kierowana jest w szczególności do młodszych użytkowników.

Gry wideo stanowią jeden ze środków możliwych do wykorzystania przez państwo dążące do statusu potęgi zgodnie z powszechnie przyjętymi współcześnie teoriami, zgodnie z którymi, jak wyżej podkreślano, mocarstwowość opiera się dziś o gospodarkę, technologię i kulturę. Tym, co wyróżnia je spośród innych narzędzi, jest ich związek

⁵⁸ S. Kline, N. Dyer-Witheford, G. de Peuter, *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, McGill-Queen's Press, Montreal 2003, s. 60-61.

⁵⁹ A. A. Berger, *Video Games: A Popular Culture Phenomenon*, Transaction Publishers, New Brunswick 2002, s. 5-6.

⁶⁰ M. Kłosiński, K. M. Maj, *Przyczajony dyskurs, ukryta narracja*, w: *Dyskursy gier wideo*, M. Kłosiński, K. M. Maj (red.), Ośrodek Badawczy Facta Ficta, Kraków 2015, s. 19-24.

zarówno z siłą twardą, jako m.in. środek umożliwiający osiągnięcie zysku i poprawę sytuacji finansowej przedsiębiorstw i państw, jak i siłą miękką w wymiarze np. przekazywania treści kultury. Państwo dążące do statusu mocarstwa może zatem wykorzystywać tę formę rozrywki elektronicznej jako element planu realizacji swoich celów na arenie międzynarodowej, w szczególności, że jest to środek skuteczny, lecz nowatorski i przez to często bagatelizowany.

ROZDZIAŁ 2. GOSPODARCZE UWARUNKOWANIA WYKORZYSTANIA TEORII MOCARSTWOWOŚCI WE WSPÓŁCZESNYCH CHINACH

2.1. Koncepcje determinujące politykę władz

Działanie pozbawione oparcia w teorii pozbawione jest celu, lecz teoria niezastosowana w praktyce jest niczym więcej niż ulotnym przemyśleniem⁶¹. Zasadę tę można odnieść do wszelakich form aktywności, znacząco zyskuje jednak na znaczeniu w kontekście wzniosłych, acz ulotnych pojęć takich jak aspiracje państw czy narodów. Długotrwały proces wzrostu potęgi państwa, zwieńczony uzyskaniem przez nie statusu międzynarodowego mocarstwa, musi składać się z konkretnych, nieprzypadkowych starań wynikających z decyzji podejmowanych zgodnie z ogólnym, dalekosiężnym planem teoretycznym. Współcześni przedstawiciele rządu Chińskiej Republiki Ludowej w oparciu o podstawy nowoczesnych zachodnich teorii mocarstwowości oraz świadomości dziedzictwa myśli własnej cywilizacji w przemyślany sposób dążą do realizacji celu w postaci przywrócenia Chinom pozycji na szczycie hierarchii państw świata, wykorzystując do tego przede wszystkim własną potęgę gospodarczą. Pełne zrozumienie obranej przez nich drogi możliwe jest jedynie poprzez analizę zarówno faktycznych działań władzy, jak i ich teoretycznych podstaw wynikających z tradycyjnych i nowoczesnych sposobów pojmowania potęgi, składających się na całość mocarstwowej strategii Pekinu.

Początków realizowanego przez obecne władze planu odzyskania statusu mocarstwa przez Chiny można doszukać się już na przełomie lat 70. i 80. XX w. Czas ten przypada na początek rządów Deng Xiaopinga, który, po latach ambitnej, lecz szkodliwej dla chińskiej gospodarki i społeczeństwa autorytarnej polityki Mao Zedonga oraz okresie zamętu rządów Hua Guofenga i tzw. „bandy czworga”⁶², wprowadził ChRL na nową ścieżkę rozwoju⁶³. Spośród wprowadzonych reform, szczególnie istotne okazały się „cztery modernizacje” obejmujące szeroko zakrojony plan zwiększenia wydajności chińskiego rolnictwa oraz przemysłu, a także unowocześnienia sił zbrojnych

⁶¹ L. von Bertalanffy, *General Systems*, Society for the Advancement of General Systems Theory, New York 1962, s. 11.

⁶² M. Selden, *Mao Zedong and the Political Economy of Chinese Development*, „China Report”, 1988, vol. 24(2), s. 125.

⁶³ R. F. Ash, Y. Y. Kueh, *The Chinese Economy under Deng Xiaoping*, Oxford University Press, New York 2005, s. 1.

i podniesienia jakości kształcenia i badań naukowych⁶⁴. Zauważalne są tu odniesienia do powszechnie przyjmowanych ówczesnie trzech głównych filarów potęgi państwa, a mianowicie jego gospodarki, wojska oraz posiadanej technologii.

Pierwsze przemiany gospodarcze postulowane przez Deng Xiaopinga przerodziły się z czasem w kompleksowy zespół reform nazywany powszechnie 改革开放 (gǎigé kāifàng), czyli „reformami i otwarciem się”. Doprowadził on nie tylko do bardzo prężnego rozwoju gospodarki na skutek m. in. zaprzestania opierania się na maoistowskim modelu centralnego planowania oraz przyciągnięcia do Chin zagranicznych przedsiębiorstw i inwestorów dzięki ustanawianiu specjalnych stref ekonomicznych działających na preferencyjnych warunkach⁶⁵, ale również przyczynił się do ożywienia współpracy Chin z innymi podmiotami na arenie międzynarodowej. Był to istotny moment w kontekście chińskiego dążenia do mocarstwowości, gdyż poza wyraźnymi przesłankami świadczącymi o rozwoju samej siły państwa chińskiego, jednego z trzech wymiarów potęgi państwa we współczesnym rozumieniu, widoczne są także ruchy ku zwiększeniu globalnej świadomości na temat Chin, stanowiącej drugi z wymiarów⁶⁶. Czas ten był także świadkiem powstania pierwotnej formy pojęcia „socjalizmu o chińskiej specyfice”, które w przyszłości stanie się jednym z haseł polityki przekonywania innych narodów do chińskiego modelu gospodarczego⁶⁷.

Choć proces wzrostu potęgi gospodarczej Chin rządów Deng Xiaopinga przebiegał bez zakłóceń, poważną przeszkodą stojącą na drodze odzyskaniu wysokiego statusu wśród państw świata okazała się brutalna pacyfikacja protestów na pekińskim placu Tiananmen w 1989 r., w chińskich źródłach nazywana „incydentem”. Wydarzenie to zostało negatywnie odebrane przez społeczność międzynarodową, podając w wątpliwość przystosowanie ChRL do powszechnie przyjmowanych na Zachodzie standardów, podczas gdy w samych Chinach zwrócono uwagę na szkodliwość zagranicznych wpływów na chińskie społeczeństwo⁶⁸. Wspomniane następstwa skłoniły Deng Xiaopinga do sformułowania tzw. doktryny 韬光养晦 (tāoguāngyǎnghuì) oznaczającej

⁶⁴ C. Tisdell, *Economic Reform and Openness in China: China's Development Policies in the Last 30 Years*, "Economic Analysis & Policy", 2009, vol. 39(2), s. 277.

⁶⁵ B. Ebeling, *China's Export Product Gauge Kaifang*, Utrecht University, Utrecht 2019, s. 5-6.

⁶⁶ V. Danilovic, *op. cit.*, s. 225-226.

⁶⁷ C. Tisdell, *op. cit.*, s. 278.

⁶⁸ J. L. Gertler, *What China's WTO Accession Is All About*, w: *China and the WTO*, D. Bhattasali, S. Li, W. Martin (red.), The World Bank, Washington 2004, s. 22.

„ukrycie siły i oczekiwanie na odpowiedni moment”⁶⁹. Strategia ta, opierająca się o pełne skupienie na dalszym rozwoju wewnętrznej siły Chin, w szczególności w kontekście ekonomicznym, odkładając w czasie plan wyniesienia chińskiego statusu i zwiększenia zasięgu oddziaływania, czyli pozostałych wymiarów, do chwili, gdy Chiny będą w stanie równać się z lub dominować nad dotychczasowymi mocarstwami, spowodowała m.in. realne zawieszenie prac nad przystąpieniem do formującej się ówczesnie Światowej Organizacji Handlu na blisko 2,5 roku⁷⁰, wyznaczając przy tym nową strategię dążenia do mocarstwowości dla kolejnych pokoleń rządzących.

Jiang Zemin, wyznaczony na następcę przez samego Deng Xiaopinga, kontynuował pracę poprzednika i sprawował pieczę nad tym, by Chiny rozwijały się zgodnie z przyjętą doktryną, przywiązując wagę przede wszystkim do pielęgnacji wciąż prężnie rozwijającej się gospodarki, nie angażując się zbytnio w działalność na arenie międzynarodowej. Nie ograniczał się jednak do roli biernego obserwatora zachodzących w Chinach przemian. Jiang Zemin jeszcze mocniej niż Deng Xiaoping akcentował konieczność unowocześnienia chińskiej gospodarki, wskazując, iż wzrost i dobre wyniki ekonomiczne współczesnych potęg zależne są w dużej mierze od postępu technologicznego. Nie lekcewał także często pomijanej wcześniej kwestii kapitału ludzkiego oraz zapewnienia odpowiedniego poziomu szkolnictwa, by umożliwić funkcjonowanie nowoczesnej gospodarki⁷¹.

Sformułowana przez Jiang Zemina „zasada trzech reprezentacji”, determinująca główne punkty zainteresowania rządu Chin, również może być uznana za innowacyjną, gdyż, obok konieczności rozwoju ekonomicznego i przemian społeczno-politycznych, zwracała uwagę na znaczenie kultury jako elementu stanowiącego jedną z podstaw istnienia państwa, nawołując do promocji kultury socjalizmu z chińską specyfiką⁷². Rozwinięcie wizji Deng Xiaopinga poprzez większe zainteresowanie postępowem technologicznym oraz, zgodne z nowatorskimi ówczesnie pracami Josepha Nye’a, uznanie roli edukacji i kultury w procesie tworzenia potęgi ChRL stanowią znaczący wkład, jaki Jiang Zemin wniósł w strategię odzyskania statusu mocarstwa przez Chiny.

⁶⁹ C. T. Sørensen, *The Significance of Xi Jinping’s “Chinese Dream” for Chinese Foreign Policy*, “Journal of China and International Relations”, 2015, vol. 3(1), s. 53.

⁷⁰ J. L. Gertler, *op. cit.*, s. 22.

⁷¹ C. Tisdell, *op. cit.*, s. 280.

⁷² F. Peng, “*Sān ge dàibiǎo*” zhòngyào sīxiǎng yǔ wánchéng zǔguó tǒngyī (“*三个代表*” 重要思想与完成祖国统一, *Istotna myśl “trzech reprezentacji” i dokończenie zjednoczenia ojczyzny*), “Journal of Beijing University of Aeronautics and Astronautics (Social Sciences Edition)”, 2003, vol. 16, s. 25-28.

Pierwsza połowa rządów Hu Jintao, następcy Jiang Zemina, przypadająca na lata 2002 – 2007, to czas kontynuacji polityki poprzedników wzbogaconej o koncepcję „harmonijnego społeczeństwa”, czyli dążenia do podniesienia ogólnego poziomu bogactwa wszystkich mieszkańców Chin oraz zniwelowania negatywnego wpływu rozwoju ekonomicznego na środowisko⁷³. Przełomowym momentem kadencji Hu Jintao było wygłoszenie przez niego przemowy podczas XVII Krajowego Zjazdu Komunistycznej Partii Chin w 2007 r., w której to przewodniczący państwa wyraził konieczność promowania chińskiej cywilizacji, kultury oraz chińskiego sposobu postrzegania świata wśród innych narodów, odnosząc się przy tym do tego, jak ważna w dzisiejszych czasach jest zdolność państw do pokojowego wywierania wpływu na pozostałe. Użył przy tym słów 软实力 (ruǎnshíli), czyli „miękką siłą”, co jest wyraźnym nawiązaniem do teorii *soft power* J. Nye’a⁷⁴. Hu Jintao, wielokrotnie podkreślając w swoim wystąpieniu zadowolenie z potęgi gospodarczej, jaką już wtedy mogły poszczycić się Chiny, i wskazując nowe, wymagające znaczących nakładów pracy pole zainteresowania rządu, zaznaczył koniec dotychczasowej epoki „ukrywania siły” i biernego obserwowania sytuacji międzynarodowej zapoczątkowanej przez Deng Xiaopinga⁷⁵. Był to sygnał, iż Chiny osiągnęły już poziom umożliwiający im przejście wiodącej roli w relacjach między państwami całego świata, aktywnie wpływając i kształtując go zgodnie ze swoją wizją.

Zmiana polityki prowadzonej przez Komunistyczną Partię Chin nie nastąpiła jednak w sposób nagły. Za najważniejszy element i symbol tego procesu czasów Hu Jintao uznaje się organizację Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2008 r., a raczej sposób, w jaki użyto tego wydarzenia, aby zaprezentować całemu światu potęgę Chin⁷⁶. Pozostałe lata kadencji Hu Jintao były jednak głównie przygotowaniem do objęcia rządów przez jego następcę, którego zadaniem miało być posunięcie planu odzyskania statusu mocarstwa przez Chiny o kolejny krok naprzód.

Xi Jinping zastąpił Hu Jintao na stanowisku Sekretarza Generalnego KPCh 15.11.2012 r., a niespełna pół roku później został obrany Przewodniczącym Chińskiej

⁷³ Y. Wang, S. Li, *Héxié shèhuì de mǐnfǎ wénhuà quǎnshì* (和谐社会民法诠释, *Interpretacja prawnej kultury harmonijnego społeczeństwa*), „China Academic Journal”, 2008, vol. 12.

⁷⁴ J. Nye, *Soft Power...*, *op. cit.*, s. 7.

⁷⁵ J. Hu, *Dǎng de shíqī cì quánguó dàibǎo dàhuì bàogào* (党的十七次全国代表大会报告, *Raport na XVII Krajowy Zjazd Komunistycznej Partii Chin*), Rada Państwa ChRL, Pekin 2007, s. 4-5.

⁷⁶ J. Li, *Zhōngguó mèng* (中国梦, *Chińskie marzenie*), za: P. Ferdinand, *Westward ho – the China dream and ‘one belt, one road’*, „International Affairs”, 2016, vol. 92(4), s. 942-943.

Republiki Ludowej. Już od początku kadencji wypowiedzi i decyzje nowej głowy państwa odróżniały Xi śmiałością i stanowczością od jego poprzedników, w szczególności w odniesieniu do otwartego nawoływania do zwiększenia chińskich pokładów siły miękkiej, a także zapoznania mieszkańców całego świata z przesłaniem płynącym z Chin⁷⁷. To właśnie idee, często określane zbiorczym mianem „chińskiego sposobu postrzegania świata”, stanowiły sedno zmian w dotychczasowej polityce KPCh, za której zadanie uznano nie tylko odwoływanie się do materialnych korzyści związanych ze współpracą z Chinami, ale też wzniosłością niesionych ideałów i nadziei⁷⁸.

Główną myślą propagowaną przez Xi jest dość płynny, niesprecyzowany koncept ścieżki rozwoju nazywany 中国梦 (Zhōngguó mèng) oznaczający „chińskie marzenie”, co budzi naturalne skojarzenia z lepiej znanym pojęciem „amerykańskiego marzenia” (*American dream*). Z perspektywy obserwatorów związanych z chińską partią rządzącą, termin ten odnosi się do prezentowanego innym narodom skutecznego modelu społeczno-gospodarczego, dzięki któremu dotychczas lekceważone na arenie międzynarodowej Chiny w sposób pokojowy stały się godną naśladowania potęgą. W oczach krytyków, „chińskie marzenie” odnosi się jednak do popularnego w ostatnich latach wśród chińskich elit przekonania o wrodzonej wyższości cywilizacji chińskiej nad innymi, zgodnie z którym wizja świata skupionego wokół ChRL jako jedyne mocarstwa i zarządzanego zgodnie z jej ideologią byłaby właściwym porządkiem rzeczy⁷⁹. Oba te sposoby interpretacji znajdują swoje uzasadnienie w tradycyjnej chińskiej teorii mocarstwa, hołubiącej pokój i dobrobyt wynikający z dominującej pozycji jedyne potężnego państwa, jak również odpowiadają mocarstwowości w nowoczesnym rozumieniu opartym o tzw. siłę inteligentną (*smart power*), zgodnie z którym sukces Chin na twardym polu gospodarki jest solidną podstawą dla rozwoju bardziej „miękkich” sposobów wpływu⁸⁰.

Choć zewnętrzni obserwatorzy nie wahają się wytykać chińskich dążeń do uzyskania statusu największej potęgi świata i zastąpienia Stanów Zjednoczonych uznawanych często za jedyne współczesne supermocarstwo, sam Xi Jinping początkowo odnosił się do chińskich ambicji jako planu uczynienia z Chin jedną z równoważących

⁷⁷ *China's Big Bet on Soft Power*, Council on Foreign Relations: <https://www.cfr.org/backgrounders/chinas-big-bet-soft-power> (dostęp: 30.09.2020).

⁷⁸ K. Brown, *The new emperors: power and princelings in China*, Tauris, London 2014, s. 206-208, za: P. Ferdinand, *op. cit.*, s. 944.

⁷⁹ C. T. Sørensen, *op. cit.*, s. 57.

⁸⁰ J. Nye, *Get Smart...*, *op. cit.*, s. 163.

się i współpracujących ze sobą potęg⁸¹. Stoi to jednak w sprzeczności ze wspomnianym wcześniej dorobkiem myśli chińskiej, stanowiącej jeden z istotnych punktów odniesienia ideologii Xi. Wraz z postępującą konsolidacją władzy w rękach Przewodniczącego Państwa, zwieńczoną zniesieniem limitu kadencji i umożliwieniem bezterminowego przedłużenia jego rządów, bardziej radykalna stawała się także postawa głowy chińskiego rządu⁸². Pokazuje to w szczególności orędzie z okazji siedemdziesięciolecia proklamowania Chińskiej Republiki Ludowej, w którym Xi podkreślił wyjątkowość państwa chińskiego oraz jego szczególną rolę jako naturalnego przywódcy prowadzącego inne narody ku pokojowi i dobrobytowi. W wystąpieniu określił Chiny jako „mocarstwo, które musi prezentować się jak mocarstwo i brać na siebie należne mu obowiązki”⁸³, w sposób stanowczy i otwarty podkreślając rzeczywiste aspiracje KPCh.

Choć przyjęta przez Xi Jinpinga strategia prowadząca do odzyskania przez Chiny pozycji światowego mocarstwa może pozornie wydawać się odejściem od ścieżki, którą podążali jego poprzednicy, działania obecnej głowy ChRL są w rzeczywistości kolejnym etapem planu skrzętnie realizowanego już od dziesięcioleci. Potęga gospodarcza i technologiczna Chin, czyli ta „ukrywana” twarda siła budowana od czasów Deng Xiaopinga, stała się wystarczająca, by Xi czy wcześniej Hu Jintao mogli użyć jej w celu zwiększenia miękkiej siły przyciągania efektywnego modelu gospodarczego czy atrakcyjności kultury i ideologii, stanowiącego największą słabość Chin w porównaniu z innymi państwami aspirującymi do miana największych z mocarstw. Ogólny kierunek działań podejmowanych przez chińskich dygnitarzy jest więc zgodny z teorią przeplatających i wzmacniających się sił tworzących siłę inteligentną, będącą miernikiem rzeczywistej potęgi współczesnego państwa⁸⁴.

2.2. Inicjatywy o charakterze mocarstwowym na polu gospodarczym

Uzyskanie bądź utrzymanie statusu mocarstwa wiąże się z koniecznością podejmowania realnych działań mających na celu nie tylko zwiększenia czystej siły

⁸¹ J. Xi, *Speech at the Opening Sessions of the World Economic Forum Annual Meeting 2017*: <https://america.cgtn.com/2017/01/17/full-text-of-xi-jinping-keynote-at-the-world-economic-forum> (dostęp: 30.09.2020).

⁸² R. Foroohar, *China's Xi Jinping is no Davos man*: <https://www.ft.com/content/84261604-1b26-11e9-9e64-d150b3105d21> (dostęp: 30.09.2020).

⁸³ J. Xi, *Zài Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó Chénglì 70 zhōunián zhī jì* (在中华人民共和国成立70周年之际, *Przemówienie z okazji siedemdziesiątej rocznicy proklamowania Chińskiej Republiki Ludowej*), Rada Państwa ChRL, Pekin 2019, s. 1-5.

⁸⁴ J. Nye, *Get Smart...*, *op. cit.*, s. 163.

danego państwa, ale również jej zasięgu oddziaływania czy globalnej świadomości o jego potędze. Obecne władze ChRL, skupione na pracy, której celem jest wzrost wpływu Chin na inne kraje w wymiarze ekonomicznym, technologicznym i kulturowym, bazują na największej posiadanej przewadze, czyli silnej i wciąż rozwijającej się gospodarce. Choć, zgodnie z teorią siły inteligentnej, wspomniane wymiary przenikają się i działają wspólnie jako zespół czynników, możliwe jest wyróżnienie konkretnych form aktywności, które, przynajmniej pozornie, koncentrują się tylko na jednym z nich. W przypadku Chin, najbardziej istotne i ambitne z inicjatyw prowadzących do mocarstwowości związane są naturalnie ze sferą gospodarczą.

Jednym z pierwszych przejawów mocarstwowych ambicji Chin na polu ekonomicznym w skali międzynarodowej w ostatnich latach było powołanie do życia grupy BRIC zrzeszającej również Brazylię, Rosję oraz Indie, co miało oficjalnie miejsce w 2009 r., jeszcze za rządów Hu Jintao. Rok później grupa przyjęła w swoje szeregi także Republikę Południowej Afryki, tworząc BRICS⁸⁵. Formacja ta była początkowo skupiona na problemach natury gospodarczej, w szczególności tych wynikających z globalnego kryzysu finansowego lat 2007 – 2009, a także bardziej ambitnego celu ewentualnej modyfikacji światowego systemu finansowego⁸⁶. Inicjatywa szybko zyskała jednak wymiar bardziej symboliczny. Dygnitarze państw BRICS, na czele z ówczesnym premierem Chin Wen Jiabao, nie wahali się używać przykładu własnych gospodarek, prężnie rozwijających się pomimo trudności, kontrastując je z borykającymi się z wieloma problemami rozwiniętymi gospodarkami zachodnich potęg, mówiąc przy tym otwarcie o odpowiedzialności obecnych wiodących mocarstw za światowe zawirowania⁸⁷. Celem takich zabiegów było przede wszystkim zdyskredytowanie kręgu mocarstw skupionych wokół Stanów Zjednoczonych, prezentując alternatywną, efektywną ścieżkę, którą chcą podążać kraje BRICS na czele z Chinami, których sukcesy zostały w owym czasie zwieńczone uzyskaniem miana drugiej największej gospodarki świata⁸⁸.

Choć początkowo powszechne były głosy wątpiące w trwałość powiązań spajających BRICS, wytykając przy tym odrębność systemów politycznych, interesów czy wyznawanych wartości przez państwa członkowskie⁸⁹, grupa nie tylko nie rozpadła

⁸⁵ O. Stuenkel, *The Brics and the Future of Global Order*, Lexington Books, London 2020, s. 1.

⁸⁶ C. Roberts, L. E. Armijo, S. N. Katada, *The BRICS and Collective Financial Statecraft*, Oxford University Press, New York 2018, s. 2.

⁸⁷ *Ibidem*, s. 3–6.

⁸⁸ M. Dickie, *China Economy Overtakes Japan*: <https://www.economics.utoronto.ca/gindart/2011-02-14%20-%20China%20economy%20overtakes%20Japan.pdf> (dostęp: 1.10.2020).

⁸⁹ O. Stuenkel, *op. cit.*, s. 2.

się, lecz zintensyfikowała współpracę na polu gospodarczym, a nawet rozszerzyła ją na inne pola. Istotne z punktu widzenia dążeń do pozycji mocarstwa są tu wspólne stanowiska państw BRICS w obliczu np. konfliktów zbrojnych w Libii i Syrii⁹⁰ tudzież wspólnych inicjatyw wymierzonych w międzynarodową przestępczość i terroryzm⁹¹. Jest to wysiłek skierowany ku zwiększeniu światowej roli odgrywanej przez grupę na czele z wiodącymi w niej prym Chinami, a także dowód gotowości tychże państw do przyjęcia obowiązków narzucanych dominującym mocarstwom globalnym. Warte uwagi jest także zmyślne wykorzystanie inicjatywy o charakterze gospodarczym do mocarstwowych celów wykraczających poza sferę ekonomiczną.

Kolejnym kanałem, poprzez który Chiny wykorzystują swoją potęgę gospodarczą w kontekście mocarstwowości, są banki rozwoju wielostronnego, takie jak będący jednym z owoców pracy BRICS Nowy Bank Rozwoju czy w szczególności Azjatycki Bank Inwestycji Infrastrukturalnych. Pierwszy z nich, dawniej działający pod szyldem Banku Rozwoju BRICS, skupia się na wspieraniu projektów w krajach Globalnego Południa⁹². Drugi natomiast, będący wynikiem indywidualnej inicjatywy Chin, koncentruje wysiłki na oferowaniu pomocy finansowej potrzebnej do rozbudowy sieci infrastrukturalnej słabiej rozwiniętych krajów Azji, niezbędnej do skomunikowania całego kontynentu⁹³. Poza korzyściami natury ekonomicznej, wynikającymi m.in. ze zwiększonego zapotrzebowania na chińskie towary w związku z realizacją inwestycji, działalność pozostających pod chińską kontrolą banków rozwoju wzmacnia także pozycję Chin na arenie międzynarodowej. Jest to forma zacieśnienia więzów łączących ChRL z innymi krajami mającymi swoje udziały we wspomnianych instytucjach, a także beneficjentami oferowanego wsparcia. Ponadto, prowadzenie dużego, międzynarodowego banku rozwoju jawi się powszechnie jako projekt ambitny, kojarzony głównie z czymś, na co pozwolić mogą sobie tradycyjne potęgi Zachodu, tym samym doprowadza to do wyniesienia pozycji Chin w świadomości mniejszych krajów do poziomu Stanów Zjednoczonych czy Europy Zachodniej⁹⁴.

⁹⁰ *Ibidem*, s. 6.

⁹¹ W. Gao, *BRICS Cybersecurity Cooperation: Achievements and Deepening Paths*, "China International Studies", 2018, vol. 68, s. 124.

⁹² S. Griffith-Jones, *A BRICS Development Bank: A Dream Coming True?*, UNCTAD Discussion Papers, Geneva 2014, s. 2-3.

⁹³ M. A. Weiss, *Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB)*, Congressional Research Service, Washington 2017, s. 4.

⁹⁴ M. A. Weiss, *op. cit.*, s. 2-5.

Jednym z głównych elementów mocarstwowych planów administracji Xi Jinpinga jest budowa szeroko zakrojonego projektu 一带一路 (Yīdài Yīlù), dawniej znanego dosłownie jako „Jeden pas i jedna droga”, ostatnimi czasy częściej stosuje się nazwę „Inicjatywa Pasa i Szlaku”⁹⁵. Pod tym zbiorczym mianem kryje się cały szereg inwestycji, finansowanych m.in. z funduszy Azjatyckiego Banku Inwestycji Infrastrukturalnych, nad którym władze chińskie pracują oficjalnie już od 2013 r. Początkowo, celem zarówno „pasa”, czyli lądowego kanału przewozowego przemierzającego środkową i zachodnią Azję, jak i morskiego „szlaku” wytyczonego przez wody oceanów Spokojnego i Indyjskiego, było ustanowienie stabilnego i efektywnego połączenia komunikacyjnego pomiędzy Państwem Środka a krajami Europy, jednakże plany szybko rozrosły się poza oryginalne ramy, włączając do projektu kolejne korytarze ekonomiczne czy odnogi nowych szlaków⁹⁶. Obecnie planowane inwestycje obejmują nie tylko kraje Azji i Europy, ale też znaczną część Afryki czy nawet niektóre państwa Ameryki Łacińskiej⁹⁷.

Inicjatywa Pasa i Szlaku wpisuje się w chińskie dążenia do statusu dominującego mocarstwa na kilka sposobów. W kontekście gospodarczym, jest to przede wszystkim okazja do jednoczesnego rozwoju siły twardej, jak i bardziej miękkiej siły oddziaływania. Większość inwestycji związanych z pasem lądowym na terenie samych Chin zlokalizowana jest w stosunkowo słabo rozwiniętych prowincjach zachodnich. Projekt ma być więc silnym impulsem poprawiającym sytuację gospodarczą zacofanych regionów kraju, przyczyniając się do dalszego zwiększenia chińskiej potęgi ekonomicznej. Nie bez znaczenia jest również rola wspomnianej inicjatywy w kampanii 走出去 (Zǒuchūqù) oznaczającej „wyjście na zewnątrz”, polegającej m.in. na znajdowaniu nowych rynków zbytu dla chińskich towarów i usług, a także outsourcingu części produkcji i zwiększenia wartości zagranicznych inwestycji bezpośrednich tego kraju⁹⁸. Jest to korzystne nie tylko dla samej chińskiej gospodarki, odnotowującej znaczne nadwyżki produkcji komponentów budowlanych, jak i wykorzystujących je przedsiębiorstw specjalizujących się w konstrukcji infrastruktury⁹⁹, gdyż pozwala także

⁹⁵ J. A. Bader, *How Xi Jinping Sees the World...and Why*, Brookings, Washington 2016, s. 12.

⁹⁶ P. Ferdinand, *op. cit.*, s. 949-950.

⁹⁷ M. Myers, *China's Belt and Road Initiative: What Role for Latin America?*, „Journal of Latin American Geography”, 2018, vol. 17(2), s. 239.

⁹⁸ S. Zhu, J. Pickles, *Bring In, Go Up, Go West, Go Out*, „Journal of Contemporary Asia”, 2014, vol. 44(1), s. 56-57.

⁹⁹ P. Ferdinand, *op. cit.*, s. 951-952.

zacieśnić więzy ekonomiczne pomiędzy Chinami a państwami goszczącymi inwestycje, uzależniając je od inicjatora projektu.

Pomimo tego, iż u podstaw Inicjatywy Pasa i Szlaku leżą czynniki gospodarcze, należy ją rozpatrywać jednak także w wymiarze pozaekonomicznym. Jest to projekt wyjątkowy pod względem skali i ambicji przedsięwzięcia, godny mocarstwa aspirującego do wiodącej roli na arenie międzynarodowej, będący okazją do znacznego rozszerzenia chińskiej strefy wpływów. Wspomniana inicjatywa stanowi, w zamyśle KPCh, wyraz chińskiej idei świata budowanego i wspólnie bogacącego się poprzez współpracę i pokój, co kontrastuje z forsowanym przez Chiny wizerunkiem stojących im na drodze Stanów Zjednoczonych, przedstawianych jako zaborcze i bezlitosne supermocarstwo¹⁰⁰.

Innym nacechowanym gospodarczo elementem służącym chińskim dążeniom jest udzielana bezpośrednio przez ChRL pomoc rozwojowa kierowana ku najbardziej ubogim regionom świata. Szacuje się, iż aż 80% tych środków przekazywanych jest krajom Afryki i Azji, czyli dwóch głównych obszarów, którymi zainteresowany jest rząd w Pekinie. W przypadku tej formy oddziaływania ekonomicznego, jej podtekst ideologiczny jest widoczny jeszcze wyraźniej niż w przypadku wcześniej wymienionych metod. Wskazuje się, iż jednym z założeń oferowania pomocy przez Chiny jest budowa pozytywnego wizerunku własnego państwa, a także stojących za nim idei i wartości. Przyjmuje to formy dość bezpośrednie, np. uzależniając dostęp do środków od uznania ChRL za jedyne istniejące państwo chińskie bądź wymagając od słabiej rozwiniętych państw przyjęcia konkretnych stanowisk wobec spraw rozpatrywanych przez instytucje międzynarodowe¹⁰¹.

Kluczowymi aspektami ekonomicznych sposobów przybliżania Chin do pozycji dominującego światowego mocarstwa są zarówno ich rozmach i bijąca od nich ambicja, jak i płynąca wraz z nimi pozytywna wizja świata kreowanego przez to państwo. ChRL stara się zaprezentować jako potęga o niebagatelnej sile własnej gospodarki, która jednak nie zamierza stosować jej do brutalnego podporządkowania sobie całego świata, wołac nakłaniać inne kraje, by same przekonały się o zaletach chińskich metod działania i sposobów postrzegania świata. Tym, co charakteryzuje gospodarczy filar międzynarodowego oddziaływania Pekinu jest wizja wspólnej dla wszystkich korzyści płynącej z podążania za decyzjami i ideami Chin.

¹⁰⁰ P. Ferdinand, *op. cit.*, s. 953.

¹⁰¹ S. Lengauer, *China's foreign aid policy: Motive and method*, "The Bulletin for the Centre for East-West Cultural and Economic Studies", 2011, vol. 9(2), s. 42-45.

2.3. Miejsce technologii w planach chińskich władz

Podobnie jak w przypadku sukcesów na polu ekonomicznym, odnotowany w Chinach na przestrzeni ostatnich dekad postęp technologiczny oraz wzrost potencjału chińskiej nauki do dokonywania kolejnych odkryć stanowią jednocześnie powód do dumy Komunistycznej Partii Chin, jak i istotne narzędzie w realizacji dążeń dygnitarzy. Chiny, do niedawna odpowiedzialne za niewielki odsetek publikowanych prac badawczych i postrzegane jako kraj głównie naśladowujący innych, nie odstają obecnie od Stanów Zjednoczonych czy państw Europy, zrównując się z nimi bądź nawet zyskując przewagę w sferze m.in. liczby publikacji i wydatków na badania i rozwój. Wzrost znaczenia chińskiej technologii jest szczególnie dobrze widoczny w kontekście nauk inżynierskich i komputerowych, aczkolwiek nie ominął również innych dziedzin¹⁰².

Technologia i gospodarka, dwa z trzech filarów mocarstwowości nowoczesnego państwa, są ze sobą mocno powiązane, gdyż trwały postęp technologiczny wymaga odpowiedniego wsparcia natury ekonomicznej, w zamian za co jego dorobek wykorzystywany jest do usprawnienia działania gospodarki i, w konsekwencji, jej wzrostu. Wyjątku od tej reguły nie stanowią chińskie aspiracje do piastowania dominującej pozycji wśród potęg świata, gdyż za jeden z kluczowych elementów tych planów uznaje się globalne rozpowszechnienie bazujących na chińskich technologiach standardów gospodarczych¹⁰³. Jednym z reprezentatywnych przykładów realizacji tej strategii w skali makro jest promowanie chińskich rozwiązań w dziedzinie kolei dużych prędkości w ramach projektów infrastrukturalnych Inicjatywy Pasa i Szlaku¹⁰⁴ tudzież chińskich dokonań w dziedzinie pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych¹⁰⁵.

Z punktu widzenia siły twardej, upowszechnienie się chińskich standardów technologicznych na dużym obszarze geograficznym wzmocniłoby chińskich przedstawicieli powiązanych branż, rozszerzając grono odbiorców produktów wysokiej klasy pochodzących z Państwa Środka i dając im znaczącą przewagę nad konkurentami z innych krajów, które musiałyby dostosować się do wymagań i specyfiki nowej

¹⁰² R. Veugelers, *The challenge of China's rise as a science and technology powerhouse*, Breugel, Saint-Josse-ten-Noode 2017, s. 1-4.

¹⁰³ D. Breznitz, M. Murphree, *The Rise of China in Technology Standards: New Norms in Old Institutions*, U.S.-China Economic and Security Review Commission, Washington 2013, s. 4.

¹⁰⁴ P. Cai, *Understanding China's Belt and Road Initiative*, Lowy Institute, Sydney 2017, s. 9.

¹⁰⁵ Y. Li, M. Wu, Z. Li, *A Real Options Analysis for Renewable Energy Investment Decisions under China Carbon Trading Market*, "Energies", 2018, vol. 11(7).

technologii¹⁰⁶. Standardy te stałyby się więc elementem wspierającym wspomnianą wcześniej kampanię ekonomicznego „wychodzenia na zewnątrz”. Ponadto, dałoby to Chinom skuteczne narzędzie sprawowania kontroli nad innymi podmiotami, umożliwiając utrudnienie lub całkowite odcięcie dostępu do potrzebnych komponentów czy usług w przypadku niesubordynacji kraju słabszego¹⁰⁷.

Narzucenie swoich standardów innym jest także czynnikiem wpływającym pozytywnie na status ChRL na świecie, prezentując ją jako lidera innowacji i skutecznych rozwiązań. Wizerunek państwa szczególnie troszczącego się o postęp, a co za tym idzie także odpowiedzialnych za niego ludzi, jest również silnym czynnikiem przyciągającym najlepszych specjalistów, wabionych perspektywą ambitnych projektów, dobrych warunków finansowych i możliwością realnego wpływania na świat. Tym sposobem Chiny nie tylko same zyskują wartościowy kapitał ludzki, ale także zabierają go od lat opierającemu swoją potęgę technologiczną na napływie naukowców rywalowi, czyli Stanom Zjednoczonym¹⁰⁸.

Interesującym aspektem odnoszących się do pozycji Chin na świecie strategii chińskich władz jest to, iż nie skupiają się w pełni na działaniach rangi państwowej. Plany te biorą pod uwagę również najmniejszy, choć zarazem najliczniejszy, przez wiele lat pomijany w rozważaniach dotyczących mocarstwowości element – zwykłego obywatela innego kraju. Rozwój technologii w Chinach nie ogranicza się wyłącznie do postępu w istotnych dla państwa dziedzinach przemysłu na wielką skalę, biorąc pod uwagę także liczne potrzeby dnia codziennego każdego z mieszkańców świata. Wymienić można tu m.in. oferowane przez chińskie przedsiębiorstwa innowacje w dziedzinie komputerów osobistych, urządzeń mobilnych czy sprzętu domowego, a także związanych z nimi usług, integracji z obsługą sieciową oraz połączenia w ramach Internetu Rzeczy, które w nowatorski i przystępny sposób wzbogacają życie przeciętnego człowieka¹⁰⁹.

Oferowanie swoich rozwiązań także zwykłym jednostkom jest jednym z kluczowych elementów szanowanej przez władze w Pekinie idei *soft power*, kładącej nacisk na możliwość wywierania wpływu na poczynania własnego rządu przez każdego z obywateli. Zadowolony użytkownik chińskiego sprzętu bądź aplikacji, w szczególności tych, które nie posiadają żadnej alternatywy, będzie postrzegał dostawcę danego

¹⁰⁶ P. Cai, *op. cit.*, s. 10.

¹⁰⁷ J. L. Schoff, A. Ito, *Competing with China on Technology and Innovation*, Carnegie Endowment for International Peace, Washington 2019, s. 6.

¹⁰⁸ R. Veugelers, *op. cit.*, s. 7-8.

¹⁰⁹ J. L. Schoff, A. Ito, *op. cit.*, s. 1.

rozwiązania w sposób pozytywny. Dobra marka danego kraju rzutuje nie tylko na dalsze zakupy, ale też decyzje podejmowane w innych sferach, np. polityki, przyczyniając się do zwiększania siły oddziaływania państwa producenta¹¹⁰. Celem Chin jest w tym przypadku nie tylko ważne z perspektywy gospodarki rozszerzenie grona odbiorców chińskich dóbr, ale także wytworzenie w świadomości ludzkiej przekonania o wykorzystywanej w słusznym celu sile ChRL.

Władze w bardzo zmyślny sposób wykorzystują szybko powiększający się dorobek postępu technologicznego Chin ostatnich lat. Jako dwie najważniejsze cechy charakterystyczne wykorzystania technologii w dążeniach do odzyskania pozycji wiodącego mocarstwa należy wymienić nacisk kładziony na kwestię globalnego rozpowszechniania standardów o chińskiej proweniencji, a także nielekceważenie roli odgrywanej w dzisiejszym świecie przez najbardziej przeciętnych z jego mieszkańców. Oba te kroki współdzielą jednak cel, którym jest, obok dalszego wzmocnienia siły gospodarki ChRL, wykreowanie wizerunku Chin jako innowacyjnego lidera technologicznego, który skupia się na uczynieniu świata bardziej przyjaznym, lepszym dla każdego.

2.4. Wykorzystanie kultury jako środka przekazu myśli

Rola dorobku kulturowego i ideologicznego własnej cywilizacji w odniesieniu do statusu mocarstwa została dostrzeżona przez chińskich myślicieli blisko dwa tysiące lat temu. Ostatecznie kwestia ta, wielokrotnie pomijana przez teoretyków Zachodu, stała się jedną z podstaw teorii siły miękkiej oraz siły inteligentnej Josepha Nye'a. Nie zaskakuje więc, iż rząd ChRL, często zaczerpując zarówno z tradycji filozofii Państwa Środka, jak i stwierdzeń głoszonych przez amerykańskiego politologa, nie zaniedbuje również i tego filaru nowoczesnego mocarstwa, prowadząc działania zmierzające do zwiększenia siły wpływu Chin na inne państwa poprzez promocję dzieł niosących treści zgodne z chińskimi wartościami i wizją świata.

Podobnie jak w przypadku inicjatyw o charakterze ekonomicznym czy technologicznym, również wykorzystanie kultury w planach KPCh opiera się o solidną podstawę chińskiej gospodarki. Kluczowym elementem strategii rządu w Pekinie jest rozbudowa własnego przemysłu rozrywkowego, tworzącego produkty atrakcyjne także dla osób poza granicami Chin i przekazujące światu odpowiednio skonstruowaną

¹¹⁰ *Ibidem*, s. 6.

wiadomość¹¹¹. Prowadząca do tego celu strategia o podłożu ekonomicznym realizowana jest na dwa sposoby. Pierwszym z nich jest wsparcie chińskiej branży rozrywkowej od strony finansowej. Obejmuje to przede wszystkim liczne ulgi i zwolnienia podatkowe stosowane zarówno przez rząd na szczeblu centralnym, jak i władze lokalne, znacząco ułatwiających prowadzenie i zakładanie nowych form działalności¹¹². Druga metoda opiera się na zachęcaniu powiązanych z branżą przedsiębiorstw do funkcjonowania w ramach wyznaczonych klastrów o profilu kulturotwórczym. Prowadzi to do wzrostu efektywności całej branży, jednoczesnego zmniejszenia rywalizacji wewnątrz krajowej i zwiększenia szans przedsiębiorstw na arenie międzynarodowej, jak i wsparcia współpracy między przemysłem rozrywkowym a władzą¹¹³. Przyjęte rozwiązania doprowadziły do szybkiego wzrostu branży, o czym świadczy m.in. wzrost liczby wspomnianych klastrów z 365 w skali całego kraju w 2011 r. do 2046 w ciągu 4 lat¹¹⁴.

Istotnym elementem planu promowania chińskiego sposobu postrzegania świata są także narzucone przez władze restrykcje dotyczące publikowanych treści. Żadne z publikowanych na rynku ChRL dzieł kultury nie może godzić w przyjęte w tym kraju wartości, kulturę ani przedstawiać w negatywnym świetle chińskiego rządu bądź narodu czy też opowiadać historii niezgodnych z narracją KPCh. W praktyce odnosi się to do zarówno rzeczywistych prób zakłamywania historii np. poprzez kwestionowanie autentyczności przeprowadzonych przez Japończyków w czasie II wojny światowej zbrodni na cywilnej ludności chińskiej, jak i utworów prezentujących świat w sposób niemożliwy do zaakceptowania przez władze w Pekinie, m.in. związany z niepodległością Tajwanu¹¹⁵.

Aparat cenzury jest skutecznym narzędziem w rękach chińskich władz przede wszystkim ze względu na ogromną atrakcyjność lokalnego rynku. Dostęp do 1,4 mld potencjalnych, coraz bogatszych i chętniej wydających pieniądze na własną rozrywkę konsumentów czyni Chiny szczególnie istotnym kierunkiem w oczach twórców, którzy, skuszeni wizją oczekiwanych zysków, modyfikują swoje dzieła lub, co jest coraz częstsze, od początku tworzą je z myślą o rynku chińskim, chętnie umieszczając w nich mile widziane przez rząd treści chwalebne chińską kulturę bądź inną istotną dla tego kraju

¹¹¹ S. Si, *A report on Beijing's cultural and creative industries media clusters*, "Global Media and China", 2016, vol. 1(4), s. 412.

¹¹² *Ibidem*, s. 415.

¹¹³ *Ibidem*, s. 418-419.

¹¹⁴ *Ibidem*, s. 420.

¹¹⁵ X. Song, *Hollywood movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market*, "Global Media and China", 2018, vol. 3(3), s. 184-185.

wartość¹¹⁶. Druga opcja, tańsza i prostsza z perspektywy producenta, jest najbardziej korzystna z perspektywy rządu pekińskiego, gdyż prowadzi do swoistej autocenzury ze strony światowej branży rozrywkowej, czego wynikiem jest globalna promocja chińskiego sposobu patrzenia na świat wśród amatorów danego typu rozrywki przy zastosowaniu jedynie pasywnej siły przyciągania rynku ChRL¹¹⁷.

Kolejnym elementem planu zwiększenia kulturowo-ideologicznego wpływu chińskich władz są media. Chińskie agencje informacyjne stanowią spójny, koordynowany przez Biuro Informacyjne Rady Państwa Chińskiej Republiki Ludowej zespół podmiotów medialnych działających w kraju i poza jego granicami¹¹⁸. Szczególnie duży nacisk kładziony jest w ostatnich latach przez władze w Pekinie na działalność serwisów w głównych językach międzynarodowych, w szczególności w języku angielskim. Choć podejmowane są próby promocji pochodzących z Chin mediów w wysoko rozwiniętych krajach Zachodu, większość wysiłków chińskiego rządu skupia się na rynkach krajów rozwijających się, dotychczas pozostających na uboczu działalności światowych serwisów¹¹⁹. Celem tych działań jest przede wszystkim przełamanie dominacji potęg zachodnich na polu agencji informacyjnych, a co za tym idzie zaoferowania alternatywy dla kreowanej przez inne potęgi wizji świata, która, przynajmniej w mniemaniu dygnitarzy KPCh, często zawiera w sobie wymierzone w Chiny przekłamania¹²⁰. Coraz więcej mieszkańców innych krajów zyskuje więc przystępny dostęp do źródeł informacji przedstawionych z innego, przychylnego chińskim władzom punktu widzenia.

Jako pokrewny, również związany z problemem wykorzystania siły gospodarczej w celu budowy pozytywnego wizerunku Chin, przejaw ambicji rządu ChRL można uznać także program zainteresowania mieszkańców innych krajów językiem oraz kulturą Chin. Kluczową rolę odgrywają tu zajmujące się popularyzacją języka chińskiego Instytuty Konfucjusza, kontrolowane i finansowane bezpośrednio przez władzę centralną. Uznawane są za jedno z najważniejszych narzędzi promocji Chin i powiększania chińskiej *soft power*, zarówno w krajach rozwijających się, jak i na terytorium innych

¹¹⁶ *Ibidem*, s. 181.

¹¹⁷ *Ibidem*, s. 184.

¹¹⁸ D. Shambaug, *China's Soft-Power Push: The Search for Respect*, "Foreign Affairs", 2015, vol. 94(4), s. 101-102.

¹¹⁹ *Ibidem*, s. 103.

¹²⁰ *Ibidem*, s. 103-104.

potęg¹²¹. Rosnąca liczba osób posługujących się językiem chińskim i zaznajomionych z kulturą tego kraju, w szczególności ludzi stosunkowo młodych, jest zjawiskiem pozytywnym dla rządu chińskiego, w połączeniu z atrakcyjną ofertą stypendialną oferowaną przez państwo, poszczególne ministerstwa czy same uczelnie stanowiąc dobry punkt wyjścia do zarówno poprawy wizerunku ChRL i zasięgu oddziaływania kulturowo-ideologicznego Państwa Środka, jak i przyciągnięcia do Chin wartościowego kapitału ludzkiego¹²².

Istotą kultury w wymiarze mocarstwowości jest jej skupienie na przekazie płynącym do jej pojedynczego odbiorcy. W przeciwieństwie do skoncentrowanej głównie na kwestiach wagi państwowej sile gospodarczej czy dość płynnie przechodzącej między skalą makro i mikro potęgą technologiczną, kultura i ideologia to kwestie, których wpływ na kwestię władzy i mocarstw może zaistnieć tylko i wyłącznie, gdy zaakceptuje się realność wpływu każdego z obywateli na decyzje podejmowane przez reprezentujący go rząd. Chiny, świadome wagi, jaką w dzisiejszym świecie odgrywa siła miękka, nie lekceważą również tego wymiaru, dokładając starań, by jak największe grono mieszkańców świata zapoznało się z chińskimi wartościami, dorobkiem cywilizacji i sposobem postrzegania rzeczywistości, zmieniając przy tym także własny światopogląd. Pekin również w tym przypadku nie stroni od opierania swojej strategii o przewagę w postaci silnej gospodarki, zarówno aktywnie wspierając inicjatywy o charakterze kulturowo-edukacyjnym, jak i wykorzystując pasywną atrakcyjność ogromnego chińskiego rynku do wpływania na dzieła obce.

2.5. Znaczenie gier wideo w ekonomicznej strategii władz w Pekinie

Gry wideo, jako coraz popularniejsza, choć wciąż powszechnie lekceważona jako dzieło kultury forma rozrywki, znalazły się w sferze zainteresowań chińskich elit już na przełomie tysiącleci. Początkowo były wykorzystywane głównie jako nośnik przekazu partyjnego skierowanego do krajowej młodzieży, mającego na celu wspomaganie wychowania ich w duchu socjalizmu o chińskiej specyfice oraz wzbudzenia uczuć patriotycznych czy wręcz nacjonalistycznych¹²³. Jednakże, wraz ze wzrostem zainteresowania dygnitarzy kwestią potęgi Chin na arenie międzynarodowej, gry zaczęto

¹²¹ S. Pan, *Confucius Institute project: China's cultural diplomacy and soft power projection*, "Asian Education and Development Studies", 2013, vol. 2(1), s. 1.

¹²² D. Shambaug, *op. cit.*, s. 104.

¹²³ N. Kshetri, *The Evolution of the Chinese Online Gaming Industry*, „Journal of Technology Management in China”, 2010, vol. 4(2), s. 2.

postrzegać także jako jeden z elementów planu zwiększenia siły oddziaływania tego kraju na populację świata. Wspomniana forma rozrywki elektronicznej dobrze wpisuje się we współczesną ideę siły rozważnej, będącej wynikiem dopełniania się czynników miękkich i twardych, stanowiąc wyraz połączenia filarów potęgi w wymiarze ekonomicznym, technologicznym i kulturowym¹²⁴. Nic więc dziwnego, że strategia rządu ChRL odnośnie do wykorzystania gier wideo nosi cechy większych inicjatyw podejmowanych na każdym z trzech pól.

Podobnie jak w przypadku innych działań Chin o charakterze mocarstwowym, za podstawę działań wykorzystujących gry również służy siła chińskiej gospodarki, która przekłada się na możliwości zajmujących się tą branżą przedsiębiorstw. Niebagatelne jest także znaczenie nowoczesnej, powszechnie dostępnej infrastruktury informatycznej, umożliwiającej oferowanie produktów wysokiej klasy¹²⁵. Jest to wyraz typowego dla ChRL przypadku, gdzie rozwijane przez lata dwa główne przejawy siły twardej mają za zadanie wspomóc wciąż ograniczoną miękką siłę oddziaływania kulturalnego.

Studia trudniące się produkcją gier wideo mogą również skorzystać z bardziej bezpośredniej pomocy ze strony rządu. Zaliczyć tu można zarówno wspólne dla wszystkich branż o charakterze rozrywkowym lokalne ułatwienia podatkowe, służące tworzeniu się wyspecjalizowanych, zwartych klastrów, jak również inicjatywy poszczególnych instytucji państwowych, mających na celu rozwój szczególnie istotnych dla kraju gałęzi przemysłu. W przypadku branży gier sytuacja jest o tyle korzystna, iż, ze względu na specyficzny, wielowymiarowy charakter produktu, twórcy mogą korzystać ze wsparcia oferowanego nie tylko przez Ministerstwo Kultury, ale też Ministerstwo Nauki i Technologii oraz Ministerstwo Przemysłu i Technologii Informatycznych¹²⁶.

Dość specyficznie przedstawia się w tym przypadku także kwestia kreacji wspomnianych klastrów. Władze wydają się dokładać starań, aby przedsiębiorstwa stanowiące trzon krajowej branży gier zlokalizowane były przede wszystkim w głównych miastach wschodniego wybrzeża Chin na czele z Szanghajem i Hangzhou¹²⁷. Wynika to najprawdopodobniej z równoległej w stosunku do produkcji gier promocji chińskiego e-sportu, czyli turniejowych zmaganiań pomiędzy najlepszymi zawodnikami, w których rolę

¹²⁴ J. Nye, *Get Smart...*, *op. cit.*, s. 163.

¹²⁵ P. Ström, M. Ernkvist, *Product and Service Interaction in the Chinese Online Game Industry*, "Technology Innovation Management Review", 2014, vol. 8(5), s. 12-13.

¹²⁶ C. Cao, *China has a big plan to become the global centre of the games industry*: <https://www.mobvista.com/en/press/china-has-a-big-plan-to-become-the-global-centre-of-the-games-industry/#!> (dostęp: 06.10.2020).

¹²⁷ *Ibidem*.

tradycyjnych dyscyplin sportowych odgrywają popularne gry wideo¹²⁸. Jest to nowa, ciesząca się dużym zainteresowaniem w krajach Azji forma rozrywki, zyskująca na znaczeniu również w innych regionach świata. Największe miasta środkowej części wybrzeży Chin, organizujące najważniejsze powiązane wydarzenia rangi międzynarodowej, kreowane są na globalne centrum e-sportu, naturalnym jest więc wybór tej lokalizacji jako serca całej chińskiej branży gier. Niesie to ze sobą również znaczenie prestiżowe dla całej ChRL, o której świadomość w kręgach pasjonatów tej formy rozrywki staje się coraz większa¹²⁹.

Wspierani przez państwo chińscy producenci gier wideo znajdują motywację do ekspansji na rynki zagraniczne nie tylko w perspektywie poszerzenia grona odbiorców swoich dzieł. Skłaniają ich do tego również działania rządu, w szczególności te radykalne pokroju zawieszenia wydawania pozwoleń na publikację nowych gier w Chinach na okres blisko jednego roku¹³⁰. Choć, przynajmniej oficjalnie, przyczynę takich poczynań stanowi troska o zdrowie i wzrok najmłodszych Chińczyków, zamknięcie najważniejszego dla chińskich studiów rodzimego rynku jest jednocześnie silnym, nagłym impulsem do szybkiego znalezienia nowych rynków zbytu, niejako zmuszając twórców do skupienia się na eksporcie własnych dzieł niosących przekaz zgodny z myślą KPCh. Ponadto, sytuacje tego pokroju sprawiają też, że najlepiej rozwinięte z chińskich przedsiębiorstw zajmujących się grami wideo decydują się na przejęcia studiów zagranicznych, ułatwiając sobie działalność na tamtejszych rynkach, jak również zwiększając chińską kontrolę nad całą światową branżą gier, wpasowując się w ogólnogospodarczą kampanię „wychodzenia na zewnątrz”¹³¹.

Tak samo jak w przypadku całości przemysłu rozrywkowego, ChRL jest w stanie wpływać na zagranicznych twórców wykorzystując siłę gospodarczą w sposób pasywny. Twórcy gier, nęceni wielkością rynku i potencjalnymi dochodami, zmuszeni są dostosować swoje dzieła do wymogów chińskiego prawa i cenzury. W celu uniknięcia kosztów wprowadzania dodatkowych zmian studia nierzadko decydują się tworzyć gry

¹²⁸ A. Stępnik, *E-sport z perspektywy teorii sportu*, „Homo Ludens”, 2009, vol. 1, s. 213.

¹²⁹ T. Xu, *Shanghai wants to be the world's 'e-sports capital'*: <https://technode.com/2019/06/14/shanghai-wants-to-be-the-worlds-e-sports-capital/> (dostęp: 06.10.2020).

¹³⁰ Jiàoyùbù děng bā bùmén guānyú yìnfā 《Zōnghé fāngkòng értóng qīngshàonián jìnshì fāng'àn》 de tōng zhī (教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》的通知), *Wspólne stanowisko Ministerstwa Edukacji i ośmiu innych ministerstw odnośnie do wprowadzenia „Kampanii przeciwdziałania krótkowzroczności wśród dzieci i młodzieży”*), Ministerstwo Edukacji ChRL, Pekin 2018, art. 2.

¹³¹ P. Frater, *Tencent Accelerates Games Company Acquisitions*: <https://variety.com/2020/biz/asia/tencent-games-company-acquisitions-1234624022/> (dostęp: 06.10.2020).

od początku biorąc pod uwagę rygorystycznych cenzorów. Gry są w tym kontekście dość osobliwym artykułem rozrywkowym, gdyż, poza samą treścią, obostrzenia dotyczą także mechanik gry, z którymi wchodzi w interakcje konsumenci. Przykładem może być całkowity zakaz promowania szeroko pojętego hazardu, który zmusza producentów do zastosowania nowatorskich podejść do kwestii losowości w grach. Taki stan rzeczy wskazuje więc nie tylko na możliwość promocji treści zgodnych z narracją władz w Pekinie, ale także na wyznaczanie przez Chiny nowych standardów narzucanych studiom, które rozpropagowują je w skali świata¹³².

Innym przejawem sprzyjających chińskim producentom gier wideo działań rządu w Pekinie jest także obowiązek posiadania lokalnego partnera przez wszystkich zagranicznych twórców pragnących opublikować swoje gry w ChRL. Działalność o charakterze kulturowym, istotna dla interesów państwa, jest w Chinach ściśle uregulowana i niemożliwym jest, aby takim przedsięwzięciem bezpośrednio zajmowały się podmioty obce¹³³. Efektem jest powstanie instytucji partnera, czyli przedstawiciela, który w zastępstwie za oryginalnego producenta wprowadzi i utrzyma grę na rynku Państwa Środka. Funkcję tę pełnią zwykle przedsiębiorstwa zajmujące się także innymi powiązanymi z grami wideo zagadnieniami, tym samym chińscy twórcy i wydawcy gier wideo zyskują nie tylko dobrą okazję do nawiązania międzynarodowych kontaktów biznesowych, ale także posiadają wgląd do kodu źródłowego produktu czy niuansów niezbędnej infrastruktury informatycznej. Pozwala to im wykorzystać zdobytą wiedzę i doświadczenie do doskonalenia własnych produktów, zwiększając szanse na odniesienie sukcesu przez przyszłe chińskie gry wydane w innych krajach¹³⁴.

Gry wideo stanowią jeden z elementów realizowanego od dekad planu chińskich władz, którego celem jest zwiększenie ogólnej potęgi Chin zgodnie z nowoczesnym sposobem jej pojmowania, doprowadzając to państwo do pozycji wiodącego światowego mocarstwa. Choć wspomniana forma rozrywki elektronicznej nie jest częścią najbardziej ambitnych, przyciągających uwagę obserwatorów z całego świata projektów pokroju Inicjatywy Pasa i Szlaku, jest jednak istotnym fragmentem całości, który, w połączeniu z innymi, może doprowadzić do ziszczenia się aspiracji chińskiego rządu. Gry, ze względu na swoją naturę, łączą w sobie interesujące cechy różnych kampanii ChRL,

¹³² M. Snyder, *China's Digital Game Sector*, U.-S.-China Economic and Security Review Commission, Washington 2018, s. 12.

¹³³ G. Pilarowski, *China Legal Update*, „Games Industry Law Journal”, 2017, vol. 6(1), s. 5.

¹³⁴ *Ibidem*, s. 24-26.

stanowiąc jednocześnie produkt o niebagatelnym znaczeniu gospodarczym i wyraz poziomu zaawansowania technologii, czyli dwóch największych atutów w posiadaniu tamtejszego rządu, jak i zyskujący na znaczeniu środek przekazu kulturowo-ideologicznego, dotychczas największej bolączki chińskich dygnitarzy. Chiny również i w tym przypadku nie stronią od innowacji, kierując wysiłku głównie ku zwiększeniu wpływu oddziaływania i świadomości na temat Chin wśród przeciętnych obywateli świata, nowatorsko łącząc aspekty miękkie i twarde w siłę inteligentną, za której przejaw można uznać m.in. branżę gier wideo.

ROZDZIAŁ 3. ŚWIATOWY RYNEK GIER WIDEO Z PERSPEKTYWY CHIŃSKIEJ SMART POWER

3.1. Rynek gier jako droga do wzmocnienia chińskiej ekonomicznej siły twardej

Idea siły rozważnej (*smart power*), czyli umiejętnego połączenia posiadanych pokładów sił twardej i miękkiej w taki sposób, by wzajemnie przeplatały się i wzmacniały, uznawana jest często przez współczesnych badaczy za dobrze dostosowaną do aktualnej rzeczywistości metodę identyfikacji źródeł potęgi nowoczesnego mocarstwa. Można interpretować ją także jako wytyczne, którymi kierować powinny się państwa aspirujące do zajęcia czołowych pozycji w globalnej hierarchii. Władze Chińskiej Republiki Ludowej podchodzą do kwestii wspomnianej siły właśnie w ten sposób, dokładając starań, by posiadane przez Chiny pokłady *hard* i *soft power* nieustannie rosły.

Choć znajdujące się w rękach chińskich dygnitarzy zasoby siły twardej w jej najważniejszym, ekonomicznym wydaniu powszechnie uważa się za jedne z największych na świecie, co jest zasługą skutecznej polityki rządu i wynikającego z niej niewiarygodnie prężnego i przez dekady utrzymującego się na stosunkowo wysokim poziomie wzrostu gospodarczego¹³⁵, rządzący ChRL nie poprzestają na tym, dążąc do dalszego wzmocnienia ekonomicznej potęgi Chin. Jest to działanie jak najbardziej prawidłowe, gdyż, jak pokazano w rozdziale pierwszym niniejszej pracy, zarówno wg myśli Zachodu, jak i Państwa Środka utrzymanie pozycji mocarstwa nie jest możliwe bez dalszego rozwoju i postępującego wzrostu siły względem rywali. Kluczową rolę odgrywa tutaj poszukiwanie i wykorzystywanie nowych, innowacyjnych, często ignorowanych alternatywnych źródeł *hard power*, a co za tym idzie, zgodnie z koncepcją *smart power*, także wynikającej z niej siły miękkiej. Jedną z perspektywicznych branż, która spełnia te wymagania, jest branża gier wideo.

Gry elektroniczne istnieją już od blisko pół wieku. Przez wiele lat postrzegane były przede wszystkim jako forma rozrywki odpowiednia wyłącznie dla dzieci, pozbawiona jakichkolwiek wyższych wartości wyróżniających m.in. sztukę filmową i niewarta zainteresowania ze strony inwestorów. Choć w sposobie postrzegania gier zachodzą stopniowe zmiany, widoczne w szczególności w ostatniej dekadzie, wciąż jednak

¹³⁵ W. M. Morrison, *China's Economic Rise: History, Trends, Challenges, and Implications for the United States*, Congressional Research Service, Washington 2019, s. 5-6.

powszechnie powielane są negatywne, czasem krzywdzące opinie wygłaszane w oparciu o stan rynku gier sprzed kilku dekad¹³⁶.

Początków rynku gier wideo można doszukać się w latach 70. ubiegłego wieku, kiedy to świeżo powstałe amerykańskie przedsiębiorstwo Atari wydało na rynku rodzimym automat z imitującą rozgrywkę tenisa stołowego grą *Pong*. To innowacyjne urządzenie spotkało się z bardzo dużym zainteresowaniem nie tylko konsumentów, ale także licznych naśladowców, którzy w krótkim czasie zaczęli produkować bliźniaczo podobne produkty. Prym w branży, ograniczonej raczej do Stanów Zjednoczonych i rozpoczynającej budowę przemysłu konsolowego Japonii, wiodło jednak Atari, którego dominację wzmocnił jeszcze sukces gry *Space Invaders*¹³⁷. Prężnie rozwijał się również sam rynek gier, którego globalna wartość, mierzona jako suma przychodów odnotowanych w danym roku przez przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją i wydawaniem gier, wyniosła w 1977 r., zaledwie cztery lata po wydaniu pierwszej gry, ok. 400 mln USD¹³⁸. Co więcej, w 1982 r. rynek samych tylko automatów wykazywał przychody przewyższające te uzyskiwane przez hollywoodzki przemysł filmowy, a globalna wartość rynku gier wyniosła blisko 18 mld USD, z czego ok. 88% przypadało na rynek Stanów Zjednoczonych¹³⁹.

Dobra passa gier wideo została jednak przerwana szybko, już w 1983 r. Spadające ceny komponentów, coraz lepsza dostępność niezbędnej wiedzy i świadomość o płynących z branży dochodach przyciągnęły rzeszę przedsiębiorstw i indywidualnych osób, które podjęły decyzję o rozpoczęciu produkcji i sprzedaży własnych gier. Doprowadziło to do zalania rynku falą gier niskiej jakości, których często nie dało się nawet ukończyć ze względu na wszechobecne błędy, skutkiem czego konsumenci masowo odwrócili się od tej formy rozrywki, prowadząc do załamania całego rynku. Szacuje się, iż wartość rynku skurczyła się w tym okresie o połowę¹⁴⁰. Wydarzenie to odcisnęło piętno na wizerunku branży gier wideo, ukazując ją jako bardzo wrażliwą i niegodną zaufania inwestorów, a same produkty jeszcze przez wiele lat kojarzone były

¹³⁶ C. M. Stoic, *Why Video Games Are Still A Looked Down Upon Art Form*: <https://upyourgeek.com/2018/11/30/why-video-games-are-still-a-looked-down-upon-art-form/> (dostęp: 09.02.2021).

¹³⁷ M. Ernkvist, *Down Many Times, but Still Playing the Game: Creative Destruction and Industry Crashes in the Early Video Game Industry 1971-1986*, International Economic History Congress, Helsinki 2006, s. 170-171.

¹³⁸ J. Cary, *Trigger happy*, "Third Way", 2003, vol. 26(3), s. 26.

¹³⁹ E. M. Rogers, J. K. Larsen, *Silicon Valley fever: growth of high-technology culture*, Basic Books, New York 1984, s. 263.

¹⁴⁰ M. Ernkvist, *op. cit.*, s. 181-183.

głównie z mało ambitnymi grami wydanymi w tym czasie. Swoistym ucieleśnieniem całej branży stała się wyjątkowo niskiej jakości gra wyprodukowana na licencji filmu *E.T.*, której miliony niesprzedanych egzemplarzy zostały zalane betonem i zakopane w Alamogordo w stanie Nowy Meksyk¹⁴¹.

Choć pozostała część lat 80. przebiegała pod znakiem rozwoju rynku gier, napędzanego przede wszystkim przez rywalizujących ze sobą japońskich producentów konsol w postaci Nintendo i Segi, opinia publiczna wciąż podchodziła do całej branży z pewnym powątpiewaniem¹⁴². Niewiele zmieniły w tej kwestii także lata 90., kiedy to obok rynku konsolowego pojawił się także oddzielny segment skupiony na szybko zyskujących na popularności komputerach osobistych. Platforma PC, ze względu na swój specyficzny charakter objawiający się w łatwości zarówno tworzenia gier, co przywodziło na myśl skojarzenia z sytuacją z 1983 r., jak i uprawiania piractwa, czyli ich nielegalnego kopiowania i rozprowadzania¹⁴³, nie cieszyła się dużym uznaniem potencjalnych inwestorów. Sytuacji całego rynku nie poprawiły również zachwiania jego wartości spowodowane klęską wydanej przez Segę konsoli Dreamcast i, w konsekwencji, problemami finansowymi przedsiębiorstwa będącego filarem branży¹⁴⁴.

Przełomem, jeśli chodzi o wyniki finansowe odnotowywane na rynku gier wideo, okazała pierwsza dekada nowego tysiąclecia. Wartość wspomnianego rynku prawie podwoiła się między 2002 a 2007 r., rosnąc z poziomu ok. 22 mld do 42 mld USD¹⁴⁵. Szczególnie istotnym wydarzeniem było wprowadzenie na rynek nowoczesnych systemów operacyjnych dla smartfonów przez Apple i Google, co miało miejsce w 2007 r., dzięki czemu konsumenci otrzymali właściwie nieograniczony i niewymagający wysiłku dostęp do internetowych sklepów z aplikacjami, w których ofercie znaleźć można było także gry¹⁴⁶. Moment ten stanowi początek bardzo szybkiego i, z wyłączeniem 2009 r., gdy odczuwalny był wpływ skutków Globalnego Kryzysu Finansowego, nieprzerwanego wzrostu wartości światowego rynku gier wideo.

¹⁴¹ P. Ruffino, *Burying E. T. the Extra-Terrestrial: Undoing Game Archeology*, First Joint International Conference of DiGRA and FDG, Dundee 2016, s. 1.

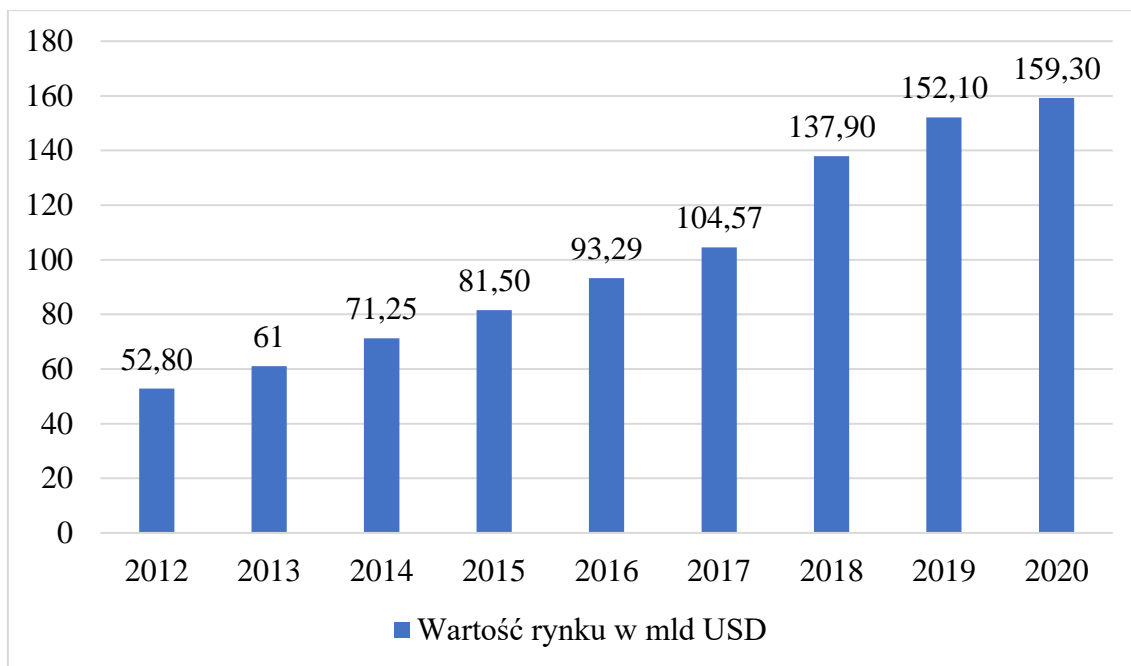
¹⁴² O. Wallach, *The history of the gaming industry in one chart*: <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/gaming-games-consels-xbox-play-station-fun/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁴³ P. F. Gorder, *Balancing video-game piracy issues*, "IEEE Security & Privacy", 2004, vol. 2(1), s. 1.

¹⁴⁴ D. Reeves, *Sega and The Demise of the Dreamcast*, Stanford University, Stanford 2003, s. 7-8.

¹⁴⁵ F. Caron, *Gaming expected to be a \$68 billion business by 2012*: <https://arstechnica.com/gaming/2008/06/gaming-expected-to-be-a-68-billion-business-by-2012/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁴⁶ O. Wallach, *50 Years of Gaming History, by Revenue Stream (1970-2020)*: <https://www.visualcapitalist.com/50-years-gaming-history-revenue-stream/> (dostęp: 09.02.2021).



Rys. 1. Zestawienie wartości globalnego rynku gier wideo w mld USD w latach 2012-2020

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych serwisów Statista i Newzoo: *Statista – Value of the global video games market from 2012 to 2021*: <https://www.statista.com/statistics/246888/value-of-the-global-video-game-market/> (dostęp: 09.02.2021), *Newzoo Global Game Market Report 2019*, Newzoo, Amsterdam 2019, s. 13, *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 16.

Szacuje się, iż suma przychodów odnotowanych przez podmioty działające na globalnym rynku gier oscylowała wokół 51 mld USD w 2012 r.¹⁴⁷, podczas gdy siedem lat później była to kwota rzędu 152 mld USD¹⁴⁸, a wstępne wyliczenia oparte o dane z 2020 r. pokazują, iż wartość ta jeszcze wzrosła do poziomu ok. 159 mld USD¹⁴⁹ (rys. 1.). Ten niezwykle szybki wzrost już od kilku lat utrzymuje się na średnim poziomie ok. 9% w skali roku i, wg prognoz, stan ten nie tylko nie pogorszy się w nadchodzących latach, lecz postęp może wręcz ulec przyspieszeniu. Tyczy się to w szczególności gier mobilnych, odpowiedzialnych już za blisko 40% całego rynku, których wartość w 2020 r. miała wzrosnąć o nawet 16%¹⁵⁰.

Na przestrzeni swojej dość krótkiej pięćdziesięcioletniej historii światowy rynek gier wideo, pomimo problemów w początkowym okresie funkcjonowania, zanotował bardzo prężny i szybki wzrost, czyniący go atrakcyjnym z perspektywy inwestycji

¹⁴⁷ *Statista – Value of the global video games market from 2012 to 2021*: <https://www.statista.com/statistics/246888/value-of-the-global-video-game-market/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁴⁸ *Newzoo Global Game Market Report 2019*, Newzoo, Amsterdam 2019, s. 13.

¹⁴⁹ *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 16.

¹⁵⁰ *Ibidem*, s. 14-15.

i dalszego rozwoju chińskiej siły twardej. Jest to rynek jednocześnie dochodowy, jak i wciąż zaniedbywany, idealnie wpasowując się tym samym w chińską strategię korzystania z alternatywnych, innowacyjnych źródeł własnej siły, w tym potęgi gospodarczej. Co więcej, jako dwa najszybciej rozwijające się rynki regionalne wskazuje się Afrykę oraz Amerykę Łacińską, których rynki rosną średnio o odpowiednio 14,5% i 10% w skali roku, a to właśnie w tych, pod wieloma względami ignorowanych ekonomicznie i politycznie częściach globu, Chińska Republika Ludowa wydaje się szczególnie chętnie szukać wsparcia swoich dążeń do statusu największego z mocarstw. Nie jest więc dziwnym, iż Chiny zwracają uwagę na branżę gier wideo¹⁵¹.

Dynamiczny rozwój globalnego rynku gier elektronicznych w ostatnich latach związany jest również z wysokim trendem wzrostowym, który można zauważyć w całej szeroko pojętej branży rozrywkowej¹⁵². Tym, co wyróżnia gry wideo jest natomiast skala odnotowanego przyrostu. Dobrze może zobrazować to porównanie przychodów odnotowanych w 2019 r. w różnych sektorach globalnej branży rozrywkowej, gdyż same tylko gry mobilne, której wartość wyniosła ok. 68 mld USD, okazały się bardziej dochodowe niż przemysł filmowy i muzyczny razem wzięte, gdyż te uzyskały zaledwie 42,5 i 20 mld USD przychodu na całym świecie¹⁵³.

Istotną kwestią jest nie tylko sama wielkość rynku gier, ale także to, jak wartość ta zróżnicowana jest pomiędzy państwami. Choć w kontekście historycznym za największe rynki uznaje się przede wszystkim stanowiące kolebkę branży Stany Zjednoczone i Japonię wraz z wysoko rozwiniętymi krajami Europy Zachodniej, współcześnie nie należy lekceważyć również rynku chińskiego. Rynek gier w ChRL rozwijał się w sposób odmienny od wspomnianych wcześniej państw, co wynikało przede wszystkim z obowiązującego od 2000 r. oficjalnego zakazu sprzedaży konsol w tym kraju¹⁵⁴. Nie przeszkodziło to jednak w jego szybkim, choć nieco spóźnionym w stosunku do innych wroście. Przychody podmiotów na chińskim rynku gier wideo w 2007 r. wynosiły zaledwie ok. 1,66 mld USD, podczas gdy jedenaście lat później wartość ta wyniosła już prawie 38 mld USD, czyniąc Państwo Środka największym rynkiem gier na całym

¹⁵¹ *Ibidem*, s. 16.

¹⁵² *Global Entertainment & Media Market Research Report*, Market Research Future, Maharashtra 2020, s. 1.

¹⁵³ F. Richter, *Gaming: The most lucrative entertainment industry by far*: <https://www.statista.com/chart/22392/global-revenue-of-selected-entertainment-industry-sectors/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁵⁴ J. Zhang, C. L. Chiu, *The impact of game censorship and regulations on foreign game consoles in China*, CMI Conference on Cybersecurity and Privacy, Copenhagen 2020, s. 1.

świecie, dystansując przy tym znajdujące się na drugiej pozycji Stany Zjednoczone¹⁵⁵. Publikowane na bieżąco dane dotyczące sytuacji rynkowej w 2019 r. podlegały częstym drobnym korektom prowadzącym do zmiany aktualnego lidera światowego rynku, ostatecznie to jednak Stany Zjednoczone wróciły na pierwsze miejsce¹⁵⁶. Z jednej strony status największego rynku jest jednym z elementów oddziałujących na prestiż danego państwa, co jest istotną kwestią w kontekście rywalizacji między mocarstwami. Z drugiej, bardziej niż przewodzenie w stawce istotny jest sam fakt, iż Stany Zjednoczone i Chiny odpowiedzialne są za ok. 50% globalnych przychodów na rynku gier, co daje im możliwość wpływania na tendencje rządzące rynkiem światowym, a wywodzące się z tych krajów przedsiębiorstwa odznaczają się dużym obyciem i doświadczeniem w rywalizacji z innymi, stając się dużym atutem na polu *hard power*.

Pozytywnie z punktu widzenia chińskiej racji stanu prezentują się także tendencje panujące na międzynarodowych rynkach gier wideo na przestrzeni ostatnich lat. Rynki państw Zachodu dotychczas kojarzone były przede wszystkim z zamiłowaniem do gier konsolowych i komputerowych¹⁵⁷, jednakże w ostatnich latach to znajdujące się na fali wznoszącej gry mobilne stały się najważniejszym elementem struktury tamtejszych rynków¹⁵⁸. W Chinach natomiast można zaobserwować proces odwrotny, gdyż, po zniesieniu zakazu sprzedaży konsol w 2014 r., również urządzenia dedykowane grom wideo zaczęły cieszyć się zainteresowaniem na tym zdominowanym przez komputery i telefony rynku¹⁵⁹. Wciąż to jednak gry mobilne stanowią zdecydowanie najważniejszą część chińskiego rynku, co też stawia chińskie przedsiębiorstwa w bardzo dobrej sytuacji. Mają bowiem, w przeciwieństwie do zazwyczaj niezainteresowanych rynkiem oprogramowania mobilnego studiów zachodnich, znaczące doświadczenia w produkcji gier tego typu, a postępujący proces upodabniania się rynków do siebie stanowi więc dla nich dobrą okazję do ekspansji¹⁶⁰.

¹⁵⁵ T. Wijman, *Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018*: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁵⁶ Statista – *Leading gaming markets worldwide in 2019, by gaming revenue*: <https://www.statista.com/statistics/308454/gaming-revenue-countries/> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁵⁷ *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry 2018*, Entertainment Software Association, Washington 2018, s. 5.

¹⁵⁸ *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry 2020*, Entertainment Software Association, Washington 2020, s. 8.

¹⁵⁹ P. Li, *Nintendo ships 1 million Switches in China since late-2019 launch*: <https://www.reuters.com/article/us-tencent-nintendo-exclusive-idUSKBN29G0PC> (dostęp: 09.02.2021).

¹⁶⁰ *Zhōngguó yídòng yóuxì hángyè yán jiù bàogào (中国移动游戏行业研究报告)*, Raport nt. branży gier mobilnych w Chinach, iResearch, Shanghai 2020, s. 4.

Zmiany na światowym rynku ostatnich lat objęły także grono najbardziej wpływowych producentów gier. Choć, podobnie jak w przypadku wartości rynków krajowych, historycznie największe przychody odnotowywały przede wszystkim podmioty ze Stanów Zjednoczonych oraz Japonii w postaci np. Sony, Nintendo czy Microsoftu, w pierwszej szóstce zestawienia działających na rynku gier przedsiębiorstw mogących poszczycić się największymi strumieniami związanego z branżą gier przychodu w 2019 r. znalazło się dwóch producentów z Chin. Przychody pierwszego z nich, korporacji Tencent, wyniosły ponad 20 mld USD, co stanowi ok. 13% całych globalnych przychodów branży, wysuwając przedsiębiorstwo na pierwsze miejsce rankingu. Drugi z chińskich reprezentantów, firma NetEase, uplasowała się na szóstej pozycji, odznaczając się jednak zdecydowanie najszybszym w zestawieniu, wynoszącym 16% w skali roku przyrostem wartości, kontrastując przy tym ze znacznie gorzej radzącymi sobie spółkami amerykańskimi. Pokazuje to, iż przedsiębiorstwa chińskie nie tylko zajmują już miejsce pośród najbardziej wpływowych producentów gier, ale ich pozycja najprawdopodobniej będzie ulegać dalszemu wzmocnieniu, zwiększając tym samym chińską twardą siłę oddziaływania¹⁶¹.

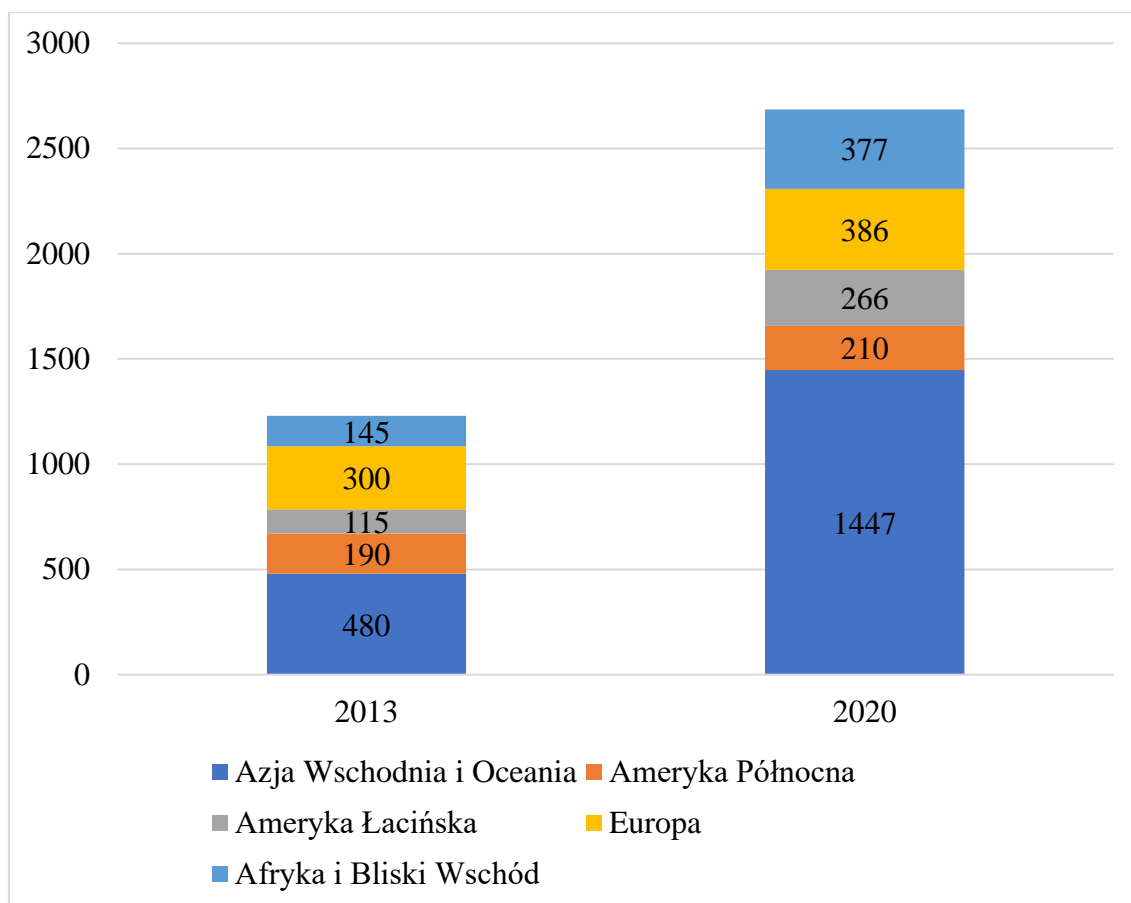
Światowy rynek gier wideo jawi się jako bardzo atrakcyjny pod względem finansowym. Pomimo burzliwych początków, które rzucają się cieniem na powszechną opinię nt. branży, jest to innowacyjna i posiadająca wciąż duży potencjał rozwoju część gospodarki. Biorąc to pod uwagę, nie należy dziwić się, iż Chiny, jak i chińskie przedsiębiorstwa, zwracają swoją uwagę na wspomniany rynek, gdyż stanowi on pozornie niecodzienny kierunek rozwoju, dobrze wpisujący się jednak w ogólne założenia chińskiej ekspansji i zwiększania posiadanej siły twardej, a co za tym idzie, także siły rozważnej.

3.2. Potencjalne pokłady siły miękkiej drzemące w globalnym rynku gier

Podstawą mocarstwowości we współczesnym rozumieniu tego słowa jest nie tylko kwantyfikowalna, stosunkowo łatwo wyrażana poprzez różnego rodzaju wskaźniki siła twarda, ale również znacznie bardziej problematyczna do zmierzenia siła miękka. Związana jest przede wszystkim ze zdolnością danego państwa do wywierania nacisku na inne podobne podmioty w sposób mniej dosadny niż ma to miejsce w przypadku typowej ekonomicznej *hard power*, wykorzystując do tego m.in. własny prestiż,

¹⁶¹ *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 27.

atrakcyjność stosowanych rozwiązań czy też kreując swój pozytywny wizerunek na świecie. Rynek gier wideo, ze względu na skupienie się na produktach o charakterze kulturowym, których popularność niezmiennie rośnie, jawi się jako interesujące źródło potencjalnej *smart power* w oczach ambitnych rządzących, w tym włodarzy Chińskiej Republiki Ludowej.



Rys. 2. Porównanie zmian w globalnej populacji graczy między 2013 a 2020 r. w milionach osób w podziale na zamieszkiwany obszar

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych serwisu Newzoo: *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 17, *Newzoo – Global Games Market Report Infographics 2013*: <https://newzoo.com/insights/infographics/global-games-market-report-infographics-2013> (dostęp: 11.02.2021).

Elementem kluczowym, bez którego nie można rozważać jakichkolwiek metod stosowania siły miękkiej, są ludzie mający stać się celem jej oddziaływania. W przypadku rynku takiego jak rynek gier wideo, nie należy zapominać, iż wzrost wartości odnotowywanych przychodów czy też innych wskaźników wynika przede wszystkim ze zwiększenia się liczby osób zaopatrujących się na tym rynku. Szacuje się, iż w 2013 r. światowa populacja graczy liczyła ok. 1,2 mld osób regularnie oddających się tej formie rozrywki, podczas gdy w 2020 r. globalna liczba graczy wynosiła już 2,7 mld, więcej niż

podwajając się w ciągu zaledwie siedmiu lat (rys. 2). Co więcej, choć wzrost ten zauważalny był w każdej części świata, w niektórych regionach był on jednak wyraźnie szybszy niż w pozostałych. Afryka i Bliski Wschód, w 2013 r. będące domem ok. 145 mln graczy, w 2020 r. mogły poszczycić się już 377 mln osób pasjonujących się grami wideo. Region ten prawie zrównał się z kontynentem europejskim pod względem liczebności szeregów graczy, gdyż na Starym Kontynencie wynosi ona ok. 386 mln, w ciągu ostatnich siedmiu lat zwiększyła się jednak o mniej imponującą liczbę 86 mln graczy^{162 163}. Tak znaczące zwiększenie się populacji graczy, w szczególności w tych rejonach, w których podejmowane próby ekspansji chińskich wpływów są dobrze widoczne, stanowi równie dużą szansę dla Chin na zwiększenie posiadanej siły miękkiej, umożliwiając płynącemu z Pekinu przekazowi dotarcie do każdego zakątka globu poprzez gry wideo.

W podobnie korzystny z perspektywy Komunistycznej Partii Chin sposób kształtował się również rozwój lokalnej populacji chińskich graczy. W 2013 r. liczyła ona ok. 180 mln osób, co było wartością zbliżoną do liczby miłośników gier w Ameryce Północnej czy też Europie Zachodniej¹⁶⁴. Jednakże, dzięki m.in. postępującemu wzrostowi poziomu zamożności społeczeństwa chińskiego i coraz lepszemu dostępowi do szerokopasmowych łączy internetowych, liczebność chińskich graczy do 2020 r. wzrosła o ok. 350%, osiągając pułap 661 mln osób, co stanowi prawie 25% całej światowej populacji graczy¹⁶⁵. Rzesze chińskich pasjonatów gier wideo stanowią znaczącą siłę w rękach rządu, wyrażającą się nie tylko przez duży potencjał finansowy i siłę przyciągania chińskiego rynku, ale też zdolność chińskich graczy do jednoczenia się i działania na rzecz ojczyzny.

Jednym z najczęściej spotykanych i jednocześnie najbardziej dotkliwych dla branży przejawów chińskiego nacjonalizmu i oddania partii rządzącej jest powszechnie odczuwany przez chińskich graczy obowiązek obrony dobrego imienia Chin przed domniemanym godzeniem w wizerunek kraju przez produkty z Zachodu. Powinność ta wyraża się przede wszystkim przez zorganizowane akcje protestacyjne określone

¹⁶² *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 17.

¹⁶³ *Newzoo – Global Games Market Report Infographics 2013*: <https://newzoo.com/insights/infographics/global-games-market-report-infographics-2013> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁶⁴ *Ibidem*.

¹⁶⁵ J. Ye, *China's video games industry racked up US\$10.4bn in sales in third quarter as boom continues post-pandemic*: <https://www.scmp.com/tech/gear/article/3110052/chinas-video-games-industry-racked-us104bn-sales-third-quarter-boom> (dostęp: 11.02.2021).

angielskim mianem *review bombing*. Proces ten polega na masowym wystawianiu negatywnych opinii i jak najniższych not w serwisach rankingowych tym dziełom, które, w rozumieniu Chińczyków, działają na szkodę ChRL¹⁶⁶. Prowadzi to często do znaczącego pogorszenia ogólnych wyników odnoszonych przez dane studio, spadków liczby sprzedanych kopii i problemów marketingowych producenta. Problem ten dotyka zwykle nie tylko danej gry, obejmując także inne produkcje danego przedsiębiorstwa, czego przykładem może być masowe wystawianie negatywnych opinii grom z serii *Monster Hunter* w reakcji na opublikowany w grudniu 2020 r. film na bazie jednej ze wspomnianych gier¹⁶⁷.

Tym, co szczególnie niepokojące z perspektywy innych krajów, nie są jednak same opinie chińskich internautów, ale reakcje przedsiębiorstw, wobec których są one wymierzone. Warto wspomnieć tu o przypadku gry *Shining Nikki*, której producent, tajwańsko-chińskie studio Paper Games, postanowiła uczcić otwarcie koreańskiego serwera gry w listopadzie 2020 r. udostępnieniem graczom zestawu tradycyjnych koreańskich strojów dla swoich postaci. Chińscy gracze uznali jednak, że wspomniany ubiór to tak naprawdę typowe antyczne chińskie odzienie, oskarżając Paper Games o celowe działanie antychińskie i zakłamywanie historii, używając przy tym wszelkich znanych sobie sposobów, by zaszkodzić producentowi. Choć działanie Chińczyków spotkało się z reakcją broniących studia graczy koreańskich, ostatecznie Paper Games ugięło się pod żądaniem tych pierwszych i wyłączyło koreański serwer, uniemożliwiając Koreańczykom legalne dołączenie do gry¹⁶⁸.

Podobna sytuacja miała miejsce w przypadku gry *Devotion* tajwańskiego Red Candle Games. Ta utrzymana w klimacie azjatyckich horrorów produkcja cieszyła się dużym uznaniem graczy, włączając w to graczy chińskich, aż do momentu, gdy odnaleziono ukryty w grze obraz z napisem „Xi Jinping – Kubuś Puchatek”. Jest to odniesienie do popularnego wśród przeciwników przewodniczącego państwa chińskiego porównania jego wizerunku do bohatera powieści A. A. Milne’a, które jest w Chinach uznane za obraźliwe i surowo karane¹⁶⁹. Na wieść o umieszczeniu w grze treści tego typu,

¹⁶⁶ V. Tomaselli, G. G. Cantone, V. Mazzeo, *Complex features in review bombing*, International Conference on Data Science & Social Research, Bari 2020, s. 1.

¹⁶⁷ V. Blake, *Chinese moviegoers react to Monster Hunter World by review bombing the game on Steam*: <https://www.gamesradar.com/chinese-moviegoers-react-to-monster-hunter-world-by-review-bombing-the-game-on-steam/> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁶⁸ J. Lim, *Mobile game Shining Nikki shuts down Korean server amid controversy over traditional clothing*: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20201106000660> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁶⁹ R. Freudenstein, *Why the Chinese Communist Party doesn't like Winnie the Pooh*, “European View”, 2020, vol. 19(2).

gracze z Chin rozpoczęli działania wymierzone w producenta gry, domagając się wyciągnięcia konsekwencji wobec tajwańskiego studia. Ostatecznie dopięli swego, a *Devotion*, pomimo oficjalnych przeprosin ze strony Red Candle Games, zostało usunięte ze wszystkich międzynarodowych sklepów trudniących się sprzedażą gier, stając się niedostępne dla graczy poza Tajwanem i znacząco zmniejszając przychody studia¹⁷⁰. Wydawało się, iż wspomniana gra może powrócić do sprzedaży za sprawą należącego do polskiej grupy CD Projekt sklepu internetowego GOG.com, który w grudniu 2020 r., po siedmiu miesiącach od wycofania *Devotion*, rozpoczął szeroko zakrojoną kampanię marketingową ogłaszającą przywrócenie tajwańskiej produkcji do oferty. Kilka dni przed planowanym powrotem gry sklep wycofał się jednak z tego planu, jako powód podając masową negatywną reakcję chińskich graczy¹⁷¹. Domniemywa się, że powodem mogła być również obawa CD Projekt Red o przyjęcie na istotnym dla przedsiębiorstwa rynku chińskim ich nowej produkcji, *Cyberpunk 2077*, której premiera wypadła w zbliżonym czasie.

Przytoczone powyżej przykłady są jedynie niektórymi z podobnych kontrowersji, które stanowiły dla chińskich graczy przyczynek do działania w obronie dobrego imienia swojej ojczyzny, które jednak wydają się nie tylko nie słabnąć wraz z upływem lat, ale nawet w ostatnim czasie się nasilać. Pokazuje to jak znaczący wpływ na posiadane przez dane państwo pokłady siły miękkiej posiada nie tylko władza, ale też jego zwykli obywatele wywierający nacisk na obce podmioty. Chińczycy jawią się jako grupa dość dobrze zorganizowana, chętna samodzielnie realizować politykę partii rządzącej bez żadnej zachęty z ich strony, będąc jednocześnie populacją tak liczną, iż są w stanie wymóc na zagranicznych przedsiębiorcach podporządkowanie woli rządu w Pekinie.

W przeciwieństwie do graczy chińskich, miłośnicy tej formy rozrywki elektronicznej w innych krajach są znacznie bardziej zróżnicowaną i mniej zjednoczoną grupą. Świadczy o tym zarówno mnogość gatunków gier wybieranych przez konsumentów¹⁷², które w decydujący sposób determinują m.in. sposób odbioru treści zawartej w danej produkcji, jak i duża różnorodność motywacji oraz celów kierujących

¹⁷⁰ K. Allen, *Taiwan game 'Devotion' upsets China with Winnie the Pooh reference*: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-47361172> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁷¹ I. Harris, *GOG won't sell horror game banned in China after "many messages from gamers"*: <https://www.pcgamesn.com/devotion/gog-release-date> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁷² Statista – *Game developers working on selected genres worldwide 2019*: <https://www.statista.com/statistics/569287/game-genres-developed-worldwide/> (dostęp: 11.02.2021).

graczami, a także potrzeb, które pragną w ten sposób zaspokoić¹⁷³. Choć powszechnie termin „gracz” kojarzy się raczej z młodym mężczyzną, który lubi spędzać czas w samotności i decyduje się przede wszystkim na zakup gier o wysokim progu wejścia pod względem umiejętności, w rzeczywistości odbiorcami gier wideo, w szczególności w krajach Zachodu, są osoby pochodzące z różnych środowisk, reprezentujące wszelkie grupy społeczne i wiekowe¹⁷⁴. W kontekście *soft power* jest to o tyle istotne, iż współczesny rynek gier wideo stanowi bramę, poprzez którą zawarty w grze przekaz może trafić do bardzo wielu zróżnicowanych konsumentów, zaznajamiając z jego treścią szeroki przekrój społeczeństwa. Z drugiej strony, dzięki wielorakości gatunków, niesiona wiadomość może przybierać kształt jak najbardziej skuteczny w przypadku konkretnych typów użytkowników, np. odnosząc się do chińskich ideałów w grach historycznych bądź używając atrakcyjnych, pełnych kolorów obrazów możliwych do skojarzenia z Chinami w grach dla dzieci.

Unikatowym elementem współczesnych gier, z naciskiem na najbardziej popularne gry mobilne, są interaktywne reklamy. Pomimo faktu, iż użytkownicy takich aplikacji mobilnych nie odnoszą się do samego zjawiska reklamy w sposób bardziej przychylny niż w przypadku konsumentów mediów innego typu, gracze znacznie częściej obcują z reklamami w sposób aktywny, z większą uwagą podchodząc do zawartej w nich treści, gdyż ich wyłączenie wymaga zwykle konkretnego działania ze strony korzystającego po upłynięciu określonego czasu, co zwieńczone jest nagrodzeniem gracza w jakiś sposób, np. poprzez obdarowanie go dodatkowymi punktami życia¹⁷⁵. Ze względu na konieczność bezpośredniego zaangażowania się gracza w proces pozbycia się reklamy, powiązanego również z pozytywnym nastawieniem łączącym się z oczekiwaniem na nagrodę, użytkownicy gier mobilnych okazują się być stosunkowo podatni na przekazywaną im w ten sposób wiadomość¹⁷⁶. Znajomość tego faktu może być wykorzystywana zarówno jako możliwość wykorzystania go na modłę typowej kampanii reklamowej, której ostatecznym celem jest zarobek związany ze wzmocnieniem

¹⁷³ N. Yee, *The Gamer Motivation Profile: What We Learned From 250,000 Gamers*, w: *CHI PLAY '16: Proceedings of the 2016 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, A. Cox, Z. O. Touns (red.), Sigchi, Austin 2016, s. 1.

¹⁷⁴ C. Herodotou, M. Kambouri, N. Winters, *What characteristics of the gamers' profile should be taken into account in player-centred game design?*, w: *Workshop Proceedings of the 11th International Conference on Intelligent Environments*, D. Preuveneers (red.), IOS Press, Prague 2015, s. 292-293.

¹⁷⁵ D. B. Nieborg, *App Advertising: The Rise of the Player Commodity*, w: *Explorations in Critical Studies of Advertising*, J. F. Hamilton, R. Bodle, E. Korin (red.), Routledge, New York 2017, s. 28-29.

¹⁷⁶ T. Winkler, K. Buckner, *Receptiveness of Gamers to Embedded Brand Messages in Advergaming*, „Journal of Interactive Advertising”, 2006, vol. 7(1).

siły twardej, ale też jako powszechnie akceptowana możliwość dołączenia do gry także treści niezwiązanych bezpośrednio z samą rozgrywką. Jest to jeden z potencjalnych sposobów rozwoju chińskiej siły miękkiej, z którym, ponadto, chińscy producenci gier mobilnych są już dobrze zaznajomieni.

Odmienna forma powiązana z potencjalnym oddziaływaniem na światopogląd i decyzje pasjonatów gier wideo skorelowana jest z zyskującym na popularności w ostatnich latach zjawiskiem tzw. „streamowania”, czyli emitowaniem transmisji na żywo w Internecie, ukazującej osobę streamera wykonującą konkretną czynność, często w towarzystwie udzielających się na czacie widzów. Jest to medium zbliżone w pewien sposób do telewizji, jednak różniące się tym, iż z reguły streamerzy nieustannie wchodzą w interakcje z widownią, budując liczące dziesiątki tysięcy osób społeczności skupione wokół swoich kanałów¹⁷⁷. Szczególną popularnością cieszą się transmisje skupione na grach wideo, a największy z internetowych serwisów im dedykowanych, Twitch.tv, jest czwartą najchętniej odwiedzaną stroną internetową w Stanach Zjednoczonych¹⁷⁸. Przewiduje się dalszy wzrost zainteresowania tą formą rozrywki, gdyż wg prognoz internetowy rynek streamingowy ma w ciągu najbliższych kilku lat rozwijać się w tempie nawet 21% w skali roku¹⁷⁹. Osoby trudniące się oferowaniem podobnych transmisji posiadają znaczący wpływ na strukturę współczesnego rynku gier, często odgrywając kluczową rolę w zdobyciu przez daną grę popularności bądź też jej zignorowaniu przez światową populację graczy¹⁸⁰. Odpowiednia współpraca ze streamerami może więc przekładać się na efektywność prowadzonych na rynku gier działań z wykorzystaniem *soft power* poprzez zachęcanie graczy do zapoznania się z tytułem wzbogaconym o przychylny Chinom przekaz lub ich zniechęcenie do tych produkcji, które nie pasują do chińskiej wizji świata.

Jednym z najważniejszych z perspektywy rządu w Pekinie elementów chińskiej strategii rozwoju potęgi państwa jest dokładanie starań, by ChRL była powszechnie postrzegana jako źródło innowacji zmieniających świat i życie zamieszkujących go ludzi na lepsze. W kontekście rynku gier wideo, jedną z szans ku temu jest wpasowanie się

¹⁷⁷ T. L. Taylor, *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton University Press, Princeton 2018, s. 1-2.

¹⁷⁸ B. Burroughs, P. Rama, *The eSports Trojan Horse: Twitch and Streaming Futures*, „Journal of Virtual Worlds Research”, 2015, vol. 8(2).

¹⁷⁹ *Grand View Research – Video Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report*: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streaming-market> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁸⁰ A. Canossa *et al.*, *Influencer in Multiplayer Online Shooters: Evidence of Social Contagion in Playtime and Social Play*, w: *CHI '19: Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, S. Brewster, G. Fitzpatrick (red.), Sigchi, Glasgow 2019, s. 1.

w ciesząc się coraz większym zainteresowaniem nurt edukacji i terapii wykorzystujących gry bądź niektóre z ich mechanik, by ułatwić proces przyswajania nowych informacji¹⁸¹. Wskazuje się na dużą skuteczność „nauki przez zabawę” i podobnych metod wspomaganych przez gry¹⁸², dzięki czemu trend ten zyskuje na popularności, w szczególności w Europie Zachodniej¹⁸³. Ekspansja zagraniczna działających na tym polu lokalnie chińskich przedsiębiorstw mogłaby więc stanowić istotny atut z punktu widzenia Chin.

Światowy rynek gier wideo skrywa w sobie potencjał w kontekście wykorzystywania powszechnych na nim zjawisk ekonomicznych w celu wzbogacenia posiadanych pokładów siły miękkiej przez zainteresowane tym rynkiem państwo. Populacja miłośników gier jest obecnie duża i zróżnicowana, stanowiąc dobry punkt wyjścia do zapoznania jednej trzeciej ludności globu z odpowiednio przygotowanym przekazem płynącym np. z Pekinu. Ponadto, w podobny sposób mogą zostać użyte również zauważalne na wspomnianym rynku tendencje w postaci m.in. rosnącej popularności transmisji nt. gier czy też innowacyjnego wykorzystywania tego typu produktów.

3.3. Wpływ pandemii COVID-19 na branżę gier wideo

Niespodziewane pojawienie się wirusa znanego jako COVID-19 w listopadzie 2019 r. w chińskiej prowincji Hubei, jego szybkie rozprzestrzenienie się na terenie całego kraju oraz, po upływie kilku miesięcy, dotarcie do każdego zakątka świata wywarło niebagatelny wpływ na rozmaite obszary podejmowanych przez ludzi aktywności¹⁸⁴. Wirus, a właściwie środki podejmowane w celu przeciwdziałaniu mu, odcisnęły piętno nie tylko na globalnej sferze ekonomicznej, doprowadzając do licznych zawirowań na rynkach¹⁸⁵, oddziałując dotkliwie także na tworzących światową gospodarkę ludzi. Pandemia COVID-19 przyczyniła się do powstania wielu nowych trendów wykazywanych przez konsumentów, całkowitej przemiany stylu życia niektórych z nich, a co za tym idzie również wykształcenia się zupełnie nowych potrzeb bądź wystąpienia

¹⁸¹ T. M. Fleming *et al.*, *Maximizing the Impact of e-Therapy and Serious Gaming: Time for a Paradigm Shift*, “Frontiers Psychiatry”, 2016, vol. 7, s. 5.

¹⁸² D. Dicheva *et al.*, *Gamification in Education: A Systematic Mapping Study*, “Educational Technology & Society”, 2015, vol. 18(3), s. 75-76.

¹⁸³ ISFE – *Games in Society*: <https://www.isfe.eu/games-in-society/> (dostęp: 11.02.2021).

¹⁸⁴ S. Barua, *Understanding Coronanomics: The Economic Implications of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic*, University of Dhaka, Dhaka 2020, s. 2.

¹⁸⁵ W. McKibbin, R. Fernando, *The economic impact of COVID-19*, w: *Economics in the Time of COVID-19*, R. Baldwin, B. Weder di Mauro (red.), CEPR Press, London 2020, s. 45-47.

zmian w dotychczasowych sposobach zaspokajania już istniejących pragnień¹⁸⁶. Światowy rynek gier wideo nie jest w tym przypadku wyjątkiem.

Rozpatrując problematykę trendów obecnych na rynkach gier od początku pandemii COVID-19 można odnieść wrażenie, iż, w przeciwieństwie do wielu innych branż, ta trudność w funkcjonowaniu ludzkości jest w przypadku gier wideo zjawiskiem niezwykle korzystnym. Powszechnie wskazuje się na znaczący wzrost zainteresowania tematyką gier wśród Internautów. W przypadku niektórych części świata, w szczególności Ameryki Północnej i Europy Zachodniej, w marcu i kwietniu 2020 r. w różnych formach aktywności internetowej związanej z grami brało udział aż o 70% więcej osób niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Co więcej, wzrost zainteresowania przełożył się nie tylko na samą liczbę osób grających, ale również średnia widownia związanych z grami transmisji na żywo w serwisach takich, jak YouTube Gaming czy Twitch, zwiększyła się o ok. 10% w porównaniu z rokiem poprzednim¹⁸⁷. Podobna tendencja utrzymywała się przez cały 2020 r. i wydaje się trwać dalej w pierwszych miesiącach 2021 r., o czym świadczy m.in. fakt, że luty 2021 r. był trzecim kolejnym miesiącem, w którym ustanowiono nowy rekord liczby graczy w tym samym momencie korzystających z największej na świecie platformie dystrybucyjnej gier znaną pod nazwą Steam. Szacuje się, iż 7 lutego 2021 r. platforma ta gościła jednocześnie ponad 26 mln użytkowników, co przewyższyło poprzedni rekord o ponad milion osób¹⁸⁸.

Korzystne z perspektywy producentów gier jest również to, iż zwiększone zainteresowanie konsumentów ich produktami nie ogranicza się tylko do poszukiwania informacji na temat gier, gdyż przekłada się ono także na wzrost sprzedaży i uzyskiwanych przychodów. Ponadto, studia trudniące się tworzeniem gier wideo wskazywane są często jako jedne z najbardziej perspektywicznych przedsiębiorstw pod względem inwestycji, odnotowując znaczący wzrost wartości akcji producentów przyjmujących postać spółek notowanych na giełdzie¹⁸⁹. Jako szczególnie wysokie jawią się kwoty pojawiające się w kontekście szczególnie popularnych w ostatnich latach gier

¹⁸⁶ B. Pfefferbaum, C. S. North, *Mental Health and the Covid-19 Pandemic*, "The New England Journal of Medicine", 2020, vol. 383(6).

¹⁸⁷ D. L. King *et al.*, *Problematic online gaming and the COVID-19 pandemic*, "Journal of Behavioral Addictions", 2020, vol. 9(2).

¹⁸⁸ A. McGlynn, *Steam sets new record of 26 million concurrent users*: <https://www.pcgamesn.com/steam/record-users> (dostęp: 13.02.2021).

¹⁸⁹ J. J. Edwards, *Video Games Set a Record for Quarterly Sales*: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-15/video-games-hit-quarterly-sales-record-amid-virus-driven-surge> (dostęp: 13.02.2021).

mobilnych, jak np. w przypadku wyprodukowanej przez Tencent gry *Honor of Kings*, w której łączna wartość transakcji wykonywanych podczas jednego dnia w czasie pandemii sięga nawet 2 mld CNY, czyli ok. 310 mln USD¹⁹⁰.

Widoczne na światowym rynku gier tendencje są jak najbardziej korzystne z perspektywy chińskiego rządu i jego dążeń do zwiększenia posiadanych przez państwo pokładów siły rozważnej. Siła twarda w sposób oczywisty zyskuje na znaczącym wzroście odnotowywanych w całej branży przychodów, które przyczyniają się do wzmocnienia chińskich producentów. Ponadto, dalszy wzrost liczby graczy, obejmujący także osoby, które dotychczas nie były zainteresowane tą formą rozrywki, jest zjawiskiem pozytywnym, jeśli chodzi o chińską siłę miękką i możliwość jej stosowania, gdyż ułatwia to dotarcie do jeszcze większej populacji przy użyciu treści zawartych w grach wideo.

W przeciwieństwie do kwestii popytu na gry wideo w czasie pandemii, gdzie wzrost zauważalny jest w całej branży w skali świata, strona podaży, czyli to, jak w nowych warunkach radzą sobie sami producenci, jest znacznie bardziej zróżnicowana. Szczególnym wyzwaniem dla wielu twórców okazało się, w większości krajów przymusowe, przejście na model pracy zdalnej w celu zatrzymania procesu szybkiego rozprzestrzeniania się wirusa. Choć znaczna część pracowników studiów działających w krajach Zachodu przyznaje, iż pracując z domu poświęcają na obowiązki zawodowe więcej czasu niż miało to miejsce w przypadku trybu normalnego, efektywność wykonywanej przez nich pracy wydaje się być zauważalnie niższa niż miało to miejsce w przeszłości¹⁹¹. Ponadto niektórzy z producentów spotkali się z licznymi trudnościami wynikającymi z braku dostosowanych do pracy zdalnej procedur, nadmiernej zależności od pozostałego w biurach sprzętu czy wręcz nadmiernej nieufności w stosunku do zatrudnionych przez siebie ludzi. Problemy te dotyczą przede wszystkim twórców japońskich, którzy dotychczas w ogóle nie przewidywali możliwości pracy poza siedzibą studia. Konsekwencją takiego stanu rzeczy były i, w przypadku wielu producentów, nadal są opóźnienia zaplanowanych premier nowych tytułów¹⁹². Dochodzi więc do niespotykanej dotychczas na rynku gier sytuacji, kiedy to producenci nie potrafią, do pewnego stopnia, sprostać zapotrzebowaniu konsumentów na nowe gry.

¹⁹⁰ Daxue Consulting – *Video Games Market in China: Mobile and client games take the largest share*: <https://daxueconsulting.com/video-games-market-in-china/> (dostęp: 13.02.2021).

¹⁹¹ M. Farokhmanesh, *Game developers are struggling to stay productive during the pandemic*: <https://www.theverge.com/21325659/game-developers-survey-coronavirus-gdc> (dostęp: 13.02.2021).

¹⁹² A. Khalid, *Even Nintendo is struggling to work from home*: <https://qz.com/1853406/nintendo-warns-the-pandemic-could-delay-future-product-launches/> (dostęp: 13.02.2021).

Dotkliwą przeszkodą dla twórców z Zachodu, przede wszystkim niezależnych mniejszych producentów gier wideo, jest również brak imprez branżowych, podczas których to właśnie studia specjalizujące się w produkcji gier niszowych zyskiwały najbardziej. Tacy producenci zazwyczaj nie mogą pozwolić sobie na poniesienie nakładów marketingowych porównywalnych z rynkowymi gigantami, niejednokrotnie wykorzystywali więc różnorakie targi gier i podobne okazje, aby dość niskim kosztem zaprezentować potencjalnym konsumentom swój produkt. Ze względu trudności z zachowaniem reżimu sanitarnego podczas takich wydarzeń, w 2020 r. nie odbyła się żadna zbiorcza impreza branżowa tego typu. Nie przeszkodziło to co prawda największym z twórców, których zapowiedzi zawsze śledzone są z dużym zainteresowaniem, jednakże plany wydawnicze mniej znanych studiów niezależnych często przechodziły w czasie pandemii bez echa¹⁹³.

Sytuacja chińskich producentów gier kontrastuje z trudnościami, z którymi muszą zmagać się twórcy z Zachodu. U progu światowej pandemii COVID-19 wydawało się, iż branża gier w Chinach może znacząco ucierpieć ze względu na wprowadzane w owym czasie środki bezpieczeństwa, co zaowocowało oficjalnym apelem rządu do związanych z rynkiem gier przedsiębiorstw o niezwalnianie pracowników. Obawy te okazały się jednak nieuzasadnione, a chińskie studia nie tylko nie zmniejszyły liczby zatrudnianych osób, ale wręcz starały się znaleźć jeszcze więcej pracowników niż miało to miejsce w latach ubiegłych. Jest to szczególnie dobrze widoczne w przypadku największego z chińskich producentów gier, koncernu Tencent, który zatrudnił ponad pięć tysięcy nowych osób na stanowiska związane z grami wideo, oferując dodatkowo trzy tysiące miejsc dla potencjalnych stażystów pragnących doskonalić swoje umiejętności w produkcji gier. Twórcy z ChRL okazali się również lepiej przystosowani do nowych warunków, dotrzymując zaplanowanych terminów premier i nierzadko czerpiąc zyski z luk wydawniczych wynikających z trudności konkurentów z innych krajów¹⁹⁴. Okoliczności te sprawiają wrażenie pozytywnych z punktu widzenia chińskiej racji stanu, gdyż nie tylko umożliwiają dalszy rozwój chińskim producentom, ale też pokazują ich siłę w porównaniu z gorzej radzącymi sobie studiami z Zachodu.

¹⁹³ R. H. Garnett, *What does a year without events mean for indies?:* <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-04-08-what-does-a-year-without-events-mean-for-indies> (dostęp: 13.02.2021).

¹⁹⁴ *Daxue Consulting – Video Games Market in China: Mobile and client games take the largest share:* <https://daxueconsulting.com/video-games-market-in-china/> (dostęp: 13.02.2021).

Istotnym zagadnieniem odnośnie do kwestii rozpatrywania wpływu COVID-19 na światową branżę gier wideo są również liczne zmiany zachodzące w społeczeństwie. Wysokie ryzyko zakażenia oraz związane z nim obostrzenia doprowadziły do masowo wprowadzanych w skali globalnej regulacji ograniczających bądź zachęcających do ograniczenia czasu spędzanego poza domem, w towarzystwie osób spoza własnego gospodarstwa domowego. Znaczna część populacji mieszkańców świata, przyzwyczajona do spędzania czasu w towarzystwie innych, została więc zmuszona do znalezienia innych form rozrywki, którymi można cieszyć się przede wszystkim w wnętrzu własnego domu. Jedną z chętniej wybieranych alternatyw okazują się gry wideo, dawniej stanowiące ignorowany czy nawet wyszydzany obszar branży rozrywkowej, obecnie zaś ciesząc się coraz częściej opinią preferowanej i zachwalanej nawet przez Światową Organizację Zdrowia opcji spędzania wolnego czasu podczas pandemii COVID-19¹⁹⁵.

Nowa rzeczywistość, w której muszą się odnaleźć ludzie, przyczyniła się do uwypuklenia się potrzeb, których zaspokojenie, przynajmniej w pewnym stopniu, możliwe jest dzięki grom wideo, a co dawniej było trudne do wyobrażenia. Jednym z takich podstawowych pragnień jest naturalna chęć kontaktu z innymi ludźmi. Platforma w postaci nastawionych na rozgrywkę wieloosobową gier jest jedną z najchętniej wybieranych alternatyw dla fizycznych spotkań ze znajomymi, nie tylko umożliwiając rozmowę z przyjaciółmi, ale także oferując przy tym konkretne przyjemne zajęcia dla wszystkich uczestników, stanowiąc odmianę od typowej rozmowy z wykorzystaniem środków komunikacji zdalnej¹⁹⁶.

Ważnym jest także fakt, iż w czasie pandemii COVID-19 coraz częściej można usłyszeć głosy chwalone gry wideo w kontekście przeciwdziałaniu problemom natury psychologicznej. Dają one szansę graczom na przynajmniej chwilowe skupienie na wymagających, choć możliwych do osiągnięcia celach, dzięki czemu mogą oni zapomnieć o problemach nękających ich osobiście lub też trudnej sytuacji panującej na całym świecie¹⁹⁷. Jest to istotna zmiana w kontekście postrzegania gier w oczach opinii publicznej, gdyż odchodzi od powszechnego dotychczas stawiania nacisku na negatywne aspekty oddziaływania gier wideo na sferę mentalną.

¹⁹⁵ W. C. Kriz, *Gaming in the Time of COVID-19*, "Simulation & Gaming", 2020, vol. 51(4).

¹⁹⁶ K. Westcott, J. Arbanas, *2021 outlook for the US telecommunications, media and entertainment industry*, Deloitte, New York 2020, s. 7.

¹⁹⁷ L. Zhu, *The psychology behind video games during COVID-19 pandemic: A case study of Animal Crossing: New Horizons*, "Human Behavior and Emerging Technologies", 2020, vol. 3(1).

Wartym zainteresowania jest ponadto trend wykorzystywania gier wideo jako platformy do organizacji imprez masowych w rzeczywistości wirtualnej. Za przykłady takiego zastosowania gier mogą służyć koncert muzyka Trvisa Scotta w grze *Fortnite*, który przyciągnął znaczącą liczbę prawie 28 mln graczy, czy też cały festiwal muzyczny „Block by Blockwest”, podczas którego blisko 30 zespołów odgrywało swoje utwory w grze *Minecraft*¹⁹⁸. Wydarzenia kulturalne nie są jednak wyjątkiem, jeśli chodzi o podobne użycie gier wideo o czym świadczy np. przypadek japońskiego przedsiębiorstwa Inside, którego część zespołów podjęła decyzję o rezygnacji z niektórych spotkań z wykorzystaniem telekonferencyjnego oprogramowania Zoom na rzecz zebrań zorganizowanych w grze *Animal Crossing: New Horizons*¹⁹⁹. Jest to nowatorska, niespotykana dotąd forma zastosowania gier wideo, tworząca zupełnie nową niszę rynkową oraz stawiająca na przyciągnięcie użytkowników o innym profilu, którzy nie są zainteresowani typową rozgrywką, z jaką tradycyjnie kojarzy się gry wideo.

Światowy rynek gier wideo jawi się jako interesujący cel chińskiej ekspansji nakierowanej na zwiększenie posiadanych przez Chińską Republikę Ludową pokładów *smart power*. Jest to rynek bardzo wartościowy, o przychodach znacznie przewyższających uważane za szczególnie dochodowe rynki filmowy i muzyczny, a także, co jeszcze ważniejsze, wciąż prężnie się rozwijający. Tym samym stanowi on dobre źródło siły twardej, tu rozumianej przede wszystkim jako potęga ekonomiczna, wykorzystywanej do dalszego wzmocnienia chińskiej gospodarki. Z drugiej strony, gry wideo są współcześnie popularną formą rozrywki, z którą regularnie ma kontakt aż jedna trzecia pochodzących z rozmaitych miejsc i reprezentujących rozmaite grupy społeczne mieszkańców globu. Są oni jednocześnie odbiorcami zawartego w tych produktach przekazu, co czyni gry wideo jednym ze skutecznych i potencjalnie odgrywających ważną rolę narzędzi *soft power*. Korzystna z perspektywy chińskiej obecności na rynku gier jest także zmiana, jaka zachodzi w społeczeństwie odnośnie do ich postrzegania, gdyż z prostej rozrywki przeznaczonej dla dzieci stają się szanowanym, innowacyjnym produktem dla każdego. Co więcej, pandemia COVID-19, której destrukcyjny wpływ na ogólną sferę gospodarczą jest dobrze widoczny, nie tylko nie zaszkodziła branży gier jako takiej, ale wręcz przyczyniła się do jej jeszcze szybszego rozwoju. Wszystkie

¹⁹⁸ K. Westcott, J. Arbanas, *op. cit.*, s. 7.

¹⁹⁹ K. Tuting, *This Japanese company is holding work meetings in Animal Crossing: New Horizons*: <https://www.oneesports.gg/gaming/this-japanese-company-is-holding-work-meetings-in-animal-crossing-new-horizons/> (dostęp: 13.02.2021).

wymienione czynniki sprawiają, iż gry wideo bardzo dobrze odpowiadają ideałom, którymi kierują się w swojej strategii rządzący Chinami.

ROZDZIAŁ 4. ZNACZENIE PRZEDSIĘBIORSTW W MOCARSTWOWEJ STRATEGII CHIN NA PRZYKŁADZIE GŁÓWNYCH PRODUCENTÓW GIER WIDEO

4.1. Atrakcyjność a władza nad rynkiem

Kluczową rolę w chińskich planach wzrostu potęgi państwa i wyniesienia jego statusu na arenie międzynarodowej odgrywają krajowe przedsiębiorstwa, które jednocześnie budują siłę ekonomiczną Chińskiej Republiki Ludowej i same z niej czerpią, dzięki czemu mogą z powodzeniem stawać w szranki z konkurentami z Zachodu. Branża gier nie jest w tym przypadku wyjątkiem, aczkolwiek obecność wystarczająco wpływowych chińskich producentów gier na światowych rynkach jest zjawiskiem dość nowym, charakterystycznym dla ostatnich kilku lat. Początków wykorzystywania rynku gier do swoich celów przez państwo chińskie można doszukać się jednak znacznie wcześniej. Mowa tu przede wszystkim o zastosowaniu atrakcyjności lokalnego rynku ChRL w taki sposób, by to już rozwinięte obce przedsiębiorstwa, dążące do maksymalizacji wypracowanych zysków, z własnej woli działały zgodnie z wolą rządu w Pekinie. Choć znaczenie tego rozwiązania w strategii władz kurczyło się wraz ze wzrostem łatwiejszej do kontrolowania rodzimej branży, siła przyciągania największego, odpowiedzialnego za blisko czwartą część światowych przychodów rynku chińskiego wciąż stanowi istotne narzędzie w rękach Komunistycznej Partii Chin²⁰⁰. Ta najbardziej pierwotna forma oddziaływania Chin na globalny rynek gier wideo stanowi więc dobry punkt wyjścia do analizy tego problemu.

Rynek chiński był już od początku swojego funkcjonowania rynkiem specyficznym pod względem zasad regulujących proces publikacji na nim produktów przez twórców gier wideo. Czynnikiem niezmiennym, który oddziałuje na wspomnianą branżę także współcześnie, jest obowiązek poddania gry ocenie państwowych cenzorów i uzyskania wydanego przez nich pozwolenia umożliwiającego wydanie dzieła na rynku ChRL. Cenzura służy w tym przypadku nie tylko ochronie własnych obywateli przed szkodliwą, z perspektywy chińskich władarzy, zawartością danej gry, pozwalając również wpłynąć organom państwowym na producenta. By twórca mógł czerpać zyski z dochodowego rynku chińskiego, jego odrzucona przez cenzurę gra musi zostać

²⁰⁰ *Newzoo – Top 10 Countries/Markets by Game Revenues*: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/> (dostęp: 16.02.2021).

zmieniona w taki sposób, by stała się zgodna z przyjętym przez rząd światopoglądem. Z drugiej strony, mając pewność, iż gra bez żadnych problemów zostanie zaakceptowana przez cenzorów, odpowiedzialne za nią studio może zapewnić sobie optymalny stosunek płynących z Chin przychodów do niezbędnych w ramach publikacji produktu wydatków, gdyż ominie je konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów z tytułu dostosowania gry, co jest znaczącą zachętą do, czasem nadgorliwej, autocenzury i globalnej unifikacji wersji gry, w skali świata oferując wyłącznie wspólną, przystosowaną do wymogów chińskiego rynku gier wideo²⁰¹.

Tym, co zmienne w przypadku rynku gier w Chinach są natomiast reguły, którymi kierują się cenzorzy, a także same instytucje wcielające się w ich rolę. W szczególności ta druga kwestia przyczyniała się do skomplikowania procesu publikacji gier w Państwie Środka. Przez lata cenzura leżała w gestii jednocześnie Ministerstwa Kultury, a także drugiego, często przeobrażającego się podmiotu. Początkowo było to Generalne Biuro ds. Prasy i Publikacji, które zostało następnie zastąpione przez Państwową Administrację Prasy, Publikacji, Radia, Filmu i Telewizji²⁰². Poważnym problemem stojącym na drodze zagranicznych twórców było dublowanie się kompetencji wspomnianych instytucji wyrażające się w formie otwartego konfliktu między nimi, w konsekwencji doprowadzając do sytuacji, gdzie producent musiał przedłożyć swoją grę obu tym podmiotom, co wiązało się, pomimo jednolitej idei przyświecającej obu procesom, konieczności przygotowania dwóch różniących się od siebie zestawów wymaganej dokumentacji, których przygotowanie pochłaniało dodatkowy czas i środki²⁰³.

Przez pewien czas wydawało się, iż, pomimo pewnych niemrawych prób załagodzenia konfliktu i podziału obowiązków obu wspomnianych organów państwowych, rząd w Pekinie nie zamierza ingerować w funkcjonującą od lat strukturę aparatu cenzury gier wideo. Podejście chińskich władarzy zmieniło się w 2018 r., doprowadzając do licznych reform na przestrzeni lat 2018-2020. Za najważniejszą zmianę uznaje się kolejne, drugie już przeobrażenie rywala Ministerstwa Kultury, działającego od marca 2018 r. pod nazwą Narodowego Urzędu ds. Radia i Telewizji (NURT), oraz wyniesienie go na pozycję jedynej instytucji odpowiedzialnej za

²⁰¹ X. Zhang, *Censorship and Digital Games Localisation in China*, "Meta", 2012, vol. 57(2), s. 339-340.

²⁰² G. Pilarowski, Y. Lu, Y. Deng, *China's New Game Approval Requirements*, Pillar Legal, San Francisco 2019, s. 1.

²⁰³ X. Zhang, *op. cit.*, s. 341.

wydawanie pozwoleń na publikacje gier w Chinach w 2019 r., co znacząco uprościło cały proces²⁰⁴.

Negatywnie z punktu widzenia zagranicznych twórców można jednak ocenić pozostałe zmiany przyniesione przez reformy. Najistotniejszą z nich jest wprowadzenie ścisłych limitów odnośnie do liczby gier, które mogą zostać opublikowane na rynku w danym okresie. NURT nie wyjawia jednak dokładnej maksymalnej dopuszczalnej liczby nowych gier, wskazując jedynie, iż jest ona zależna od ogólnej liczby gier oczekujących, struktury oraz planowanego zapotrzebowania rynkowego. Co więcej, dane pokazują, iż limity te są różne dla gier wyprodukowanych przez studia rodzime i obce, o czym świadczy np. różnica w liczbie gier dopuszczanych na rynek miesięcznie w 2019 r., kiedy to w ciągu miesiąca ukazywało się średnio 200 gier chińskich i 26 zagranicznych²⁰⁵. Wprowadzenie ograniczeń ilościowych jest istotną zmianą w podejściu chińskiego rządu do lokalnego rynku gier. Może to wskazywać na chęć zwiększenia rywalizacji w obliczu nie tylko niesłabnącego, ale wciąż wzrastającego zainteresowania rynkiem chińskim wśród producentów zagranicznych, wymuszając na nich konkurowanie między sobą o dostęp do rynku poprzez przypodobanie się aparatowi cenzury.

Powyższe stwierdzenie o większym nacisku władz na dopasowanie gier zagranicznych do chińskiej wizji świata podbudowane jest również zmianami, które zaszły w wymogach samego procesu cenzury. Dotychczas były one w większości niesprecyzowane, oparte raczej o luźne stwierdzenia odnoszące się do konieczności poszanowania chińskiego prawa, kultury i dobrego imienia państwa, zostawiając pole do indywidualnej interpretacji urzędnikom. Ostatnie reformy wprowadziły jednak bardziej konkretne reguły, zakazujące wszelkich przejawów przemocy, nieprzyzwoitości czy nawet treści godzących w wymienione dosłownie „kluczowe wartości socjalizmu”²⁰⁶, czyli ukutego przez rząd Xi Jinping terminu odnoszącego się do m.in. patriotyzmu, bezwarunkowego oddania ojczyźnie i podporządkowania rządowi prawa²⁰⁷. Ponadto, w przypadku nowych gier kategorycznie zabroniono powszechnego do tej pory kreatywnego obchodzenia przepisów w postaci np. zmiany koloru krwi z czerwonego na mniej groteskowy zielony czy też omijania ograniczeń związanych z hazardem poprzez

²⁰⁴ G. Pilarowski, Y. Lu, Y. Deng, *op. cit.*, s. 3.

²⁰⁵ *Ibidem*, s. 4-5.

²⁰⁶ *Ibidem*, s. 7.

²⁰⁷ M. Gow, *The Core Socialist Values of the Chinese Dream: towards a Chinese integral state*, “Critical Asian Studies”, 2016, vol. 49(1).

dodawanie losowych „darmowych” nagród do zakupu innych, stałych elementów. Co więcej, NURT zastrzega sobie także prawo do bezpośrednich konsultacji z m.in. wchodzącymi w skład rządu politykami w ramach tzw. „Komitetu Etyki” w przypadku szczególnie problematycznych gier²⁰⁸.

Tendencje widoczne w postępujących w ostatnich latach zmianach w procesie dopuszczania gier wideo na rynek chiński pokazują, iż władze w Pekinie poświęcają tej branży coraz więcej uwagi. Zdecydowali się przy tym znacząco zwiększyć kontrolę nad nowo wydawanymi gramami, przede wszystkim pochodzenia obcego, starając się nakłonić samych twórców do konkurowania między sobą o jak najlepsze dopasowanie do rynku chińskiego, rozumiane jako wpasowanie się w płynący z ChRL przekaz ideologiczny i wynikające z niego wartości. Zaostrzenie rywalizacji nakłania także producentów do tworzenia jednej, wspólnej dla całego świata wersji gry przystosowanej do chińskich wymogów w celu skupienia i maksymalizacji szans odniesienia sukcesu w ChRL, zapoznając tym samym graczy poza Chinami z grą zgodną z wizją Komunistycznej Partii Chin.

W początkowej fazie okresu rozkwitu chińskiego rynku gier wideo, a więc czasu formowania się siły przyciągania tegoż rynku, obowiązujące przepisy dotyczące cenzury nie wydawały się mieć znaczącego wpływu na globalny obraz całej branży. Producenci gier, choć zainteresowani rynkiem Państwa Środka, nie traktowali go raczej w sposób priorytetowy, próbując opublikować tamże podstawową wersję swojego dzieła, licząc, iż w takiej formie zostanie zaakceptowana. Dopiero w przypadku, gdy tak się nie działo, przeznaczali środki na stworzenie odrębnego, przeznaczonego tylko na rynek chiński oblicza danej gry. W zdecydowanej większości przypadków podejście to wystarczało, ostatecznie umożliwiając sprzedaż produktu w Chinach²⁰⁹. Wyjątek od tej reguły stanowiły gry o charakterze historycznym bądź politycznym, co było właściwie jedynym przyczynkiem do całkowitego odrzucenia dzieła bez możliwości jego poprawienia, czego przykładem może być gra *Battlefield 4* autorstwa Electronic Arts, w której Chińczycy przedstawieni są jako główni antagoniści stojący na drodze żołnierzy armii Stanów Zjednoczonych²¹⁰. Choć niektóre przypadki zmian w grach bywały wręcz kuriozalne, jak

²⁰⁸ G. Pilarowski, Y. Lu, Y. Deng, *op. cit.*, s. 9-10.

²⁰⁹ X. Zhang, *op. cit.*, s. 345.

²¹⁰ J. Liu, *Battlefield 4 banned in China over national security*: <https://www.zdnet.com/article/battlefield-4-banned-in-china-over-national-security/> (dostęp: 16.02.2021).

np. zmiana pojęcia „komunizm” na „perfekcjonizm” w chińskiej wersji gry *Civilization IV*, były one odczuwalne jedynie przez graczy chińskich²¹¹.

Za symboliczny punkt wyznaczający początek zmian w podejściu twórców z Zachodu do chińskiego rynku uznaje się często nawiązanie w 2009 r. współpracy pomiędzy NetEase, jednym z największych chińskich koncernów informatycznych, zajmującym się m.in. produkcją i wydawaniem gier wideo, którego przychody związane z samymi tylko grami internetowymi w 2020 r. miały wynosić ok. 2 mld USD w skali kwartału²¹², a amerykańskim Activision Blizzard, jednym z najbardziej znanych koncernów trudniących się produkcją gier i jednocześnie siódmą największą na świecie spółką w branży gier pod względem odnotowywanych przychodów²¹³. Choć początkowo relacja obu podmiotów miała dotyczyć wyłącznie obsługi chińskiej wersji przeznaczonej dla wielu graczy gry *World of Warcraft*, przedsiębiorstwa te dość szybko zdecydowały się zacieśnić współpracę, doprowadzając do oficjalnej publikacji w Chinach wszystkich kolejnych gier amerykańskiego studia²¹⁴. Pod względem finansowym był to ruch jak najbardziej korzystny dla amerykańskiego twórcy, gdyż rynek chiński stanowi obecnie jedno z najważniejszych indywidualnych źródeł przychodu, odpowiadając za większość z 909 mln USD przychodu, który studio odnotowało w regionie Azji i Pacyfiku w samym 2019 r.²¹⁵. Z drugiej jednak strony, decyzja ta silnie odcisnęła się zarówno na samym Activision Blizzard, jak i jego relacjach z fanami z Zachodu.

Najbardziej widocznym następstwem zaangażowania się Activision Blizzard na rynku chińskim jest zmiana priorytetów studia i skupienie się na zaspokajaniu potrzeb graczy z Państwa Środka. Przejawem tego zachowania była m.in. zapowiedź gry mobilnej *Diablo Immortal* w 2018 r., która miała docelowo stać się kontynuacją powszechnie znanej w krajach Zachodu serii *Diablo*²¹⁶. Była to jednak gra znacząco odbiegająca od poprzednich tytułów tworzących serię, porzucająca mroczną i brutalną stylistykę na rzecz kolorowej, pozbawionej jakichkolwiek niemile widzianych w Chinach elementów oprawy wizualnej. Ponadto, graczom z Zachodu nie przypadła do gustu także zmiana

²¹¹ X. Zhang, *op. cit.*, s. 347.

²¹² C. Zhang, *Netease seeks to expand its global presence while consolidating its position in China*: <https://www.ampereanalysis.com/insight/netease-seeks-to-expand-its-global-presence-while-consolidating-its-position-in-china> (dostęp: 16.02.2021).

²¹³ *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020, s. 27.

²¹⁴ V. Blake, *Blizzard extends partnership with NetEase to 2023*: www.mcvuk.com/business/blizzard-extends-partnership-with-netease-to-2023 (dostęp: 16.02.2021).

²¹⁵ *Activision Blizzard, Inc. 2019 Annual Report*, Activision Blizzard, Santa Monica 2020, s. 44.

²¹⁶ S. Jagadishwaran, *Do You Guys Not Have Phone? An Analysis of the Diablo Disaster*: <https://medium.com/swlh/do-you-guys-not-have-phones-65deeba5ad07> (dostęp: 16.02.2021).

platformy, gdyż dotychczas gry *Diablo* kojarzone były przede wszystkim z komputerami osobistymi. Doprowadziło to do zdecydowanej reakcji dotychczasowych konsumentów gier Activision Blizzard, którzy, sprzeciwiając się polityce prowadzonej przez twórców, nawoływali do bojkotu jego produktów i masowo naigrywali się z w Internecie z kojarzonych z *Diablo Immortal* haseł marketingowych²¹⁷. Sytuacja ta była jednym z ważniejszych czynników prowadzących do wynoszącego ok. 14% spadku przychodów amerykańskiego przedsiębiorstwa w latach 2018-2019 w Europie i Ameryce Północnej²¹⁸.

Bardziej istotna z punktu widzenia Chin i siły miękkiej tego kraju jest jednak gotowość, jaką wykazuje się Activision Blizzard odnośnie do obrony szeroko rozumianych chińskich wartości. Zdecydowanie najszerzej komentowanym przykładem takiego zachowania było zajęcie przez amerykańskie studio krytycznego stanowiska wobec protestów w Hongkongu w drugiej połowie 2019 r., występujących przeciwko postępującemu ograniczeniu niezależności tego terytorium od rządu w Pekinie²¹⁹. Gdy pochodzący z Hongkongu Ng Wai Chung, wygrawszy turniej w grze *Hearthstone*, w wywiadzie po meczu finałowym zadeklarował swoje poparcie dla trwających protestów, Activision Blizzard dał wyraz swoim sympatiom politycznym zawieszając konto gracza, pomimo że ten nie złamał regulaminu, zakazując mu udziału w przyszłych turniejach, odbierając prawa do nagrody za właśnie wygrany turniej, a także zwalniając prezenterów, którzy wspomniany wywiad przeprowadzali²²⁰. Choć kontrowersja ta nabrała rozgłosu, zmuszając przedsiębiorstwo do m.in. wręczenia zwycięzcy należnej nagrody, amerykańskie studio nie tylko nie odcięło się od swojego prochińskiego stanowiska, ale także usunęło ze sprzedaży figurki z Mei, bohaterką innej gry studia pt. *Overwatch*, która niejako w odpowiedzi na skandal stała się jednym z symboli używanych przez protestujących, starając się zachować swój dobry wizerunek w oczach chińskich władz²²¹.

Przypadek Activision Blizzard jest szczególnie ze względu na wyjątkowo wyraźne przywiązanie przedsiębiorstwa do chińskiego rynku gier i płynących z niego przychodów,

²¹⁷ *Ibidem*.

²¹⁸ *Activision Blizzard, Inc. 2019 Annual Report*, Activision Blizzard, Santa Monica 2020, s. 44.

²¹⁹ M. Barnes Jr., *Hong Kong in Protest: A Historic Primer*, "Origins: Current Events in Historical Perspective", 2019, vol. 12(12).

²²⁰ J. Porter, *Hearthstone player banned for supporting Hong Kong protesters during live stream*: <https://www.theverge.com/2019/10/8/20904308/hearthstone-player-blitzchung-hong-kong-protesters-ban-blizzard> (dostęp: 16.02.2021).

²²¹ B. Ashcraft, *Overwatch's Mei is becoming a symbol of the Hong Kong Resistance*: <https://kotaku.com/overwatches-mei-is-becoming-a-symbol-of-the-hong-kong-re-1838899963> (dostęp: 16.02.2021).

co, w połączeniu ze świadomością wprowadzanych limitów i utrudnień przez rząd, skłania twórców do skrupulatnej kontroli treści powiązanych z wydawanymi przez nie grami. Nie jest to jednak zachowanie jedyne w swoim rodzaju. Warty poruszenia przykładem jest także zamiar wprowadzenia ogólnoswiatowej, ocenzurowanej zgodnie z chińskimi zasadami wersji gry *Tom Clancy's Rainbow Six Siege* przez francuskie studio Ubisoft. Wprowadzenie wspomnianej produkcji na rynek ChRL miało zostać poprzedzone m.in. usunięciem z gry wszelkich elementów świadczących o przemocy, np. śladów krwi na ścianach, wizerunków czaszek, automatów do gier hazardowych czy nacechowanych seksualnie neonów oświetlających odwzorowane w grze kluby nocne. Decyzja Ubisoftu spotkała się jednak ze zdecydowanym sprzeciwem graczy z Zachodu, otwarcie grożących studiu bojkotem innych gier studia czy, co dość ironicznie, skorzystaniem z często używanej przez chińskich graczy taktyki masowego wystawiania negatywnych opinii wszystkim produktom danego twórcy²²². Pomimo początkowych zapewnień o trwaniu przy swoim postanowieniu, kierownictwo francuskiego przedsiębiorstwa zdecydowało się jednak rozdzielić wersję chińską i globalną, pozostawiając graczom poza Chinami dostęp do gry w jej oryginalnym stanie²²³. Jest to wydarzenie bardzo istotne z perspektywy dalszego wzrostu wartości i ekskluzywności chińskiego rynku, gdyż pokazuje, że konsumenci z Zachodu wciąż mają wpływ na kształt globalnej branży gier, muszą jednak aktywnie z niego korzystać.

Siła przyciągania chińskiego rynku była i wciąż jest ważnym narzędziem w rękach władz w Pekinie. Umożliwia to im wywieranie nacisku na zagranicznych producentów, którzy gotowi są nawet na pełne podporządkowanie woli Komunistycznej Partii Chin po to, by móc dalej czerpać korzyści z dostępu do coraz bardziej dochodowego chińskiego lokalnego rynku gier. Przeszkody stawiane na drodze do rynku, zwłaszcza w ostatnich latach, wydają się być jednak coraz bardziej dotkliwe, zaostrzając rywalizację pomiędzy twórcami aspirującymi do publikacji swoich produktów w Chinach, skłaniając im do jak najdokładniejszego wypełniania woli chińskich dygnitarzy. Pozwala to Chinom wpływać na światowy rynek gier wideo nie tylko poprzez rodzime przedsiębiorstwa, ale także kształtując branżę na chińską modłę obcymi rękoma. Gracze z Zachodu, a przynajmniej

²²² A. Arora, *Rainbow Six Siege censored to please China, Ubisoft faces backlash*: <https://gadgets.ndtv.com/games/news/rainbow-six-siege-censorship-china-sex-gambling-ubisoft-1942952> (dostęp: 16.02.2021).

²²³ E. Kain, *No, Ubisoft didn't 'pander' to entitled gamers over 'Rainbow Six Siege' censorship*: <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2018/11/23/no-ubisoft-didnt-pander-to-entitled-gamers-over-rainbow-six-siege/?sh=424367fe3c72> (dostęp: 16.02.2021).

świadoma zagrożenia część z nich, wciąż posiadają wpływ na decyzje producentów i są zdolni do ograniczania tego procederu. Trudnym do przewidzenia jest natomiast to, jak zmieniać będzie się ten układ sił w przyszłości, mając na uwadze przybierającą na sile w ostatnim czasie atrakcyjność rynku w Chinach można jednak założyć, iż wpływ rynków Zachodu będzie stawał się jeszcze mniejszy.

4.2. Inwestycje i przejęcia jako narzędzia kontroli

Rząd Chińskiej Republiki Ludowej nie musi się współcześnie ograniczać do prowadzenia korzystnej dla siebie polityki rękoma zagranicznych przedsiębiorstw. Jest to zasługą szybkiego, trwającego już od ponad 40 lat wzrostu ekonomicznej siły twardej państwa, przekładającej się na potencjał i zarazem przewagę, jaką rodzime podmioty gospodarcze mogą wykazać się w rywalizacji z obcymi konkurentami. Szczególnie rzucającą się w oczy formą pokazu siły chińskich przedsiębiorstw jest ich dążenie do dominacji na rynkach międzynarodowych poprzez inwestowanie i, najczęściej, przejmowanie kontroli nad wiodącymi przedstawicielami danej branży. Globalny rynek gier wideo również ulega temu zjawisku, a rozszerzające się chińskie wpływy są jedną z częściej komentowanych kwestii w kontekście przyszłości tej odmiany rozrywki elektronicznej.

Jednym z głównych uczestników zmian w układzie sił na rynkach gier wideo i jednocześnie symbolem ekspansji Chin tamże jest założona w 1998 r. w Shenzhen korporacja Tencent, specjalizująca się w działaniu na polu tych branż, które w różny sposób wiążą się z postępem technologicznym. Przedsiębiorstwo to uważane jest obecnie za największe spośród obecnych na światowym rynku gier i, co jeszcze ważniejsze, jest także jednym z najszybciej rozwijających się. Świadczyć o tym może m.in. więcej niż potrojenie się łącznych odnotowywanych w ciągu roku przez Tencent przychodów między 2015 a 2019 r., gdy w ciągu czterech lat przychody te wzrosły z poziomu ok. 103 mld CNY do ponad 377 mld CNY, czyli z blisko 16 mld USD do 58 mld USD²²⁴. Za znaczącą część wzrostu odpowiadają przychody związane z grami wideo, których wartość podwaja się średnio każdego roku²²⁵. Trend ten, wg wstępnych danych, trwał również w 2020 r., a powiązane z grami wideo przychody korporacji w samym drugim

²²⁴ *Tencent Holdings Ltd. 2019 Annual Report*, Tencent Holding Ltd., Shenzhen 2019, s. 3.

²²⁵ *Ibidem*, s. 6.

kwartale tego roku wyniosły prawie 6 mld USD, 40% więcej niż w analogicznym okresie poprzedniego roku²²⁶.

Ogółem, Tencentowi przypisuje się łącznie 511 potwierdzonych inwestycji w postaci zakupu udziałów w spółkach rodzimych i zagranicznych, spośród których 23 klasyfikuje się jako pełne przejęcia, czyli zdobycie decydującego wpływu na decyzje podejmowane przez dany podmiot²²⁷. W odniesieniu do kwestii przejmowania pełnej bądź częściowej kontroli nad zagranicznymi producentami gier wideo wyróżnia się 27 inwestycji chińskiej korporacji. Jako najbardziej istotny z punktu widzenia rynku powszechnie uznaje się zakup 93% udziałów w amerykańskim Riot Games w 2011 r., co stanowiło pierwszą znaczącą chińską inwestycję zagraniczną na zachodnim rynku gier, uzyskanie 40% udziałów również pochodzącego ze Stanów Zjednoczonych Epic Games w 2018 r., autora m.in. jednego z najczęściej używanych silników do gier Unreal Engine oraz uznawanego za najpopularniejszą grę wszechczasów *Fortnite*²²⁸, a także przejęcie w 2016 r. prężnie poczynającego sobie na rynkach gier mobilnych fińskiego Supercell, kiedy to wartość transakcji miała wynieść aż 8,6 mld USD²²⁹.

Ponadto, warto też zwrócić uwagę na posiadane przez Tencent 5% udziałów w jednych z największych firm w światowej branży gier w postaci szwedzkiego Paradox Interactive czy wspomnianych wcześniej Activision Blizzard i Ubisoft. W przypadku tych twórców nie należy jednak mówić o znaczącym wpływie Tencentu na ich działania, który miałby wynikać z posiadanych przez korporację udziałów, gdyż te są, jak na razie, zbyt małe. Jednakże, mając na uwadze historię inwestycji chińskiego przedsiębiorstwa, można przypuszczać, iż w przyszłości Tencent będzie dążył do znacznego zwiększenia posiadanych udziałów i, w konsekwencji, zdobycia kontroli nad tymi podmiotami²³⁰.

O rosnącym zainteresowaniu chińskiego przedsiębiorstwa światowym rynkiem gier wideo świadczą również inwestycje poczynione przez Tencent w 2020 r. Korporacja dokonała w tym okresie 31 inwestycji na rynkach gier wideo, w tym 9 związanych z zakupem udziałów przedsiębiorstw zagranicznych²³¹. Pozostałe miały charakter

²²⁶ *Tencent Holdings Ltd. 2020 Interim Report*, Tencent Holding Ltd., Shenzhen 2020, s. 10.

²²⁷ Bazy danych serwisu Tracxn: <https://tracxn.com/d/acquisitions/acquisitionsbyTencent> (dostęp: 18.02.2021).

²²⁸ D. Cooper, *Report reveals most-played games ever made*: <https://gamerant.com/fortnite-most-played-game-ever/> (dostęp: 18.02.2021).

²²⁹ S. Messner, *Every game company that Tencent has invested in*: <https://www.pcgamer.com/every-game-company-that-tencent-has-invested-in/#> (dostęp: 18.02.2021).

²³⁰ *Ibidem*.

²³¹ *Niko Partners – Tencent invested in 31 game companies in 2020*: <https://nikopartners.com/niko-partners-19-years-of-powering-insights/> (dostęp: 18.02.2021).

lokalny i skupiały się na przejmowaniu ambitnych, choć niewielkich chińskich niezależnych twórców gier. Jako najważniejsze inwestycje 2020 r. należy wskazać uzyskanie mniejszościowych udziałów w japońskim Platinum Games, cieszącym się międzynarodowym uznaniem producencie, znanym przede wszystkim z chwalonej przez ekspertów oprawy artystycznej i filozoficznego podłoża publikowanych gier, jak również całkowite przejęcie hongkońskiego Leyou. Szczególnie istotna wydaje się być druga z wymienionych transakcji, której wartość opiewać miała na ok. 1,3 mld USD, gdyż, wraz z zakupem przedsiębiorstwa z Hongkongu, Tencent uzyskał również kontrolę nad znajdującymi się w posiadaniu Leyou producentami gier w postaci Digital Extremes, Splash Damage oraz Athlon Games²³².

Co więcej, ekspansja chińskiej korporacji nie zwalnia także w 2021 r. W styczniu tegoż roku Tencent dokonał całkowitego przejęcia kanadyjskiego studia Klei Entertainment²³³, a zaledwie miesiąc później jego portfolio powiększyło się o mniejszościowe udziały w czeskiej spółce Bohemia Interactive, znanej przede wszystkim z realistycznych gier wojennych²³⁴. Dowodzi to temu, iż korporacja Tencent nie zamierza zbaczać z uprzednio obranej drogi, inwestując i zdobywając kontrolę nad różnymi twórcami gier wideo z całego świata.

Dokonywanie dalszych inwestycji nie tylko poprawia już i tak bardzo dobrą sytuację finansową przedsiębiorstwa, o czym świadczy wspomniane wcześniej tempo wzrostu przychodów korporacji, oraz, w rezultacie, gospodarczą siłę twardą będącą w dyspozycji państwa chińskiego, ale także umożliwia chińskiemu podmiotowi kontrolę treści znajdujących się w grach wydawanych przez podległych mu twórców. Przykładem takiego wykorzystania posiadanej władzy jest cenzura wprowadzona w grach znajdujących się w 100% w rękach Tencentu Riot Games z *League of Legends*, najpopularniejszą na świecie, cieszącą się populacją ponad 100 mln graczy grą typu MOBA, na czele²³⁵. W grach wymienionego studia zakazane jest używanie słów znajdujących się na specjalnie przygotowanych przez twórców listach obejmujących

²³² J. Batchelor, *Leyou shareholders approve Tencent takeover*: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-12-14-leyou-shareholders-approve-tencent-takeover> (dostęp: 18.02.2021).

²³³ A. Chalk, *Tencent acquires majority stake in Don't Starve studio Klei Entertainment*: <https://www.pcgamer.com/tencent-acquires-majority-stake-in-dont-starve-studio-klei-entertainment/> (dostęp: 18.02.2021).

²³⁴ *Bohemia Interactive – Bohemia Interactive receives strategic minority investment from Tencent*: <https://www.bohemia.net/blog/bohemia-interactive-minority-investment-tencent> (dostęp: 18.02.2021).

²³⁵ L. Ziegler, *Top 10 most played MOBA Games (2019 Edition)*: <https://www.gamersdecide.com/articles/top-10-most-played-mobas> (dostęp: 18.02.2021).

terminy, które z różnych przyczyn nie powinny pojawiać się w np. wiadomościach na czacie. Choć listy te obejmują przede wszystkim wulgaryzmy oraz określenia uznane za obraźliwe, co jest standardową praktyką, można na nich znaleźć także takie miana, jak Ujgurzy, co odnosi się do represjonowanej mniejszości etnicznej zamieszkującej zachodnie rubieże Chin²³⁶, czy też Hongkong, co związane jest z antychińskimi protestami, które się tam odbyły²³⁷. Co więcej, zakaz używania podobnych pojęć obowiązuje także dziennikarzy i zawodników biorących udział w organizowanych przez Riot Games turniejach. Dochodzi nawet do dość kuriozalnych sytuacji w postaci np. nakazu skracania nazwy drużyny „Hong Kong Attitude” do liter „HKA” w czasie wspomnianych zawodów²³⁸.

Kwestia wprowadzonej cenzury i ograniczenia wolności wypowiedzi nie jest jednak najbardziej niepokojącą stroną relacji Riot Games z Tencentem. Status ten należy do dołączonego do nastawionej na wieloosobową rywalizację gry *Valorant* opracowanego przez stronę chińską systemu przeciwdziałania oszustwom w postaci np. zwiększania przez graczy prędkości poruszania postaci. W przeciwieństwie do zwyczajowo wykorzystywanych rozwiązań, wykorzystane przez Riot Games narzędzie działa na poziomie jądra systemu operacyjnego, funkcjonując i zbierając dane o poczynaniach użytkownika nie tylko w czasie gry, ale w każdym momencie, gdy dany komputer jest włączony. Co więcej, początkowo producent starał się zachować tę informację w tajemnicy, przyznając się do korzystania z takiego systemu dopiero, kiedy sprawa została nagłośniona przez dociekliwych graczy, broniąc swojej decyzji tym, iż jest to jedyny sposób, by skutecznie powstrzymać oszustów²³⁹.

Decyzja o zastosowaniu przez Riot Games oprogramowania ingerującego w podstawowe funkcje komputera budzi wiele wątpliwości. W najlepszym przypadku pozyskane w ten sposób dane o użytkowniku mogłyby posłużyć jako podstawa analizy profilu i zainteresowań konsumentów, stając się punktem wyjścia do efektywnych, spersonalizowanych działań marketingowych. Zgodnie z gorszą i, w oczach wielu

²³⁶ A. Zenz, *Sterilizations, IUDs, and Mandatory Birth Control: The CCP's Campaign to Suppress Uyghur Birthrates in Xinjiang*, The Jamestown Foundation, Washington 2020, s. 1-3.

²³⁷ J. Li, *Gamers are scrutinizing League of Legends for signs of China's censorship*: <https://qz.com/1731892/gamers-spot-censorship-of-uyghur-in-league-of-legends/> (dostęp: 18.02.2021).

²³⁸ M. Kelly, *Riot doesn't want League of Legends broadcasters discussing 'sensitive topics' on the air*: <https://www.theverge.com/2019/10/11/20908325/league-of-legends-riot-games-epic-games-blizzard-hearthstone-hong-kong-protests> (dostęp: 18.02.2021).

²³⁹ J. Conditt, *A closer look at Valorant's always-on anti-cheat system*: <https://www.engadget.com/valorant-vanguard-riot-games-security-interview-video-170025435.html> (dostęp: 18.02.2021).

ekspertów, bardziej realistyczną interpretacją tej decyzji, umożliwia ona pełną inwigilację użytkownika i wgląd w każde działanie, jakiego podejmuje się on na własnym komputerze, a co za tym idzie jest to dobre oprogramowanie szpiegowskie, które nieświadomi ludzie sami chętnie instalują. Związane z grą *Valorant* odkrycie zbiegło się w czasie z m.in. ujawnieniem podobnego, dotychczas nieznanego zastosowania popularnej chińskiej aplikacji mobilnej TikTok, która bez wiedzy użytkownika przesyła do centrali dane odnośnie do zawartości schowka urządzenia²⁴⁰, stając się częścią większego procesu zbierania informacji o konsumentach kontrowersyjnymi metodami przez znajdujące się w rękach chińskiego kapitału podmioty.

Innym przejawem chińskiego wpływu na branżę gier wideo jest polityka prowadzona w ostatnich latach przez amerykańskie Epic Games, którego ok. 40% udziałów należy do korporacji Tencent, natomiast pozostałe znajdują się w rękach podejrzanego o powiązania z władzami ChRL założyciela przedsiębiorstwa Tima Sweeneya²⁴¹. Trzy miesiące po sfinalizowaniu inwestycji przez Tencent, Epic Games ogłosiło otwarcie własnej internetowej platformy dystrybucyjnej gier pod nazwą Epic Games Store, rzucając przy tym wyzwanie dotychczasowemu faktycznemu monopolistom na globalnym rynku gier w postaci należącego do amerykańskiego Valve Corporation sklepu Steam²⁴². By zachęcić graczy do porzucenia dotychczasowych przyzwyczajzeń i przejścia na nową platformę, Epic Games zdecydowało się sięgnąć po środki pokroju zawierania z producentami opiewających na wysokie kwoty umów gwarantujących platformie wyłączne prawa do dystrybucji danej gry, jak również, w niektórych przypadkach, umożliwiając nowemu sklepowi rozdawanie dziesiątek gier za darmo lub sprzedaż po znacznie zaniżonych cenach²⁴³.

Choć Epic Games nie publikuje ogólnodostępnych raportów finansowych, domniemywa się, iż prowadzona przez przedsiębiorstwo polityka, miejscami wykazująca znamiona dumpingu, generuje koszty znacznie przewyższające przychody, a wynikała w ten sposób strata równoważona jest wyłącznie przez dobrze prosperującą grę *Fortnite*

²⁴⁰ Z. Doffman, *Warning – Apple suddenly catches TikTok secretly spying on millions of iPhone users*: <https://www.forbes.com/sites/zakdoffman/2020/06/26/warning-apple-suddenly-catches-tiktok-secretly-spying-on-millions-of-iphone-users/?sh=73be9db834ef> (dostęp: 18.02.2021).

²⁴¹ *Tech2News – Epic Games founder Tim Sweeney denies giving data to the Chinese government*: <https://www.firstpost.com/tech/gaming/epic-games-founder-tim-sweeney-denies-giving-data-to-the-chinese-government-5814561.html> (dostęp: 18.02.2021).

²⁴² A. Chen, *Steam Games: Factors that drive customer retention*, Northwestern University, Evanston 2019, s. 1.

²⁴³ A. Bernevega, *Epic Games Store's struggle to become a platform*, University of Amsterdam, Amsterdam 2019, s. 1.

i opłaty z tytułu wykorzystania silnika Unreal Engine. Przypuszcza się, iż długofalowym celem Epic Games jest minimalizowanie udziału w rynku konkurencyjnego sklepu Steam, tworząc tym samym miejsce dla Epic Game Store. Kontrowersje budzi jednak nie tylko sposób funkcjonowania wspomnianego sklepu, ale także, podobnie jak w przypadku Riot Games, fakt zbierania i wysyłania przez platformę pozornie niepotrzebnych danych na temat użytkownika²⁴⁴. Można więc przypuszczać, iż i w tym przypadku chęć popularyzacji Epic Game Store podyktowana jest nie tylko chęcią zrozumiałego zarobku, lecz również pragnieniem zdobycia dostępu do prywatnych danych rosnącej bazy konsumentów.

Biorąc pod uwagę powszechne wątpliwości co do intencji korporacji Tencent i podległych jej spółek na Zachodzie, nie zaskakuje fakt, iż kwestia ta nie uszła uwadze rządu Stanów Zjednoczonych. We wrześniu 2020 r. Komitet ds. Inwestycji Zagranicznych w Stanach Zjednoczonych wystosował pismo do znajdujących się pod wpływem Tencentu amerykańskich producentów gier, m.in. wymienionych w niniejszej pracy Activision Blizzard, Riot Games i Epic Games, żądając wyjaśnień odnośnie do relacji łączących te podmioty z Chinami oraz zasad, wedle których obchodzą się z wrażliwymi danymi użytkowników²⁴⁵. Choć odpowiedź odbiorców pisma nie przedostała się do opinii publicznej, wydaje się, iż sytuacja ta nie wpłynęła znacząco na stosunki chińskiej korporacji z jej amerykańskimi partnerami w ciągu kilku miesięcy, które minęły od reakcji rządu Stanów Zjednoczonych. Pokazuje to jednak, iż poczynania Chin na rynku gier nie pozostają niezauważone, a politycy Zachodu zdają sobie powoli sprawę z niebezpieczeństw związanych z chińską ekspansją.

Podchodząc do analizy wpływu płynących z Chin inwestycji w globalną branżę gier w sposób sprawiedliwy należy jednak pamiętać nie tylko o związanych z tym zjawiskiem zagrożeniach, ale także o jego znaczących pozytywnych stronach. To, z jaką łatwością Tencent wydaje się przejmować kolejne studia wynika nie tylko z dobrej sytuacji finansowej korporacji i leżącej u jej podwalin ekonomicznej potęgi Chin, ale też woli samych twórców, którzy chętnie oddają się pod opiekę przedsiębiorstwa z Państwa Środka. Przedsiębiorstwa, w które zainwestował Tencent, jednogłośnie chwalą wsparcie

²⁴⁴ C. Hall, *The fury over the Epic Games Store explained*: <https://www.polygon.com/2019/4/5/18295833/epic-games-store-controversy-explained> (dostęp: 18.02.2021).

²⁴⁵ O. S. Good, *Epic and Riot Games' Tencent dealing draw U.S. government scrutiny*: <https://www.polygon.com/2020/9/17/21444293/tencent-ownership-investment-riot-games-epic-us-investigation-trump-national-security> (dostęp: 18.02.2021).

ze strony chińskiego partnera, wskazując, iż mogą liczyć na jego realną pomoc w kwestiach technicznych, biznesowych lub prawnych, związanych np. z publikacją gier w Chinach, zachowując przy tym właściwie pełną swobodę co do rodzaju, tematyki i innych aspektów produkowanych gier²⁴⁶. Hideki Kamiya, założyciel Platinum Games, w którym w 2020 r. Tencent wykupił mniejszościowe udziały, przyznał otwarcie, iż rozpoczęcie współpracy z chińską korporacją umożliwi realizację planów, które wcześniej wydawały się niemożliwe²⁴⁷.

Z perspektywy ogółu światowego rynku gier chińska ekspansja, ucieleśniana przede wszystkim przez inwestycje dokonywane przez korporację Tencent, jawi się jako proces budzący ambiwalentne odczucia. Z jednej strony należy zwrócić uwagę na obecną w produktach spółek znajdujących się pod chińską kontrolą cenzurę treści niezgodnych z przyjętą przez Komunistyczną Partię Chin wizją świata. Celowy zakaz używania pewnych pojęć czy też odwracanie uwagi graczy od skaz na wizerunku pekińskiego rządu w postaci np. sposobów traktowania przez niego niektórych mniejszości etnicznych bądź ludzi niezgadających się z jego decyzjami to realne problemy, stanowiące zagrożenie dla wolności wyrażania poglądów czy swobody dostępu do niezmanipulowanych informacji. Ponadto, niepokojąca jest także tendencja korzystania przez wspomniane podmioty z oprogramowania, które posiada funkcje charakterystyczne dla narzędzi szpiegowskich, inwigilujących użytkowników i zapisujących ich każdy ruch. Z drugiej strony, dostęp do chińskiego kapitału, a także pomocy chińskich partnerów jest czynnikiem wartościowym dla zachodnich twórców gier, którzy mogą dzięki temu realizować swoje projekty. Największym wygranym całego przedsięwzięcia są jednak Chiny, a zwłaszcza stanowiąca istotny element siły technologicznej i gospodarczej tego państwa korporacja Tencent, której związane z grami wpływy nie tylko stanowią już niespełna połowę wszystkich przychodów, ale też rokrocznie zwiększają swoją wartość.

4.3. Twórczość własna i jej wpływ na postrzeganie producenta

Trzeci z istotnych w kontekście chińskiej strategii na międzynarodowym rynku gier wideo przejawów wpływu przyjmuje postać gier stworzonych przez rodzime studia. Jest

²⁴⁶ *PR Newswire* – *Tencent helps game developers level up for worldwide success*: <https://www.prnewswire.com/news-releases/tencent-helps-game-developers-level-up-for-worldwide-success-300816128.html> (dostęp: 18.02.2021).

²⁴⁷ *Siliconera* – *Hideki Kamiya explains Platinum Games' partnership with Tencent*: <https://www.siliconera.com/hideki-kamiya-explains-platinum-games-partnership-with-tencent/> (dostęp: 18.02.2021).

to forma, która na znaczeniu zyskała stosunkowo późno i przez lata jej oddziaływanie na światowe rynki, w przypadku Chin, było znikome. Produkcja własnych dzieł z dziedziny rozrywki elektronicznej niesie ze sobą jednak istotną korzyść, mianowicie pełną kontrolę nad procesem produkcji gry od początku do końca, stojącą za nią wizją artystyczną i tym, co dana gra ma zamiar przekazać ludziom, którzy zdecydują się po nią sięgnąć. W efekcie jest to potencjalnie najbardziej efektywny spośród wymienionych sposobów wpływania na rynek gier wideo i obecnych na nim konsumentów w odniesieniu do możliwości wykorzystania go do realizacji celów rangi państwowej.

Choć sama branża gier wideo w Chinach wykształciła się już dawno, przez wiele lat owoce jej pracy dostępne były najczęściej wyłącznie na rynku lokalnym, a same studia rzadko wchodziły w interakcje z podmiotami obcymi. Jednym z niewielu widocznych już od początku XXI w. przejawów współpracy międzynarodowej w Chinach była obecność filii dużych producentów zagranicznych, którymi kierowała chęć wykorzystania lokalnego kapitału ludzkiego wysokiej klasy w celu wykonania niektórych elementów większych projektów realizowanych przez zespoły w Europie i Ameryce Północnej, przykładem czego jest szanghajski oddział operującego głównie we Francji i w Kanadzie przedsiębiorstwa Ubisoft²⁴⁸. Choć studia tego typu z natury pozbawione są znaczącego wpływu na stojącą za grą wizję, a ich zadaniem jest ściśle wykonywanie poleceń zwierzchnika, stanowiło to ważne źródło doświadczenia dla pracowników, którzy w przyszłości mieli zasilić szeregi chińskich producentów.

Z czasem wspomniana współpraca zaczęła w wielu przypadkach przeobrażać się w bardziej swobodną relację. Zamiast zakładać własne oddziały, zagraniczni deweloperzy coraz częściej decydowali się na zlecenie pracy niezależnym małym chińskim przedsiębiorstwom, które chętnie podejmowały się np. produkcji oprawy wizualnej, zaprogramowania części funkcjonalności czy nawet stworzenia całej gry. Taką szansę dostało m.in. szanghajskie studio Spicy Horse, któremu amerykański wydawca Electronic Arts zdecydował się powierzyć produkcję *Alice: Madness Returns*²⁴⁹. Sama wydana w 2011 r. gra spotkała się z mieszanym przyjęciem ze strony krytyków²⁵⁰,

²⁴⁸ Ubisoft – Ubisoft Shanghai Studio: <https://www.ubisoft.com/en-US/studio/shanghai.aspx> (dostęp: 20.02.2021).

²⁴⁹ K. Raghav, *The defining Chinese video games of the 2010s*: <https://radiichina.com/chinese-video-games-2010s/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁰ D. Harris, *Little China Doll: How Spicy Horse imagined Alice: Madness Returns*: <https://www.rockpapershotgun.com/little-china-doll-how-shiny-horse-imagined-alice-madness-returns> (dostęp: 20.02.2021).

okazała się jednak powszechnie lubiana przez samych konsumentów²⁵¹, co pozytywnie odbiło się na wizerunku chińskich podwykonawców w branży.

Odmiernym, bardziej negatywnym zjawiskiem kojarzonym z chińską branżą gier już od jej zarania jest oparcie lokalnego rynku gier o mniej lub bardziej udane kopie produkcji z innych krajów. Ze względu na wysokie i, w przeszłości, wydające się niemożliwe do pokonania bariery wejścia na rynek chiński, wielu producentów znanych gier nigdy nie próbowało oficjalnie opublikować ich w ChRL. W połączeniu z pobłażliwym podejściem władz do kwestii praw do własności intelektualnej dało to chińskim studiom szansę na odniesienie rynkowego sukcesu relatywnie niskim kosztem, wykorzystując sprawdzone za granicą rozwiązania, zmieniając jedynie niektóre elementy na bardziej dopasowane do potrzeb lokalnego rynku. Z drugiej jednak strony, stanowiło to znaczną przeszkodę na drodze do wydania własnych gier poza granicami Chin, a także, w szerszej perspektywie, ograniczało rozwój branży, gdyż studia nie miały potrzeby, by sięgać po nowatorskie, tworzone od zera projekty²⁵².

Silne zainspirowanie się czołowymi dziełami branży gier przez chińskich twórców nie oznacza jednak, iż w każdym przypadku stworzona przez nich gra skazana jest na międzynarodową porażkę. Świadczy o tym sukces wydanej przez korporację Tencent w 2015 r. i wyprodukowanej przez podległe jej rodzime studia gry *Honor of Kings*, silnie czerpiącej ze stworzonej przez amerykańskie Valve Corporation produkcji pt. *Dota 2*. *Honor of Kings* uznawane jest za jedną z najpopularniejszych na świecie gier mobilnych, mogąc pochwalić się średnio ok. 100 mln logujących się każdego dnia użytkowników²⁵³, przynosząc łączne zyski sięgające globalnie nawet 4,5 mld USD²⁵⁴. Dobrze na rynkach międzynarodowych radzą sobie także niektóre z dzieł mniejszych twórców, jak np. stworzona na bazie japońskiego *Dark Souls* przez Dark Star Games gra *Sinner: Sacrifice for Redemption*²⁵⁵ czy też nawet gra *Werewolf Among Us* studia Shenzhen Youliang

²⁵¹ Bazy danych serwisu Metacritic: <https://www.metacritic.com/game/pc/alice-madness-returns> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵² G. Tan, *Will Chinese game developers become the next big players in the industry?:* <https://journal.businessinsider.com/bt-online/2021/will-chinese-game-developers-become-the-next-big-players-in-the-industry> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵³ K. S. Arora, *Honor of Kings becomes the most popular mobile game globally: Everything to know about it:* <https://indianexpress.com/article/technology/gaming/everything-you-need-to-know-about-honor-of-kings-arena-of-valor-6913764/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁴ R. Nelson, *Tencent's Honor of Kings brings in \$4.5 billion, reaches \$200 million outside China:* <https://sensortower.com/blog/honor-of-kings-revenue-4-billion> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁵ J. Donnelly, *Sinner: Sacrifice for Redemption is like Dark Souls for those pressed for time:* <https://www.pcgamer.com/sinner-sacrifice-for-redemption-is-like-dark-souls-for-those-pressed-for-time/> (dostęp: 20.02.2021).

Technology, która nie kryje się z kopiowaniem będącej swoistym fenomenem społecznym drugiej połowy 2020 r. gry *Among Us*²⁵⁶. Pomimo sukcesów finansowych, a co za tym idzie dalszą podbudową chińskiej twardej siły ekonomicznej, gry tego typu nie są jednak narzędziem odpowiadającym potrzebom rządu w Pekinie. Ich odtwórczy charakter koliduje bowiem z wizją ChRL jako państwa innowacyjnego, samemu wyznaczającego trendy, wpisując się co gorsza w stereotyp kojarzący Chiny z produkcją podróbek towarów zagranicznych.

Czynnikiem, który w większości odpowiada za rosnące na świecie zainteresowanie chińskimi grami są pochodzące z tego kraju gry twórców niezależnych, którzy dzięki stale rosnącemu popytowi na tę formę rozrywki mogą liczyć na sukces nawet nietypowych niszowych produkcji, co umożliwia im wykorzystanie niczym nieskrępowanych pokładów kreatywności, w konsekwencji doprowadzając do powstania gier oferujących unikatowe doświadczenia. Okazuje się jednak, iż fanów tego typu produkcji na świecie jest wielu, a niektórym z dzieł małych chińskich producentów, jak np. *Tale of Immortal*, *Chinese Parents* czy *The Scroll of Taiwu*, udało się nawet zająć pierwsze miejsce na liście najlepiej sprzedających się gier na przestrzeni miesiąca w sklepie Steam, największej tego typu platformie na świecie²⁵⁷. Dobrze na światowych rynkach radzą sobie także liczne inne pochodzące z Chin tytuły, m.in. strategia *Sands of Salzaar*, detektywistyczna gra przygodowa *The Rewinder* czy utrzymany w popularnych w ostatnich latach klimatach cyberpunku *Sense*, oferując graczom zróżnicowaną, odpowiadającą na odmienne potrzeby rozgrywkę²⁵⁸.

Przełomowym momentem w historii chińskiej branży gier jest ogólnosiwiatowa premiera gry *Genshin Impact* 28 września 2020 r. autorstwa mającego swoją siedzibę w Szanghaju miHoYo. Wspomniana gra jest czwartym dziełem tego założonego przez trzech przyjaciół z lokalnego uniwersytetu studia, jest to jednak pierwsza jego produkcja wydana także poza granicami Chin²⁵⁹. *Genshin Impact* to przedstawiciel popularnego od wielu lat gatunku RPG, w którym gracz wciela się w stworzonego przez siebie bohatera,

²⁵⁶ T. Wilde, *An Among Us clone is one of China's most popular new mobile games*: <https://www.pcgamer.com/an-among-us-clone-is-one-of-chinas-most-popular-new-mobile-games/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁷ S. Messner, *Chinese open-world RPG rockets to the top of Steam with over 170,000 concurrent players*: <https://www.pcgamer.com/chinese-open-world-rpg-rockets-to-the-top-of-steam-with-over-170000-concurrent-players/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁸ B. Grogan, *5 Chinese online games to get hyped for in 2020*: <https://www.thatsmags.com/china/post/30645/5-chinese-online-games-to-get-hyped-for-in-2020> (dostęp: 20.02.2021).

²⁵⁹ *miHoYo – About miHoYo*: <https://genshin.mihoyo.com/en/company/about> (dostęp: 20.02.2021).

przemierzając przy tym przedstawiony świat i rozwiązując jego kolejne problemy. Autorzy zdecydowali się skorzystać z atrakcyjnej dla oka oprawy wizualnej w stylu przypominającym ten znany z japońskich dzieł kultury, odwołując się w ten sposób do typowej stylistyki dzieł z Dalekiego Wschodu, zachowując jednak własną tożsamość. Choć w grze można doszukać się inspiracji popularnymi produkcjami ostatnich lat, przede wszystkim uznawanym przez wielu za najlepszą grę wszechczasów *The Legend of Zelda: Breath of the Wild*, jest to gra unikatowa, przesiąknięta wciąż mało znanymi poza granicami Chin elementami chińskiej kultury, legend i spojrzenia na świat²⁶⁰.

Genshin Impact został bardzo dobrze przyjęty przez społeczność międzynarodową. Jeszcze przed oficjalną premierą gry konta na dostarczonych przez twórców serwerach zarejestrowało ok. 20 mln osób. Choć producent nie udostępnił, przynajmniej w chwili pisania tych słów w marcu 2021 r., oficjalnych danych dot. populacji graczy, szacuje się, iż w grudniu 2020 r., zaledwie trzy miesiące po wydaniu gry, *Genshin Impact* mógł poszczycić się bazą użytkowników liczącą przynajmniej 40 mln konsumentów, w tym wielu graczy z Zachodu²⁶¹. Jest to wynik o tyle zaskakujący, iż producent gry był w momencie jej wydania mało znanym niezależnym twórcą z Chin, a nawet odnoszące sukcesy na rynkach gry z tego kraju zwykle nie są w stanie przyciągnąć aż tylu użytkowników na scenie międzynarodowej.

Zainteresowanie przekłada się także na odnotowywane wyniki finansowe. Pomimo tego, iż pobranie gry i sama rozgrywka są w pełni darmowe, miHoYo umożliwia graczom zakup rozmaitych elementów dodatkowych, np. strojów czy konkretnych postaci, które nie są niezbędne, lecz ułatwiają lub uprzyjemniają rozgrywkę. W ciągu pierwszego tygodnia od wydania gry wygenerowała ona przychody rzędu ok. 60 mln USD²⁶², a wyniki w pierwszym miesiącu kształtowały się na bardzo wysokim poziomie ok. 245 mln USD²⁶³. Ogółem, w ciągu dwóch pierwszych miesięcy funkcjonowania, strumień przychodu wypływającego z gry *Genshin Impact* osiągnął poziom 393 mln USD, co

²⁶⁰ S. Richtmyer, *How Genshin Impact differs from Breath of the Wild*: <https://screenrant.com/genshin-impact-vs-breath-wild-similar-differences-compared/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶¹ A. King, *How many Genshin Impact players are there*: <https://screenrant.com/genshin-impact-players-how-many-downloads-sales-2021/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶² C. Chapple, *Genshin Impact generates \$60 million in first week as it becomes world's no. 2 grossing mobile game*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-week-revenue> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶³ C. Chapple, *Genshin Impact hits nearly \$250 million in its first month, making it one of the largest mobile game launches ever*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-month-revenue> (dostęp: 20.02.2021).

odpowiada ponad 6 mln USD dziennie²⁶⁴. Gra studia miHoYo stała się jednocześnie drugą, po wspomnianym wcześniej *Honor of Kings*, najlepiej zarabiającą grą dostępną na platformach mobilnych. Tym, co odróżnia *Genshin Impact* od dzieła wydanego przez Tencent jest geograficzna struktura odnotowanych przychodów, gdyż w przeciwieństwie do właściwie całkowicie uzależnionego od rynku chińskiego *Honor of Kings* aż dwie trzecie przychodów gry generowane są poza Chinami, co jest osiągnięciem bez precedensu dla najlepiej zarabiających gier o chińskiej proweniencji²⁶⁵.

Na pozytywnym wizerunku *Genshin Impact* i odpowiedzialnych za niego twórców pojawiają się jednak skazy w postaci typowej dla znajdujących się pod kontrolą chińskiego kapitału gier cenzury, obejmującej np. takie zakazane terminy jak „Tajwan”, „Hongkong” czy też nazwa nielegalnego w Chinach ugrupowania „Falun Gong”²⁶⁶, jak również kontrowersje związane z zastosowaniem w grze oprogramowania przeciwdziałającego oszustwom działającego na poziomie jądra systemu, podobnie jak miało to miejsce w opisanym wcześniej przypadku gry *Valorant*²⁶⁷. Twórcy zarzekają się, iż są to standardowe rozwiązania wynikające z narzuconych im prawnie obowiązków, które nie mają wpływu na komfort użytkownika. Nie należy jednak lekceważyć zagrożeń dla prywatności i wolności wyrażania poglądów, które mogą pojawić się w związku z nadużyciem wymienionych narzędzi.

Najważniejszym z punktu widzenia dążeń chińskich dygnitarzy czynnikiem w odniesieniu do rodzimych gier odnoszących sukcesy na Zachodzie nie jest sama kontrola treści, rozumiana jako wspomniana cenzura pojęć godzących w ukształtowaną w Pekinie wizję świata i możliwa do realizowania także innymi metodami, lecz ich zdolność do tworzenia pozytywnego wizerunku ChRL w oczach obcych, a w konsekwencji także wzmacniania znajdującego się w posiadaniu władz *soft power*. Chińskie gry ostatnich lat, w szczególności te autorstwa niezależnych, nieograniczających własnej kreatywności twórców, zawierają w sobie wiele odniesień do lokalnych mitów i folkloru, bohaterów historycznych czy też przekazywanych tam legend. Opowieści ukute na kanwie bogactwa kultury Chin okazują się przyciągać graczy

²⁶⁴ C. Chapple, *Genshin Impact generates close to \$400 million in first two months, averaging more than \$6 million a day*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-two-months-revenue> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶⁵ *Ibidem*.

²⁶⁶ H. Davidson, *Genshin Impact players say Chinese game censors 'Taiwan' and 'Hong Kong' chat*: <https://www.theguardian.com/world/2020/oct/08/genshin-impact-players-say-chinese-game-censors-taiwan-and-hong-kong-chat> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶⁷ *miHoYo – About our anti-cheat system*: <https://genshin.mihoyo.com/en/news/detail/5818> (dostęp: 20.02.2021).

z Zachodu, oferując im coś wyjątkowego i unikatowego, jednocześnie budząc w nich zainteresowanie Państwem Środka i ukazując je w pozytywnym świetle²⁶⁸. Idea ta znajduje zastosowanie także w odniesieniu do chińskich gier niezwiązanych bezpośrednio z ojczyzną, jak np. w *Banner of the Maid* autorstwa Azure Flame Studio, gdzie dowodzony przez gracza regiment armii rewolucyjnej Francji może liczyć na pomoc ze strony działających na europejskich wodach bohaterskich chińskich korsarzy, co, choć nie jest uzasadnione historycznie, kreuje wizerunek Chińczyków jako ludzi dzielnych i godnych zaufania²⁶⁹.

Początki chińskiej branży gier, gdy była ona skupiona przede wszystkim na pracy na rzecz producentów zagranicznych bądź kopiowaniu sprawdzonych pomysłów i przenoszeniu ich na rynek lokalny, nie zapowiadały sukcesów, jakie pochodzące z tego państwa produkcje odnoszą w ostatnich latach. Dotychczas niedostępne lub ignorowane, dzieła chińskich deweloperów zaczęły powszechnie przyciągać uwagę graczy z innych krajów, zapoznając ich z różnorodnymi obliczami chińskiej kultury i pokazując tamtejszą cywilizację w jak najlepszym świetle. Gry te stanowią tym samym jeden z potencjalnie istotnych składników strategii współczesnego państwa chińskiego, oddziałując pozytywnie zarówno na jego sferę typowo gospodarczą, przynosząc coraz większe zyski lokalnym przedsiębiorstwom, jak i tworząc korzystny z perspektywy siły miękkiej wizerunek Chin jako interesującego źródła światowych innowacji.

Podstawę chińskiej ekspansji na globalnym rynku gier wideo stanowią obecne na nim przedsiębiorstwa, zarówno rodzime, jak i te zagraniczne. Ekspansja ta najczęściej wyraża się poprzez przyjęcie jednej z trzech postaci. Pierwszą z nich jest wpływ największego na świecie i najbardziej dochodowego chińskiego rynku gier. Pomimo licznych przeszkód utrudniających dostęp, zagraniczni twórcy nie wahają się dążyć do opublikowania własnych produktów w Chińskiej Republice Ludowej, w rozmaity sposób zmieniając, dostosowując i cenzurując swoje produkty, aby tylko sprostać coraz wyższym wymaganiom lokalnych władz, co ma swoje odbicie także w wersjach gier oferowanych przez nich na rynkach światowych. Drugą formą jest bezpośrednia kontrola sprawowana nad istotnymi w skali globalnej branży gier podmiotami przez największe chińskie korporacje dzięki dokonywanym przez nie inwestycjom i przejęciom. Choć partnerzy

²⁶⁸ S. Messner, *Chinese open-world RPG rockets to the top of Steam with over 170,000 concurrent players*: <https://www.pcgamer.com/chinese-open-world-rpg-rockets-to-the-top-of-steam-with-over-170000-concurrent-players/> (dostęp: 20.02.2021).

²⁶⁹ Zasoby internetowej platformy dystrybucyjnej Steam: <https://store.steampowered.com/app/1139930/> (dostęp: 20.02.2021).

z Państwa Środka stronią raczej od bezpośrednich ingerencji w samą rozgrywkę, dając swobodę podległym im studiom, korzystają jednak z posiadanych wpływów, aby ograniczyć dyskusję na niepożądane tematy oraz, przypuszczalnie, uzyskać dostęp do wrażliwych danych użytkowników. Ostatnia z postaci ekspansji to działalność producentów z Chin, których nowatorskie gry wideo znajdują coraz więcej zwolenników w krajach Zachodu, zapewniając im znaczące źródła dochodu i pozwalając kreować pozytywny wizerunek własnej ojczyzny.

Z perspektywy strategii rządu ChRL wszystkie trzy wymienione zjawiska mają korzystny charakter. Analizując je z punktu widzenia najważniejszej dla Chin od dziesięcioleci gospodarczej siły twardej nie sposób nie zauważyć, iż każda z form prowadzi do tego samego celu, czyli dalszego wzmocnienia tego rodzaju *hard power*. Można mówić tu o m.in. dalszym wzroście wartości chińskiego rynku, a co za tym idzie lepszej sytuacji związanych z nim instytucji, jak i rosnących dochodach zarówno największych przedsiębiorstw, czerpiących z płynących z posiadanych przez nie zagranicznych spółek źródeł przychodu, a także coraz śmielej poczynających sobie na rynku międzynarodowym mniejszych twórcach niezależnych. W podobnie pozytywny sposób można rozpatrywać ogólny wpływ ekspansji na rynkach gier wideo na chińską siłę miękką. Choć pojawiające się sporadycznie kontrowersje związane z cenzurą lub ryzykiem szpiegostwa wywołują zdecydowane reakcje społeczności, są to raczej jedynie chwilowe zawirowania. Wzrastająca pozycja chińskich przedsiębiorstw w światowej branży gier wydaje się oddziaływać w sposób odpowiadający oczekiwaniom władz w Pekinie, tworząc wizerunek państwa innowacyjnego, wrażliwego na ludzkie potrzeby, a także reprezentanta rzeczywistej potęgi.

ZAKOŃCZENIE

Podjęte na początku XXI w. decyzje rządzących Chińską Republiką Ludową świadczą o tym, iż państwo to już otwarcie dąży do uzyskania statusu najpotężniejszego, najbardziej wpływowego spośród światowych mocarstw. Rząd w Pekinie wydaje się w swoich planach podążać przede wszystkim za ideą potęgi o wielu obliczach, często odwołując się przy tym do koncepcji sił twardych i miękkich autorstwa Josepha Nye'a, starając się, by wpływ wywierany przez Chiny na inne podmioty wynikał ze zróżnicowanych podstaw w postaci posiadanych pokładów sił ekonomicznych, technologicznych i oddziaływania kulturalnego. Prowadzone przez Chiny szeroko zakrojone kampanie na arenie międzynarodowej, w szczególności w czasach piastowania pozycji przewodniczącego państwa przez Xi Jinpinga, dobrze wpisują się w ramy trzech wspomnianych czynników, bazując na już znaczącej, lecz wciąż rozwijanej sile gospodarki, próbując przy tym uzupełnić braki wykazywane na dwóch pozostałych polach.

Jedną z branż odpowiadających profilowi działań prowadzonych przez władze Chińskiej Republiki Ludowej jest branża gier wideo. Choć historia rynku gier nie jest długa, a same dostępne na nim produkty nie są wciąż w powszechnej świadomości postrzegane jako istotne dobra ekonomiczne czy, tym bardziej, branża, która mogłaby mieć znaczenie w kontekście polityki mocarstw, prężny rozwój wspomnianego rynku na przestrzeni ostatnich lat, jak i specyfika samych gier, łączących w sobie aspekty wszystkich trzech filarów siły państwa we współczesnym rozumieniu, sprawiają, iż gry elektroniczne stanowią atrakcyjny cel ekspansji w oczach pekińskich władarzy. Rynek ten, pod względem odnotowywanych przychodów w branży rozrywkowej ustępujący tylko przemysłowi telewizyjnemu, oferuje Chinom nie tylko szansę dalszego wzrostu potęgi ekonomicznej, ale i jest również skutecznym kanałem przepływu przekazu o charakterze kulturowym czy ideologicznym. Ok. 2,7 mld ludzi składających się na populację konsumentów gier wideo to równocześnie odpowiadająca trzeciej części mieszkańców świata grupa potencjalnych odbiorców płynącej z Państwa Środka myśli, co ważne w kontekście dążenia do zwiększenia posiadanej przez Chiny siły miękkiej. Co więcej, liczba ta, podobnie jak wartość powiązanego rynku, nieustannie wzrasta.

Ekspansja Chińskiej Republiki Ludowej na światowym rynku gier wideo przyjmuje trzy główne formy, które, choć odmienne w swojej istocie, prowadzą do tego

samego celu, którym jest zdobycie coraz większej kontroli nad branżą i wykorzystanie jej zgodnie z wolą Komunistycznej Partii Chin. Najstarszym z przejawów chińskiego wpływu na gry jest nacisk na zmianę godzących w przyjętą przez władzę wizję rzeczywistości treści w grach twórców zagranicznych, wabionych przez niezwykle przekonującą pasywną siłę atrakcyjności chińskiego rynku. Twórcy, we współpracy z lokalnymi partnerami w postaci np. NetEase, często decydują się przystać na te warunki, wymieniając wolność artystycznego wyrazu i myśli w zamian za dostęp do największego możliwego źródła przychodu, nierzadko ograniczając koszty poprzez globalną dystrybucję wspólnej, ocenzonej wersji gry.

Drugim z powszechnych przejawów chińskiej ekspansji jest wykupywanie i bezpośrednio przejmowanie kontroli nad zagranicznymi producentami przez chińskie przedsiębiorstwa wykorzystujące środki zgromadzone dzięki sile lokalnej gospodarki. Prym na tym polu wiezie koncern Tencent, którego wpływy, widoczne już na całym świecie, rosną z każdym kolejnym przejętym studiem deweloperskim, umożliwiając ingerencję w treści prezentowane przez gry już na bardzo wczesnym etapie produkcji. Choć działania Tencentu budzą raczej negatywne odczucia w międzynarodowej społeczności graczy, sami producenci gier są zadowoleni ze współpracy z chińskim podmiotem i wsparcia, które on oferuje.

Ostatnia z wyróżnionych form dotyczy ekspansji zagranicznej w wykonaniu chińskich producentów gier. Owoce ich pracy są coraz bardziej popularne na rynku międzynarodowym, co przekłada się na lepsze wyniki finansowe. W tym przypadku, w odróżnieniu od wcześniej opisanych postaci ekspansji, chińska obecność na arenie międzynarodowej spotyka się raczej z pozytywnym przyjęciem ze strony konsumentów. Nowa fala wchodzących na rynek gier o chińskiej proweniencji różni się znacząco od często odtwórczych produkcji dawniej opuszczających granice Państwa Środka, oferując graczom z innych krajów nowe doznania dzięki zastosowanym nowatorskim rozwiązaniom czy też zaznajamiając ich z fascynującymi elementami kultury Chin. Gry tego typu, w postaci np. *Genshin Impact* studia miHoYo, są szczególnie istotne z punktu widzenia chińskich planów, budując pozytywny wizerunek tego państwa.

Zdefiniowanie pojęcia mocarstwa i podstaw siły, którą powinien odznaczać się podmiot aspirujący do tego miana we współczesnym świecie, co odpowiada pierwszemu z celów pomocniczych, opisane zostało w rozdziale pierwszym, w którym pokazano drogę, jaką idea mocarstwa pokonała w historii nauki Zachodu i Chin, ostatecznie łącząc sposoby rozumowania obu cywilizacji w formie koncepcji siły rozważnej. Drugi z celów

pomocniczych, odnoszący się do określenia ogólnej charakterystyki planów rządu w Pekinie, zrealizowany został w rozdziale drugim za sprawą opisu kluczowych projektów na polu gospodarki, technologii i kultury, a także wyciągnięcia wniosków co do łączących je punktów wspólnych. Trzeci cel pomocniczy, sprowadzający się do weryfikacji zasadności postrzegania branży gier wideo jako kierunku ekspansji państwa dążącego do statusu mocarstwa, osiągnięty został poprzez zawartą w rozdziale trzecim analizę światowego rynku gier pod względem jego obecnego stanu i zauważalnych trendów rozwojowych. Ostatni z celów pomocniczych w postaci określenia konkretnych przejawów oddziaływania pochodzących z Chin podmiotów na wspomniany rynek osiągnięty został w rozdziale czwartym dzięki zawartemu w nim studium trzech odmiennych form chińskiej ekspansji. Za sprawą realizacji celów pomocniczych możliwym było również osiągnięcie celu głównego, czyli identyfikacji odgrywanej przez światowy rynek gier wideo w ogólnej strategii przyjętej przez władze Chińskiej Republiki Ludowej.

Podstawowa teza niniejszej pracy, wyrażająca się w stwierdzeniu, iż ekspansja Chin i pochodzących z tego kraju podmiotów na światowym rynku gier wideo stanowi istotny element strategii rządu w Pekinie została dowiedziona przede wszystkim za sprawą analizy trzech głównych form wzrostu oddziaływania Chińskiej Republiki Ludowej na globalną branżę gier. Zauważalna jest utrzymująca się od lat czy wręcz przybierająca na sile tendencja przejmowania kontroli nad rynkiem przez chińskie przedsiębiorstwa, realizujące przy tym główne założenia wyznaczonych przez dygnitarzy kierunków rozwoju. Sprawia to, iż nie tylko coraz lepsze są wyniki finansowe produkujących w światowej branży chińskich koncernów, a co za tym idzie także pozycja gospodarcza całego państwa, ale także prezentowane przez gry treści stają się zgodne z forsowaną przez Komunistyczną Partię Chin wizją świata, przyczyniając się do zwiększenia pokładów pożądanej przez Chiny siły miękkiej, w konsekwencji przybliżając Chiny do statusu największego z mocarstw we współczesnym pojmowaniu tego terminu.

Opisany w pracy problem jest istotny także z punktu widzenia prężnie rozwijającej się polskiej branży producentów gier. Dotychczas polskie podmioty odczuwały przede wszystkim wpływ najstarszej z wspomnianych form oddziaływania Chin na światowy rynek gier, czyli siły atrakcyjności rynku ChRL, o czym świadczy m.in. opisany w pracy przypadek rezygnacji przywrócenia do sprzedaży zakazanej w Chinach gry *Devotion* przez grupę CD Projekt w obawie o ewentualny wpływ tej decyzji na odbiór

gry *Cyberpunk 2077*, najnowszej produkcji działającego w ramach grupy studia CD Projekt Red. Prawdopodobnym jest również, iż w przyszłości polscy producenci staną się celem bezpośredniej ekspansji chińskich podmiotów pragnących dalej wzbogacić szeregi kontrolowanych przez siebie spółek, co stanowiłoby niebagatelną szansę na rozwój danego przedsiębiorstw, w szczególności mniejszych nowatorskich studiów, które zyskałyby na opiece i wsparciu ogromnego chińskiego partnera.

BIBLIOGRAFIA

Publikacje zwarte

1. Ash R. F., Kueh Y. Y., *The Chinese Economy under Deng Xiaoping*, Oxford University Press, New York 2005.
2. Bader J. A., *How Xi Jinping Sees the World...and Why*, Brookings, Washington 2016.
3. Barua S., *Understanding Coronanomics: The Economic Implications of the Coronavirus (COVID-19) Pandemic*, University of Dhaka, Dhaka 2020.
4. Berger A. A., *Video Games: A Popular Culture Phenomenon*, Transaction Publishers, New Brunswick 2002.
5. Bernevega A., *Epic Games Store's struggle to become a platform*, University of Amsterdam, Amsterdam 2019.
6. Breznitz D., Murphree M., *The Rise of China in Technology Standards: New Norms in Old Institutions*, U.S.-China Economic and Security Review Commission, Washington 2013.
7. Brown K., *The new emperors: power and princelings in China*, Tauris, London 2014.
8. Cai P., *Understanding China's Belt and Road Initiative*, Lowy Institute, Sydney 2017.
9. Canossa A. et al., *Influencer in Multiplayer Online Shooters: Evidence of Social Contagion in Playtime and Social Play*, w: *CHI '19: Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Brewster S., Fitzpatrick G. (red.), Sigchi, Glasgow 2019.
10. Chen A., *Steam Games: Factors that drive customer retention*, Northwestern University, Evanston 2019.
11. Danilovic V., *When the Stakes Are High*, University of Michigan Press, Ann Arbor 2002.
12. Ebeling B., *China's Export Product Gauge Kaifang*, Utrecht University, Utrecht 2019.

13. Ernkvist M., *Down Many Times, but Still Playing the Game: Creative Destruction and Industry Crashes in the Early Video Game Industry 1971-1986*, International Economic History Congress, Helsinki 2006.
14. Esposito N., *A Short and Simple Definition of What a Videogame Is*, Authors & Digital Games Research Association, Vancouver 2005.
15. Gertler J. L., *What China's WTO Accession Is All About*, w: *China and the WTO*, Bhattasali D., Li S., Martin W. (red.), The World Bank, Washington 2004.
16. Glaser B. S., Murphy M. E., *Soft Power with Chinese Characteristics*, w: *Chinese Soft Power and Its Implications for the United States*, McGiffert C. (red.), Center for Strategic & International Studies, Washington 2009.
17. Griffith-Jones S., *A BRICS Development Bank: A Dream Coming True?*, UNCTAD Discussion Papers, Geneva 2014.
18. Herodotou C., Kambouri M., Winters N., *What characteristics of the gamers' profile should be taken into account in player-centred game design?*, w: *Workshop Proceedings of the 11th International Conference on Intelligent Environments*, Preuveneers D. (red.), IOS Press, Prague 2015.
19. Keightley D. N., *The Origins of Chinese Civilization*, University of California Press, Berkeley 1983.
20. Kissinger H., *Moral Purposes and Policy Choices*, w: *Foreign Relations of the United States 1969-1976 Vol. XXXVIII*, E. Keefer (red.), US Government Printing Office, Washington 2012.
21. Kline S., Dyer-Witthford N., de Peuter G., *Digital Play: The Interaction of Technology, Culture and Marketing*, McGill-Queen's Press, Montreal 2003.
22. Kłosiński M., Maj K. M., *Przyczajony dyskurs, ukryta narracja*, w: *Dyskursy gier wideo*, Kłosiński M., Maj K. M. (red.), Ośrodek Badawczy Facta Ficta, Kraków 2015.
23. Kugler J., Organski A. F. K., *The War Ledger*, The University of Chicago Press, Chicago 1980.
24. Künstler M., *Pierwsze wieki cesarstwa chińskiego*, Dialog, Warszawa 2007.
25. Kurlantzick J., *Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World*, Yale University Press, New Haven 2007.
26. Levy J. S., *War in the Modern Great Power System: 1495-1975*, University Press of Kentucky, Lexington 2014.

27. Li M., *Soft Power: China's Emerging Strategy in International Politics*, Lexington Books, Lanham 2011.
28. Liu A., Major J., *Huainanzi (淮南子, Zapiski mistrzów z Huainan)*, Columbia University Press, New York 2010.
29. Lopes D., *A Philosophy of Computer Art*, Routledge, Abingdon 2009.
30. Lü B., *Lüshi Chunqiu (吕氏春秋, Kroniki Wiosny i Jesieni Mistrza Lü)* za: Xie X., *Tianzi (天子, Syn Niebios)*, Lulu, Hongkong 2015.
31. McCormick J., *The European Superpower*, Palgrave Macmillan, Cham 2007.
32. McKibbin W., Fernando R., *The economic impact of COVID-19*, w: *Economics in the Time of COVID-19*, R. Baldwin, B. Weder di Mauro (red.), CEPR Press, London 2020.
33. Mearsheimer J. J., *The Tragedy of Great Power Politics*, W. W. Norton & Company, New York 2001.
34. Modelski G., *Principles of World Politics*, Free Press, New York 1972 za: Danilovic V., *When the Stakes Are High*, University of Michigan Press, Ann Arbor 2002.
35. Morrison W. M., *China's Economic Rise: History, Trends, Challenges, and Implications for the United States*, Congressional Research Service, Washington 2019.
36. Nieborg D. B., *App Advertising: The Rise of the Player Commodity*, w: *Explorations in Critical Studies of Advertising*, Hamilton J. F., Bodle R., Korin E. (red.), Routledge, New York 2017.
37. Nye J., *Soft Power – The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, New York 2004.
38. Organski A. F. K., *World Politics*, A. A. Knopf, New York 1968.
39. Pilarowski G., Lu Y., Deng Y., *China's New Game Approval Requirements*, Pillar Legal, San Francisco 2019.
40. Ravich S. F., Fidler A., *The Economic Dimension of Great-Power Competition and the Role of Cyber as a Key Strategic Weapon*, w: *2020 Index of U.S. Military Strength*, Wood D. (red.), Heritage Foundation, Washington 2019.
41. Reeves D., *Sega and The Demise of the Dreamcast*, Stanford University, Stanford 2003.

42. Roberts C., Armijo L. E., Katada S. N., *The BRICS and Collective Financial Statecraft*, Oxford University Press, New York 2018.
43. Rodziński W., *Historia Chin*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1992.
44. Rogers E. M., Larsen J. K., *Silicon Valley fever: growth of high-technology culture*, Basic Books, New York 1984.
45. Ruffino P., *Burying E. T. the Extra-Terrestrial: Undoing Game Archeology*, First Joint International Conference of DiGRA and FDG, Dundee 2016.
46. Schoff J. L. Ito A., *Competing with China on Technology and Innovation*, Carnegie Endowment for International Peace, Washington 2019.
47. Snyder M., *China's Digital Game Sector*, U.-S.-China Economic and Security Review Commission, Washington 2018.
48. Stolte C., *Brazil's Africa Strategy: Great Powers and the Drive for Status in International Relations*, Palgrave Macmillan, New York 2015.
49. Stuenkel O., *The Brics and the Future of Global Order*, Lexington Books, London 2020.
50. Taylor T. L., *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*, Princeton University Press, Princeton 2018.
51. Tomaselli V., Cantone G. G., Mazzeo V., *Complex features in review bombing*, International Conference on Data Science & Social Research, Bari 2020.
52. Veugelers R., *The challenge of China's rise as a science and technology powerhouse*, Breugel, Saint-Josse-ten-Noode 2017.
53. von Bertalanffy L., *General Systems*, Society for the Advancement of General Systems Theory, New York 1962.
54. von Ranke L., *Die grossen Maechte*, Insel-Verlag, Lipsk 1916 za: De Keersmaecker G., *Polarity, Balance of Power and International Relations Theory*, Palgrave Macmillan, Cham 2017.
55. Vuving A., *How Soft Power Works*, American Political Science Association, Toronto 2009.
56. Waltz K. N., *Theory of International Politics*, Addison-Wesley Publishing Company, Reading 1979.
57. Weiss M. A., *Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB)*, Congressional Research Service, Washington 2017.
58. Westcott K., Arbanas J., *2021 outlook for the US telecommunications, media and entertainment industry*, Deloitte, New York 2020.

59. Wu X., *On the Descent of Modern Humans in East Asia*, w: *Conceptual Issues in Modern Human Origins Research*, G. Clark, C. Willermet (red.), Aldine de Gruyter Press, Hawthorne 1997.
60. Yee N., *The Gamer Motivation Profile: What We Learned From 250,000 Gamers*, w: *CHI PLAY '16: Proceedings of the 2016 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, Cox A., Toups Z. O. (red.), Sigchi, Austin 2016.
61. Zenz A., *Sterilizations, IUDs, and Mandatory Birth Control: The CCP's Campaign to Suppress Uyghur Birthrates in Xinjiang*, The Jamestown Foundation, Washington 2020.
62. Zhang J., Chiu C. L., *The impact of game censorship and regulations on foreign game consoles in China*, CMI Conference on Cybersecurity and Privacy, Copenhagen 2020.

Artykuły naukowe

1. Barnes M. Jr., *Hong Kong in Protest: A Historic Primer*, "Origins: Current Events in Historical Perspective", 2019, vol. 12(12).
2. Burroughs B., Rama P., *The eSports Trojan Horse: Twitch and Streaming Futures*, "Journal of Virtual Worlds Research", 2015, vol. 8(2).
3. Cary J., *Trigger happy*, "Third Way", 2003, vol. 26(3).
4. Daszkiewicz W., *Greek and Roman roots of European civilization*, "Studia Gilsoniana", 2017, vol. 6(3).
5. Dicheva D. et al., *Gamification in Education: A Systematic Mapping Study*, "Educational Technology & Society", 2015, vol. 18(3).
6. Ferdinand P., *Westward ho – the China dream and 'one belt, one road'*, "International Affairs", 2016, vol. 92(4).
7. Fijałkowski Ł., *China's 'soft power' in Africa?*, "Journal of Contemporary African Studies", 2011, vol. 29(2).
8. Fleming T. M. et al., *Maximizing the Impact of e-Therapy and Serious Gaming: Time for a Paradigm Shift*, "Frontiers Psychiatry", 2016, vol. 7.
9. Fox W. T., *The Super-Powers Then and Now*, "International Journal", 1980, vol. 35(3).
10. Freudenstein R., *Why the Chinese Communist Party doesn't like Winnie the Pooh*, "European View", 2020, vol. 19(2).

11. Gao W., *BRICS Cybersecurity Cooperation: Achievements and Deepening Paths*, "China International Studies", 2018, vol. 68.
12. Gochman C. S., Maoz Z., *Militarized Interstate Disputes*, „Journal of Conflict Resolution”, 1984, vol. 28(4).
13. Gorder P. F., *Balancing video-game piracy issues*, “IEEE Security & Privacy”, 2004, vol. 2(1).
14. Gow M., *The Core Socialist Values of the Chinese Dream: towards a Chinese integral state*, “Critical Asian Studies”, 2016, vol. 49(1).
15. Holmila A., *Re-thinking Nicholas J. Spykman: from historical sociology to balance of power*, “The International History Review”, 2019, vol. 42.
16. Huntington S. P., *Lonely Superpower*, “Foreign Affairs”, 1999, vol. 78(2).
17. King D. L. et al., *Problematic online gaming and the COVID-19 pandemic*, “Journal of Behavioral Addictions”, 2020, vol. 9(2).
18. Kriz W. C., *Gaming in the Time of COVID-19*, “Simulation & Gaming”, 2020, vol. 51(4).
19. Kshetri N., *The Evolution of the Chinese Online Gaming Industry*, „Journal of Technology Management in China”, 2010, vol. 4(2).
20. Lengauer S., *China's foreign aid policy: Motive and method*, “The Bulletin for the Centre for East-West Cultural and Economic Studies”, 2011, vol. 9(2).
21. Li J., *Zhōngguó mèng (中国梦, Chińskie marzenie)*, za: Ferdinand P., *Westward ho – the China dream and 'one belt, one road'*, “International Affairs”, 2016, vol. 92(4).
22. Li Y., Wu M., Li Z., *A Real Options Analysis for Renewable Energy Investment Decisions under China Carbon Trading Market*, “Energies”, 2018, vol. 11(7).
23. Mayhew G. L., *The Formation of the Qin Dynasty*, „Procedia Computer Science”, 2012, vol. 8.
24. Myers M., *China's Belt and Road Initiative: What Role for Latin America?*, “Journal of Latin American Geography”, 2018, vol. 17(2).
25. Nye J., *Get Smart: Combining Hard and Soft Power*, “Foreign Affairs”, 2009, vol. 88(4).
26. Olak K., Olak A., *Współczesne rozumienie bezpieczeństwa narodowego*, „Acta Scientifica Academiae Ostroviensis. Sectio A. Nauki humanistyczne, społeczne i techniczne”, 2016, nr 7.

27. Pan S., *Confucius Institute project: China's cultural diplomacy and soft power projection*, "Asian Education and Development Studies", 2013, vol. 2(1).
28. Peng F., "Sān ge dàibiǎo" zhòngyào sīxiǎng yǔ wánchéng zǔguó tǒngyī ("三个代表"重要思想与完成祖国统一, *Istotna myśl "trzech reprezentacji" i dokończenie zjednoczenia ojczyzny*), "Journal of Beijing University of Aeronautics and Astronautics (Social Sciences Edition)", 2003, vol. 16.
29. Pfefferbaum B., North C. S., *Mental Health and the Covid-19 Pandemic*, "The New England Journal of Medicine", 2020, vol. 383(6).
30. Pilarowski G., *China Legal Update*, „Games Industry Law Journal”, 2017, vol. 6(1).
31. Selden M., *Mao Zedong and the Political Economy of Chinese Development*, "China Report", 1988, vol. 24(2).
32. Shambaug D., *China's Soft-Power Push: The Search for Respect*, "Foreign Affairs", 2015, vol. 94(4).
33. Si S., *A report on Beijing's cultural and creative industries media clusters*, "Global Media and China", 2016, vol. 1(4).
34. Song X., *Hollywood movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market*, "Global Media and China", 2018, vol. 3(3).
35. Sørensen C. T., *The Significance of Xi Jinping's "Chinese Dream" for Chinese Foreign Policy*, "Journal of China and International Relations", 2015, vol. 3(1).
36. Stępnik A., E-sport z perspektywy teorii sportu, „Homo Ludens”, 2009, vol. 1.
37. Ström P., Ernkvist M., *Product and Service Interaction in the Chinese Online Game Industry*, "Technology Innovation Management Review", 2014, vol. 8(5).
38. Tisdell C., *Economic Reform and Openness in China: China's Development Policies in the Last 30 Years*, "Economic Analysis & Policy", 2009, vol. 39(2).
39. Wang Y., Li S., *Héxié shèhuì de mínfǎ wénhuà quánshì (和谐社会的民法诠释, Interpretacja prawnej kultury harmonijnego społeczeństwa)*, "China Academic Journal", 2008, vol. 12.
40. Watts C. P., *Is the United States a declining power?*, "Politics Review Online", 2011, vol. 20(4).
41. Wilson E. J., *Hard Power, Soft Power, Smart Power*, "The Annals of the American Academy of Political and Social Science", 2008, vol. 616(1).

42. Winkler T., Buckner K., *Receptiveness of Gamers to Embedded Brand Messages in Advergaming*, "Journal of Interactive Advertising", 2006, vol. 7(1).
43. Zhang X., *Censorship and Digital Games Localisation in China*, "Meta", 2012, vol. 57(2).
44. Zhu I., *The psychology behind video games during COVID-19 pandemic: A case study of Animal Crossing: New Horizons*, "Human Behavior and Emerging Technologies", 2020, vol. 3(1).
45. Zhu S., Pickles J., *Bring In, Go Up, Go West, Go Out*, "Journal of Contemporary Asia", 2014, vol. 44(1).

Publikacje rządowe

1. Hu J., *Dǎng de shíqī cì quánguó dàibiǎo dàhuì bàogào (党的十七次全国代表大会报告, Raport na XVII Krajowy Zjazd Komunistycznej Partii Chin)*, Rada Państwa ChRL, Pekin 2007.
2. *Jiàoyùbù děng bā bùmén guānyú yìn fā 《Zōnghé fāngkòng értóng qīngshàonián jìnshì fāng'àn》 de tōngzhī (教育部等八部门关于印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》的通知)*, *Wspólne stanowisko Ministerstwa Edukacji i ośmiu innych ministerstw odnośnie do wprowadzenia "Kampanii przeciwdziałania krótkowzroczności wśród dzieci i młodzieży"*, Ministerstwo Edukacji ChRL, Pekin 2018, art. 2.
3. Xi J., *Zài Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó Chénglì 70 zhōunián zhī jì (在中华人民共和国成立 70 周年之际, Przemówienie z okazji siedemdziesiątej rocznicy proklamowania Chińskiej Republiki Ludowej)*, Rada Państwa ChRL, Pekin 2019.

Raporty

1. *Activision Blizzard, Inc. 2019 Annual Report*, Activision Blizzard, Santa Monica 2020.
2. *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry 2018*, Entertainment Software Association, Washington 2018.
3. *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry 2020*, Entertainment Software Association, Washington 2020.

4. *Global Entertainment & Media Market Research Report*, Market Research Future, Maharashtra 2020.
5. *Newzoo Global Game Market Report 2019*, Newzoo, Amsterdam 2019.
6. *Newzoo Global Game Market Report 2020*, Newzoo, Amsterdam 2020.
7. *Tencent Holdings Ltd. 2019 Annual Report*, Tencent Holding Ltd., Shenzhen 2019.
8. *Tencent Holdings Ltd. 2020 Interim Report*, Tencent Holding Ltd., Shenzhen 2020.
9. *Zhōngguó yídòng yóuxì hángyè yán jiù bàogào (中国移动游戏行业研究报告)*, *Raport nt. branży gier mobilnych w Chinach*, iResearch, Shanghai 2020.

Źródła internetowe

1. Allen K., *Taiwan game 'Devotion' upsets China with Winnie the Pooh reference*: <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-47361172> (dostęp: 11.02.2021).
2. Arora A., *Rainbow Six Siege censored to please China, Ubisoft faces backlash*: <https://gadgets.ndtv.com/games/news/rainbow-six-siege-censorship-china-sex-gambling-ubisoft-1942952> (dostęp: 16.02.2021).
3. Arora K. S., *Honor of Kings becomes the most popular mobile game globally: Everything to know about it*: <https://indianexpress.com/article/technology/gaming/everything-you-need-to-know-about-honor-of-kings-arena-of-valor-6913764/> (dostęp: 20.02.2021).
4. Ashcraft B., *Overwatch's Mei is becoming a symbol of the Hong Kong Resistance*: <https://kotaku.com/overwatches-mei-is-becoming-a-symbol-of-the-hong-kong-re-1838899963> (dostęp: 16.02.2021).
5. Batchelor J., *Leyou shareholders approve Tencent takeover*: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-12-14-leyou-shareholders-approve-tencent-takeover> (dostęp: 18.02.2021).
6. Bazy danych serwisu Metacritic: <https://www.metacritic.com/game/pc/alice-madness-returns> (dostęp: 20.02.2021).
7. Bazy danych serwisu Tracxn: <https://tracxn.com/d/acquisitions/acquisitionsbyTencent> (dostęp: 18.02.2021).
8. Blake V., *Blizzard extends partnership with NetEase to 2023*: www.mcvuk.com/business/blizzard-extends-partnership-with-netease-to-2023 (dostęp: 16.02.2021).

9. Blake V., *Chinese moviegoers react to Monster Hunter World by review bombing the game on Steam*: <https://www.gamesradar.com/chinese-moviegoers-react-to-monster-hunter-world-by-review-bombing-the-game-on-steam/>
(dostęp: 11.02.2021).
10. *Bohemia Interactive – Bohemia Interactive receives strategic minority investment from Tencent*: <https://www.bohemia.net/blog/bohemia-interactive-minority-investment-tencent> (dostęp: 18.02.2021).
11. Cao C., *China has a big plan to become the global centre of the games industry*: <https://www.mobvista.com/en/press/china-has-a-big-plan-to-become-the-global-centre-of-the-games-industry/#!> (dostęp: 06.10.2020).
12. Caron F., *Gaming expected to be a \$68 billion business by 2012*: <https://arstechnica.com/gaming/2008/06/gaming-expected-to-be-a-68-billion-business-by-2012/> (dostęp: 09.02.2021).
13. Cartwright M., *Ancient Korean & Chinese Relations*: <https://www.ancient.eu/article/984/ancient-korean--chinese-relations/>
(dostęp: 25.02.2020).
14. Chalk A., *Tencent acquires majority stake in Don't Starve studio Klei Entertainment*: <https://www.pcgamer.com/tencent-acquires-majority-stake-in-dont-starve-studio-klei-entertainment/> (dostęp: 18.02.2021).
15. Chapple C., *Genshin Impact generates \$60 million in first week as it becomes world's no. 2 grossing mobile game*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-week-revenue> (dostęp: 20.02.2021).
16. Chapple C., *Genshin Impact generates close to \$400 million in first two months, averaging more than \$6 million a day*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-two-months-revenue> (dostęp: 20.02.2021).
17. Chapple C., *Genshin Impact hits nearly \$250 million in its first month, making it one of the largest mobile game launches ever*: <https://sensortower.com/blog/genshin-impact-first-month-revenue>
(dostęp: 20.02.2021).
18. *China's Big Bet on Soft Power*, Council on Foreign Relations: <https://www.cfr.org/backgrounders/chinas-big-bet-soft-power>
(dostęp: 30.09.2020).

19. Conditt J., *A closer look at Valorant's always-on anti-cheat system*: <https://www.engadget.com/valorant-vanguard-riot-games-security-interview-video-170025435.html> (dostęp: 18.02.2021).
20. Cooper D., *Report reveals most-played games ever made*: <https://gamerant.com/fortnite-most-played-game-ever/> (dostęp: 18.02.2021).
21. Davidson H., *Genshin Impact players say Chinese game censors 'Taiwan' and 'Hong Kong' chat*: <https://www.theguardian.com/world/2020/oct/08/genshin-impact-players-say-chinese-game-censors-taiwan-and-hong-kong-chat> (dostęp: 20.02.2021).
22. *Daxue Consulting – Video Games Market in China: Mobile and client games take the largest share*: <https://daxueconsulting.com/video-games-market-in-china/> (dostęp: 13.02.2021).
23. Dickie M., *China Economy Overtakes Japan*: <https://www.economics.utoronto.ca/gindart/2011-02-14%20-%20China%20economy%20overtakes%20Japan.pdf> (dostęp: 1.10.2020).
24. Doffman Z., *Warning – Apple suddenly catches TikTok secretly spying on millions of iPhone users*: <https://www.forbes.com/sites/zakdoffman/2020/06/26/warning-apple-suddenly-catches-tiktok-secretly-spying-on-millions-of-iphone-users/?sh=73be9db834ef> (dostęp: 18.02.2021).
25. Donnelly J., *Sinner: Sacrifice for Redemption is like Dark Souls for those pressed for time*: <https://www.pcgamer.com/sinner-sacrifice-for-redemption-is-like-dark-souls-for-those-pressed-for-time/> (dostęp: 20.02.2021).
26. Edwards J. J., *Video Games Set a Record for Quarterly Sales*: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-05-15/video-games-hit-quarterly-sales-record-amid-virus-driven-surge> (dostęp: 13.02.2021).
27. Farokhmanesh M., *Game developers are struggling to stay productive during the pandemic*: <https://www.theverge.com/21325659/game-developers-survey-coronavirus-gdc> (dostęp: 13.02.2021).
28. Foroohar R., *China's Xi Jinping is no Davos man*: <https://www.ft.com/content/84261604-1b26-11e9-9e64-d150b3105d21> (dostęp: 30.09.2020).
29. Frater P., *Tencent Accelerates Games Company Acquisitions*: <https://variety.com/2020/biz/asia/tencent-games-company-acquisitions-1234624022/> (dostęp: 06.10.2020).

30. Garnett R. H., *What does a year without events mean for indies?:*
<https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-04-08-what-does-a-year-without-events-mean-for-indies> (dostęp: 13.02.2021).
31. Good O. S., *Epic and Riot Games' Tencent dealing draw U.S. government scrutiny:*
<https://www.polygon.com/2020/9/17/21444293/tencent-ownership-investment-riot-games-epic-us-investigation-trump-national-security>
 (dostęp: 18.02.2021).
32. *Grand View Research – Video Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report:*
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streaming-market>
 (dostęp: 11.02.2021).
33. Grogan B., *5 Chinese online games to get hyped for in 2020:*
<https://www.thatsmags.com/china/post/30645/5-chinese-online-games-to-get-hyped-for-in-2020>
 (dostęp: 20.02.2021).
34. Hall C., *The fury over the Epic Games Store explained:*
<https://www.polygon.com/2019/4/5/18295833/epic-games-store-controversy-explained>
 (dostęp: 18.02.2021).
35. Harris D., *Little China Doll: How Shiny Horse imagined Alice: Madness Returns:*
<https://www.rockpapershotgun.com/little-china-doll-how-shiny-horse-imagined-alice-madness-returns>
 (dostęp: 20.02.2021).
36. Harris I., *GOG won't sell horror game banned in China after "many messages from gamers":*
<https://www.pcgamesn.com/devotion/gog-release-date>
 (dostęp: 11.02.2021).
37. *ISFE – Games in Society:*
<https://www.isfe.eu/games-in-society/>
 (dostęp: 11.02.2021).
38. Jagadishwaran S., *Do You Guys Not Have Phone? An Analysis of the Diablo Disaster:*
<https://medium.com/swlh/do-you-guys-not-have-phones-65deeba5ad07>
 (dostęp: 16.02.2021).
39. Kain E., *No, Ubisoft didn't 'pander' to entitled gamers over 'Rainbow Six Siege' censorship:*
<https://www.forbes.com/sites/erikkain/2018/11/23/no-ubisoft-didnt-pander-to-entitled-gamers-over-rainbow-six-siege/?sh=424367fe3c72>
 (dostęp: 16.02.2021).
40. Kelly M., *Riot doesn't want League of Legends broadcasters discussing 'sensitive topics' on the air:*
<https://www.theverge.com/2019/10/11/20908325/league-of>

- legends-riot-games-epic-games-blizzard-hearthstone-hong-kong-protests
(dostęp: 18.02.2021).
41. Khalid A., *Even Nintendo is struggling to work from home:*
<https://qz.com/1853406/nintendo-warns-the-pandemic-could-delay-future-product-launches/> (dostęp: 13.02.2021).
42. King A., *How many Genshin Impact players are there:*
<https://screenrant.com/genshin-impact-players-how-many-downloads-sales-2021/> (dostęp: 20.02.2021).
43. Li J., *Gamers are scrutinizing League of Legends for signs of China's censorship:*
<https://qz.com/1731892/gamers-spot-censorship-of-uyghur-in-league-of-legends/> (dostęp: 18.02.2021).
44. Li P., *Nintendo ships 1 million Switches in China since late-2019 launch:*
<https://www.reuters.com/article/us-tencent-nintendo-exclusive-idUSKBN29G0PC> (dostęp: 09.02.2021).
45. Lim J., *Mobile game Shining Nikki shuts down Korean server amid controversy over traditional clothing:*
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20201106000660>
(dostęp: 11.02.2021).
46. Liu A., *Huainanzi – Renjianxun (淮南子 – 人间训, Zapiski mistrzów z Huainan – Świat żywych):* <https://ctext.org/huainanzi/ren-xian-xun> (dostęp 25.02.2020).
47. Liu J., *Battlefield 4 banned in China over national security:*
<https://www.zdnet.com/article/battlefield-4-banned-in-china-over-national-security/> (dostęp: 16.02.2021).
48. McGlynn A., *Steam sets new record of 26 million concurrent users:*
<https://www.pcgamesn.com/steam/record-users> (dostęp: 13.02.2021).
49. Messner S., *Chinese open-world RPG rockets to the top of Steam with over 170,000 concurrent players:* <https://www.pcgamer.com/chinese-open-world-rpg-rockets-to-the-top-of-steam-with-over-170000-concurrent-players/>
(dostęp: 20.02.2021).
50. Messner S., *Every game company that Tencent has invested in:*
<https://www.pcgamer.com/every-game-company-that-tencent-has-invested-in/#>
(dostęp: 18.02.2021).

51. *miHoYo – About miHoYo*: <https://genshin.mihoyo.com/en/company/about> (dostęp: 20.02.2021).
52. *miHoYo – About our anti-cheat system*: <https://genshin.mihoyo.com/en/news/detail/5818> (dostęp: 20.02.2021).
53. Morgenthau H., *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*, A. A. Knopf, New York 1973, za: Rynn J., *What is a Great Power?*, <http://economicreconstruction.org/sites/economicreconstruction.com/static/JonRynn/FirstChapterDissertation.pdf> (dostęp: 22.02.2020).
54. Nelson R., *Tencent's Honor of Kings brings in \$4.5 billion, reaches \$200 million outside China*: <https://sensortower.com/blog/honor-of-kings-revenue-4-billion> (dostęp: 20.02.2021).
55. *Newzoo – Global Games Market Report Infographics 2013*: <https://newzoo.com/insights/infographics/global-games-market-report-infographics-2013> (dostęp: 16.02.2021).
56. *Newzoo – Top 10 Countries/Markets by Game Revenues*: <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/> (dostęp: 16.02.2021).
57. *Niko Partners – Tencent invested in 31 game companies in 2020*: <https://nikopartners.com/niko-partners-19-years-of-powering-insights/> (dostęp: 18.02.2021).
58. Porter J., *Hearthstone player banned for supporting Hong Kong protesters during live stream*: <https://www.theverge.com/2019/10/8/20904308/hearthstone-player-blitzchung-hong-kong-protesters-ban-blizzard> (dostęp: 16.02.2021).
59. *PR Newswire – Tencent helps game developers level up for worldwide success*: <https://www.prnewswire.com/news-releases/tencent-helps-game-developers-level-up-for-worldwide-success-300816128.html> (dostęp: 18.02.2021).
60. Raghav K., *The defining Chinese video games of the 2010s*: <https://radiichina.com/chinese-video-games-2010s/> (dostęp: 20.02.2021).
61. Richter F., *Gaming: The most lucrative entertainment industry by far*: <https://www.statista.com/chart/22392/global-revenue-of-selected-entertainment-industry-sectors/> (dostęp: 09.02.2021).
62. Richtmyer S., *How Genshin Impact differs from Breath of the Wild*: <https://screenrant.com/genshin-impact-vs-breath-wild-similar-differences-compared/> (dostęp: 20.02.2021).

63. *Siliconera – Hideki Kamiya explains Platinum Games' partnership with Tencent:*
<https://www.siliconera.com/hideki-kamiya-explains-platinum-games-partnership-with-tencent/> (dostęp: 18.02.2021).
64. *Statista – Game developers working on selected genres worldwide 2019:*
<https://www.statista.com/statistics/569287/game-genres-developed-worldwide/>
 (dostęp: 11.02.2021).
65. *Statista – Leading gaming markets worldwide in 2019, by gaming revenue:*
<https://www.statista.com/statistics/308454/gaming-revenue-countries/>
 (dostęp: 09.02.2021).
66. *Statista – Value of the global video games market from 2012 to 2021:*
<https://www.statista.com/statistics/246888/value-of-the-global-video-game-market/> (dostęp: 09.02.2021).
67. Stewart S., *Video game industry silently taking over entertainment world:*
<http://www.ejinsight.com/20191022-video-game-industry-silently-taking-over-entertainment-world/> (dostęp: 06.03.2020).
68. Stoic C. M., *Why Video Games Are Still A Looked Down Upon Art Form:*
<https://upyourgeek.com/2018/11/30/why-video-games-are-still-a-looked-down-upon-art-form/> (dostęp: 09.02.2021).
69. Tan G., *Will Chinese game developers become the next big players in the industry?:* <https://journal.businesstoday.org/bt-online/2021/will-chinese-game-developers-become-the-next-big-players-in-the-industry> (dostęp: 20.02.2021).
70. *Tech2News – Epic Games founder Tim Sweeney denies giving data to the Chinese government:* <https://www.firstpost.com/tech/gaming/epic-games-founder-tim-sweeney-denies-giving-data-to-the-chinese-government-5814561.html>
 (dostęp: 18.02.2021).
71. Tuting K., *This Japanese company is holding work meetings in Animal Crossing: New Horizons:* <https://www.oneesports.gg/gaming/this-japanese-company-is-holding-work-meetings-in-animal-crossing-new-horizons/> (dostęp: 13.02.2021).
72. *Ubisoft – Ubisoft Shanghai Studio:* <https://www.ubisoft.com/en-US/studio/shanghai.aspx> (dostęp: 20.02.2021).
73. Wallach O., *50 Years of Gaming History, by Revenue Stream (1970-2020):*
<https://www.visualcapitalist.com/50-years-gaming-history-revenue-stream/>
 (dostęp: 09.02.2021).

74. Wallach O., *The history of the gaming industry in one chart*: <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/gaming-games-consels-xbox-play-station-fun/> (dostęp: 09.02.2021).
75. Wijman T., *Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018*: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/> (dostęp: 09.02.2021).
76. Wilde T., *An Among Us clone is one of China's most popular new mobile games*: <https://www.pcgamer.com/an-among-us-clone-is-one-of-chinas-most-popular-new-mobile-games/> (dostęp: 20.02.2021).
77. Wood C., *Six Ways Governments Are Using Video Games*: <https://www.governing.com/blogs/view/gt-6-ways-governments-are-using-video-games.html> (dostęp: 06.03.2020).
78. Xi J., *Speech at the Opening Sessions of the World Economic Forum Annual Meeting 2017*: <https://america.cgtn.com/2017/01/17/full-text-of-xi-jinping-keynote-at-the-world-economic-forum> (dostęp: 30.09.2020).
79. Xia L., *Daguo qijue lilun yu Zhongguo heping qijue (大国崛起理论与中国和平崛起, Powstanie teorii mocarstwowości i chińskiego pokoju)*: <http://www.aisixiang.com/data/12913.html> (dostęp: 25.02.2020).
80. Xu T., *Shanghai wants to be the world's 'e-sports capital'*: <https://technode.com/2019/06/14/shanghai-wants-to-be-the-worlds-e-sports-capital/> (dostęp: 06.10.2020).
81. Ye J., *China's video games industry racked up US\$10.4bn in sales in third quarter as boom continues post-pandemic*: <https://www.scmp.com/tech/gear/article/3110052/chinas-video-games-industry-racked-us104bn-sales-third-quarter-boom> (dostęp: 11.02.2021).
82. Zasoby internetowej platformy dystrybucyjnej Steam: <https://store.steampowered.com/app/1139930/> (dostęp: 20.02.2021).
83. Zhang C., *Netease seeks to expand its global presence while consolidating its position in China*: <https://www.ampereanalysis.com/insight/netease-seeks-to-expand-its-global-presence-while-consolidating-its-position-in-china> (dostęp: 16.02.2021).

84. Ziegler L., *Top 10 most played MOBA Games (2019 Edition)*:
<https://www.gamersdecide.com/articles/top-10-most-played-mobas>
(dostęp: 18.02.2021).

SPIS RYSUNKÓW

Rys. 1. Zestawienie wartości globalnego rynku gier wideo w mld USD w latach 2012-2020	48
Rys. 2. Porównanie zmian w globalnej populacji graczy między 2013 a 2020 r. w milionach osób w podziale na zamieszkiwany obszar	52

OŚWIADCZENIA

Oświadczam, że przedłożona praca dyplomowa została przygotowana przeze mnie samodzielnie, nie narusza praw autorskich, interesów prawnych i materialnych innych osób.

Wyrażam zgodę na udostępnienie osobom zainteresowanym mojej pracy dyplomowej dla celów naukowo-badawczych. Zgoda na udostępnienie pracy dyplomowej nie oznacza wyrażenia zgody na kopiowanie pracy dyplomowej w całości lub w części.

Potwierdzam, że jest mi znana treść przepisu § 4 ust. 1 zarządzenia nr 35/R/20 Rektora Uniwersytetu Gdańskiego z dnia 31 marca 2020 r. w sprawie szczególnego trybu składania prac dyplomowych i przeprowadzania egzaminów dyplomowych w okresie zagrożenia zakażeniem koronawirusem SARS-Cov-2, zgodnie z którym przesłanie pracy dyplomowej z dołączonymi oświadczeniami w postaci elektronicznej jest równoznaczne ze złożeniem przez studenta pisemnych oświadczeń dołączanych do pracy.