

Przemysław Ciszek

Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach

Słowa kluczowe: prasa o grach wideo, rynek prasy, czasopisma

Key words: video game magazines, press market, magazines

CZASOPISMA O GRACH WIDEO W POLSCE. RYS HISTORYCZNY I OBECNA SYTUACJA NA RYNKU

Czasopisma o grach wideo¹, niekiedy wliczane do segmentu czasopism informatycznych (komputerowych), rzadziej od innych rodzajów prasy stanowią obiekt zainteresowań badaczy. Skutkiem tego jest niezwykle skromna liczba opracowań na ich temat. Niniejszy artykuł ma za zadanie tę lukę uzupełnić i przedstawić najważniejsze czasopisma o grach oraz zasygnalizować zmiany, jakie następowały w tym segmencie prasy w ostatnich trzech dekadach. Przekształcenia te są bardzo interesujące, zwłaszcza w przypadku zawartości czasopism, która obecnie znacząco różni się od tej sprzed 15–20 lat. W omawianym okresie, obejmującym lata 1985–2015, ukazywało się bardzo dużo tytułów, z których wiele miało charakter efemerydalny. Nie sposób opisać ich wszystkich, dlatego też poniżej przybliżono jedynie najdłużej ukazujące się czasopisma, które wywarły wpływ na całą polską prasę opisywanego rodzaju.

Punktem wyjścia dla dalszych rozważań jest wskazanie miejsca, jakie zajmują czasopisma o grach wideo w typologii prasy. Można je zaliczyć, co już wcześniej sygnalizowano, do prasy komputerowej, inaczej nazywanej informatyczną. Gry łączy przecież bardzo bliska relacja z komputerami. Jednocześnie są to – bez wątpienia – czasopisma hobbistyczne, integrujące środowisko fanów tego medium. Zważywszy na fakt, iż ich odbiorcami są głównie mężczyźni, czasopisma o grach wideo powinno się zaliczać także do prasy dla mężczyzn. Jest to zatem specyficzny rodzaj czasopiśmiennictwa, który wymyka się ścisłej kategoryzacji.

¹ Pod pojęciem gry wideo autor rozumie tu gry komputerowe i konsolowe – jako analogię do angielskiego terminu *video games*. Czasopisma traktowały przeważnie zarówno o jednych, jak i o drugich, w kilku przypadkach koncentrując się tylko na grach konsolowych, które przez wiele lat były w Polsce dość niszowe.

Czasopisma dotyczące gier wideo ukazywały się w USA i Europie Zachodniej już na początku lat osiemdziesiątych XX w. Z uwagi na specyfikę epoki PRL, komputery (a zarazem i gry) rozpowszechniły się w Polsce później. Przełożyło się to na rynek prasy poświęconej temu tematowi. Cechą charakterystyczną polskiego rynku gier wideo jest dominacja komputerów PC jako głównej platformy służącej do grania. Według badań aż 98% graczy używa tego sprzętu². Warto jednak zaznaczyć, że nie wyklucza to jednoczesnego wykorzystywania przez nich innych platform. Konsole do gier – rozpowszechnione w USA i Europie Zachodniej już w połowie lat osiemdziesiątych XX w. – w naszym kraju długo walczyły o należne miejsce na rynku i w świadomości graczy. Wynikało to z wysokiej ceny samego sprzętu oraz gier, a także ich trudniejszej dostępności. Pierwsze czasopisma tylko o grach konsolowych pojawiły się dopiero w 1997 r., a były to „Oficjalny Polski PlayStation Magazyn”, „PSX Extreme” oraz „NEO”.

Począwszy od 1985 r. rozwój tych czasopism w Polsce można podzielić na kilka etapów:

- początki (1985–1990),
- gwałtowny rozwój (1990–2002),
- powolny regres (2002–2012),
- stabilizacja (2012–dziś).

Granice nie są jednak sztywne i można zastosować także inne podziały. Poniżej przedstawione zostaną informacje o najważniejszych polskich periodykach dotyczących gier wideo. Analiza bazować będzie na przedstawionej wyżej periodyzacji.

Początki

Pionierem, jeśli chodzi o pisanie o grach wideo w ogóle, był „Bajtek”. Pismo pojawiło się na rynku we wrześniu 1985 r. jako dodatek do dziennika „Sztandar Młodych” oraz tygodnika „Odrodzenie”, pierwszego popularnego magazynu poświęconego informatyce. Jego celem było, jak napisali redaktorzy naczelni, „zwalczanie analfabetyzmu mikrokomputerowego w Polsce”³. Magazyn skierowano, podobnie jak czasopisma macierzyste, do młodzieży. Mimo iż „Bajtek” poruszał głównie tematy dalece bardziej skomplikowane niż gry, znajdowała się w nim rubryka *Co jest grane*⁴, w której opisywano najnowsze produkcje oraz zamieszczano rysowane poradniki ułatwiające przejście poszczególnych gier. Cechą charakterystyczną „Bajtka” był podział treści na „klany” użytkowników różnych, popularnych wówczas komputerów (C64, Atari, Amstrad). W 1987 r. ukazał się numer specjalny o podtytule *7 wspaniałych gier*, liczył 16 stron i zawierał krótkie opisy gier oraz kolorowe mapy.

² <http://www.newzoo.com/infographics/infographic-polish-games-market/> [dostęp: 17.11.2015].

³ Z. Siedlecki, W. Siwiński, *RUN czyli zaczynamy*, „Bajtek” 1985, nr 1, s. 2.

⁴ <http://zapach-papieru.strefa.pl/pisma-o-grach/bajtek.html> [dostęp: 25.10.2015].

Było to pierwsze w Polsce wydanie jakiegokolwiek pisma dotyczącego tylko i wyłącznie gier. W 1990 r. tytuł stał się odrębnym miesięcznikiem wydawanym przez Spółdzielnię Wydawniczą Bajtek. W kwietniu tego samego roku wyszedł natomiast „Numer Specjalny Bajtka” z podtytułem „Top Secret”. Można go traktować jako nieoficjalny, zerowy numer pisma „Top Secret”. W 1996 r. tytuł został zamknięty z powodu nierentowności oraz problemów finansowych wydawnictwa, związanych z upadkiem Agrobanku. Ostatnim wydaniem był podwójny numer 9–10 z 1996 r.

„Top Secret” to pierwsze polskie czasopismo poświęcone tylko grom komputerowym. Jego pierwsza „generacja” wydawana była przez Spółdzielnię Wydawniczą Bajtek w latach 1990–1996. Początkowo ukazywał się jako dwumiesięcznik, później jako miesięcznik. Każdy z redaktorów „Top Secret” miał swój pseudonim, którym podpisywał teksty, co stało się niepisaną tradycją wśród czasopism o grach (choć nie wszystkie tytuły stosowały tę praktykę). Magazyn pojawiał się często z opóźnieniem, co było wynikiem niefrasobliwości redakcji. Podobnie jak jego poprzednik – „Bajtek”, został zamknięty w 1996 r. (nr 9–10). Mimo swoich wad „Top Secret” zyskał miano pisma kultowego i jeszcze przez długie lata porównywano do niego inne czasopisma o grach wideo.

Gwałtowny rozwój

Początkowo, w 1992 r. „Świat Gier Komputerowych” był niewielkim, ośmiostro-nicowym dodatkiem do miesięcznika „Amigowiec”. Pierwszy samodzielny numer ukazał się na początku 1993 r. Czasopismo na przestrzeni lat miało aż trzech wydawców: ALFIN, IMAGO od nr 3–4/1996 oraz Egmont Polska, który przejął tytuł na początku 1999 r. Od lutego 1999 r. czasopismo zaczęło się pojawiać w dwóch wersjach, z płytą CD i bez niej. Począwszy od 1994 r. redakcja przyznawała coroczne nagrody, Złote Dyski, w kategoriach Najlepsza gra polska czy Najlepsza gra RPG. Redakcja „Świata Gier Komputerowych” zorganizowała w 1995 r. jeden z pierwszych w Polsce turniejów gier komputerowych. W 2003 r. Egmont zrezygnował z wydawania „Świata Gier Komputerowych” i stworzył nowy tytuł, kwartalnik „Świat Gier Komputerowych. Wydanie Specjalne”. Ostatnim jego numerem był podwójny zeszyt 7–8 z 2003 r.

„Gambler – miesięcznik elektronicznych szulerów” powstał w 1993 r. i wydawany był przez warszawskie wydawnictwo LUPUS. Podobnie jak w późniejszym „Re-secie”, redakcja starała się poruszać tematy nie tylko związane z grami. Od numeru 1/1996 wprowadzono „Gambler CD” (dostępna była także wersja bez płyty). Zamieszczono na niej gry i materiały z tzw. sceny komputerowej. Mimo dużych zmian, jakie zaszły na przełomie 1998 i 1999 r., „Gambler” nie przynosił spodziewanych zysków. Wraz ze wzrostem ceny malała sprzedaż oraz w efekcie nakład. Ostatni numer ukazał się w grudniu 1999 r. Redaktorem naczelnym był wtedy Aleksy Uchański, późniejszy redaktor „Komputer Świat Gry” i drugiej generacji „Top Secret”.

Pomysłodawcami i założycielami „Secret Service” byli Marcin Przasnyski i Waldemar Nowak, współtwórcy „Top Secret”. Miesięcznik wydawany był przez wydawnictwo ProScript Sp. z o.o. w latach 1993–2001. Początkowo opisywano i recenzowano gry na komputery ośmiobitowe. Z czasem gry na maszyny tego typu odeszły do historii, więc skoncentrowano się na grach na PC oraz Amigę. Redaktorzy „Secret Service” jako pierwsi jeździli do Wielkiej Brytanii na targi ECTS (*European Computer Trade Show*) i do USA na targi E3 (*Electronic Entertainment Expo*). Natomiast od czerwca 1996 do stycznia 1999 r. do czasopisma dodawano płytę CD. Po odejściu Marcina Przasnyskiego w 1999 r. magazyn zmienił nazwę na „New S Service”. Pod nową nazwą ukazywał się do stycznia 2001 r., kiedy to wrócono do starej – „Secret Service”. Ostatni numer ukazał się w listopadzie 2001 r. Grudniowy numer, gotowy już do druku, nigdy się nie ukazał. Jednak nie był to definitywny koniec tego magazynu. W czerwcu 2014 r. w crowdfundingowym serwisie internetowym www.polakpotrafi.pl rozpoczęła się zbiórka funduszy mająca na celu reaktywację pisma. Przez miesiąc udało się zebrać 284 110 zł⁵. W październiku wyszedł pierwszy numer wznowionego tytułu, które zachowało ciągłość numeracji. Wydawcą była firma Idea Ahead. Niestety, w związku z utratą przez nią praw do nazwy pisma⁶, ukazały się jedynie dwa numery.

Miesięcznik „Gry komputerowe” zaczął wychodzić w grudniu 1993 r. Był najdłużej ukazującym się pismem o grach w Polsce, dopóki tego rekordu nie pobił „CD-Action”. Obecnie tytuł jest zawieszony przez wydawcę, firmę CGS. Początkowo pismo było miesięcznikiem, następnie zaś ukazywało się w cyklu dwumiesięcznym. Począwszy od końca 1996 r. do każdego numeru dołączano płytę CD z pełnymi wersjami gier. Przez kilka lat, do 2001 r., wydawano także wersję bez płyty w niższej cenie. Oprócz gier na komputery osobiste, w czasopiśmie recenzowano także gry na konsolę XBOX 360. Ostatnie wydanie to łączony numer 7–12 z 2009 r.

„Reset – Magazyn Cyberniekulturalny” ukazywał się od maja 1997 do lipca 2001 r. Wydawany był przez ZPR Media SA. Tytuł został założony przez część zespołu redakcyjnego „Secret Service”. „Reset” nie koncentrował się tylko na grach. Bardzo dużo miejsca poświęcano szeroko rozumianej rozrywce i kulturze. Gry stanowiły niejako dodatek do publicystyki i felietonów. Swobodny sposób podchodzenia do opisywanych tematów przypominał styl nieistniejącego już wtedy magazynu „Top Secret”. Pierwszy numer ukazał się bez płyty. Natomiast równolegle z następnymi wypuszczano płytę CD zwaną Cybertalerzykiem, której jednak nie dołączano do czasopisma, lecz rozprowadzano oddzielnie. W listopadzie 1998 r. zrezygnowano z oddzielnego rozprowadzania płyty i od tego numeru czasopismo wydawano w dwóch wersjach: „Reset” – bez płyty i „Reset CD” – z dołączoną płytą CD. Ostatni numer wydano w wakacje 2001 r.

⁵ <https://polakpotrafi.pl/projekt/secret-service> [dostęp: 17.11.2015].

⁶ <http://antyweb.pl/to-juz-koniec-secret-service-jego-tworcy-traca-prawa-do-tytulu-a-darczyncy-pieniadze/> [dostęp: 17.11.2015].

Magazyn „NEO” ukazał się w listopadzie 1997 r. Był edytowany przez wydawnictwo ProScript Sp. z o.o., czyli właściciela „Secret Service”. Zawierał recenzje gier na platformy PlayStation, SEGA Saturn i Nintendo 64. Czasopismo wydawano do stycznia 2000 r. Latem 1998 r. zadebiutowało natomiast pismo „NEO Plus”, które powstało po odejściu redaktora naczelnego z „NEO”. Wydawcą była firma Independent Press. Ukazywało się do marca 2013 r.

Pierwszy, próbny numer magazynu „Click!” wyszedł jesienią 1999 r. Pismo zostało założone przez Aleksandrę Cwalinę jako dwutygodnik o grach komputerowych i konsolowych oraz o nowoczesnej technice. Jego wydawaniem zajął się holding H. Bauer. Pismo zaczęło się ukazywać regularnie od lutego 2000 r. W 2001 r. redakcję tytułu przejęli Piotr Moskal i Jacek Piekara, przekształcając go w miesięcznik. Od numeru 24 dodawano płytę CD z pełną wersją gry. W 2005 r. siedzibę redakcji przeniesiono z Warszawy do Wrocławia oraz zmieniono zespół redakcyjny. Nowym naczelnym został redaktor „CD-Action” – Tymon Smektała. Od listopada 2005 do listopada 2007 r. ukazywała się wersja z płytami CD i druga z płytą DVD. Z roku na rok sprzedaż czasopisma pogarszała się. Z przyczyn ekonomicznych tytuł został zawieszony w kwietniu 2009 r. Numer majowy można było pobrać za darmo ze strony internetowej pisma⁷.

„CyberMycha” to miesięcznik o grach komputerowych przeznaczony dla młodszych graczy. Wydawany był przez wydawnictwo Egmont Polska od czerwca 2000 r. Funkcję redaktora naczelnego pełniła Aleksandra Szalbierz. Magazyn opisywał gry wszystkich gatunków z pominięciem brutalniejszych tytułów. Zamieszczano w nim także komiksy i historyjki obrazkowe, łamigłówki, nowinki z rynku gier na PC i wszystkie konsole, kody i poradniki do gier, a także recenzje czytelników. Do każdego wydania dołączano jedną płytę CD (a od 2008 r. DVD) z pełnymi wersjami gier. Pierwszy numer „CyberMychy” ukazał się w czerwcu 2000 r. Liczył jedynie 32 strony, jedną płytkę CD z wersjami demonstracyjnymi gier. Ostatni numer ukazał się w grudniu 2008 r. Wydawano również tytuły: „CyberMycha Extra” oraz „CyberMycha. Wydanie specjalne”.

Początki „Komputer Świat Gry” sięgają wiosny 1999 r., kiedy to ukazał się specjalny numer dwutygodnika „Komputer Świat”, zatytułowany „Komputer Świat Extra Gry”. Był w całości poświęcony grom komputerowym oraz konsolowym. Zawierał krótkie opisy najnowszych gier, porady, jaki kupić komputer do grania czy jak grać w internecie⁸. W listopadzie wydano kolejny numer pisma. W międzyczasie w Niemczech ukazał się pierwszy numer nowego miesięcznika „Computer Bild Spiele”⁹. W Polsce dwumiesięcznik „Komputer Świat Gry” zadebiutował w kwietniu 2000 r. Pierwszym redaktorem naczelnym został weteran branży Aleksy Uchański. Do każdego numeru dodawano płytę CD z pełną wersją gry w języku polskim. Jesienią 2000 r. pismo stało się miesięcznikiem i było wydawane w tym cyklu do

⁷ <http://www.gry-online.pl/S048.asp?ID=3> [dostęp: 12.04.2016].

⁸ Badanie z autopsji.

⁹ http://www.axelspringer.de/media/cw_mediafactsheet_de_89200.html [dostęp: 14.11.2015].

listopada 2008 r., po czym powrócono do wersji dwumiesięcznika. Ostatni numer wydano w grudniu 2012 r.

„Play” ukazywał się od 2000 r., a jego wydawaniem zajął się koncern Axel Springer Polska. Początkowo był poświęcony grom na komputery i konsole, ale w 2002 r. zrezygnowano z pisania o grach konsolowych. „Play” znacząco różnił się od „Komputer Świat Gry”. Podobnie jak u konkurencyjnego Bauera, duet „CD-Action” i „Click!”. „Play” prezentował dużo swobodniejsze i mniej formalne podejście do gier niż „Komputer Świat Gry”. W lipcu 2007 r. „Play” przeszedł „lifting”. Unowocześniono szatę graficzną, dodano lakierowaną okładkę, zaś CD z pełnymi wersjami gier zastąpiła płyta DVD. Ostatni numer ukazał się w marcu 2012 r.

Powolny regres

Magazyn „Gameranking” powstał wiosną 2005 r., a jego założycielem był dawny redaktor naczelny miesięcznika „Click!” Piotr Moskal. Magazyn jako jeden z nielicznych w branży nie dodawał płyt CD/DVD. Wydawcą była hurtownia oprogramowania Play, ale po ukazaniu się czterech numerów redakcja usamodzielniała się i wydawaniem zajęła się PROXIMA (kapitał w całości polski). Nazwa magazynu pochodziła od Portalu Gameranking, początkowo patrona medialnego czasopisma¹⁰. Oprócz gier na komputery recenzowano także produkcje konsolowe. Ostatni numer „Gamerankingu” wyszedł w czerwcu 2008 r.

W 2002 r. zadebiutowała druga edycja „Top Secret”, wydawana tym razem przez koncern Axel Springer Polska. Redaktorami naczelnymi zostali Marcin Przasnyski, który przez pierwsze miesiące prowadził pierwszy „Top Secret”, oraz Aleksy Uchański, znany redaktor z branży gier. Nawet tak znani w środowisku graczy autorzy nie zapewnili jednak nowemu czasopismu sukcesu. Magazyn miał efektowną oprawę graficzną, dobre teksty, a także pełne wersje gier na dołączonych płytach, można więc przypuszczać, że długo utrzyma się na rynku. Niestety, wobec słabych wyników sprzedaży wydawca zamknął tytuł na początku 2003 r. Ukazały się jedynie cztery numery, z których ostatni liczył zaledwie 32 strony.

Stabilizacja (czas obecny)

Początki „CD-Action” to wiosna 1996 r. Rynek pism o grach komputerowych był wówczas zdominowany przez trzy czasopisma: „Top Secret”, „Secret Service” i „Gambler”. Założycielem i pierwszym wydawcą „CD-Action” było wrocławskie wydawnictwo Silver Shark. Pierwotnie „CD-Action” miało mieć tytuł „CD-Power”,

¹⁰ <http://www.gry-online.pl/S018.asp?ID=912&STR=9> [dostęp: 07.12.2015].

jednak czasopismo o takiej nazwie zarejestrowano już w Australii¹¹. Kluczowym elementem nazwy został człon „CD”, ponieważ był to pierwszy magazyn o grach ukazujący się na polskim rynku tylko w wersji z płytą CD. Konkurencyjne miesięczniki jeśli dodawały wówczas płytę CD, robiły to nieregularnie lub wydawały oddzielną broszurkę z CD. W drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych XX w. na polski rynek coraz szybciej wchodziły zachodnie koncerny medialne, wykupując rodzime wydawnictwa. W połowie 2000 r. wydawnictwo Silver Shark oraz wszystkie jego tytuły prasowe zostały zakupione przez brytyjski koncern The Future Network. W 2001 r. wyszedł po raz pierwszy dodatkowy, 13. numer pisma. Od tej pory „CD-Action” ukazuje się 13 razy w roku. Na przełomie lat 2001/2002 niemiecki koncern Bauer Media odkupił od Brytyjczyków wszystkie czasopisma tego segmentu wydawane przez nich w Polsce, w tym powyższy tytuł¹². Było to jedno z dwóch dużych przejęć w tym okresie. Drugie dotyczyło zakupu wszystkich udziałów w Polskiej Grupie Interim¹³. Obecnie funkcję redaktora naczelnego „CD-Action” sprawuje Maciej Kuc. Nakład pisma wynosi około 127 tys. egzemplarzy¹⁴, sprzedaż zaś oscyluje w granicach 70 tys. egzemplarzy¹⁵.

„PSX Extreme” ukazuje się od sierpnia 1997 r. Jego nazwa nawiązuje do miana, jakim niekiedy określano konsolę PlayStation 1. Pierwotnie tytuł opisywał tylko gry wydane na ten właśnie sprzęt. Obecnie miesięcznik zamieszcza informacje o grach i peryferiach związanych ze wszystkimi popularnymi konsolami, także przenośnymi. Redaktorem naczelnym jest Grzegorz Drabik, a wydawcą firma Advertigo SA. Nakład pisma nie jest ujawniany.

„PIXEL” to miesięcznik, który zadebiutował na początku 2015 r. Powstał on niejako z popiołów po nieudanej reaktywacji „Secret Service”, gdyż został założony przez jego wydawcę, a zespół redakcyjny ma niemalże ten sam skład. Redaktorem naczelnym jest Piotr Mańkowski, wydawcą firma Idea Ahead. Szatę graficzną ma dużo prostszą i czytelniejszą niż w dwóch pozostałych tytułach. Nakład pierwszego numeru wyniósł 35 tys. egzemplarzy¹⁶. Wydawca nie udostępnia informacji o aktualnym nakładzie.

¹¹ J. Poprawa (Smuggler), *CDA – (his)story*, „CD-Action” 2004, nr 6, s. 112.

¹² <http://mediarun.com/pl/media/prasa/h-bauer-kupil-wydawnictwo-silver-shark.html> [dostęp: 28.10.2015].

¹³ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Koncentracja, specjalizacja, dywersyfikacja produktów i usług. Działalność koncernów prasowych z zagranicznym kapitałem na polskim rynku magazynów wysokonakładowych*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 1, s. 71–83.

¹⁴ <http://reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,7/mid,24/title,CD-Action/> [dostęp: 01.12.2015].

¹⁵ <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/cd-action-na-czele-sprzedazy-chip-z-najwiekszym-spadkiem-w-styczniu> [dostęp: 14.04.2016].

¹⁶ <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/magazyn-pixel-zadebiutuje-29-stycznia-w-cenie-14-50-zl> [dostęp: 30.11.2015].

Cover CD

Ciekawym elementem związanym z czasopismami o grach są „cover dyski”¹⁷ (*covermount*), które pojawiły się w polskiej prasie tego typu w 1996 r. za sprawą magazynu „Secret Service”. Do numeru 12/1994 była dodana (tylko dla prenumeratorów) dyskietka, na której zamieszczono demo gry. Z kolei „CD-Action” już od pierwszego numeru zawierało płytę. Zazwyczaj na „cover dyskach” znajdowały się demo gier i programów, darmowe programy, zwiastuny gier. Pełne wersje gier zaczęły pojawiać się regularnie nieco później. Fakt, iż dany numer zawierał nawet kilka pełnych wersji miał niebagatelny wpływ na sprzedaż. Czasopisma komputerowe konkurowały właśnie w ten sposób. W przypadku magazynów konsolowych dołączone płyty zawierały jedynie demo gier, gdyż ze względów licencyjnych nie mogły zamieszczać pełnych wersji. Obecnie „PSX Extreme” nie dołącza żadnych płyt – w epoce konsol podłączonych na stałe do sieci gracze sami pobierają interesujące ich demo i dodatki do gier.

Zawartość obecnie wydawanych czasopism

Wśród obecnie wydawanych czasopism o grach można zauważyć trend upraszczania struktury, czego dobitnym przykładem jest „PIXEL”, dzielący się na sześć zróżnicowanych działów: *Loading* (zapowiedzi gier), *Play The Game* (recenzje), *Hall of Fame* (teksty o słynnych twórcach gier i ważnych grach), *Secret Level* (artykuły dotyczące gier w szerokim kontekście), *Credits* oraz *Settings* (testy sprzętu elektronicznego). Ciekawą cechą jest brak ocen przy recenzjach gier, co jest w branży rzadkością. Magazyn dużo miejsca poświęca historii gier i komputerów. Jego podtytuł brzmi *Kultura gier wideo*, co znajduje odzwierciedlenie w treści, gdyż wiele tekstów dotyczy gier w szerokim kontekście kulturowym. Recenzowane są gry na wszystkie platformy sprzętowe, a dużo uwagi poświęca się tzw. grom niezależnym, które publikowane są bez udziału dużych firm wydawniczych. „PIXEL” jako jedyny tytuł tego segmentu jest dostępny także w wersji elektronicznej poprzez platformę embuk.pl. Magazyn w wersji papierowej kosztuje obecnie 14,50 zł, a w cyfrowej 7,90 zł.

„CD-Action” także uprościło w ostatnich latach strukturę w porównaniu do lat dziewięćdziesiątych. Periodyk prezentuje gry zarówno komputerowe, jak i konsolowe. Specjalizacja nie ma obecnie sensu, gdyż gracze posiadają często komputery oraz konsole, a większość dużych gier ukazuje się na wszystkich platformach. Każdy numer podzielony jest na trzy części: *Gry* (składa się z poddziałów *Info*, *W produk-*

¹⁷ Nazwa pochodzi stąd, iż zazwyczaj płyta/płyty były przymocowywane do okładki pisma, ewentualnie do kolejnej strony. W momencie gdy liczba płyt zaczęła rosnąć, zaczęto umieszczać je w osobnych papierowych kopertach, a całość magazynu w foliowym worku.

cji, *Recenzje i Publicystyka*), *Technologie* (podzielonej na *Megaporaadnik* – artykuł poradnikowy dotyczący sprzętu elektronicznego, *Testy* – testy sprzętu: laptopów, monitorów, słuchawek itp., *Poradnik* – artykuł opisujący zagadnienie sprzętowe lub dotyczące oprogramowania) oraz *Inne* (zawiera stałe rubryki: *Na Luzie*, *Zawartość DVD*). Do „CD-Action” dołączane są dwie płyty DVD, na których znajdują się m.in. pełne wersje gier oraz dema i zwiastuny. Cena wynosi 15,99 zł.

„PSX Extreme” jest najbardziej podobne do dawnych pism o grach z ich szerokim zakresem tematycznym, a także dzięki bardzo swobodnemu językowi artykułów. Czasopismo zawiera zapowiedzi, recenzje, wiele felietonów i najróżniejszej publicystyki dotyczącej szeroko rozumianej kultury. Jest nastawione na posiadaczy konsol do gier i najmocniej ze wszystkich tytułów tego segmentu na nich się koncentruje. Podział na sekcje prezentuje się następująco: *Co Nowego* (nowości i doniesienia z branży gier), *Playtesty* (recenzje gier), *Temat Numeru* (obszerny artykuł), *Hardkor* (różne artykuły dotyczące branży gier), *Retro* (teksty na temat starych gier), *Felietony*, *Stale Rubryki* (listy do redakcji, kącik filmowy, testy sprzętu). Wydawca wycenia czasopismo na 9,99 zł.

Podsumowanie

W okresie początkowym, czyli w drugiej połowie lat osiemdziesiątych materiały prasowe związane z grami wideo (publikowane w prasie komputerowej) koncentrowały się jedynie na opisach ich przejścia, mapach światów oraz listach przebojów gier. Pojedyncze, osobne wydawnictwa były prognozą przyszłego rozwoju tego typu prasy, bo nie ulegało wątpliwości, że jest na nią zapotrzebowanie. Władze PRL, kontrolujące rynek prasowy, miały negatywny stosunek do wykorzystywania komputerów do tak bezproduktywnych czynności jak gry. Widać to w zawartości większości czasopism komputerowych w latach osiemdziesiątych XX w.

Okres gwałtownego rozwoju prasy o grach, przypadający w Polsce na lata dziewięćdziesiąte, przyniósł powstanie wielu tytułów prasowych. Główną tego przyczyną była rosnąca liczba użytkowników komputerów i, co za tym idzie, graczy. Czytelnicy mogli odnaleźć nowinki z branży, zapowiedzi i recenzje. Cechą charakterystyczną tych ostatnich był nacisk na opisywanie samej gry i jej technikaliów. Publikowano też poradniki i kody do gier. Poza tym można było w opisywanych periodykach znaleźć dużo artykułów niezwiązanych z grami w ogóle, np. kąciki kulturalne dotyczące filmu czy komiksu. Wydawały je małe wydawnictwa i redaktorzy posiadali ogromną swobodę, jeśli chodzi o dobór publikowanych treści oraz ich formę.

Wojciech Kajtoch dokonał w 1998 r., w omawianej grupie czasopism, analizy słownictwa występującego w recenzjach gier¹⁸. Porównując to z obecnym stylem

¹⁸ W. Kajtoch, *Kogo wychowują czasopisma dla miłośników gier komputerowych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2, s. 7–20.

pisania recenzji i artykułów, łatwo zauważyć zmianę. Wynika ona z faktu, że wówczas odbiorcą tego typu prasy była przede wszystkim młodzież, a autorami tekstów często ludzie 18-, 20-letni, bez doświadczenia dziennikarskiego. Dziś wydawcy dbają o poziom warsztatowy, a teksty nie są pisane – tak jak kiedyś – potocznym, pełnym kolokwializmów językiem. Tym bardziej, że prasa o grach skierowana jest teraz do dojrzałego odbiorcy. O ile recenzje nadal bywają nacechowane emocjonalnie (negatywnie lub pozytywnie, zależnie od jakości opisywanej gry), to ich język jest bardziej poprawny i wygładzony. Nakłady czasopism o grach były najwyższe pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX w. Rekordzistą jest „CD-Action”, które w 2000 r. przekroczyło granicę 200 tys. egzemplarzy. Ten trend nie trwał jednak długo.

Powolny regres rozpoczął się na początku XXI w. Nakłady i sprzedaż malały. Rozwój i rozpowszechnienie dostępu do internetu sprawiły, że gracze mogli z powodzeniem szukać w nim interesujących – i co ważne – aktualnych informacji. Można jednocześnie domniemywać, że opisywane czasopisma upadały, gdyż coraz mniej osób interesowało się grami (kazus dość często spotykany wśród magazynów hobbistycznych). Taka hipoteza nie znajduje jednak odzwierciedlenia w faktach. Gry są bowiem teraz, tj. w 2016 r., bardziej popularne niż kiedykolwiek wcześniej¹⁹. Czasopisma o grach zawierały bardzo podobne treści jak w poprzedniej dekadzie. Z biegiem lat zaczęły znikać z ich łamów poradniki i kody, bo gracze szybciej mogli odnaleźć je w sieci. Na znaczeniu straciły także działy poruszające tematy niepowiązane z grami wideo.

Obecnie można mówić o stabilizacji na tym rynku. Trzy istniejące tytuły posiadają szerokie spektrum tematyczne i różnorodną treść. Jest to o tyle zrozumiałe, że na tak małym rynku trudno byłoby koegzystować identycznym czasopismom. Młodszy gracze częściej szukają informacji o grach w internecie niż w tradycyjnej prasie. Strona wydawnictwa Bauer Media podaje, że aż 41% czytelników „CD-Action” to osoby powyżej 24. roku życia²⁰. Nie istnieją analogiczne badania dla „PIXELA”, ale z uwagi na to, że znaczną część miesięcznika zajmują artykuły o starych grach, można domniemywać, iż większość jego odbiorców stanowią osoby powyżej 25. roku życia, które pamiętają je z czasów dzieciństwa. Lektura jest zatem dla nich sentymentalną podróżą w przeszłość.

„CD-Action” znajduje się na uprzywilejowanej pozycji, gdyż jest marką z wieloletnią tradycją i stoi za nim ogromne wydawnictwo. Ponadto czasopismo jako jedyne na rynku dołącza pełne wersje gier. Inni zachodni wydawcy najwyraźniej nie chcą „wchodzić w drogę” firmie Bauer Media²¹, która wydaje także tworzone przez redakcję „CD-Action” tematyczne periodyki o poszczególnych grach, tj. „Crafter” i „Striker”.

¹⁹ *Kondycja polskiej branży gier wideo – Raport 2015*, praca zbiorowa dostępna online, 2015.

²⁰ <http://reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,7/mid,24/title,CD-Action/> [dostęp: 08.04.2016].

²¹ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Coraz więcej specjalizacji, czyli działalność koncernów z zagranicznym kapitałem na polskim rynku prasowym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2012, nr 1–2, s. 43–54.

Trudno przewidzieć, jak będzie przebiegać dalsza ewolucja segmentu czasopism o grach w Polsce. Wielu badaczy mediów wieszczy koniec papierowej prasy²². Dane statystyczne, wskazujące rosnącą sprzedaż prasy elektronicznej, a spadek sprzedaży tradycyjnej, zdają się to potwierdzać²³. Z pewnością periodyki o grach będą musiały stawiać na inną (i lepszej jakości) treść niż ta dostępna w branżowych portalach internetowych. Pozytywnie na sprzedaż opisywanych czasopism wpływa sentyment czytelników do prasy drukowanej. Wielu dużo bardziej ceni sobie treści wydawane drukiem przez zawodową redakcję niż portale internetowe. Niespodziewany sukces „PIXELA”, któremu nie dawano większych szans, udowodnił, że na tym rynku można było znaleźć jeszcze jedno miejsce. Istotnym elementem układanki jest także serwis YouTube i działający na nim vlogerzy zajmujący się grami. Dwaj najpopularniejsi w naszym kraju – Patryk Rojewski i Remigiusz Maciaszek posiadają łącznie ponad 2250 tys. subskrypcji swoich kanałów²⁴, na których publikują materiały filmowe na temat gier. Treści wideo doskonale sprawdzają się w przypadku tej tematyki, dlatego ów rodzaj przekazu ma przewagę nad tradycyjną prasą.

Obecnie, gdy wydawane są już trzy magazyny, pojawienie się kolejnego jest raczej mało realne. Tematyczne periodyki, takie jak wspomniany wyżej „Crafter”, są tylko zjawiskiem okresowym związanym z popularnością danej gry i mogą zniknąć z rynku tak nagle, jak się na nim pojawiły.

Bibliografia

- Dąbrowska-Cendrowska O., *Coraz więcej specjalizacji, czyli działalność koncernów z zagranicznym kapitałem na polskim rynku prasowym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2012, nr 1–2.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Koncentracja, specjalizacja, dywersyfikacja produktów i usług. Działalność koncernów prasowych z zagranicznym kapitałem na polskim rynku magazynów wysokonakładowych*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 1.
- Kajtoch W., *Kogo wychowują czasopisma dla miłośników gier komputerowych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2.
- Kondycja polskiej branży gier wideo – Raport 2015*, praca zbiorowa dostępna online, 2015.
- Mielczarek T., *Raport o śmierci polskich gazet*, Warszawa 2012.
- Poprawa J. (Smuggler), *CDA – (his)story*, „CD-Action” 2004, nr 6.
- Siedlecki Z., Siwiński W., *RUN czyli zaczynamy*, „Bajtek” 1985, nr 1.

Czasopisma

- „Bajtek” (1986–1996)
- „CD-Action” (1996–)
- „Click!” (1999–2009)
- „CyberMycha” (2000–2008)

²² T. Mielczarek, *Raport o śmierci polskich gazet*, Warszawa 2012.

²³ <http://di.com.pl/sprzedaz-prasy-wciaz-spada-zyskuja-cyfrowe-wydania-52986> [dostęp: 09.04.2016].

²⁴ Strony kanałów Youtube: ROJSON i Remigiusz Maciaszek [dostęp: 09.04.2016].

„Gambler” (1993–1999)
„Gameranking” (2005–2008)
„Gry Komputerowe” (1993–2009)
„Komputer Świat Gry” (1999–2012)
„NEO” (1997–2000)
„NEO Plus” (1998–2013)
„PIXEL” (2015–)
„Play” (2000–2012)
„PSX Extreme” (1997–)
„Reset” (1997–2001)
„Secret Service” (1993–2001, 2014)
„Świat Gier Komputerowych” (1992–2003)
„Top Secret” (1990–1996, 2002–2003)

Strony internetowe

<http://antyweb.pl/to-juz-koniec-secret-service-jego-tworcy-traca-prawa-do-tytulu-a-darczynicy-pieniadze>
<http://di.com.pl/sprzedaz-prasy-wciaz-spada-zyskuja-cyfrowe-wydania-52986>
<http://mediarun.com/pl/media/prasa/h-bauer-kupil-wydawnictwo-silver-shark.html>
<http://reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,7/mid,24/title,CD-Action>
http://www.axelspringer.de/media/cw_mediafactsheet_de_89200.html
<http://www.gry-online.pl/S018.asp?ID=912&STR=9>
<http://www.gry-online.pl/S048.asp?ID=3>
<http://www.newzoo.com/infographics/infographic-polish-games-market>
<http://www.wirtualnedia.pl/artykul/cd-action-na-czele-sprzedazy-chip-z-najwiekszym-spadkiem-w-styczniu>
<http://www.wirtualnedia.pl/artykul/magazyn-pixel-zadebiutuje-29-stycznia-w-cenie-14-50-zl>
<http://zapach-papieru.stefa.pl/pisma-o-grach/bajtek.html>
<https://polakpotrafi.pl/projekt/secret-service>
Strony kanałów Youtube: ROJSON i Remigiusz Maciaszek

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie historii prasy o grach wideo w Polsce oraz charakterystyka obecnie wydawanych tytułów tego segmentu. Czasopisma o grach wideo zaczęły się regularnie ukazywać w Polsce na początku lat dziewięćdziesiątych. W tamtej dekadzie nastąpił swoisty boom na tego typu magazyny, wynikający z dużej popularyzacji gier jako formy rozrywki. Brak internetu powodował, że gracze chcący być na bieżąco musieli zdobywać informacje w prasie. Jej zawartość była bardzo zróżnicowana i składały się na nią, oprócz recenzji, także poradniki, kody do gier i wiele różnorodnych artykułów, nie zawsze związanych z grami. Wraz z rozpowszechnieniem dostępu do internetu rynek tej prasy zaczął podupadać. Zmieniała się też zawartość magazynów, bo czytelnicy szukali w nich treści wysokiej jakości, których nie znajdowali w sieci. Oprócz tego istotne dla nich były pełne wersje gier dołączane do czasopism. Z biegiem czasu upadały kolejne tytuły, a te które się pojawiały, nie utrzymywały się na rynku zbyt długo. Obecnie istnieją tylko trzy czasopisma o grach wideo i choć jedno z nich zajmuje się bardziej szczegółowo grami na konsole, to dawny podział na pisma konsolowe i komputerowe przestał obowiązywać. Wiele miejsca poświęca się obecnie na publicystykę, a mniej na recenzje, które i tak – najbardziej aktualne – można znaleźć w internecie.

VIDEO GAME MAGAZINES: A HISTORICAL OUTLINE AND THE CURRENT MARKET SITUATION

Summary

The aim of this article is to present the history of video game magazines in Poland and the characteristics of the currently published titles on the subject. Video game magazines began to appear regularly in Poland in the early 1990s. In that decade, there was a peculiar boom on that kind of press, resulting from the huge popularisation of video games as a form of entertainment. The lack of Internet access made players wishing to keep up with the video game news look for it in print. Its content was rather mixed, and consisted of reviews, guides, game codes, as well as a wide variety of articles, not always related to the games. When the Internet became more accessible, the market of video game magazines started to decline. The content of magazines has changed as well because the readers were looking for higher quality materials than those they could find on the web. In addition, full versions of games included in the magazines were important to them as well. Over the years, many titles went bankrupt and the new ones did not survive for too long on the market. Currently, there are only three video game magazines on the Polish market, and although one of them focuses mainly on the console games, the old division between console magazines and PC magazines has ceased to exist. Much space of the magazines is currently devoted to journalism and less to reviews, the latter being usually most up to date on the Internet anyway.