

JAROSŁAW MACAŁA

ORCID ID: 0000-0002-0788-0747

*Podejście holistyczne.
Geopolityka popularna 3.0 w koncepcji Daniela Bosa*

A Holistic Approach. Popular Geopolitics 3.0 in the Concept of Daniel Bos

ABSTRAKT

Artykuł ten opisuje się stworzone przez Daniela Bosa pojęcie geopolityki popularnej 3.0. Jego podstawową hipotezą jest uznanie tej koncepcji za mało przekonującą. W tradycji badawczej tej szkoły geopolityki typowe było i jest rozdzielenie studiów nad kreatorami znaczeń geopolitycznych w kulturze pop, czyli elitami (geopolityka popularna 1.0), a z drugiej strony osobno nad ich odbiorcami (geopolityka popularna 2.0). Rzadko podejmowano analizy procesu wytwarzania znaczeń geopolitycznych w artefaktach kultury pop. W ocenie D. Bosa jego holistyczne studia nad geopolitycznym znaczeniem militarnych gier video integrują badania nad tekstem, publicznością i produkcją. Jednak trudno uznać je za nowy nurt geopolityki popularnej. Albowiem odnoszą się do wąskiej sfery kultury pop, nastrożając dużo problemów ze spójnością ujęcia i mają ograniczoną przydatność do geopolitycznego badania innych artefaktów kultury pop. Zastosowanie terminu „geopolityka popularna 3.0” byłoby bardziej adekwatne dla badania interferencji między mediami społecznościowymi, popkulturą a geopolityką.

Słowa kluczowe: kultura popularna, geopolityka krytyczna, geopolityka popularna, geopolityka popularna 3.0, gry video

„Zwracając uwagę na fiksję geopolityki popularnej na reprezentacji i dyskursie twierdę, że geopolityka popularna musi się zajmować złożonymi relacjami między tekstem, publicznością i produkcją, co nazywam geopolityką popularną 3.0”

Daniel Bos

WSTĘP

Powyższe motto z pracy doktorskiej brytyjskiego badacza na temat relacji między kulturą pop a geopolityką Daniela Bosa [Bos 2015] zwraca uwagę na kilka rzeczy. Po pierwsze, przez media i popkulturę tworzy się pewien „porządek kulturowy”, swego rodzaju filtr, który decyduje o naszym postrzeganiu świata, a w ślad za tym i geopolityki. Mass media i kultura pop wpływają w dużym stopniu na imaginarium społeczne, dostarczają zasobów, dzięki którym możemy budować relacje między ludźmi a konkretnym miejscem i przestrzenią. Po drugie, ze względu rosnącą rolę kultury w procesach politycznych, złożonymi relacjami między mass mediami, kulturą pop a geopolityką zajmuje się część geopolityki krytycznej nazywana geopolityką popularną, która wypracowała w ciągu ponad ćwierć wieku różne podejścia do tego problemu. Po trzecie, w rozległym i pozbawionym jasnych granic polu badawczym geopolityki popularnej dużą rolę odgrywają zmiany sposobów komunikacji społecznej, te zaś korelują z postępami technologii. Po czwarte, obecna rewolucja cyfrowa, która ma poważne i wielowymiarowe konsekwencje geopolityczne [Khanna 2016: 328–345], wymusza poszukiwanie nowych narzędzi teoretycznych i metodologicznych dotyczących analizy relacji między mediami, kulturą pop a geopolityką, co próbuje robić wąskie grono badaczy. Z tego wynika potrzeba rozwoju nowych wariantów badań nad popgeopolityką, które obecnie można nazwać geopolityką popularną 3.0, a związanych z postępującym szybko procesem digitalizacji geopolityki [Saran 2020]. Po piąte, po raz pierwszy tytułowego określenia użył D. Bos w 2015 r., nazywając tak swoje holistyczne badania nad wybranymi militarnymi grami video, integrujące w jednym procesie badawczym elity, publiczność oraz analizę wytwarzania tych gier video, co stanowiło jakościowy przełom w badaniach z kręgu geopolityki popularnej. W ocenie D. Bosa jego geopolityka popularna 3.0 przełamywała trwający od początku tej szkoły geopolitycznej podział na wytwórców i publiczność traktowanych jako odrębne obiekty badań.

Odnosząc się do tego, poniższy szkic rekonstruuje koncepcję D. Bosa. Analizuje, czym jest słabo znana i penetrowana naukowo w Polsce, a solidnie ugruntowana badawczo na Zachodzie geopolityka popularna oraz ukazuje specyfikę dwóch dotychczasowych faz jej rozwoju. Geopolitykę popularną traktuję jako system wzajemnie powiązanych ze sobą różnych sposobów badania relacji między mass mediami, kulturą pop a geopolityką. Stąd ważna dla tego tekstu wydaje się metoda systemowa oraz analiza zawartości treści, wraz z pewnymi elementami komparatystyki, nie-

zbędnymi dla porównania różnych nurtów geopolityki popularnej. Analizując jako case study rozważania D. Bosa nad niektórymi militarnymi gramami video, stawiam dwa podstawowe pytania badawcze: jak uzasadniana jest jego propozycja ujęcia geopolityki popularnej 3.0 i w jaki sposób mieści się ona w dotychczasowej tradycji badawczej tej szkoły geopolityki krytycznej. Jednocześnie: jakie zalety i wady posiada holistyczny model badań geopolityki popularnej 3.0 zaproponowany przez D. Bosa. Podstawową hipotezą tego szkicu jest założenie, że koncepcja D. Bosa odnosząca się do militarnych gier video jest mało spójna i zbyt jednostronna, żeby mogła być adekwatna do tytułowego terminu. Dlatego nie dokonuje przełomu w geopolityce popularnej. Uważam, że w tym nowym nurcie geopolityki popularnej wyraźniej winno się zaznaczyć przejście od badania biernych konsumentów wyobrażeń geopolitycznych produkowanych przez elity do oceny możliwości konsumowania i wytwarzania własnych wyobrażeń geopolitycznych przez społeczeństwo, nieraz wyraźnie opozycyjnych wobec elit, czemu sprzyja rewolucja cyfrowa. Stąd moja supozycja, iż termin geopolityka popularna 3.0 byłby uzasadniony w odniesieniu do znacznie szerszego i dużo bardziej ważącego badania wpływu mediów społecznościowych na geopolitykę [Dittmer, Bos 2019: 66, 170, 174].

GEOPOLITYKA KRYTYCZNA

Dla naszych rozważań istotna wydaje się niełatwa do zdefiniowania geopolityka krytyczna, powstała w końcu lat 80. XX w., zaś jej powstanie było ściśle związane z tzw. zwrotem humanistycznym w geografii. Jest ona uznawana przez jej twórców za część geografii humanistycznej oraz geografii politycznej, które koncentrują się na badaniu interakcji między człowiekiem a jego otoczeniem. Autor pojęcia geopolityki krytycznej Gearoid Ó Tuathail podkreślał, że „zamiast definiować geopolitykę jako bezproblemowy opis światowej mapy politycznej, traktuje geopolitykę jako dyskurs, jako zróżnicowany kulturowo i politycznie sposób opisywania, reprezentowania i pisania o geografii i polityce międzynarodowej. Geopolityka krytyczna nie zakłada, że „dyskurs geopolityczny« jest językiem prawdy; raczej rozumie to jako dyskurs dążący do ustanowienia i potwierdzenia własnych prawd” [Ó Tuathail 2003: 48]. Opisy przestrzeni nie są procesem neutralnym, gdyż świat jest społeczny. W tym rozumieniu różnorodne koncepcje geopolityczne są traktowane jako praktyka kulturowa służąca do wytworzenia i narzucenia swoistego obrazu świata. Zatem geopolityka krytyczna powinna koncentrować się na ukazaniu dużego znaczenia tak produkowanej „wiedzy geopolitycznej” w kształtowaniu i legitymizowaniu strategii polityki zagranicznej państwa. Stąd silny związek geopolityki ze zjawiskami polityczności, władzy i hegemonii, choćby z teoriami A. Gramsciego, tzw. szkoły krytycznej czy postmodernistów Jacques’a Derridy oraz Michela Foucault’a. Geografia/geopolityka jako dyskurs staje się narzędziem władzy, pełni istotną rolę ideologiczną. Dlatego tak istotne dla poznania stosunków społecznych i stosunków

władzy wydaje się odwołanie do noosfery, studiowanie w kontekście geopolitycznym języka, znaków i symboli, religii, ideologii, obrazów, dyskursów, wartości, norm i tożsamości, afektów itd.

Elity przy pomocy opanowania sfery symbolicznej mogą narzucać nam swój sposób widzenia świata, zgodny ze swoimi interesami, w tym geopolitycznymi. Zaś społeczeństwo może je aprobować i legitymizować, ale też próbować się tej hegemonii przeciwstawić, co ma istotne znaczenie dla geopolityki popularnej. W związku z tym za pożyteczną można uznać systematykę rosyjskiego badacza Władimira Kołosowa, iż istnieje konieczność rozróżnienia *high geopolitics image*, czyli wyobrażeń geopolitycznych elit, przywódców, którzy podejmują decyzje polityczne, oraz *low geopolitics image*, czyli wyobrażeń przestrzennych występujących na poziomie obywateli i opinii publicznej. Związana z tym jest hipoteza, że w odmiennych warunkach kształtują się wyobrażenia elit politycznych, a inaczej obywateli i dlatego te dwa obszary należy od siebie odróżnić. Jednak te obydwie sfery geopolitycznego imaginarium przenikają się, gdyż społeczeństwo (w zależności od ustroju państwa) ma mniejszy lub większy wpływ na podejmowane decyzje polityczne, legitymizując działania podejmowane przez elity w środowisku międzynarodowym [Kolossov 2003: 122–125].

Geopolityka krytyczna jako dyskurs społeczny jest badana na trzech poziomach analizy: 1) geopolityka praktyczna (*practical geopolitics*) – jako efekt aktywności przywódców politycznych, biurokracji państwowej, instytucji politycznych i dyplomatów; 2) geopolityka formalna (*formal geopolitics*) – kreowana przez elity intelektualne, a także środowiska akademickie; 3) geopolityka popularna (*popular geopolitics*) – będąca wytworem kultury popularnej oraz mediów masowych [Macała 2020: 111–112]. Jednak w praktyce te trzy podstawowe nurty geopolityki krytycznej często się krzyżują i przenikają, co utrudnia proces badawczy [Dittmer, Bos 2019: 13–15].

GEOPOLITYKA POPULARNA 1.0 I 2.0

Omawiany nurt geopolityki krytycznej wychodzi z założenia, które sformułował jeden z najwybitniejszych jego badaczy – Jason Dittmer: „Żyjemy zanurzeni w świecie kultury masowej”. To ona dostarcza nam narracje, obrazy i dźwięki „do zabawy, albo do relaksu”. Niemniej jednak to coś więcej, to także „przestrzeń dla działań geopolitycznych” [Dittmer, Bos 2019: 1]. Zawiera się w tym ocena, że katalog zjawisk zwanych politycznymi (np. klasycznie związanych z władzą, państwem, partiami politycznymi itd.) współcześnie znacznie się poszerzył o fenomeny określane jako *quasi-polityczne* czy *niepolityczne*, czyli wtórnie upolityczniane [Minkner 2019: 102–103]. Na tym tle warto zasygnalizować, że artefakty popkultury rzadko mają pierwotne znaczenie polityczne i geopolityczne, a znacznie częściej wtórne. Zatem są uwikłane w płynne, subiektywne i konstruowane przypisywanie im znaczeń

geopolitycznych, co rodzi cały szereg trudnych problemów badawczych i metodologicznych. Jednocześnie kwestie związane ze studiami nad interferencjami między mediami, kulturą pop a geopolityką utrudnia to, że geopolityka popularna posiada dwa znaczenia: jedno to codzienna geopolityka, wyrażana przez media i popkulturę, drugie to akademickie badania nad tą geopolityką. Po trzecie, badania, choćby w aspekcie metodologicznym, komplikuje płynność pola przedmiotowego, mnogość form i złożoność popkultury, a zatem wieloznaczność jej odniesień geopolitycznych.

Według rozbudowanej definicji geopolityka popularna w sposób interdyscyplinarny studiuje, jak pod wpływem mediów masowych i kultury pop produkują, artykułują, kształtują wyobrażenia geopolityczne społeczeństwa/narodu oraz obrazy terytorium, władzy i tożsamości, co na nie wpływa i w jaki sposób interferują z wyobrażeniami i narracjami wytwarzanymi, a także realizowanymi w praktyce przez elity. W ten sposób geopolityka popularna wiąże się z geopolityką formalną oraz praktyczną [Macała 2020: 121]. Albowiem „każdy formalny lub praktyczny dyskurs geopolityczny musi być szeroko rozpowszechniony, jeśli ma stać się popularnym dyskursem geopolitycznym” [Dittmer, Bos 2019: 16]. Trudno to sobie dziś wyobrazić bez udziału mass mediów oraz artefaktów kultury popularnej.

Ten nowy w geopolityce, trudny, interdyscyplinarny obszar penetracji naukowej pojawił się od strony postulatów w geopolityce krytycznej na początku lat 90. XX w., formułując z czasem dwa podstawowe i uzupełniające się podejścia, które później Jason Dittmer i Nicholas Gray nazwali geopolityką popularną 1.0 i 2.0 [Dittmer, Gray 2010: 1664–1677]. Można je w uproszczeniu określić słowami Steve’a Pickeringa jako interakcje między „geopolityką popularną wytwarzaną przez elity i geopolityką popularną wytwarzaną przez nie-elity” [Pickering 2017: 88]. Jednak oznacza to trudne, wieloaspektowe, płynne i interdyscyplinarne pole badawcze.

Pierwszy nurt geopolityki popularnej, nazwany po latach geopolityką popularną 1.0 i dominujący w początkowych studiach z kręgu popgeopolityki, koncentrował się na konstruowanych przez elity wyobrażeniach globalnej polityki w mediach i kulturze popularnej. Odwoływał się do zasadniczego przedmiotu zainteresowań geopolityki krytycznej: w jaki sposób wytwarza się wyobrażenia geopolityczne, subiektywnie „mapuje świat” w formie praktyk dyskursywnych. Posługiwano się przy badaniach typowym dla tego etapu geopolityki krytycznej modelem elitarnym, czyli relacjami „od góry” do „dołu”. Wtedy należy zbadać, jak teksty kultury popularnej wytwarzane przez elity stają się komunikatem i jak stają się popularne, trafiają do mas, kształtują ich wyobraźnię geopolityczną, narzucają spojrzenie na geopolitykę, jako symbol relacji władzy [Dodds 2015]. Mamy zatem do czynienia z podejściem, w którym społeczeństwo jest konsumentem wyobrażeń wytwarzanych przez elity.

Drugi nurt, nazwany później geopolityką popularną 2.0, zapoczątkował artykuł twórcy terminu geopolityka krytyczna Gearoida Ó Tuathaila z 1996 r. o wojnie w Bośni z perspektywy mediów masowych, głównie brytyjskiej prasy [Ó Tuathail 1996: 171–196]. Przekonywał w nim, że pewne teksty i obrazy mogą być aktami transgresji w tym sensie, iż kwestionują dominujące stosunki władzy, wiedzy i prawdy

[Dodds 2005: 93]. Można zatem ocenić, iż ten drugi nurt geopolityki popularnej, dużo bardziej nas interesujący, skupiał się już nie tylko na biernej konsumpcji przez publiczność popularnych wyobrażeń geopolitycznych wytwarzanych przez elity, lecz zdecydowanie mocniej akcentował potrzebę badania ich rozumienia oraz reakcji nań ze strony obywateli. Pojawiał się tutaj model pluralistyczny, oparty o binarną opozycję: elity/nie-elity, który analizuje, jak popularne reprezentacje geopolityki wytwarzane przez elity korespondują bądź rywalizują z obrazami kreowanymi przez społeczeństwo, jak one wpływają na polityczne działania elit, na politykę zagraniczną, w jaki sposób wyznaczają linię podziału między „my” a „oni” [Routledge 2003: 245]. Dlatego w badaniach akcentowano odbiór narracji elit przez publiczność, przez obywateli, biorący pod uwagę kategorie życia codziennego: używano przy tym określeń takich, jak geopolityka codzienności, eksponujących osobiste przeżycia i doświadczenia ludzi oraz geopolityka afektu, emocji, np. strachu i nadziei, co wyrażały choćby badania ankietowe i sondaże opinii publicznej [Dittmer, Gray 2010: 1673; Dittmer, Bos 2019: 119–123].

Trzecim i najslabiej zbadanym elementem geopolityki popularnej był pojawiający się od lat jedynie w nielicznych studiach, choćby ze względu na problemy z dostępem do źródeł oraz utrudnioną weryfikacją ich wiarygodności, obszar badań dotyczący sposobu produkcji popularnych narracji geopolitycznych przez przemysł medialny i rozrywkowy w silnym związku z elitami władzy, a więc tym, co istnieje niejako poza ekranem, obrazem, tekstem, symbolem, czyli zakulisowo. Koresponduje on dużo bardziej z geopolityką popularną 1.0 niż 2.0 [Dodds 2007; Coulter 2011].

GEOPOLITYKA POPULARNA 3.0

Wspomniany Daniel Bos w pracy doktorskiej z 2015 r. sformułował na podstawie własnych badań nad geopolitycznym znaczeniem militarnych gier video, wyraźnie do tej pory lekceważonych czy dyskredytowanych jako obszar geopolitycznej penetracji naukowej, postulat przejścia do holistycznej, kolejnej fazy badań, nazwanej geopolityką popularną 3.0. Uzasadniał, iż zastosowany przez niego sposób analizy po raz pierwszy w geopolityce popularnej odnosi się holistycznie do wzajemnych powiązań tekstu, jego produkcji i odbiorców, czyli konsumpcji: „Twierdzę, że zapewnia to całościowe podejście i zrozumienie codziennych, złożonych i przypadkowych sposobów tworzenia, rozpowszechniania i konsumowania popularnych idei geopolitycznych” [Bos 2015: 14]. Tego typu podejście w jego rozumieniu tworzyło nową jakość badań geopolityki popularnej, proponowało nowe podejścia metodologiczne, rozszerzało znacząco kontekst społeczny, polityczny i kulturowy wytwarzania znaczeń geopolitycznych w kulturze pop. Obszernie wyjaśniał to w swojej pracy: „Po pierwsze, oferuje ucieczkę od determinizmu tekstowego, który zdominował popularną naukę geopolityczną [...] Po drugie, ilustrując różne miejsca tekstu, widowni i produkcji, ważne jest, aby zwrócić uwagę na ich wzajemnie powiązaną naturę. W ramach obecnego popularnego bada-

nia geopolitycznego tekst, produkcja i publiczność zostają podzielone, wyizolowane i rozdzielone jako różne empiryczne miejsca badań. Po trzecie, chcę argumentować, że takie ramy opierają się na wieloaspektowym podejściu do studiów kulturowych, [...] które przedstawia bardziej holistyczne ujęcie, zwracające uwagę na szersze praktyki zjawisk kulturowych” [Bos 2015: 32–33, 251–252].

Jego zdaniem egzemplifikacją takiego podejścia są właśnie badania nad grami video (konkretnie jako case study cykl gier Call of Duty: Modern Warfare), których wpływ na odbiorców wydaje się spory i niedoceniany. Przecież gry video tworzą ogromny rynek szacowany obecnie na ponad 175 mld dolarów, a ich użytkowników można liczyć w miliardach, choć w przypadku gier militarnych rynek ten i zasięg wpływu jest znacząco mniejszy. Największą rzeszę amatorów gier video tworzą ludzie młodzi, których wiedza o świecie i doświadczenie życiowe jest dużo mniejsze niż u ludzi dojrzałych, stąd gry video silniej oddziałują na ich wyobraźnię. Pojawiają się np. liczne kontrowersyjne badania empiryczne wskazujące na związek brutalnych gier video z nasileniem się przemocy wśród młodzieży, a brakuje analizy szerszych społecznych, kulturowych i geopolitycznych implikacji wyłaniających się z wirtualnego świata gier, który jednak posiada sporo odniesień do świata rzeczywistego. W ocenie D. Bosa badane przez niego „gry video mają na celu tworzenie scenariuszy, kadrowanie i uprzestrzennianie świata oraz jego mieszkańców w określony sposób. Odzwierciedlają i wyobrażają sobie świat z zachodniej – głównie amerykańskiej – perspektywy”. Zatem nie są tylko zabawą, co więcej: „gry video o tematyce militarnej kształtują popularne pojęcia militarystyki, wyobraźni kartograficznej podkreślającej przestrzenie i miejsca niebezpieczeństw i zagrożeń oraz dostarczają »narracji wyjaśniających«” [Bos 2015: 7, 22]. W innym miejscu swojej pracy doktorskiej, odnosząc się do znaczenia wyobrażeń geopolitycznych kreowanych przez analizowane przez niego wybrane militarne gry video, ocenił, że „tworząc wyraźne i możliwe do zidentyfikowania (zewnątrzne) zagrożenia dla zachodniego stylu życia, wzmacniają mit wyższości zachodniej cywilizacji i systemu politycznego, zachowując jednocześnie wysoki poziom przyzwolenia na określone polityki ustanowione przez zachodnie rządy” [Bos 2015: 26]¹. Widać to choćby w grach odnoszących się do proklamowanej przez prezydenta USA George’a Busha juniora „wojny z terroryzmem”, w których świat islamu został przedstawiony na kształt orientalizmu Edwarda W. Saida (np. podziałów na cywilizowanych i barbarzyńców), legitymizując konieczność bezwzględnej walki z zagrożeniem terrorystycznym, które potwierdziłoby dominację Waszyngtonu w świecie [Bos 2015: 23; Said 2018].

W ocenie D. Bosa jego wielowymiarowe i bardzo skomplikowane metodologicznie sposoby badania gier video były w tym znaczeniu nowatorskie, że odnosiły się nie tylko do rekonstrukcji stworzonego przez producentów, czyli establishment

¹ W geopolityce popularnej ze względu na hegemonię kulturową Zachodu, głównie USA, znaczna liczba studiów skupia się na kulturowej i geopolitycznej „anglosferze” [Saunders, Strukov 2018: 9–10].

dyskursu geopolitycznego gier (łącznie analiza obrazów, filmów, tekstu i muzyki), ale też odtwarzały przy pomocy metody etnograficznej drogą badań ankietowych, ale też wywiadów (czyli badań ilościowych i jakościowych) emocje i doświadczenia dużej rzeszy graczy-odbiorców: czy i jak gry tworzą ich wrażliwość geopolityczną, jak militarystyka w nich zawarty staje się lub nie częścią ich codzienności, czyli powszednich obrazów geopolitycznych. Dalej D. Bos przy pomocy metod marketingowych analizował proces wytwarzania kulturowych i geopolitycznych znaczeń w grach video przez struktury mediów i show-biznesu, ale też powiązanego z elitą władzy państw kompleksu wojskowo-przemysłowego, odgrywającego duże znaczenie w kreowaniu polityki zagranicznej. Zatem skupiał się na procesie wyboru strategii producentów opartych nie tylko o biznesowe, ale też kulturowo i politycznie warunkowane wartości czy symbole myślenia, które skłaniają odbiorców gier do ich nabywania, czyli konsumpcji [Bos 2018: 222–230; Dittmer, Bos 2019: 127–130].

Jednak między tymi trzema sferami badań w przypadku studium D. Bosa w mojej ocenie nie występuje pożądaný bonus związany z metodą holistyczną, która zakłada, że podejście systemowe, całościowe jest czymś więcej jakościowo niż tylko sumą jego składników. Widać spore kłopoty ze spójnością metodologiczną i warsztatową, albowiem w jego trójkącie zależności między wytwarzaniem, producentami i konsumentami gier słabe wydają się dwa elementy, które wpływają na poważne ułomności tak rozumianego ujęcia holistycznego. Pierwszy odnosi się do producentów gier video, niechętnie i skąpo dzielących się swego rodzaju „kuchnią” ich powstawania, choćby ze względu na konkurencję w biznesie, co wiąże się z utrudnioną dostępnością do źródeł i dostarcza sporych problemów z wiarygodnością oraz weryfikacją uzyskanych w ten sposób danych. Musi to wpływać na ustalenia, które poczynił D. Bos, oraz ich systemowy związek z dwoma pozostałymi elementami. Drugi kłopot wynika z tego, że prezentowane w rozprawie badania jakościowe (wywiady) dotyczące wielomilionowej i globalnej, różnej kulturowo, tożsamościowo i wiekowo rzeszy graczy (do końca 2013 r. sprzedano 26,5 mln egzemplarzy najważniejszej w badaniach D. Bosa gry *Modern Warfare 3*, zatem mogło w nią grać grubo ponad 100 mln ludzi) nastrożają sporo wątpliwości dotyczących kryterium doboru (mała próba kilkudziesięciu ochotników z Wielkiej Brytanii) oraz wątpliwej reprezentatywności tej grupy respondentów. Do tego, żeby porządnie prześledzić wpływ gier video na wyobraźnię geopolityczną graczy, należałoby tę samą i dużo bardziej liczną grupę respondentów dokładanie zbadać w punkcie wejścia i wyjścia z gry, a nie tylko w jej trakcie i po jej zakończeniu. Trzeci problem to odwołanie się w badaniach D. Bosa do dominacji elit, czyli pola badawczego sygnalizowanego w geopolityce popularnej 1.0, które kontrolują wytwarzanie gier komputerowych i decydują o zawartym w nich obrazie świata, co nie koresponduje z powyższymi postulatami J. Dittmera skupienia się geopolityki popularnej na geopolityce codzienności, czyli bardziej aktywnej roli społeczeństwa. Po czwarte, trzeba pamiętać o wybranej i niewielkiej próbie badawczej, albowiem do swoich badań D. Bos wybrał militarne gry video obrazujące świat z zachodniej,

głównie amerykańskiej perspektywy, czego miał pełną świadomość [Bos 2018: 231], a sporo gier choćby na potężnym rynku gamingowym państw azjatyckich oferuje graczom inną wizję świata.

DRUGI WARIANT GEOPOLITYKI POPULARNEJ 3.0

W mojej ocenie dużo bardziej uzasadnione byłoby objęcie tytułowym terminem obszaru badań dotyczącego interferencji mediów społecznościowych, popkultury i geopolityki, zaproponowanego w 2018 r. przez wybitnego przedstawiciela geopolityki krytycznej Klausa Doddsa. Ten obszar badawczy uznał potencjalnie za nową geopolitykę popularną 3.0 [Dodds 2018]. Wynikało to z przekonania, że nowe media intensyfikują relacje społeczne w skali państwowej, narodowej i globalnej. Ważna dla ich geopolitycznego znaczenia jest duża skala wpływu mediów społecznościowych na nasze życie, z których korzysta ponad połowa ludzkości, a dla wielu osób, zwłaszcza w przypadku młodej generacji, stanowią one podstawowe źródło informacji o świecie. Tutaj pojawia się analizowana rola nowych technologii cyfrowych, które przez swoją powszechność, dostępność, szybkość, taniość stwarzają obywatelom więcej możliwości do wytwarzania własnego imaginarium geopolitycznego niż kontrolowane przez elity tradycyjne media.

Nowe media przez prymat wytwarzania produktów niematerialnych, czyli pomysłów, idei, wyobrażeń oraz demokratyzację narzędzi produkcji, w stosunku do tradycyjnych mediów trochę redukują, ale nie znoszą asymetrii między władzą-elitami a społeczeństwem [Strukov 2018: 67]. Metaforycznie mówiąc: interaktywność nowych mediów przesuwa nacisk na stronę popytową, w której użytkownicy nie tylko biernie wybierają coś z odgórnie przygotowanej przez elity oferty, ale mają wpływ na przyszłą ofertę, a klienci-społeczeństwo mogą się stać również dostawcami, choć bardzo rzadko i pod wieloma warunkami. Wydaje mi się to pogłębieniem trendu, który sygnalizowała geopolityka popularna 2.0.

Podstawowym warunkiem także geopolitycznej aktywności wydaje się akceptacja podobnych kodów komunikacyjnych przez uczestników określonej sieciowej wspólnoty. Kultura popularna, głównie zachodnia, często staje się z tego powodu w mediach społecznościowych różnie interpretowanym, transnarodowym, otwartym kodem komunikacyjnym, bazą danych do dalszego indywidualnego, grupowego i narodowego przetwarzania i interpretowania, tworząc mieszanekę wartości, znaczeń, symboli, tożsamości. Zwykli ludzie zyskują teoretycznie duże możliwości wyboru artefaktów popkultury, ale rzadko wytwarzają coś zupełnie nowego, bo wymaga to sporych kompetencji i umiejętności, w tym cyfrowych, te zaś mają charakter elitarny. Dlatego najczęściej mamy do czynienia z interpretowaniem czy powielaniem artefaktów pochodzących z kręgów elitarnych, wraz z narzuconym odgórnie systemem symbolicznym, a zdecydowanie rzadziej z indywidualnym i społecznym sytuacyjnym, kreatywnym, eklektycznym łączeniem różnych symboli oraz nadawaniem im nowych znaczeń.

Niemniej jednak popkultura staje się w nowych mediach dla niektórych ludzi pożytecznym narzędziem, żeby wyjść poza konsumencką bierność. Po to, żeby spróbować konstruować własną mapę świata, subiektywne, często powierzchowne, fragmentaryczne, manipulatywne czy afektywne wyobrażenie o porządku globalnym, regionalnym czy narodowym oraz poszukiwać, pozyskiwać oraz organizować ludzi podobnie myślących, a zwalczać odmiennie poglądy, co często prowadzi do powstania tzw. baniek internetowych. Utrudnia to wspólną komunikację, ale też wzmaga polaryzację i dezinformację oraz manipulację. Internet szczególnie sprzyja tym, którzy kwestionują produkowany przez elity państw porządek geopolityczny, pozwala bowiem ominąć kontrolowane tradycyjne media. Tam uzyskują nieraz poparcie dla swoich idei, emocji i działań, często radykalnych i populistycznych. Nowe media często wzmacniają geopolityczne znaczenie i wpływy podmiotów niepaństwowych, jak ruchy społeczne, organizacje trzeciego sektora, organizacje ekstremistyczne czy terrorystyczne. W ten sposób geopolityka popularna mocno koreluje z geopolityką praktyczną, wytwarzając niejednokrotnie opozycję i rzadziej opór wobec niektórych narracji oraz działań władz państw.

Media społecznościowe mogą się zatem stać w określonym czasie i miejscu oraz w głównie kryzysowych warunkach społeczno-politycznych wzmocnieniem realnej aktywności na rzecz politycznej i geopolitycznej zmiany, jak np. facebookowa i twitterowa rewolucja w Egipcie w 2011 r., która korzystając z komunikacji w mediach społecznościowych, zmobilizowała miliony ludzi do obalenia dyktatury prezydenta Hosniego Mubaraka [Dittmer, Bos 2019: 170], albo też wykorzystujący na dużą skalę nowe media ukraiński Majdan na przełomie 2013/2014 r., który doprowadził nie tylko do gruntownych zmian w polityce Ukrainy, ale też do kreowania nowej fali jej imaginacji geopolitycznych oraz ich praktycznej realizacji.

Jednocześnie elity państw są stale obecne w mediach społecznościowych i podejmują sporo wysiłków, żeby dalej wytwarzać w nich dominujący przekaz geopolityczny. Zaś ich rola rośnie, gdyż nadmiar informacji i obrazów pogłębia zagubienie wielu ludzi, zaciera granice między tym, co realne i wirtualne oraz wzmocnia tym samym rolę elitarnych przewodników jak dawniej tłumaczących świat. Nowe media także przy pomocy propagacji i modyfikacji artefaktów popkultury stają się dla elit kolejnym narzędziem kontroli nad przekazem, czyli ramowania myślenia społecznego, także przy pomocy manipulacji i postprawdy. Władza semiotyczna w tym wypadku służy na narzucanie odpowiedniej interpretacji znaczeń i symboli geopolitycznych oraz kontroli nad ich dyfuzją, żeby legitymizować określone obrazy geopolityczne oraz drogi do ich realizacji.

Na koniec kilka uwag dotyczących dużych trudności warsztatowych i metodologicznych związanych z badaniem relacji geopolitycznych w trójce elity–nowe media–nieelity, które można nazwać geopolityką popularną 3.0. Pojawiają się one już choćby z powodu bogactwa nowych mediów, ich formatów, platform, różnych możliwości technologicznych, zmienności, multimodalności, znacznej liczby szybko zmieniających się sposobów aktywności oraz związanych z tym ogromnych liczb użyt-

kowników, wpisów, postów, filmów, obrazów, które idą w setki milionów miesięcznie. Do tego dochodzi problem fałszywych kont, botów, dużych możliwości manipulacji opiniami, postami, obrazami itd., a zatem kwestia wiarygodności zebranych materiałów źródłowych. Stąd spore kłopoty z gromadzeniem, selekcją i opracowaniem danych.

Sporym wyzwaniem jest zachodniocentryzm. Wyróżnia go typowa dla relacji władzy koncentracja naukowej uwagi na platformach najbardziej znanych w świecie Zachodu i będących symbolem jego politycznej oraz technologicznej dominacji (głównie USA), np. Facebook, Twitter, Instagram. Jednak w mniejszym stopniu dotyczy to innych obszarów kulturowych i geopolitycznych, często niechętnych dominacji Zachodu, które uznają media społecznościowe kontrolowane przez amerykańskie korporacje jako zagrożenie także geopolityczne, np. Chiny czy Rosja. I dlatego próbują kreować własne, kontrolowane mniej lub bardziej przez państwa, alternatywne media społecznościowe, np. Weibo, Tik-Tok czy V-Kontakte, znacznie słabiej badane i doceniane [Gray 2021: 3–18].

W badaniach wydaje się użyteczna np. teoria cyrkulacji kulturowej, albowiem wykracza ona poza klasyczne, transmisyjne rozumienie komunikacji. Znaczenia w niej mogą być nie tylko przenoszone, ale i konstruowane na każdym etapie cyrkulacji przez różne i względnie autonomiczne podmioty, a wzajemne zależności, wpływy i interakcje są bardzo zróżnicowane. Pozwala to na przenikanie się i zacieranie granicy między tym, co publiczne i prywatne, szerokie odniesienie się do tożsamości poszczególnych osób, grup społecznych, do ich wartości, idei, emocji, aspiracji i dążeń, sprzeczności i spójności w tym zakresie. Sądzę, że model ten posiada spore możliwości konfrontowania procesu wytwarzania znaczeń geopolitycznych od strony elit czy zwykłych ludzi.

Dla studiowania relacji między wytwarzaniem znaczeń geopolitycznych a artefaktami kultury pop w nowych mediach może być w pewnych przypadkach adaptowana perspektywa Celli Pearce *follow the people*, ważna także dla geografii humanistycznej i geopolityki popularnej, stawiająca w centrum zainteresowania człowieka, czyli jego dążenia, cele, wartości stereotypy, ideologie, emocje itd. W kolejnym kroku postuluje ona *follow the story*, czyli też *follow the metaphor* i *follow the artifact*, ażeby dojść do *follow the thing*, czyli analizy wzajemnych powiązań między nimi w procesie konstruowania narracji geopolitycznej; technologia pełni tutaj rolę narzędzia.

Do naukowej penetracji tak rozumianej popgeopolityki 3.0 trzeba wykorzystać bogatą paletę metod badań internetu, np. *Web sphere analysis*. Łączy ona nowe metody badań internetu z typową dla geopolityki krytycznej analizą dyskursu. W badaniach geopolitycznych popkultury użyteczne będzie również rozległe instrumentarium metod i technik badawczych, które proponują w swojej świetnej monografii o geopolityce popularnej Jason Dittmer i Daniel Bos. Zapewne sporo z nich wypadłoby dostosować do nowego pola badawczego, którym są głównie social media. Można tutaj wspomnieć np. o dużej przydatności metod socjologicznych (ilościowych i jakościowych) oraz analizy modalności, analizy zawartości, analizy dyskursu itd. [Dittmer, Bos, 2019].

ZAKOŃCZENIE

Ze względu na duży stopień komplikacji ważna i nowatorska połączona analiza kreowania, wytwarzania i odbioru wyobrażeń przestrzennych w mediach oraz kulturze pop nie wydaje się dziś możliwa do zastosowania w szerszej skali w geopolityce popularnej, choć byłaby w różnych polach badawczych pożądana. Dlatego trudno mówić, że studia D. Bosa, jakkolwiek niewątpliwie doceniane i uznawane za wpływowe w przypadku gier video otwierają na tyle nowe perspektywy badawcze i metodologiczne, że mogą stanowić jakościowo odmienny punkt odniesienia dla całej szkoły geopolityki popularnej.

Z jednej strony jego analizy dotyczą jednak stosunkowo wąskiego i stosunkowo mało wpływowego geopolitycznie obszaru kultury pop, albowiem statystycznie rzecz biorąc najwięcej studiów z kręgu geopolityki popularnej dotyczy kreacji wyobrażeń geograficznych i geopolitycznych głównie w kontrolowanych przez elity mediach masowych, prasie, telewizji, filmie, znacznie mniej w literaturze, karykaturze, muzyce, mediach społecznościowych. Każdy z nich wymaga specyficznego podejścia, opartego o wielość metod i technik badawczych. Z drugiej strony, proponowany przez D. Bosa holistyczny sposób badania jest w praktyce niemożliwy do zastosowania w większości interakcji między kulturą pop a geopolityką, już choćby z powodu małej spójności metodologicznej oraz kłopotów z bazą źródłową.

Po trzecie, analiza geopolitycznych narracji w grach video, choć ciekawa i ważna, jest związana z postępem technologicznym w komunikacji społecznej i wytwarzaniu kultury pop, tak jak parę lat temu w tym kręgu zaczęto badać media społecznościowe. Wymagało to stworzenia nowatorskiego instrumentarium badawczego, ale niezbyt przydatnego w badaniach geopolitycznego znaczenia innych nurtów kultury popularnej.

Zdaje się to rozumieć D. Bos, skoro w swoich ostatnio wydanych studiach już nie używa autopromocyjnego argumentu, że stworzył geopolitykę popularną 3.0 jako nową szkołę badania relacji między kulturą pop a geopolityką, ba w ogóle nie używa tytułowego pojęcia. Nie znalazłem też w literaturze naukowej odniesień do takiego rozumienia geopolityki popularnej 3.0, które proponuje D. Bos. Wydaje się zatem, że koncepcja D. Bosa na razie nie weszła do szerszego obiegu naukowego, nie przyjęła się w kręgu czołowych anglosaskich przedstawicieli geopolityki popularnej.

Za dużo bardziej adekwatny dla geopolityki popularnej 3.0 uważam model badania wytwarzania imaginacji geopolitycznych przez nowe media. Dzięki interaktywnemu oraz globalnemu zasięgowi tych mediów obywatele mogą zyskać większy niż wcześniej wpływ na elity państw, na ich obraz świata, a tym samym na politykę zagraniczną.

BIBLIOGRAFIA

- Bos, D. 2015. *Answering the Call of Duty: The popular geopolitics of military-themed videogames. A thesis submitted for the degree of doctor of Philosophy in the School of Geography, Politics and Sociology at Newcastle University*.
- Bos, D. 2018. *Popular geopolitics and the landscapes of virtual war*, [w:] *Popular Geopolitics. Plotting an Evolving Interdiscipline* R. A. Saunders, V. Strukov (red.), Wydawnictwo Routledge, London-New York.
- Coulter, K. 2015. *Film Geopolitics in Practice: Marketing The Miracle of Bern*, „Geopolitics”, vol. 16, s. 949–968. DOI: <https://doi.org/10.1080/14650045.2010.535180>.
- Dittmer, J., Bos, D. 2019. *Popular Culture, Geopolitics, and Identity*, wyd. 2. Wydawnictwo Rowman&Littlefield, Lanham.
- Dittmer, J., Gray, N. 2010. *Popular Geopolitics 2.0: Towards New Methodologies of the Everyday*, „Geography Compass”, vol. 11, ss. 1664–1677. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2010.00399.x>.
- Dodds, K. 2005. *Global Geopolitics. A Critical Introduction*, Wydawnictwo Pearson Education Limited, Harlow.
- Dodds, K. 2015. *Popular Geopolitics and the „War on Terror”*, <https://www.e-ir.info/2015/05/10/popular-geopolitics-and-war-on-terror/> (dostęp: 23.10.2020).
- Dodds, K. 2018. *Popular Geopolitics 3.0: Social Media, Political Influence, and Power in an Uncertain Era*, <https://calendar.ou.edu/provost-events/event/66338-popular-geopolitics-30-social-media-political> (dostęp: 23.10.2020).
- Dodds, K. 2007. *Steve Bells Eye: Cartoons, Geopolitics, and the Visualisation of the „War on Terror”*, „Security Dialogue”, vol. 38, s. 157–177. DOI: <https://doi.org/10.1177/0967010607078536>.
- Gray, J. 2021. *The geopolitics of „platforms”: The TikTok Challenge*, „Internet Policy Review”, vol. 10, ss. 1–26. DOI: <https://doi.org/10.14763/2021.2.1557>.
- Khanna, P. 2016. *Connectography. Mapping the Future of Global Civilisation*, Wydawnictwo Random House, New York.
- Kolossov, V. 2003. *High' and 'Low' Geopolitics: Images of Foreign Countries in the Eyes of Russian Citizens*, „Geopolitics”, vol. 8, s. 121–148. DOI: <https://doi.org/10.1080/714001015>.
- Macała, J. 2020. *Tylko ziemia się nie zmienia. Wyobrażenia geopolityczne w polskiej muzyce popularnej po 1989 roku*, Wydawnictwo FNCE, Poznań.
- Minkner, K. 2019. *O heterogenicznym statusie filmu politycznego*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis: Studia Politologica”, nr 22, s. 100–125. DOI: <https://doi.org/10.24917/208113333.22.7>.
- Ó Tuathail, G. 1996. *An anti-geopolitical eye: Maggie O’Kane in Bosnia 1992–1993*, „Gender, Place and Culture. A Journal of Feminist Geography”, vol. 3, s. 171–196. DOI: <https://doi.org/10.1080/09663699650021873>.
- Ó Tuathail, G. 2003. *Thinking critically about geopolitics*, [w:] *The Geopolitics Reader*, G. Ó Tuathail, S. Dalby, P. Routledge (red.), Wydawnictwo Routledge, London–New York.
- Pickering, S. 2017. *Understanding Geography and War: Misperceptions, Foundations, and Prospects*, Wydawnictwo Palgrave&Macmillan, London–New York.
- Routledge, P. 2003. *Anti-Geopolitics*, [w:] *The Geopolitics Reader*, G. Toal, S. Dalby, P. Routledge (red.), Wydawnictwo Routledge, London–New York.
- Said, E. W. 2018. *Orientalizm*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań.
- Saran, S. (2020). *Navigating the Digitalisation of Geopolitics*, <https://www.orfonline.org/expert-speak/navigating-the-digitisation-of-geopolitics-60612/> (dostęp: 21.10.2021).
- Saunders, R. A., Strukov, V. 2018. *Introduction: theorising the realm of popular geopolitics*, [w:] *Popular Geopolitics. Plotting an Evolving Interdiscipline* R. A. Saunders, V. Strukov (red.), Wydawnictwo Routledge, London–New York.
- Strukov, V. 2018. *Towards a new paradigm of resistance: theorising popular geopolitics as an interdiscipline*, [w:] *Popular Geopolitics. Plotting an Evolving Interdiscipline*, R. A. Saunders, V. Strukov (red.), Wydawnictwo Routledge, London–New York.

A HOLISTIC APPROACH. POPULAR GEOPOLITICS 3.0 IN THE CONCEPT OF DANIEL BOS

Abstract: This article focuses on Daniel Bos's "popular geopolitics 3.0" term. The hypothesis is that this concept is considered unconvincing. In the research tradition of popular geopolitics, it was and is typical to separate studies on the creators of geopolitical symbols in pop culture, i.e. the elites (popular geopolitics 1.0), and on their consumers (popular geopolitics 2.0). Analyses of the process of producing geopolitical meanings in pop culture artifacts have been rarely undertaken. In the opinion of Bos, his holistic studies on the geopolitical meaning of military-themed video games integrate research on the text, audience and production. However, they can hardly be considered a new trend in popular geopolitics. Because they relate to the narrow sphere of pop culture, they cause a lot of problems with the consistency of the approach and are of limited use for geopolitical research of other pop culture artifacts. The use of the term "popular geopolitics 3.0" would be more appropriate to the study of the interference between social media, pop culture and geopolitics.

Keywords: popular culture, critical geopolitics, popular geopolitics, popular geopolitics 3.0, video games

BIOGRAM

Jarosław Macała, historyk i politolog, dr hab., prof. uczelni w Instytucie Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Zielonogórskiego. Zainteresowania naukowe: myśl polityczna, geopolityka, ruchy społeczne, historia najnowsza. Kontakt e-mail: jarekm@o2.pl.