

DOMINIKA  
STASZENKO-CHOJNACKA

# NARODZINY MEDIUM

GRY WIDEO  
W POLSKIEJ PRASIE  
HOBBYSTYCZNEJ  
KOŃCA XX WIEKU



# **NARODZINY MEDIUM**

**GRY WIDEO**

**W POLSKIEJ PRASIE**

**HOBBYSTYCZNEJ**

**KOŃCA XX WIEKU**

## **SZTUKA/MEDIA/KULTURA**

seria pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego

Dotychczas opublikowane:

### **PERSPEKTYWY BADAŃ NAD KULTURĄ**

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego i Anny Zeidler-Janiszewskiej

Katarzyna Prajzner

### **TEKST JAKO ŚWIAT I GRA.**

**Modele narracyjności w kulturze współczesnej**

Blanka Brzozowska

### **SPADKOBIERCY FLÂNEURA.**

**Spacer jako twórczość kulturowa – współczesne reprezentacje**

Kamila Żyto

### **STRATEGIE LABIRYNTOWE W FILMIE FIKCJI**

Dagmara Rode

### **POLITYKA W PIERWSZEJ OSOBIE.**

**Twórczość Dereka Jarmana**

### **TRAJEKTORIE OBRAZÓW.**

**Strategie wizualne w sztuce współczesnej**

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego i Dagmary Rode

### **PARADYGMATY WSPÓŁCZESNEGO KINA**

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego,

Tomasza Kłysa i Nataszy Korczarowskiej-Różyckiej

Agnieszka Przybyszewska

### **LIBERACKOŚĆ DZIEŁA LITERACKIEGO**

Maria B. Garda

### **INTERAKTYWNE FANTASY.**

**Gatunek w grach cyfrowych**

Marcin Składanek

### **SZTUKA GENERATYWNA.**

**Metoda i praktyki**

Blanka Brzozowska

### **MIEJSKIE TŁUMY.**

**Miasto i wspólnotowość w dobie sieciowej współpracy**

Maciej Ożóg

### **ŻYCIE W KRZEMOWEJ KLATCE**

**Sztuka nowych mediów jako krytyczna analiza praktyk cyfrowego nadzoru**



Dominika Staszenko-Chojnacka

# **NARODZINY MEDIUM**

**GRY WIDEO**

**W POLSKIEJ PRASIE**

**HOBBYSTYCZNEJ**

**KOŃCA XX WIEKU**

Dominika Staszenko-Chojnacka – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny  
Instytut Kultury Współczesnej, Katedra Nowych Mediów i Kultury Cyfrowej  
90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENT

*Miroslaw Filiciak*

REDAKTOR INICJUJĄCY

*Urszula Dzieciatkowska*

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

*Aneta Tkaczyk*

SKŁAD I ŁAMANIE

*AGENT PR*

KOREKTA TECHNICZNA

*Wojciech Grzegorzczak*

PROJEKT OKŁADKI

*Grzegorz Laszuk*

© Copyright by Dominika Staszenko-Chojnacka, Łódź 2021  
© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2021

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.10161.20.0.M

Ark. wyd. 14,7; ark. druk. 13,5

ISBN 978-83-8220-619-7

e-ISBN 978-83-8220-620-3

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

[www.wydawnictwo.uni.lodz.pl](http://www.wydawnictwo.uni.lodz.pl)

e-mail: [ksiegarnia@uni.lodz.pl](mailto:ksiegarnia@uni.lodz.pl)

tel. 42 665 58 63

# SPIS TREŚCI

<b>Wprowadzenie</b> .....	<b>7</b>
<b>Rozdział 1. Metodologia i obszar badawczy</b> .....	<b>17</b>
1.1. Gracz w świetle koncepcji habitusu Pierre'a Bourdieu .....	17
1.2. Badania zagranicznej prasy dla graczy .....	23
1.3. Badania polskiej prasy dla graczy – przegląd publikacji .....	36
1.4. Mikrokomputery w Polsce a polityka.....	45
<b>Rozdział 2. Edukacyjna rola czasopism hobbyistycznych</b> .....	<b>51</b>
2.1. „Komputeryzacja po polsku” .....	52
2.2. Programować może każdy – gry wideo jako sposób na zdobycie nowych kompetencji .....	59
2.3. Narodziny kultury gier wideo w Polsce .....	66
2.4. Wychowanie świadomego użytkownika gier wideo .....	75
<b>Rozdział 3. Kształtowanie kultury graczy</b> .....	<b>87</b>
3.1. W stronę krytyki gier wideo – recenzje w czasopismach dla graczy .....	88
3.2. Czym jest „miodność”? O ewaluacji gier .....	97
3.3. Jak „przeczytać” grę? Solucje i poradniki .....	109
3.4. Redaktorzy czasopism hobbyistycznych jako eksperci, celebryci i gracze .....	114
3.5. O polskich grach w prasie hobbyistycznej .....	122
<b>Rozdział 4. Stereotypowa reprezentacja graczy</b> .....	<b>131</b>
4.1. Kim jest współczesny polski gracz? Problem badań statystycznych .....	132
4.2. Kształtowanie żeńskiego odbiorcy – przykłady zagraniczne .....	139
4.3. Użytkowniczki gier w badaniach akademickich .....	142
4.4. Płeć i erotyka w „męskim świecie komputerów” .....	146
4.5. Wyobrażenie kobiety w czasopismach dla graczy .....	159
<b>Rozdział 5. Zmierzch pierwszych czasopism dla graczy</b> .....	<b>169</b>
5.1. Od subkultury do kultury graczy .....	170
5.2. Oswajanie nowych możliwości – targi, internet i rzeczywistość wirtualna .....	175
5.3. Koniec epoki „kultowych” pism dla graczy .....	189
<b>Zakończenie</b> .....	<b>197</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>203</b>
<b>Spis ilustracji</b> .....	<b>209</b>
<b>Indeks osób</b> .....	<b>211</b>
<b>Indeks pojęć</b> .....	<b>215</b>

## WPROWADZENIE

Bogata i obfitująca w niespodziewane wydarzenia historia gier wideo sięga co najmniej pierwszej połowy XX wieku, kiedy tworzono elektromechaniczne i elektroniczne urządzenia, które mogły wykonywać skomplikowane obliczenia matematyczne, oraz pierwsze, ważące kilka ton komputery, wykorzystywane do przeprowadzania operacji wojskowych<sup>1</sup>. Szukając korzeni interaktywnego medium, można cofnąć się jeszcze niemal sto lat, do czasów Charlesa Babbage'a pracującego nad projektem maszyny analitycznej, lub przenieść do przełomu XIX i XX wieku, kiedy powstawały pierwsze automaty na monety oraz prymitywne arkadowe gry takie jak *Yacht Racer* z 1900 roku lub *The Cricket Match* z 1903 roku, oparte na tradycyjnych brytyjskich dyscyplinach sportowych<sup>2</sup>. Za pierwszą graficzną grę komputerową uważa się *Noughts and Crosses*, czyli symulację popularnej zabawy w kółko i krzyżyk, którą w 1952 roku stworzył Alexander Douglas<sup>3</sup>. Kilka lat później powstał inny pionierski projekt – *Tennis for Two* Williama Higinbothama, stanowiący przykład gry, która choć opracowana w laboratorium, służyła rozrywce, gdyż pokazywano ją w trakcie dni otwartych placówki, by urozmaicić wystawę oraz zachęcić zwiedzających do podejmowania kariery naukowej<sup>4</sup>. Wśród tytułów przełomowych dla rozwoju przemysłu growego należy wymienić także produkcje takie jak *Pong* (Atari, 1972), *Space Invaders* (Taito, 1978), *Pac-Man* (Namco, 1980) oraz wiele, wiele innych, które na przestrzeni dekad odegrały istotną rolę w kształtowaniu elektronicznej rozrywki.

Faktograficzna część historii gier wideo została już w większości odtworzona i zbadana<sup>5</sup>. Znany tytuły pierwszych projektów, nazwiska twórców je pionierów, nazwy firm, pod których szyldami powstawały najgłośniejsze produkcje, oraz branżowe ciekawostki i anegdoty – zatem z teoretycznego punktu widzenia możemy wskazać początek istnienia interaktywnego medium. Jednak czy o powstaniu nowego medium można mówić wtedy, gdy wizjonerski projekt ujrzy światło dzienne lub kiedy skonstruowane zostanie nowe urządzenie, które znajdzie swojego pierwszego użytkownika i odbiorcę? A może

---

<sup>1</sup> Na przykład komputer ENIAC (*Electronic Numerical Integrator and Computer*). Zob. A. Williams, *History of Digital Games Developments in Art, Design and Interaction*, Boca Raton 2017, s. 29.

<sup>2</sup> Tamże, s. 10.

<sup>3</sup> Tamże, s. 33.

<sup>4</sup> Tamże, s. 34–35.

<sup>5</sup> W tym miejscu oczywiście uogólniam, zdając sobie sprawę z wciąż istniejących „białych plam” w historii gier oraz nieznajomości rozwoju tego medium z perspektywy nieanglojęzycznych badań dotyczących innych obszarów niż zachodnia Europa i Stany Zjednoczone.

za moment graniczny należy uznać datę uruchomienia masowej produkcji gier cyfrowych oraz sprzętów do ich obsługi?

Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na te pytania, gdyż wiele zależy od przyjętej perspektywy oraz tego, co weźmiemy pod uwagę, zastanawiając się nad znaczeniem zwrotu „narodziny medium”. Dla mnie punktem odniesienia stał się namysł nad uwarunkowaniami kulturowo-społecznymi determinującymi na przestrzeni lat powszechne podejście do nowych rozwiązań technicznych oraz nowych form uczestnictwa w kulturze. Uważam, że w historii gier wideo skupionej wokół recepcji interaktywnych tekstów kryją się interesujące obserwacje, wnioski oraz wzory zachowań towarzyszące procesowi akceptacji oraz udomowienia medium, które początkowo budziło w odbiorcach zarówno ekscytację, jak i szereg obaw.

Przychyłam się do zdania autora artykułu *The Video Game Lightning Rod*, który stwierdza, że jednym z ważniejszych obszarów historii gier są badania dotyczące sposobów zaprezentowania nowej techniki szerszemu gronu odbiorców<sup>6</sup>. Dmitri Williams przekonuje, że wraz z pojawieniem się jakiegokolwiek medium w społeczeństwie uaktywniają się konkretne nadzieje, oczekiwania i lęki biorące swój początek z określonej sytuacji politycznej, ekonomicznej oraz przemian społecznych rzutujących na sposób, w jaki potencjalni użytkownicy postrzegają rzeczywistość w danym okresie<sup>7</sup>. Zrozumienie tych zależności pozwala poznać nie tylko wyrażane publicznie opinie na temat debiutującej techniki, ale również odkryć prawidłowość, zgodnie z którą niemalże wszystkie media muszą zmierzyć się z atakami i oskarżeniami o negatywny wpływ na odbiorców, zanim ostatecznie zostaną zaakceptowane i udomowione.

Williams zauważa, że wyłonieniu się medium towarzyszą ambiwalentne odczucia, mające odzwierciedlenie zarówno w utopijnych, jak i dystopijnych wizjach przyszłości, w których określona technika staje się elementem ludzkiej codzienności<sup>8</sup>. Z jednej strony w dyskursie publicznym pojawiają się wypowiedzi podkreślające, że nowe formy medialne wprowadzą udogodnienia i ułatwienia pozytywnie wpływające na komfort życia odbiorców, a także pozwolą zmniejszyć różnice klasowe i społeczne, gdyż każdy zyska dostęp do innowacyjnych rozwiązań, sprzętów czy form komunikacji. Z drugiej strony jednak do głosu dochodzą również osoby dostrzegające głównie zagrożenia wynikające z zarysowania się nieistniejących wcześniej różnic społecznych oraz obaw, że nowe medium doprowadzi do moralnego upadku, zwłaszcza dzieci i młodzież, czyli grupę utożsamianą z bezbronnością i podatnością na wpływy. Badacz, powołując się na publikacje E. Wartella i B. Reeves<sup>9</sup>, dowodzi, że opisany powyżej mechanizm zazwyczaj składa się z trzech faz. Najpierw pojawiają się

<sup>6</sup> D. Williams, *The Video Game Lightning Rod*, „Information Communication and Society” 2003, nr 6, s. 524.

<sup>7</sup> Tamże.

<sup>8</sup> Tamże, s. 525.

<sup>9</sup> E. Wartella, B. Reeves, *Recurring Issues in Research on Children and Media*, „Educational Technology” 1983, nr 23, s. 5–9; tychże, *Historical Trends in Research on Children and the Media: 1900–1960*, „Journal of Communication” 1995, nr 35, s. 118–133.



obawy, że nowe medium zastąpi lub zupełnie wyprze inne, bardziej konstruktywne czynności. Co ciekawe, często aktywności te związane są z kontaktem ze starszym medium, które w przeszłości również budziło obawy. Następnie sceptycy zgłaszają wątpliwości dotyczące wpływu techniki na zdrowie użytkowników oraz ostrzegają przed niebezpieczeństwem rozwinięcia się konkretnych chorób. Na koniec podnoszony jest argument o szkodliwości kontaktu dzieci i młodzieży z debiutującą nowinką techniczną<sup>10</sup>.

W przywoływanym artykule Williams udowadnia, że wizerunek gier kreowany przez media głównego nurtu<sup>11</sup> stanowi odzwierciedlenie społecznych lęków i nadziei, argumentując, że w badaniach historycznych nie powinno się pomijać kontekstu recepcji oraz nastrojów społecznych towarzyszących coraz powszechniejszemu dostępowi do medium. Warto też zaznaczyć, że żadna innowacja technologiczna nie wyłania się z próżni, dlatego analiza czynników społecznych i kulturowych ma ogromne znaczenie w zrozumieniu, dlaczego pewne rozwiązania techniczne odnoszą sukces w danym okresie, a media rozwijają się w konkretnym kierunku. Z tego względu do istniejących już badań nad historią gier dodaję kolejną, równie ważną analizę, przedstawiającą narodziny medium gier wideo w ujęciu kulturowym, biorącym pod uwagę rozwój elektronicznej rozrywki w Polsce oraz wytworzenie habitusu polskiego gracza<sup>12</sup>. Moje badania można wpisać w ramy historii kulturowej; historii przyswojenia medium, która w zależności od miejsca toczy się odmiennym rytmem. Innymi słowy, interesuje mnie proces prowadzący do momentu, kiedy użytkownicy zaczęli określać się jako graczy, a tym samym identyfikować z cechami definiującymi ten termin.

Zjawiska te w nierozzerwalny sposób łączą się z przemianami politycznymi oraz ekonomicznymi, jakie nastąpiły na przełomie lat 80. i 90. XX wieku w naszym kraju. Moje badania dotyczą historii najnowszej, co pokazuje, że stosunkowo niedawno byliśmy świadkami fascynującego procesu powstania interaktywnego medium, w sensie zakorzenienia nie tylko w formie materialnych nośników gier wideo oraz komputerów i konsol, które w latach 90. XX wieku zaczęły pojawiać się w polskich gospodarstwach domowych, ale także wytworzenia w świadomości użytkowników poczucia, że gry wideo są istotną częścią kultury popularnej. Celem tej książki jest ukazanie, jak kształtowała się tożsamość polskiego gracza, w jaki sposób nowe medium zostało przyjęte przez odbiorców oraz jak na przestrzeni kilku lat zmienił się sposób postrzegania gier, które przeszły drogę od technicznej ciekawostki przez narzędzie mające zachęcić młodych ludzi do nauki obsługi komputera i pracy z programami aż do osobnej, powszechnie znanej oraz akceptowanej formy rozrywki.

Z dzisiejszej perspektywy może się wydawać, że interaktywne treści są tak silnie wpisane we współczesny krajobraz medialny, że to oczywiste, iż gracze

<sup>10</sup> D. Williams, dz. cyt., s. 525.

<sup>11</sup> D. Williams koncentruje się na artykułach na temat gier wideo zamieszczanych w opiniotwórczych, wysokonakładowych pismach informacyjnych takich jak „Time”, „Newsweek” oraz „US News & World Report” w latach 1970–2000.

<sup>12</sup> Na początku rozdziału pierwszego wyjaśniam znaczenie pojęcia „habitus”.

mają nie tylko określone oczekiwania względem gry, ale także rozpoznają gatunek, do którego przynależy, są w stanie poddać ją ewaluacji oraz osadzić w kontekście historyczno-teoretycznym, wychwytyjąc przy tym różnorodne odniesienia i nawiązania do innych produkcji lub mediów. Jednakże wiedza, umiejętności oraz kompetencje umożliwiające owe działania są czymś, co każdy użytkownik zdobywa w procesie formowania odbiorczej tożsamości. Dziś, kiedy gry pojawiają się na wielu różnych platformach, a nowe tytuły debiutują na rynku niemalże każdego dnia, można odnieść wrażenie, że użytkownicy intuicyjnie wiedzą, jak z nich korzystać i czego oczekiwać po konkretnych produkcjach. Te umiejętności nie wynikają wszakże z intuicji czy wrodzonego talentu, ale nabytego zestawu cech określających gracza, które w Polsce zaczęły formować się ponad trzydzieści lat temu.

Analizę tego procesu przeprowadziłam, opierając się głównie na wybranych polskich czasopismach komputerowych powstałych w drugiej połowie lat 80. XX wieku oraz czasopismach poświęconych wyłącznie grom, ukazujących się w latach 90. XX wieku. Celowo pominęłam prasę codzienną oraz pisma i materiały rozprowadzane w nieoficjalnym obiegu, gdyż koncentrowałam się jedynie na magazynach hobbystycznych, które odegrały największą rolę w formowaniu tożsamości gracza. Prasa hobbystyczna znacząco przyczyniła się do wzrostu popularności gier wideo wśród ówczesnych odbiorców, którzy dzięki artykułom poznawali specyfikę nowego medium, uczyli się języka używanego do charakteryzowania interaktywnych treści, zdobywali wiedzę potrzebną do ustalenia, czym cechuje się „dobra” gra, oraz otrzymywali zestaw informacji niezbędnych do tego, by mogli zidentyfikować samych siebie jako graczy. Upowszechnienie nowego medium oraz ukształtowanie figury jego odbiorcy nastąpiło mniej więcej w tym samym czasie, co sprawia, że oba te zjawiska należy postrzegać jako połączone, bardzo istotne elementy kultury gier. W książce odnoszę się również do analiz prasy hobbystycznej w kontekście formowania tożsamości gracza, przeprowadzonych przez zagranicznych badaczy takich jak Graeme Kirkpatrick czy Jaakko Suominen. Powołuję się na ich ustalenia oraz korzystam z zaproponowanej metodologii badań, pamiętając jednak, że w Polsce wspomniany proces kulturowego wyłonienia się gier wideo jako osobnego medium oraz wytworzenia tożsamości gracza przebiegał w odmiennych warunkach niż w Wielkiej Brytanii, Finlandii czy innych krajach Europy Zachodniej. Dlatego podkreśliłam, że pomimo inspiracji dokonaniem zagranicznych akademików moje badania koncentrują się na innych okolicznościach oraz prowadzą do odmiennych wniosków, stanowiąc oryginalny wkład w namysł nad rozwojem gier wideo w Polsce.

Powodem tej różnicy są oczywiście uwarunkowania polityczno-ekonomiczne sprawiające, że w czasach PRL zarówno mikrokomputery, jak i gry były trudno dostępne dla większości obywateli. W uprzywilejowanej sytuacji znajdowali się wówczas pracownicy ośrodków naukowych, studenci oraz uczniowie, którzy mogli korzystać ze sprzętu na zajęciach lub spotkaniach klubów informatycznych. Trzeba jednak pamiętać, że w skali kraju grupa ta nie była liczna, dlatego dopiero wraz z okresem transformacji ustrojowej komputery,

konsole oraz same gry wideo stały się dostępne na szeroką skalę. Oczywiście zmiana nie dokonała się w ciągu jednego roku, dlatego w pierwszej połowie lat 90. XX wieku wciąż wiele osób nie mogło sobie pozwolić na zakup własnego urządzenia oraz regularne korzystanie z gier wideo. W związku z tym tożsamość polskiego gracza pod pewnymi względami tworzyła się inaczej niż odbiorcy z Europy Zachodniej, co biorę pod uwagę, powołując się na wnioski zagranicznych badaczy.

W publikacji wykorzystuję także fragmenty wywiadów z dziennikarzami tworzącymi pierwsze polskie magazyny o grach wideo. Przeprowadziłam rozmowy z Marcinem Borkowskim<sup>13</sup>, Aleksym Uchańskim<sup>14</sup> oraz Tadeuszem Zielińskim<sup>15</sup>. Pytania dotyczyły głównie dziennikarskich aktywności podejmowanych w latach 90. XX wieku, dlatego też zdawkowo wspominam o dalszej karierze rozmówców, świadomie pomijając działania, w które są zaangażowani obecnie.

Obszar moich badań dotyczy okresu od drugiej połowy lat 80. do końca lat 90. XX wieku, gdyż w tym czasie gry wideo zadebiutowały w Polsce, a następnie upowszechniły się na tyle, by stać się istotną częścią kultury popularnej. Wówczas ukształtował się również wzorzec polskiego gracza, który choć od tamtego czasu ewoluował, wciąż oddziałuje na sposób, w jaki współcześni użytkownicy gier postrzegają interaktywne medium. Początek badań sięga połowy lat osiemdziesiątych, gdyż wtedy powstało pismo „Bajtek” – wprawdzie było ono poświęcone tematyce komputerowej, ale zawierało też artykuły o grach wideo. Doprowadzam swoje rozważania do końca lat dziewięćdziesiątych, ponieważ w tym okresie rysują się istotne zmiany w krajobrazie medialnym takie jak likwidacja pierwszych pism dla graczy oraz pojawienie się nowych magazynów dysponujących zagranicznym kapitałem, a także upowszechnienie internetu, które sprawia, że prasa drukowana stopniowo przestaje być głównym źródłem informacji o grach. Koniec XX wieku to również moment, w którym gry wideo wylaniają się jako osobne medium, a użytkownicy zyskują określoną tożsamość. W XXI wieku interaktywne medium mierzy się też z innymi problemami i wyzwaniem, a Polska przestaje być krajem zapóźnionym pod względem dostępności do komputerów, konsol, gier oraz usług świadczonych za pośrednictwem sieci, zatem tego okresu nie włączam już do swojej analizy.

---

<sup>13</sup> Marcin Borkowski pisał o komputerach i grach wideo już od 1988 roku, publikując na łamach pisma „Bajtek”. Później rozpoczął pracę w redakcji „Top Secret”, pełniąc funkcję redaktora naczelnego w latach 1992–1996. Zob. *Marcin Borkowski, [Borek]*, <http://www.zapach-papieru.pl/> [dostęp: 8 stycznia 2020].

<sup>14</sup> Aleksy Uchański jeszcze jako licealista pisał dla magazynu „Top Secret”, a w 1992 roku dołączył do stałego zespołu redakcji. W 1995 roku przeszedł do pisma „Gambler” i wkrótce objął stanowisko redaktora naczelnego, które piastował do momentu zamknięcia magazynu w 1999 roku. Później pracował w Axel Springer Polska (obecnie Ringier Axel Springer Polska), odpowiadając za wydawanie kolejnych czasopism dla graczy. Zob. *Aleksy Uchański, [Alex]*, <http://www.zapach-papieru.pl/> [dostęp: 8 stycznia 2020].

<sup>15</sup> Tadeusz Zieliński w latach 1995–1999 pisał dla pisma „Gambler”. Następnie pracował w Axel Springer Polska oraz od 2005 do 2012 roku prowadził publicystyczno-humorystyczny program *Review Territory*. Zob. *Tadeusz Zieliński*, <https://www.linkedin.com/in/tadeusz-zielinski-a72499b/?originalSubdomain=pl> [dostęp: 8 stycznia 2020].

Pewne zjawiska trudno precyzyjnie umiejscowić na osi czasu, więc zdarza się, że przywołane przykłady nieznacznie wykraczają poza wskazane powyżej ramy. Odwołując się do źródeł prasowych, korzystam głównie z artykułów zamieszczonych w pismach „Bajtek”, „Top Secret”, „Secret Service”, „Gry Komputerowe”, „Świat Gier Komputerowych”, „Gambler” oraz „Reset”, ponieważ część z nich powstała jako pierwsze tego rodzaju pozycje na polskim rynku, w oczywisty sposób wpływając na czytelników, a późniejsze tytuły w krótkim czasie zdobyły popularność, stając się poczytnymi magazynami, które również odegrały istotną rolę w określeniu tożsamości fana elektronicznej rozrywki. Wymienione czasopisma łączy również to, że rozpoczęły i zakończyły działalność w latach 90. XX wieku lub na przełomie XX i XXI wieku, czyli w okresie, w którym ukształtowała się tożsamość gracza<sup>16</sup>. Warto także podkreślić, że większość z nich prowadzona była przez młodych, niedoświadczonych redaktorów, którzy na bieżąco zdobywali kompetencje wymagane do kierowania redakcją, co odróżnia te magazyny od późniejszych czasopism growych wspieranych przez duże wydawnictwa i doświadczonych pracowników. Celowo nie powołuję się na teksty zamieszczone w pismach „CD-Action” i „PSX Extreme”, które także zadebiutowały w latach dziewięćdziesiątych, ale jako jedyne istnieją do dziś, co sprawia, że w mojej ocenie powinny stać się przedmiotem osobnego badania.

W swojej pracy określenia „gry wideo” oraz „gry komputerowe” traktuję synonimicznie. W pierwszym rozdziale przedstawiam metodologię przeprowadzonych badań. Opisuję koncepcje habitusu, pola oraz kapitału kulturowego Pierre’a Bourdieu, ze szczególnym uwzględnieniem przełożenia tych teorii na grunt groznawstwa. Przytaczam też analizy, których autorami są Graeme Kirkpatrick i Jaakko Suominen. Ten pierwszy badał brytyjskie czasopisma dla graczy pod kątem wykształcenia tożsamości odbiorcy interaktywnego medium, drugi zaś zauważył, że dziennikarze publikujący w fińskim magazynie „MikroBitti” przyczynili się do postrzegania gier wideo w określony sposób. Dzięki ich artykułom wyłonił się specyficzny dyskurs dotyczący gier, zawierający system oceny oraz odwołania zarówno do starszych mediów, jak i growych produkcji, co pokazało, że elektroniczną rozrywkę można rozpatrywać w perspektywie historycznej. Na tym tle odwołuję się też do ustaleń Mii Consalvo, która dostrzega, że czasopisma hobbystyczne miały istotny wpływ na rozwój kultury gier, oraz do tekstów Patryka Wasiaka, gdzie kwestia magazynów growych pojawiła się przy okazji rozważań nad historią informatyzacji kraju.

W dalszej części rozdziału opisuję, w jakich kontekstach badano dotąd polską prasę dla graczy. Wskazuję na silnie zarysowane badania skupione na ocenie wartości przekazywanych przez konkretne magazyny dzieciom i młodzieży oraz sposobie komunikacji z czytelnikami. Wspominam przy tym o powodach, dla których informacje o grach wideo nie ukazywały się w większości polskich pism komputerowych wydawanych w latach 80. XX wieku, a także o wątkach publicystycznych eksplorujących zagadnienie dawnych pism dla

---

<sup>16</sup> Wyjątek stanowi pismo „Gry Komputerowe”, ukazujące się w latach 1993–2005.

graczy oraz fanowskich projektach poświęconych popularnym niegdyś czasopismom growym.

Rozdział drugi zawiera analizę funkcji edukacyjnych magazynów hobbyistycznych. Opisuję w nim, jak w latach osiemdziesiątych wyobrażano sobie w Polsce edukację informatyczną oraz jakie postulaty drukowano na łamach pism, by uświadomić czytelnikom, że zarówno dzieci, jak i dorośli powinni nabywać kompetencje związane z obsługą komputera. Wskazywano także na zagraniczne inicjatywy mające za zadanie rozwijać w uczniach umiejętność samodzielnego tworzenia programów oraz istotną rolę gier wideo, które postrzegano jako pierwszy etap nauki informatyki. Wielu dziennikarzy przekonywało, że kopiowanie gier, modyfikowanie ich kodu lub samo przepisywanie programów z wydruków zamieszczonych w gazetach rozwija umiejętności informatyczne. W latach osiemdziesiątych odnotowano też, że gracze zyskują dodatkową motywację do nauki języka angielskiego, który często okazywał się niezbędny do tego, żeby poznać fabułę zagranicznych produkcji. Ponadto pisano o ćwiczeniu logicznego i strategicznego myślenia oraz nabywaniu wiedzy ekonomicznej za sprawą konkretnych interaktywnych tytułów. Tego typu opinie budowały pozytywny wizerunek nowego medium, pomagając odbiorcom dostrzec inne, wykraczające poza rozrywkę i przyjemnie spędzony czas, korzyści z gier wideo.

Następnie koncentruję się na zagadnieniu edukacji przybierającej formę zapoznawania czytelników magazynów hobbyistycznych ze specyfiką nowego medium, co wiąże się z tworzeniem konceptualnej sieci pojęć. W latach 90. XX wieku redaktorzy używali już charakterystycznych zwrotów i terminów związanych z grami, dzielili interaktywne produkcje na gatunki, pisząc o różnicach i podobieństwach w sposobie prowadzenia rozgrywki, wspominali także o tym, jak wygląda praca profesjonalistów zajmujących się tworzeniem gier wideo. Zwracali również uwagę czytelników na kwestie nielegalnego kopiowania programów, uczulając, że zjawisko to jest nieetyczne i polscy użytkownicy powinni zrezygnować z tej praktyki. Działania edukacyjne przejawiały się także w publikowaniu artykułów na temat reprezentacji przemocy w grach oraz zachęcaniu czytelników do dyskusji na łamach pisma.

W trzecim rozdziale szczegółowo rozpatruję kwestię recenzji gier wideo, które jako najpopularniejsza forma dziennikarstwa growego w znaczącym stopniu przyczyniły się do uformowania publicznego dyskursu związanego z nowym medium. Badam, jak w ciągu dekady zmieniły się recenzje – od krótkich, zdawkowych notatek zawierających błędy lub nieprawdziwe informacje, do rozbudowanych artykułów biorących pod uwagę wiele aspektów danego tytułu. Za sprawą języka używanego w recenzjach wykształciła się terminologia dotycząca interaktywnych treści, która uwypukliła odrębność fanów elektronicznej rozrywki, gdyż działanie w ramach społeczności graczy wymagało znajomości konkretnych pojęć. W rozdziale tym zajmuję się również kwestią obecnych w magazynach hobbyistycznych instrukcji i poradników do gier, ponieważ i one wpłynęły na kształtowanie tożsamości odbiorców, a używanie w artykułach anglicyzmów, kolokwializmów oraz humorystycznych



i slangowych wtrąceń ułatwiło redaktorom komunikację z nastoletnimi czytelnikami. Dziennikarze stali się dla graczy ekspertami oraz autorytetami, ale także towarzyszami rozumiejącymi problemy i zainteresowania młodych ludzi. Widoczny jest przy tym ambiwalentny stosunek redaktorów do polskich gier. Z jednej strony redakcje promowały rodzime produkcje, pisząc o debiutujących twórcach i zachęcając do poznawania zaprojektowanych przez nich gier, ale z drugiej często wspomniano o niewystarczającej jakości polskich tytułów i oczekiwaniach, że pewnego dnia krajowe firmy dorównają zagranicznym studiom stojącym za najlepiej ocenianymi projektami.

Magazyny hobbystyczne przyczyniły się do wykreowania określonej tożsamości miłośnika elektronicznej rozrywki. Budowały społeczność osób zainteresowanych grami wideo, ale utrwały zarazem opinię, że nowe medium przeznaczone było głównie dla męskiego odbiorcy. W rozdziale czwartym zastanawiam się zatem nad genezą stereotypowego wizerunku gracza oraz okolicznościami, które stały za tym, że w latach 80. i 90. XX wieku głównie chłopców zachęcano do rozwijania upodobań związanych z informatyką. Zagadnienie to łączę ze współczesnymi badaniami ukazującymi, że choć obecnie nie ma już wątpliwości co do faktycznego zainteresowania dziewcząt i kobiet grami wideo, to dyskryminacja płciowa objawia się w przeświadczeniu – które podziela zarówno wielu twórców, jak i dziennikarzy branżowych – że kobiety poświęcają czas na produkcje mniej poważne, nieskomplikowane, niewymagające takich umiejętności, jakie są niezbędne w grach „dla mężczyzn”. W tej części publikacji zajmuję się również rozważaniami na temat szablonowego podziału na rodzaje interaktywnych produkcji dostosowane do płci odbiorców. Wspominam o rozwoju tak zwanych gier dla dziewcząt, które dzisiaj są ambiwalentnie oceniane, ponieważ o ile przyczyniły się do wzrostu liczby użytkowników nowego medium, o tyle utrwały zarazem przekonanie, że z zasady kobiety ciekawia inne tytuły niż mężczyźni.

W Polsce w latach dziewięćdziesiątych dziennikarze growi raczej nie interesowali się potencjalnymi czytelniczkami, adresując większość artykułów do męskiego grona odbiorców. Analizuję więc wpływ artykułów recenzenckich i publicystycznych, w których redaktorzy pozwalali sobie na dyskryminujące uwagi oraz lekceważące komentarze o kobietach, na formowanie tożsamości użytkownika nowego medium. Wspominam także o marginalizacji żeńskich postaci występujących w grach, ponieważ recenzenci zazwyczaj pisali o nich w kontekście atrakcji wizualnych.

W piątym, ostatnim rozdziale, zatytułowanym *Zmierzch pierwszych czasopism dla graczy*, koncentruję się na zmianach w postrzeganiu gier wideo, które zaowocowały między innymi przejściem od subkultury do kultury graczy. Badam, w jaki sposób pisano o grach wideo oraz ich użytkownikach w drugiej połowie lat 90. XX wieku, kiedy nowe medium przestało być w Polsce postrzegane jako mało popularna, niszowa forma rozrywki. Sprawdzam, jak z wykorzystaniem pism hobbystycznych budowano przekonanie, że lokalni twórcy stali się ważnymi partnerami biznesowymi dla zagranicznych koncernów, a polscy gracze zyskali status istotnych klientów, którzy już wkrótce

będą mieć dostęp do tych samych produkcji, co zachodni odbiorcy. Przyglądam się także przemianom samych pism growych, w których w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych zaczęły się pojawiać artykuły na temat sprzętu do wirtualnej rzeczywistości oraz możliwości zapewnianych przez sieć internetową. Eksplorowano zwłaszcza ten drugi temat, starając się ponownie przyciągnąć uwagę czytelników i po raz kolejny zapoznać ich z nowym medium. Informowano, czym jest internet, w jaki sposób należy z niego korzystać i do czego może być przydatny.

W zakończeniu tego rozdziału przedstawiam okoliczności zamknięcia większości redakcji, które odnosiły sukcesy na początku dekady. Analizuję, dlaczego pierwsze polskie pisma dla graczy nie utrzymały się na rynku, zwracając uwagę na młody wiek oraz brak doświadczenia zawodowego redaktorów, a także zmieniające się warunki ekonomiczne w związku z napływem zagranicznego kapitału. Wprawdzie w tym okresie wciąż powstawały nowe miesięczniki dla graczy, jednakże te najbardziej wpływowe tytuły zniknęły z rynku, co w symboliczny sposób pokazuje, że ich zadanie zostało wykonane. Gry wideo znalazły swoje miejsce w polskim krajobrazie medialnym, a ich użytkownicy zyskali określoną tożsamość, która dalszym zmianom podlegała pod wpływem innych okoliczności oraz odmiennych form przekazu bezpośrednio związanych z rozwojem komunikacji internetowej.

## ROZDZIAŁ 1. METODOLOGIA I OBSZAR BADAWCZY

### 1.1. Gracz w świetle koncepcji habitusu Pierre'a Bourdieu

Prasa hobbystyczna poświęcona grom wideo stanowi bogate źródło wiedzy na temat kształtowania publicznego dyskursu związanego z nowym medium. Momentem szczególnie istotnym jest okres, w którym gry wykraczają poza ośrodki akademickie oraz wojskowe. Stają się one wówczas dostępne dla szerszego grona użytkowników, co wiąże się także z obecnością na rynku prasy poświęconej elektronicznej rozrywce. Badania dotyczące czasopism dla graczy wydawanych między innymi w Wielkiej Brytanii, Finlandii i Stanach Zjednoczonych pokazują, że dzięki wnikliwej analizie treści można prześledzić, jak przebiegał proces akceptacji gier wideo jako nowej formy rozrywki, jak odbiorcy postrzegali gry oraz jaki wpływ na użytkowników wywarły artykuły zamieszczone w prasie hobbystycznej. Koncepcję analizy polskich czasopism pod kątem ich walorów edukacyjnych i rozrywkowych, wpływu na kształtowanie tożsamości gracza, budowy poczucia wspólnotowości oraz przynależności do swoistej subkultury opieram głównie na metodologii zaproponowanej przez Graeme'a Kirkpatricka, który przedmiotem swoich dociekań uczynił najbardziej popularne i znaczące brytyjskie miesięczniki gromowe ukazujące się w latach 1981–1995<sup>1</sup>.

Kirkpatrick zauważa, że dzięki magazynom hobbystycznym możliwe jest zbadanie, w jaki sposób gry oraz sama praktyka grania stały się nie tylko aktywnościami powszechnymi, społecznie akceptowanymi, ale także wytworzyły nowe siły w polu kulturowym oraz przyczyniły się do ustanowienia specyficznego habitusu odbiorcy. Wspomniane koncepcje badacz zaczerpnął z rozważań Pierre'a Bourdieu, który wyróżnił kilka rodzajów kapitału: ekonomiczny, społeczny, symboliczny oraz kulturowy<sup>2</sup>. W kontekście moich badań istotne są jego rozważania na temat kapitału kulturowego, który Bourdieu dzieli między innymi na ten odziedziczony oraz nabyty. Jego zdaniem przedstawiciele klasy dominującej wychowują się w warunkach, w których określone dziedzictwo kulturowe jest przekazywane z pokolenia na pokolenie i manifestuje się niemalże w każdej dziedzinie życia, to jest zarówno w poglądach, wartościach, jak

---

<sup>1</sup> G. Kirkpatrick, *The Formation of Gaming Culture. UK Gaming Magazines, 1981–1995*, New York–London 2015, s. 40.

<sup>2</sup> A. Matuchniak-Krasuska, *Koncepcja habitusu u Pierre'a Bourdieu*, „Internetowy Magazyn Filozoficzny Hybris” 2015, nr 31, s. 98–99.



i stosunku do dzieł sztuki, ale też przedmiotów codziennego użytku takich jak meble czy ubrania<sup>3</sup>. Bourdieu używa ponadto pojęcia gustu na określenie „poczucia, że należy się do świata bardziej oglądanego i uładzonego, do świata znajdującego uzasadnienie swojego istnienia w swojej doskonałości, swojej harmonii, swoim pięknie [...]”<sup>4</sup>. W ten sposób badacz utożsamia gust z pojęciem kultury prawomocnej reprezentowanej przez ściśle określone dzieła literatury i sztuki. Następnie wyodrębnia warstwę kultury średniej i popularnej, które jednak sytuują się poniżej kultury prawomocnej, a tę zdaniem Antoniny Kłoskowskiej można nazwać również kanonem kultury<sup>5</sup>.

Anna Matuchniak-Krasuska zwraca uwagę, że punktem wyjściowym kapitału kulturowego jest wiedza tworząca szeroko rozumiane kompetencje przejawiające się między innymi w „używaniu języka, znajomości konwencji, orientacji w świecie społecznym”<sup>6</sup>. Następnie wyróżnić należy „kapitał zobiektywizowany”, czyli materialne dobra kultury takie jak dzieła sztuki, instrumenty, narzędzia, sprzęty, maszyny<sup>7</sup>. Trzeci stan to kapitał zinstytucjonalizowany, który pojawia się wraz z oficjalnym nadaniem pewnego statusu lub osiągnięciami potwierdzonymi dyplomami, certyfikatami bądź tytułami<sup>8</sup>. Badaczka przypomina, że ten ostatni rodzaj kapitału kulturowego nie jest czymś, co można po prostu odziedziczyć, gdyż wymaga indywidualnego wysiłku, pracy oraz środków finansowych. Matuchniak-Krasuska stwierdza, że „kapitał kulturowy to «mieć» przekształcone w «być»”<sup>9</sup>. Bourdieu określa ponadto zależności między kapitałem kulturowym a ekonomicznym. W swoich tekstach zwraca uwagę na status społeczno-ekonomiczny badanych osób, dostrzegając, że system kulturowy także nierównomiernie dystrybuuje dobra, tworząc grupy uprzywilejowanych oraz tych, którzy przywilejów nie posiadają<sup>10</sup>.

Koncepcję kapitału kulturowego w interesujący sposób komentuje John Fiske, również odnosząc się do ustaleń Pierre’a Bourdieu. Autor artykułu *Kulturowa ekonomia fandomu* zauważa, że model zaproponowany przez francuskiego filozofa i socjologa jest niedoskonały, ponieważ bierze pod uwagę tylko sferę ekonomiczną i klasową w analizie wymiaru dyskryminacji społecznej. Zdaniem Fiske’a kluczowe znaczenie dla dystrybucji dóbr kulturowych oraz przynależności do grupy uprzywilejowanych lub wykluczonych mają takie czynniki jak płeć, rasa i wiek<sup>11</sup>. Badacz krytykuje przy tym zastosowanie przez Bourdieu tych samych kategorii analitycznych w stosunku do kultury dominującej, jak i podporządkowanej, gdyż istnieją wytwory kapitału popkulturowego

<sup>3</sup> P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, Warszawa 2005, s. 100–101.

<sup>4</sup> Tamże.

<sup>5</sup> A. Kłoskowska, *Teoria socjologiczna Pierre’a Bourdieu. Wstęp do wydania polskiego*, [w:] P. Bourdieu, J.-C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, Warszawa 2006, s. 33.

<sup>6</sup> A. Matuchniak-Krasuska, dz. cyt., s. 99.

<sup>7</sup> Tamże.

<sup>8</sup> Tamże.

<sup>9</sup> Tamże.

<sup>10</sup> J. Fiske, *Kulturowa ekonomia fandomu*, „Kultura Popularna” 2008, nr 3 (21), s. 17.

<sup>11</sup> Tamże, s. 18.

powstałe w opozycji do kultury oficjalnej i zazwyczaj niezwiązane ze wzrostem kapitału ekonomicznego<sup>12</sup>.

Pojęcie „kapitału growego” pojawia się tutaj na wzór kapitału kulturowego w odniesieniu do określonych umiejętności, kompetencji, wykorzystywanego sprzętu oraz innych oznak zainteresowania grami wideo. W odniesieniu do sytuacji graczy na przełomie lat 80. i 90. XX wieku w Polsce kapitał growy musiał zostać dopiero nabyty i wypracowany, gdyż nie był to jeszcze moment, w którym następuje jego przekazywanie kolejnym pokoleniom.

Bourdieu wprowadził także koncepcję przestrzeni społecznej składającej się z tak zwanych pól, czyli sieci relacji społecznych, które decydują, jaką pozycję zajmuje jednostka, grupa lub instytucja w procesie dystrybucji różnych kapitałów, co dla badacza było tożsame z pozycją zajmowaną w strukturze władzy<sup>13</sup>. Matuchniak-Krasuska definiuje pola jako „przestrzenie społeczne, w których funkcjonują określone stawki, to jest dobra, zachowania czy interesy, które się liczą i o które odbywa się walka w polu”<sup>14</sup>. Podobnie jak w przypadku kapitału, Bourdieu wyróżnił kilka różnych pól, między innymi ekonomiczne, polityczne, naukowe czy kulturowe<sup>15</sup>. Każde pole charakteryzuje się wewnętrznymi regułami oraz indywidualnym kapitałem kształtującym określone poglądy. Ponadto kapitał decyduje o strukturze pola, ponieważ samo istnienie i działanie w obrębie pola wymaga odpowiedniej konfiguracji cech oraz określonych form kapitału<sup>16</sup>. Zgodnie z koncepcją francuskiego socjologa pola nie są niezmiennie ani ustalone na zawsze<sup>17</sup>, dlatego można wyodrębnić kategorię pola growego podlegającego własnym zasadom. Zatem badanie narodzin gier wideo jako praktyki społecznej to obserwacja, jak tworzy się takie pole. W kontekście badania gier termin ten jest użyteczny, ponieważ pokazuje, gdzie następuje swoisty konflikt wartości, to jest zaczyna się obszar innego pola, wymagający od jednostki odmiennych zachowań i kompetencji. Wkroczenie w pole growe powoduje, że należy wykazać się innymi umiejętnościami niż te wykorzystywane w ramach pozostałych pól.

Choć przedstawione postrzeżenie koncepcji pola oraz kapitału jest przydatne dla moich badań, to za najistotniejsze pojęcie, które Graeme Kirkpatrick zaczerpnął z prac Pierre'a Bourdieu, uważam kategorię habitusu. Jak sam Bourdieu wyjaśnia, habitusem należy nazwać:

systemy trwałych i przekładalnych dyspozycji, ustrukturuowanych struktur, predysponowanych do tego, by funkcjonować jako struktury strukturujące, czyli jako zasady generujące i organizujące praktyki oraz wyobrażenia, które mogą być obiektywnie przystosowane do celu, nie wymagając przy tym świadomego nastawienia na cele oraz rozmyślnego opanowania operacji koniecznych do osiągnięcia tychże celów; obiektywnie „regulowanych” i „regularnych”, chociaż w żadnym razie nie wynikają z przestrzegania reguł; są one tym wszystkim, a będąc kolektywnie ustalone, nie są wytworem żadnego szefa orkiestry<sup>18</sup>.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> K. Wielecki, *Kryzys i socjologia*, Warszawa 2012, s. 252.

<sup>14</sup> A. Matuchniak-Krasuska, dz. cyt., s. 102.

<sup>15</sup> Tamże, s. 103.

<sup>16</sup> K. Wielecki, dz. cyt., s. 253.

<sup>17</sup> A. Matuchniak-Krasuska, dz. cyt., s. 104.

<sup>18</sup> P. Bourdieu, *Zmysł praktyczny*, Kraków 2008, s. 72–73.