LOKALNIE · FELIETON

GRY KOMPUTEROWE I POLSKA SOFT POWER. TO SYSTEM BLOKUJE NASZĄ EKSPANSJĘ

Jakub Marszałkowski · 15 maja 2026

Odpowiednio wykorzystany kapitał kulturowy jest w stanie wpłynąć na relacje społeczno-kulturowe bardziej efektywnie niż setki dronów i czołgów.



Coraz więcej mówi się dziś o *soft power*. Odpowiednio wykorzystany kapitał kulturowy jest w stanie wpłynąć na relacje społeczno-kulturowe bardziej efektywnie niż setki dronów i czołgów. Polska również ma potencjał do tego, by wejść na tę drogę rozwoju swoich wpływów. Mowa tu o grach komputerowych.

Polska liderem Europy

Na początek konieczne jest zaprezentowanie skali zjawiska polskiego rynku gier oraz jego wyjątkowo szybkiego rozwoju. Współcześnie nie są one już domeną niewielkich grupek aspołecznych graczy, a rozrywką całkowicie mainstreamową. Według raportu *Game Industry in Poland 2021* w naszym kraju jest od 16 do 20 milionów graczy, a więc mówimy tu o bardzo istotnej części społeczeństwa, sięgającej jego połowy. Sam polski rynek gier wart jest prawie pół miliarda euro. Możemy się tu pochwalić takimi gigantami jak 11 bit studios, PlayWay, Techland czy oczywiście CD Projekt Red, czyli twórcami komputerowej adaptacji *Wiedźmina* i *Cyberpunka 2077*. Ten ostatni tytuł jest o tyle ciekawy, że stał się światowym re-

kordzistą – w momencie premiery na platformie Steam w 2020 roku tytuł został odpalony przez ponad milion osób jednego dnia. W całej Polsce znajduje się prawie 440 producentów, którzy zatrudniają ok. 15 tysięcy pracowników. Dane opublikowane w raporcie PAIH *2023 Creative Industries Sector Gamedev* mówią o ponad 550 tytułach, które wypuszczane są na każdą istotną platformę co roku. Ten sam raport twierdzi, iż w latach 2017–2021 polski rynek gier rósł o ok. 15% każdego roku. Nieco nowszy raport PARP z 2025 roku wskazuje, że ponad 40 polskich tytułów sprzedało się w liczbie ponad miliona egzemplarzy.

> Nasz kraj wyraźnie wyróżnia się na polu gier nie tylko na tle sąsiadów, ale i całej gospodarki Europy Środkowo-Wschodniej. W tym sektorze jesteśmy na czele regionu.

Polski rynek gier to również bogata scena e-sportowa. Dla nieznających terminu – e-sport to nic innego jak zorganizowane, ligowe rozgrywki w grach komputerowych. Turnieje te potrafią przyciągać setki oglądających na żywo i w Internecie, a sami zawodnicy potrafią mieć oddane rzesze fanów, niczym rywalizujący w tradycyjnych zawodach sportowcy. Młodsi czytelnicy, w szczególności tacy, którzy przechodzili przez system edukacji w latach 2013–2017 na pewno pamiętają triumfy złożonej w całości z Polaków drużyny Virtus.Pro, która dominowała w rozgrywkach *Counter-Strike*. W Polsce odbywają się wielomilionowe imprezy e-sportowe, takie jak Intel Extreme Masters, które przyciągają tysiące widzów.

Państwo polskie dostrzegło potencjał płynący z rynku gier, o czym świadczy m.in. zaktywizowanie systemu dotacji dla podmiotów tworzących cyfrową rozrywkę. Szereg działań podjęto już w epoce Prawa i Sprawiedliwości, gdy od 2017 roku twórcy otrzymali zastrzyk gotówki wielkości ok. 116 milionów złotych. Sama produkcja *Cyberpunka* również otrzymała dotacje, które miały na celu autentyczne oddanie charakteru miasta. Od 2023 roku działa również Program Wsparcia Gier Wideo, do którego zakwalifikować mogą się twórcy pragnący powiększenia zasobów finansowych swoich projektów. Pomijając realia funkcjonowania tego systemu – należy zauważyć, iż sama idea aktywnie działającego na tym polu państwa jest jak najbardziej słuszna i godna pochwały. Warto również zwrócić uwagę na innowacyjne działania systemu edukacji, który jako pierwszy na świecie zaproponował grę komputerową w ramach dodatkowej lektury szkolnej wraz z kompletnym scenariuszem lekcji. Omawiana gra to *This War of Mine*, produkcja prezentująca wojnę z perspektywy cywili, którzy próbują przeżyć oblężenie swojego miasta. Wsparcie państwowe podbudowane zostało poprzez szerokie zaplecze naukowo-instytucjonalne. Polskie uczelnie oferują ponad 60 różnych kierunków związanych z pracą przy tworzeniu gier komputerowych.

Mowa tu nie tylko o programowaniu, ale również o pisaniu scenariuszy, tworzeniu modeli czy projektowaniu poziomów. Poziom wyszkolenia kadr przekłada się na dalszy rozwój tego niezwykle obiecującego sektora.

Soft power niezrealizowana

Pomimo niewątpliwego talentu zaangażowanych deweloperów i sukcesów w branży należy zauważyć pewien niewykorzystany potencjał, szczególnie warty uwagi, gdy uwzględni się perspektywę narodową. To właśnie tutaj pojawia się pojęcie miękkiej siły (ang. *soft power*), które powstało pod koniec XX wieku, a jego głównym popularyzatorem jest amerykański politolog i pionier dziedziny Joseph Nye. W 1991 roku wprowadził on rozróżnienie między twardą a miękką siłą oddziaływania w stosunkach międzynaro-

dowych. Miękka siła to nic innego jak moc wpływania państwa na politykę zagraniczną za pomocą biznesu, sztuki i, co dla nas najistotniejsze, kultury. Na portalu Nowy Ład do tej idei nawiązał między innymi Mikołaj Walkiewicz w tekście *Gdzie jest soft power Polski?*, który szczególnie polecam Czytelnikom zainteresowanym tym zagadnieniem.

Idealnym przykładem zastosowania *soft power* są przytaczane przez Walkiewicza kraje azjatyckie. Młodzi ludzie świata zachodniego masowo oglądają japońską animację, słuchają koreańskiej muzyki popularnej i jedzą „oryginalne" produkty, rzekomo pochłaniane masowo przez Azjatów. Podobnym przykładem może być dominująca w naszej hemisferze popkultura amerykańska, ale też na przykład włoska kuchnia, francuskie wino lub rosyjski balet. Te wszystkie z pozoru błahe rzeczy są w stanie zdziałać znacznie więcej niż wizyty dyplomatyczne i nieskończona liczba delegacji handlowych. To właśnie odpowiednio zrealizowana strategia *soft power* może świadczyć o realnej skali oddziaływania danego państwa, nawet pomimo jego niewielkich zasobów militarnych.

Wróćmy więc do zagadnienia gier komputerowych. Szczytowy projekt eksportowy polskiego rynku gier, czyli *Wiedźmin*, wywarł spory wpływ na popkulturę i całe środowisko graczy na świecie. Pojawiały się dziesiątki fanowskich wersji wybornej ścieżki dźwiękowej, a na konwentach zobaczyć mogliśmy masę ludzi przebranych za Geralta, Ciri lub inne postacie z tej gry. Pokazuje to, że *Wiedźmin* rzeczywiście odcisnął swoje piętno na światowej popkulturze, ale także to, że za pomocą gry można popularyzować, nawet bez świadomości samych konsumentów, pewne wartości i postawy. To dobry znak, ale jednocześnie zbyt mało. Polska posiada odpowiednie zasoby w postaci kadr i firm, a także finanse, żeby tworzyć dobrej jakości gry służące naszej *soft power*. Nie jest to jednak należycie wykorzystywane. Państwo polskie niedostatecznie spożytkowało sukces *Cyberpunka* do promocji samego siebie, podobnie jest z innymi wysokiej jakości grami.

> Nie było tworzenia narracji o tym, że Polska, kraj jeszcze przed trzydziestoma laty biedny, postkomunistyczny i zacofany, w wyjątkowo krótkim czasie stał się prawdziwym gigantem innowacyjnej branży, który potrafi wypuszczać światowej klasy tytuły. Nie było przekonywania o unikatowych walorach polskiej kultury po tym, gdy odbiorca połknie niezwykle atrakcyjny „haczyk" w postaci wysokiej jakości gry komputerowej.

Wreszcie, co jest chyba najistotniejszym zarzutem z mojej strony – bogata i stanowiąca wspaniałe źródło polska historia dalej leży odłogiem, pozostawiona niszowym twórcom, którzy produkują budżetowe, często wyjątkowo kiepskie tytuły, takie jak *Uprising '44* lub *Land of War: The Beginning*. Mamy przecież masę kojarzonych na świecie motywów, takich jak husaria czy walka z Niemcami w czasie II wojny światowej. Naszą historię za granicą popularyzują twórcy obcy, tacy jak zespół Sabaton czy polscy co prawda twórcy, ale tacy, których trudno posądzać o chęć promocji polskiej kultury – wspomnijmy choćby serial Netflixa *1670*, którego drugi sezon znalazł zaskakującą liczbę odbiorców na Zachodzie. A przecież gry komputerowe, jako medium wyjątkowo dobrze angażujące odbiorcę, są w stanie niesamowicie wpłynąć nie tylko na jego wyobraźnię, ale również na jego postrzeganie rzeczywistości. Gra, jak żaden inny twór kultury, pozwala na wsiąknięcie w opowieść i dosłowne wejście w buty sterowanego przez nas bohatera. Nie jest też tak, że wykorzystanie gier do promocji własnej kultury i własnego narodu jest czymś niesamo-

wicie nowatorskim. Kilka lat temu ukazała się czeska strategia *Last Train Home*,w której kierujemy pociągiem pełnym zdemobilizowanych członków Legionu Czechosłowackiego, próbujących wydostać się z ogarniętej wojną domową Rosji. Czesi stworzyli też słynną serię *Kingdom Come Deliverance*,którą portale branżowe opisywały jako jedno z najbardziej realistycznych przedstawień średniowiecza w grach, a jednocześnie świetną ekspozycję na historię Czech na kilka lat przed wojnami husyckimi. Już na początku XXI wieku ukraińskie studio GSC (twórcy serii *S.T.A.L.K.E.R*) stworzyło popularną serię *The Cossacks*, która eksponowała wojny wieków XVII–XVIII, ze szczególnym naciskiem na te prowadzone przez tytułowych Kozaków. Można więc znaleźć dobre przykłady promocji historii narodowej przez kraje ościenne, bardziej lub mniej do naszego podobne.

Podobne gry, które hipotetycznie powstałyby w Polsce, nie muszą eksplorować najbardziej oczywistych wątków polskiej historii. Chociaż uczestniczenie w husarskiej szarży pod Wiedniem lub bronienie barykad powstańczej Warszawy brzmi, rzecz jasna, ciekawie, to przecież w naszych dziejach istnieje znacznie więcej wydarzeń i momentów zasługujących na odniesienie. A gdyby tak powstała strategia ekonomiczna, w której spróbowalibyśmy, wbrew woli zaborców, stworzyć przemysłowe imperium? Albo skradanka, gdzie jako tajny agent styczniowego Rządu Narodowego próbowalibyśmy przeniknąć do carskich fortów? Hiperrealistyczny symulator życia w Rzeczypospolitej Obojga Narodów? Alternatywna historycznie wizja PRL-u, z rozgrywką podobną do klasycznego *Deus Ex*? Tak naprawdę możliwości są całkowicie nieskończone, a ich skuteczne animowanie zależy jedynie od istnienia długofalowej strategii rozwoju tego sektora oraz mądrej kooperacji między państwem a studiami tworzącymi gry komputerowe.

Co istotne, w przypadku istnienia przemyślanej strategii rozwojowej tej branży państwo polskie mogłoby realnie wpływać na treść powstających produktów, ale i dbać, by te charakteryzowały się nie tylko wysoką jakością (co, jak już udowodniliśmy, jest rzeczą zupełnie możliwą do zrealizowania). Zadaniem tym bez problemu mogłaby zajmować się instytucja powołana przez Ministerstwo Kultury lub inny odpowiedzialny podmiot, który wszedłby w rolę pośredniczącą między odpowiedzialnym rządem a prężnym sektorem gamedevu, czyli twórców gier komputerowych. Nie byłoby to też niczym nowatorskim na arenie międzynarodowej. Władze najróżniejszych państw świata podejmowały skuteczne operacje wsparcia miękkiej siły. Przykładem może być intensywne wspieranie przez japońskie rządy grup biznesowych odpowiedzialnych za eksport mangi oraz anime lub współorganizowanie przez rząd włoski światowych wydarzeń związanych z sektorem mody i turystyki.

Gdzie zawodzi demokracja liberalna

Niestety, w przypadku polskiej demokracji liberalnej możliwości tworzenia długotrwałych planów są głęboko ograniczone z powodu mechanizmów systemowych, które nie promują tego typu inicjatyw. W swoim artykule Mikołaj Walkiewicz zwracał uwagę, że do skutecznego promieniowania *soft power* potrzebne są silne, działające, sprawne instytucje państwowe. Tymczasem trudno byłoby tak scharakteryzować polskie mechanizmy ustrojowe w sytuacji, gdy hegemoniczną władzę sprawuje wypełniony niekompetentnymi ludźmi parlament, którego szczytem ambicji jest planowanie na jedną kadencję w przód. Rozwój *soft power* przynosi zwroty dopiero po kilku, być może kilkunastu latach, a więc inwestycja w niego nie jest opłacalna z perspektywy politycznej. Brak natychmiastowych skutków pozytywnych może równie dobrze przerodzić się w broń przeciwko rządowi, który rozpoczęłby inwestycję w jej rozwój, więc rozwój ten może nawet jawić się jako niebezpieczny. Trudno jest mówić o zwróceniu uwagi na zwiększanie si-

ły miękkiej, jeśli postpandemiczna polska gospodarka znalazła się w impasie, stopa życiowa przeciętnego Polaka spadła, a marki takie jak Orlen zahamowały swój wcześniejszy, dynamiczny rozwój.

Wreszcie, co również podkreśla Walkiewicz, rozwijanie siły miękkiej wymaga od elit kooperacji i wiary we własne siły, co w warunkach wiecznego wstydzenia się polskości i wynaradawiania samego siebie jest niemożliwe. Idealny rozwój polskiego sektora gamedev w zgodzie z założeniami projekcji *soft power* wymaga więc zarówno przemyślanej strategii rozwojowej, kooperacji elit oraz woli grup wpływu, które realnie wierzą w to, że poprzez promocję *Cyberpunka* czy dowolnej innej gry komputerowej nie tylko zachęcą ludzi do zapoznania się z dobrej jakości produktem, ale również ze swoistą wizytówką naszego kraju na arenie międzynarodowej. Skoro mamy naprawdę prężną gałąź gospodarki, z gigantycznym potencjałem, to grzechem jest brak jej wykorzystania.

Niestety, we współczesnej, demoliberalnej Polsce powyższe zagadnienia wydają się po prostu trudne do zrealizowania. Aby polski gamedev realnie błyszczał poza granicami kraju, potrzebna jest kompleksowa reforma ustrojowa, która umożliwiłaby kooperację między rządem a podmiotami gospodarczymi i stworzyła strategię długofalową. Za kilka, kilkanaście lat przyniosłaby ona, tak jak w przypadku Japonii lub Korei, bardzo obfite owoce.

Nagranie: https://www.youtube.com/watch?v=0pmo_Jy_fkA

Oryginał: https://nlad-kopia1113.instawp.site/gry-komputerowe-i-polska-soft-power-to-system-blokuje-nasza-ekspansje/

NIEZALEŻNOŚĆ KOSZTUJE

Utrzymują nas przede wszystkim czytelnicy. Dzięki nim możemy publikować analizy, których nikt nam nie zamawia, i zostawiać je otwarte dla wszystkich.

WESPRZYJ NAS

wspieram.nlad.pl

Zeskanuj, aby wesprzeć