

Popularna prasa historyczna – rozrywkowa czy tożsamościowa?

Radosław Baran (Uniwersytet Jagielloński)

Wprowadzenie

W dobie ogólnego kryzysu prasy drukowanej w Polsce, który przejawia się systematycznym spadkiem sprzedaży, popularne magazyny historyczne okazują się zaskakującym wyjątkiem – ich nakłady utrzymują się na stabilnym, a nawet rosnącym poziomie. Zjawisko to zostało zauważone m.in. przez Ryszarda Filasa, który wskazywał na „znaczny wzrost” zainteresowania tego typu prasą – zarówno przed pandemią¹, jak i po jej wybuchu.

Popularność magazynów historycznych nie wynika wyłącznie z politycznego zaangażowania, choć część tytułów wpisuje się w nurt konserwatywno-narodowy i tzw. „politykę historyczną”. Jednocześnie istnieją pisma o innym charakterze ideowym, niezwiązane z opiniotwórczymi tygodnikami. To zróżnicowanie wskazuje na potrzebę dokładniejszej analizy tego segmentu.

Stan badań nad prasą historyczną w Polsce jest ubogi – istnieją jedynie pojedyncze publikacje², często mające charakter publicystyczny, nie zaś naukowy. Za granicą istnieją szersze opracowania, np. bardzo wartościowa skądinąd zbiorowa publikacja pod redakcją Susanne Popp, która dotyczy jednak głównie aspektów rynkowych i marketingowych, skupiając się na okładkach i strategiach sprzedaży³. Tymczasem potrzebne są też badania uwzględniające specyfikę polskiego rynku, w tym wpływ polityki, kultury i edukacji historycznej⁴.

Podstawowym celem pracy jest określenie funkcji popularnych magazynów historycznych w Polsce oraz ich typologizacja. Czasopisma te znajdują się w pozycji, w której pełnią nie tylko rolę edukacyjną, ale również tożsamościową i rozrywkową: przyciągają odbiorców, akcentując wspólnotę lub oferując treści sensacyjne. Aby poznać ich rzeczywisty charakter przeprowadzono poniższą analizę i dokonano subsegmentacji popularnych magazynów historycznych.

¹ R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010-2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2020, nr 4, s. 50.

² Por. J. Skawiński, *Cud nad Wisłą, czyli kto i dlaczego czyta polskie magazyny historyczne*, [w:] *Historia w przestrzeni publicznej*, red. J. Wojdon, Wrocław 2018, s. 376-381; M. Saryusz-Wolska, *Publiczne konstruowanie historii. Przeszłość w prawicowej ikonografii*, journals.openedition.org, [online:] <http://journals.openedition.org/td/1709> [dostęp: 20.06.2024].

³ *Commercialised History: Popular History Magazines in Europe*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Frankfurt nad Menem 2015.

⁴ Prezentowany artykuł rozwija ustalenia zawarte w pracy licencjackiej Radosława Barana pt. *Popularna prasa historyczna – rozrywkowa czy tożsamościowa? Próba analizy współczesnego segmentu czasopism historycznych w Polsce*, przygotowanej pod kierunkiem dr. Pawła Płanety w Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej. Wykorzystana w pracy analiza zawartości została przeprowadzona we współpracy z Ośrodkiem Badań Prasoznawczych UJ.

Prasa i magazyny historyczne – próba definicji i cechy kluczowe

Nie istnieje jedna, pełnoprawna definicja prasy historycznej, co stanowi istotny problem badawczy. Termin ten może być mylący, gdyż przywołać może na myśl chociażby czasopisma naukowe. Podjęta analiza skupiła się na popularnych magazynach historycznych, które są odrębnym segmentem w ramach szeroko rozumianej prasy historycznej. „Prasa historyczna”, „czasopisma historyczne” i „magazyny historyczne” są określeniami stosowanymi zamiennie. Należy przy tym zauważyć, że pomimo ułatwiającej komunikację synonimiczności tych nazw w odniesieniu do tematu badań, to dostępne na polskim rynku popularne tytuły traktujące o historii spełniają cechy magazynu lub magazynu kolorowego⁵ jako rodzaju czasopisma i tak też należałoby je dookreślić w obrębie prasy historycznej. Badanych tytułów, ze względu na brak cech definiujących ten segment⁶, nie sklasyfikowano jako prasy hobbystycznej, ale nie jest wykluczone istnienie czasopism związanych z historią, które mogłyby spełniać jej definicję.

Przedmiot badań we wszystkich wydaniach charakteryzuje się kilkoma kluczowymi cechami. Po pierwsze, czasopisma historyczne posiadają barwną i atrakcyjną szatę graficzną, są bogato ilustrowane i mają przejrzysty układ. Po drugie, treści w nich zawarte są adresowane do szerokiego odbiorcy, niekoniecznie o wysokim kapitale kulturowym, co wymusza odpowiedni styl – przystępny, często kolokwialny, oparty na prostych zdaniach i wyjaśnieniach trudniejszych terminów. Po trzecie, magazyny te mają walor edukacyjny, rozrywkowy i tożsamościowy, ale nie są źródłem naukowego konsensusu.

Kluczowym aspektem rozważań na temat popularnych magazynów historycznych jest rola „popularności” oraz „naukowości” w ich funkcjonowaniu. Są to dwie immanentne cechy charakteryzujące ten segment, a wywieść je należy z tego jak jest on kategoryzowany zarówno przez instytucje naukowe, jak i komercyjne: jako popularnonaukowy⁷.

Opierając się na koncepcji Pierre’a Bourdieu⁸ i na powszechnym rozumieniu sukcesu wydawniczego, „popularność” można rozumieć na dwa sposoby: jako przystępność treści oraz jako zdolność do przyciągania masowego odbiorcy. To drugie znaczenie łączy się z rynkowymi celami wydawców prasy historycznej, tj. z większą poczytnością i wynikającymi z niej większymi zyskami ze sprzedaży i reklamy. Intencją może być jednak równocześnie dotarcie z wiedzą historyczną do jak najszerszego grona odbiorców, a w tym celu obniża się próg wejścia do dyskursu historycznego dla odbiorców o niskim kapitale kulturowym, zgodnie z teorią Bourdieu – wskazywaną zresztą przez Susanne Popp⁹ jako odpowiednią dla opisu tej cechy prasy historycznej. Te dwa spojrzenia na „popularność” są *de facto* współzależne.

⁵ *Magazyn / Magazyn ilustrowany* [w:] *Leksykon terminów medialnych M-Z Tom 2*, red. Wolny-Zmoryński K., Doktorowicz K., Płaneta P., Filas R., Toruń 2024, s. 8.

⁶ *Prasa hobbystyczna (hobbystyczna)* [w:] *Leksykon terminów medialnych M-Z Tom 2*, red. Wolny-Zmoryński K., Doktorowicz K., Płaneta P., Toruń 2024, s. 218.

⁷ Por.: O. Dawidowicz-Chymkowska, *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2019 P, Ruch Wydawniczy w Liczbach 2020 P, Ruch Wydawniczy w Liczbach 2021 P*, bn.org.pl, [online:] <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach> [dostęp: 8.02.2024]; Empik, *Prasa popularnonaukowa*, empik.com, [online:] <https://www.empik.com/prasa/popularnonaukowa> [dostęp: 11.02.2024].

⁸ P. Bourdieu, J. Passeron, *Reprodukcja*, Warszawa 2006.

⁹ S. Popp, *Popular history magazines between transmission of knowledge and entertainment – some theoretical remarks*, [w:] *Commercialised History...*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Frankfurt nad Menem 2015, s. 52-53.

Obniżanie progu wejścia manifestuje się zauważalnie w stylu, w jakim pisane są popularne magazyny historyczne. Wyróżniają go trzy zasadnicze cechy, które nieeksplicytnie podała Barbara Techmańska¹⁰. Konkretyzując jej opisową charakterystykę, wymienić można co następuje. Sensacyjność, która często każe patrzeć na historię przez pryzmat barwnych szczegółów, dramatycznych wydarzeń, czy też cytatów, anegdot i ciekawostek. Często pojawiają się też odrębne ramki z „pikantnymi” dodatkami, a także ikoniczne postacie i motywy. Kolokwialność, sprawiająca, że język artykułów jest potoczny, przystępny, pozbawiony żargonu akademickiego, celem ułatwienia zrozumienia treści przez osoby bez specjalistycznego przygotowania. Konwencjonalność, tzn. teksty są podzielone na czytelne akapity, posiadają śródtytuły, infografiki i ilustracje. Układ jest przejrzysty i sprzyja selektywnemu czytaniu.

Mówiąc o ambicji przyciągnięcia szerszej publiki, warto wspomnieć o dziennikarstwie historycznym. Susanne Popp przypisuje omawiany segment czasopism do tej sfery oraz wymienia kilka wartości, które nadają mu aspekty pozytywne dla tzw. „newsowości”¹¹: podnoszenie tematów bliskich odbiorcy kulturowo czy geograficznie, znaczących, np. poprzez oddziaływanie przeszłych zdarzeń po wielu latach, a także niespodziewaność, personalizację i odniesienia do elitarnych, wielkich osobowości lub nacji. Tym samym badaczka obala teorie o niekompatybilności prasy historycznej z wartościami newsowymi.

Reflektując z kolei nad rolą nauki w (popularnonaukowych) magazynach historycznych, dostrzec można swego rodzaju spektrum. Jego przeciwstawne krańce stanowią autoteliczne traktowanie wiedzy historycznej – jak najrzetelniejsze przekazywanie jej, dla samej idei edukacji – oraz instrumentalne wykorzystywanie historii do osiągania innych celów. Nasuwa się tu kilka zastrzeżeń. Po pierwsze, żadne z czasopism historycznych nie sięga tych krańców, a większość lokuje się pośrodku, łącząc różne funkcje w zależności od potrzeb wydawniczych. Kolejno, tytuły zbliżające się do autoteliczności przedstawiają historię jednocześnie uczciwie i angażująco, nie jako suche fakty, a czasopisma, których podejście oscyluje wokół jej instrumentalizacji mogą, ale nie muszą robić tego świadomie; perswazja może następować w sposób poniekąd samoistny, stając się częścią pewnej oddolnie przyjętej metanarracji¹². Finalnie warto podkreślić, że dyscyplina badawcza odnosząca się do przeszłych wydarzeń (historia jako nauka¹³) jest niezmienna jako element popularyzowany z użyciem środków wymienionych wyżej.

Na tym tle pojawia się pytanie o wiarygodność i rolę edukacyjną magazynów historycznych. Nawet jeśli magazyn prezentuje się jako obiektywny¹⁴, to jego wybory redakcyjne – dobór tematów, sposób opowiadania, akcentowanie pewnych wydarzeń, etc. – mogą nieść ze sobą określony przekaz ideowy. W ten sposób pisma historyczne, świadomie lub nie, kształtują zbiorową pamięć i tożsamość historyczną odbiorców.

¹⁰ B. Techmańska, *Popularne dodatki historyczne do polskich tygodników społeczno-politycznych*, [w:] *Historia w przestrzeni publicznej*, red. J. Wojdon, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2018, s. 376-381.

¹¹ S. Popp, dz. cyt., s. 45-46.

¹² G. Vattimo, *The End of (Hi)story*, „Chicago Review 35” 1987.

¹³ *Słownik Języka Polskiego PWN, Nauka*, sjp.pwn.pl, [online:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/nauka.html> [dostęp: 14.02.2024].

¹⁴ Na przykład: JK, *Relaunch miesięcznika „Focus Historia”*, „Skupiamy się na faktach, nie emocjach”, *wirtualnemedial.pl*, [online:] <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/focus-historia-w-nowej-wersji-skupiamy-sie-na-faktach-nie-emocjach> [23.12.2023].

W prasie historycznej na pierwszy rzut oka dominuje poza tym zainteresowanie określonymi epokami i postaciami, podczas gdy mniej popularne okresy czy regiony są marginalizowane (nie tylko na polskim rynku). W ostatecznym rozrachunku redakcje muszą bowiem wybierać tematy atrakcyjne rynkowo, spośród wszystkich skrawków dziejów, które składają się na historię ludzkości i których wyczerpujące opisanie jest zwyczajnie niemożliwe¹⁵. Skutkiem ubocznym tego doboru jest pewne zubożenie przekazu historycznego, który staje się fragmentaryczny i powtarzalny – choć być może całkiem rozrywkowy.

Charakterystyka procesu badawczego

Pobudkami do analizy segmentu popularnych magazynów historycznych były np. jego niejasność i płynność, uzasadniające konieczność jego subsegmentacji. Bardziej szczegółowym celem było uzyskanie przekrojowego, nawet jeśli rozdrobnionego obrazu rynku, rozpoznanie dominujących stylów redakcyjnych, strategii narracyjnych i przewidywanych grup odbiorców, aby móc stworzyć typologizację tytułów wziętych pod lupę.

Metodologia analizy została zainspirowana podejściem Olgi Dąbrowskiej-Cendrowskiej¹⁶. Na tej podstawie przeanalizowano w różnym stopniu cztery obszary: struktury własnościowe magazynów, kanały komunikacji, treść artykułów oraz charakterystykę odbiorców. Pracę rozpoczęto od analizy wydawnictw, ich właścicieli i powiązań personalnych między różnymi tytułami, a także potencjalne orientacje ideowe. Wybór kluczowych autorów opierał się na deklaracjach samych magazynów lub częstotliwości pojawiania się ich nazwisk w spisach treści. Kanały komunikacji, rozumiane jako układ graficzny, struktura czasopism, rodzaje tekstów oraz sposób ich prezentacji, pozwoliły ujawniać profil tematyczny i poziom profesjonalizacji – np. obecność, tzw. „zajawek”, graficznych wyróżników, ilość lub rodzaj ilustracji.

Centralnym elementem była punktowa analiza treści poprzez badanie nagłówków ze spisów treści 11 magazynów *anno* 2021. Ten rok był szczególnie odpowiedni: z jednej strony wystarczająco oddalony od szoku pandemii, z drugiej od eskalacji wojny w Ukrainie, co pozwalało uzyskać materiał możliwie bezstronny, jeśli chodzi o ówczesny kontekst wydarzeń bieżących. Dodatkowo, właśnie w 2021 roku pojawiły się dwa nowe tytuły („Historia Ekspert” i „Historia Bez Tajemnic”), a jeden z istotnych („Focus Historia”) został zamknięty w 2022 r., co czyniło ten przedział optymalnym do uchwycenia stanu przejściowego. Analizę punktową oparto na koncepcji Walerego Pisarka, który zauważył, że spis treści i nagłówki stanowią kluczowy element selekcji redakcyjnej: sygnalizują hierarchię treści i ukierunkowują odbiór¹⁷. Ze względu na sekwencyjność prasy drukowanej, wybór

¹⁵ K. Popper, *Spółeczeństwo otwarte i jego wrogowie*, T. 2, *Wysoka fala prorocत्व: Hegel, Marks i następstwa*, tłum. W. Jedlicki, H. Krahelska, Warszawa 2010, s. 272-293.

¹⁶ Por. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Zmieniająca się rzeczywistość polskiej prasy kobiecej (1989-2019)*, Kielce 2020.

¹⁷ „Czytelnik prasy, na podstawie lektury wyłącznie nagłówków może mieć wrażenie obrazu całości, ponieważ nagłówki prasowe dzięki ich organizacji, lapidarności i atrakcyjności skutecznie przyciągają uwagę odbiorcy i skutecznie oddziałują nawet na tych czytelników, którzy mają coraz mniej czasu na lekturę gazety”. W. Pisarek, *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*, Kraków 1967, a także M. Ślowska, *Tytuł – najmniejszy tekst prasowy*, „Rocznik Prasoznawczy” 2008, s. 118-126.

i ułożenie nagłówków wpływa na sposób czytania oraz interpretację. Ich zbadanie pozwoliło określić dominujące narracje i tematy.

Typologizacja, która domyka analizę, miała wskazać podstawowe profile funkcjonalne magazynów historycznych. Częścią przyszłych prac badawczych powinny stać się badania empiryczne nad skutecznością przekazu i dotarciem prasy historycznej. W ostatnim podrozdziale wymieniono hipotezy na ten temat, a także zaproponowano więcej kwestii wartych analizy.

Wśród materiału badawczego nie uwzględniono dodatków historycznych do gazet, np. „Ale Historia”¹⁸, periodyków regionalnych i tematycznych, jak choćby „Pomocnik Historyczny” lub „Karta”¹⁹, ani tytułów opiniotwórczych czy kulturalnych, które tylko okazjonalnie lub częściowo zajmują się historią. Analiza dotyczy wyłącznie samodzielnych, regularnych magazynów historycznych o popularnonaukowym profilu.

Oferta wydawnicza popularnych magazynów historycznych w Polsce

Prasa historyczna jest rzadkim przedmiotem międzynarodowych badań. Niekiedy podejmuje się kwestie jej wartości edukacyjnej²⁰, czasem przykłada się większą uwagę do strony rynkowej²¹. Polski rynek prasy historycznej ma pewne punkty wspólne z innymi, europejskimi odmianami tej niszy prasowej²². Na pierwszy rzut oka, różnice zdają się jednak przewyższać podobieństwa. Prasa historyczna w Wielkiej Brytanii wykazuje znacznie większą segmentację poziomą²³, tamtejsze tytuły funkcjonują znacznie dłużej, a niebagatelna jest także rola publicznego podmiotu, BBC, który wydaje największy wg sprzedaży popularny magazyn historyczny. W Szwecji z kolei znaczna większość tego typu prasy powstała w latach 2000-2011, wśród jej wydawców rysuje się jeden największy udziałowiec, LRF Media, który dominuje na rynku²⁴. Cech tych nie znajdziemy w polskim rynku popularnych magazynów historycznych.

Warto pobieżnie wrócić jeszcze uwagę na ceny w tym segmencie, które wahają się między 12 a 25 PLN²⁵ – w przełożeniu 3 do 7 bochenków chleba. Polacy wyraźnie chcieli regularnie przeznaczać swoje środki na tego typu treści i to na

¹⁸ Mimo wczesniej premiery (2012 r.) „Ale Historia” utrzymano jako dodatek do „Gazety Wyborczej”, a później „Magazynu”, przez chwilę był nawet częścią magazynu „Wolna Sobota”. Jako wydawane z dużą zmiennością, niesamodzielne wydawniczo, pominięto je w analizie.

¹⁹ Przypadek tego czasopisma jest skądinąd ciekawy, warty rozwinięcia: „Karta” przedstawia bowiem historię z perspektywy zwykłego człowieka. Jest to „[...] pismo poświęcone XX-wiecznej historii Polski i Europy Środkowo-Wschodniej. [...] oddajemy głos świadkom historii, których relacje (wspomnienia, dzienniki etc.) uzupełniamy o naukowe komentarze doświadczonych badaczy”. (Ośrodek Karta Wydawnictwo, *Katalog „Karty”*, księgarnia.karta.org.pl, [online:] <https://księgarnia.karta.org.pl/kategoria-produktu/kwartalniki/> [dostęp: 21.06.2024]) To czasopismo jest swego rodzaju fenomenem i mogłoby być przedmiotem oddzielnej pracy badawczej. Ze względu na deklarację wąskiego zakresu i miejsca, którego dotyczy „Karta”, została ona pominięta w tej pracy.

²⁰ Np. tematyka, konkretnie II wojna światowa. Jeden z redaktorów brytyjskiego czasopisma historycznego przyznał, iż „mimo że miał zastrzeżenia co do ilości uwagi poświęcanej Hitlerowi i nazistom, to okładka z Hitlerem na przedzie zwykle sprzedawała się wyjątkowo dobrze”; por. R. Thorp, *Popular history magazines and history education*, „Historical Encounters: A Journal of Historical Consciousness, Historical Cultures, and History Education” 2015, s. 102–112.

²¹ Por. *Commercialised History...*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Frankfurt nad Menem 2015, s. 46.

²² Tamże, s. 285.

²³ T. Haydn, *History magazines in the UK*, [w:] *Commercialised History...*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Frankfurt nad Menem 2015.

²⁴ M. Vinterek, *The use of powerful men, naked women and war to sell*, [w:] *Commercialised History...*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Frankfurt nad Menem 2015.

²⁵ Wartości zaokrąglone do jedności.

tyle często, że doprowadziło to do rozkwitu w okresie ogólnego kryzysu prasy. W poniższym podrozdziale zbadano struktury wydawnicze, które mówią o możliwości istnienia lojalności konsumenckich oraz charakterze redakcji poszczególnych czasopism, które mogły przyciągać czytelników.

Przegląd wydawnictw

Krajobraz wydawniczy prasy historycznej w Polsce jest stosunkowo zróżnicowany. W liczbie posiadanych czasopism przeważają podmioty krajowe, aczkolwiek zagraniczne marki są właścicielami kilku mocnych, rozpoznawalnych tytułów. W trakcie badań dostrzeżono, że rok 2013 można określić jako przełomowy dla powstawania nowych tytułów prasy historycznej (zob. Tabela 1) – do niego sięgają korzenie największej ich liczby. Magazyny historyczne powstałe przed tym rokiem mają inną genezę, a często również inną linię wydawniczą, zaś te powstające później mogły czerpać z podobnych schematów, co poprzedniki z 2013 roku.

Tabela 1. Chronologia tworzenia magazynów historycznych z uwzględnieniem wydawców

Wydawca	Rok założenia	Tytuł
Oficyna Wydawnicza „Mówią Wieki” Sp. Z o.o.	1958	Magazyn Historyczny „Mówią Wieki”
Burda Media Polska [do 2013: Gruner+Jahr Polska]	2005	Focus Historia
Ringier Axel Springer Sp. Z o.o.	2011	Newsweek Polska. Historia
Orle Pióro sp. Z o.o.	2013	Historia Do Rzeczy
Fratia Sp. Z o.o.	2013	wSieci Historii
Wydawnictwo Bauer Sp. Z o.o. Sp. K.	2013 [regularnie od 2015]	Świat Wiedzy Historia
FreeDomMedia Sp. Z o.o.	2013	Warszawska Gazeta. Zakazana Historia
Instytut Zarządzania Informacją Sp. Z o.o.	2016	Historia Bez Cenzury
	2018	Historia Na Weekend
	2021	Historia Ekspert
Agencja Wydawniczo-Reklamowa Skarpa Warszawska Sp. Z o.o.	2021	Historia Bez Tajemnic

Źródło: badania własne

Oficyna Wydawnicza „Mówią Wieki” to najstarszy wydawca w zestawieniu. Kontynuuje tradycję pisma założonego w 1958 r., wydając je od 1991 r.²⁶, po transformacji ustrojowej. Utrzymuje wyraźny profil popularnonaukowy z silnym udziałem uznanych historyków i naukowców, poza czasopismem wydaje zresztą książki czy publikacje naukowe²⁷. Warto podkreślić jego wyjątkową pozycję, którą gwa-

²⁶ Mówią Wieki, Oficyna wydawnicza, mowiawieki.pl, [online:] <https://www.mowiawieki.pl/index.php?page=page&id=19> [dostęp: 31.03.2024].

²⁷ Tamże.

rantuje marka znana już od pokoleń. Nakład drukowany „Mówią Wieki” wynosi 14 700 egz., a średni nakład sprzedany jednego wydania: 5-10 tys. egzemplarzy²⁸.

Burda Media Polska, czyli wydawca magazynu „Focus Historia”, funkcjonuje na polskim rynku od 1990 r., skupia się²⁹ na treściach typu lifestyle, kierowanych głównie do kobiet. Nie stworzył swojego magazynu historycznego – wszedł w jego posiadanie kupiwszy wydawnictwo G+J Polska w 2013 r.³⁰ Do pracy nad „Focusem” angażował m.in. autorów popularnych książek o historii oraz dziennikarzy powiązanych z „Mówią Wieki” czy „Historia Do Rzeczy”.

Axel Springer Polska wszedł na polski rynek w 1994 r. (od 2010 r. jako Ringier Axel Springer Polska). Globalnie, posiada znane marki prasowe w Europie i na świecie, związane jest też z radiem oraz z usługami cyfrowymi³¹. Wydaje „Newsweeka Historia”, który najpierw funkcjonował jako dodatek³², a później jako osobny magazyn. Na jego łamach ukazują się uznani autorzy: historycy i dziennikarze, zarówno krajowi, jak i zagraniczni³³. Wyniki sprzedaży jednego wydania „Newsweeka Historia” sięgają 11 823 egzemplarzy³⁴.

Orle Pióro sp. z o.o. to polska spółka, której *de facto* właścicielem jest PMPG S.A., która od założenia w 1997 r. stale rozszerzała operacje na rynku medialnym, z kluczową inwestycją w tygodnik „Wprost”. W 2012 r. PMPG porozumiało się z Pawłem Lisickim, byłym redaktorem naczelnym „Uważam Rze”, który zamierzał otworzyć tygodnik „Do Rzeczy”, a w styczniu 2013 r. Orle Pióro wydało pierwszy numer „Historii Do Rzeczy”. Pismo redaguje stały zespół autorów, m.in. Piotr Zychowicz (wcześniej stworzył on „Uważam Rze Historia”³⁵), Rafał Ziemkiewicz czy Sławomir Cenckiewicz.

Fratrria sp. z o.o. jest znana najlepiej z tygodnika „wSieci / Sieci”³⁶. Powstała w 2012 r., a jej kadra również była związana ze środowiskiem dawniejszego „Uważam Rze”, w tym bracia Michał i Jacek Karnowscy. Spółka prowadzi też m.in. telewizję wPolsce.pl. Fratrria wydaje „wSieci Historii” od maja 2013 r.³⁷ Redaktor naczelny, prof. Jan Żaryn, podkreśla rolę czasopisma w pielęgnowaniu postaw patriotycznych³⁸. Na łamach „wSieci Historii” publikują badacze historii oraz dziennikarze,

²⁸ Źródło: badania własne.

²⁹ Burda Media Polska, *Burda w Polsce*, burdamedia.pl, [online:] <https://www.burdamedia.pl/burda-w-polsce> [dostęp: 31.03.2024].

³⁰ PP, *Burda formalnie właścicielem G+J Polska. Szykuje się połączenie struktur*, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/burda-formalnie-wlascicielem-g-j-polska-szykuje-sie-polaczenie-struktur> [dostęp: 31.03.2024].

³¹ Ringier Axel Springer, *O nas*, ringieraxelspringer.pl, [online:] <https://ringieraxelspringer.pl/o-nas.html> [dostęp: 02.04.2024].

³² „Zeszyt 1 czasopisma Newsweek Polska Historia wydany został w 2011 jako: Newsweek Polska. Wydanie Specjalne, nr 2 (ISSN 1643-160X)”; por. ExplorUJ, Newsweek Polska. Historia, katalogi.uj.edu.pl, [online:] https://katalogi.uj.edu.pl/discovery/fulldisplay?docid=alma991015400809705067&context=L&vid=48OMNIS_UJA:uja&lang=pl&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,newsweek%20historia&offset=0 [dostęp: 24.06.2024].

³³ Ringier Axel Springer, *Marki / Newsweek*, ringieraxelspringer.pl, [online:] <https://ringieraxelspringer.pl/marka/newsweek.html> [dostęp: 02.04.2024].

³⁴ Polskie Badania Czytelnictwa, *Newsweek Polska Historia*, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badanytytul/newsweek-polska-historia/> [dostęp: 24.06.2024].

³⁵ P. Pallus, „W Sieci” i „Do Rzeczy” stawiają na historię. Dwa nowe miesięczniki?, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/w-sieci-i-do-rzeczy-stawiaja-na-historie-dwa-nowe-miesieczniki> [dostęp: 02.04.2024].

³⁶ Proces sądowy o ustalenie ostatecznej wersji tytułu zajął 5 lat (2013-2018). Zob. T. Mielczarek, *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*, Universitas, Kraków 2018, s. 190.

³⁷ Później niż zamierzano, por.: P. Pallus, dz. cyt.

³⁸ Fratrria Grupa Medialna, *Portfolio / wSieci Historii*, fratrria.pl, [online:] <https://www.fratrria.pl/portfolio/wsieci-historii-pproject-69.html> [dostęp: 02.04.2024].

w tym duchowni. Najnowsze dostępne badania sprzedaży mówią o 9 062 sprzedanych egzemplarzach na numer³⁹.

Wydawnictwo Bauer Sp. z o.o. Sp. k. – z najsilniejszych graczy na polskim rynku prasowym, w kraju od 1991 r., pozycję opiera w dużej mierze o prasę dla kobiet⁴⁰, a także radio RMF FM i – do 2020 r. – Interia.pl. Publikuje magazyn „Świat Wiedzy Historia”, który początkowo ukazywał się nieregularnie⁴¹, a z czasem przekształcił się w dwumiesięcznik. Pismo nie wskazuje autorów tekstów. Styl magazynu jest zbliżony do schematów znanych z innych tytułów Bauera.

FreeDomMedia Sp. z o.o. wydaje miesięcznik „Warszawska Gazeta. Zakazana Historia”, promowany równolegle w wersji papierowej i przez platformy wideo. Jest to jedno z trzech czasopism tworzonych przez tę założoną w 2010 r. spółkę. Deklaruje konserwatyzm i niezależność polityczną. Autorzy artykułów, w tym redaktor naczelna Aldona Zaorska, pojawiają się też w filmach na serwisie VOD „PL1.TV”⁴².

Instytut Zarządzania Informacją Sp. z o.o. należy do Jana Pińskiego, który założył ją w 2014 r. Dziennikarz był związany z FreeDomMedia do 2020 r., od 2012 do 2015 r. z „Uważam Rze” jako redaktor naczelny. Spółka Pińskiego wydaje najwięcej, bo aż trzy magazyny: „Historia Bez Cenzury”, „Historia Na Weekend” i „Historia Ekspert”, a poza tym zajmuje się wydawaniem książek i działa jako *think tank*. Wszystkie magazyny redaguje Aleksander Piński, a związany z nimi jest m.in. Grzegorz Braun jako felietonista. Tytuły promują też kanał na YouTube Jana Pińskiego.

Agencja Wydawniczo-Reklamowa Skarpa Warszawska Sp. z o.o. powstała w 2012 r. z inicjatywy Rafała Bielskiego. Specjalizuje się w literaturze historycznej, sensacyjnej i regionalnej. Wydawana przez Skarpę „Historia Bez Tajemnic” należy do trzonu wydawniczego spółki, która poza tą działalnością organizuje także wydarzenia związane z książkami. Wydawca odżegnuje się od „wielkich narracji” w historii⁴³ i deklaruje chęć zapewnienia „mądrej rozrywki”⁴⁴.

Kanały komunikacji

Środki informowania o historii mają niebagatelne znaczenie w perspektywie całego analizowanego segmentu prasy. Gatunki dziennikarskie są dostosowane do jego specyfiki, z kolei układ graficzny może uwypuklać lub wyróżniać poszczególne elementy treści. Konkretnie działy, stałe i epizodyczne, określają jej zakres tematyczny oraz są do pewnego stopnia świadectwem charakteru wydawnictwa danego magazynu historycznego. Warto zwrócić uwagę, że wydawcy utożsamiający się z narodowo-chrześcijańskim nurtem myśli dodają jako niezmienny element sekcje z innymi zagadnieniami, niż ci, którzy nie identyfikują się z takimi ideami. W tym podrozdziale sporządzono przegląd wymienionych wyżej sposobów komunikacji.

³⁹ Są to dane z sierpnia 2023 r. za okres styczeń-marzec tego roku.

⁴⁰ O. Dąbrowska-Cendrowska, dz. cyt., s. 43-48.

⁴¹ PP, *Coraz więcej magazynów historycznych. Bauer testuje „Świat Wiedzy Historia”, wirtualnedia.pl*, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/coraz-wiecej-magazynow-historycznych-bauer-testuje-swiat-wiedzy-historia> [dostęp: 03.04.2024].

⁴² FreeDomMedia Sp. z o.o., Strona główna, pl1vod.com, [online:] <https://pl1vod.com/> [dostęp: 03.04.2024]; FreeDomMedia Sp. z o.o., Zakazana Historia, pl1vod.com, [online:] <https://pl1vod.com/zakazana-historia/> [dostęp: 03.04.2024].

⁴³ Historia Bez Tajemnic, Strona główna, historiabeztajemnic.pl, [online:] <https://www.historiabeztajemnic.pl/> [dostęp: 05.04.2024].

⁴⁴ JSX, „Historia bez Tajemnic” nowym dwumiesięcznikiem na rynku, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artykul/historia-bez-tajemnic-dwumiesiecznik-artur-gorski> [dostęp: 05.04.2024].

W prasie historycznej występuje standardowy zestaw gatunków dziennikarskich i publicystycznych. Podczas gdy niektóre z nich, jak artykuł informacyjny, raport i recenzja, są powszechnie znane, a ich zasady zrozumiałe i niezbyt odmienne w ramach czasopism historycznych, a inne, jak reportaż problemowy, występują w nich na tyle rzadko, że nie warto zagłębiać się szerzej w ich specyfikację, w analizowanych magazynach pojawiają się nagminnie gatunki, które nabierają cech swoistych dla tego medium, nieco odróżniających je od bazowych modeli. Dzieje się tak w dużej mierze z powodu odmiennej hierarchii wartości newsowych dla periodyków o historii, w ramach której największą różnicą jest nieistotność aktualności.

Layout popularnych magazynów historycznych przejawia pewne cechy wspólne. Jedną z nich są zajawki, którymi opatrzone są nagłówki poszczególnych artykułów w spisie treści – to właściwość większości, ale nie wszystkich magazynów. Jej brak został odnotowany w konkretnych przypadkach. Drugą cechą wspólną jest struktura poszczególnych artykułów. Jej elementy to tytuł, pisany czcionką wyróżniającą się rozmiarem, czasem także kolorem, krótkie wprowadzenie do tematu, wyróżnione w podobny sposób, ale zawsze przynajmniej nieco mniejsze od pierwszego składnika oraz treść podzielona śródtytułami, które są bardziej zbliżone do formatu zwykłego tekstu, ale wciąż różnią się od niego np. rozmiarem lub pogrubieniem. Jest to zgodne z opisem Barbary Techmańskiej⁴⁵. W celu typologizacji badano layout spisu treści i artykułów, do których się odnosił. Poza układem graficznym, skatalogowano działy tematyczne każdego z tytułów. Porównanie tych elementów rzuca pierwsze światło na istotne różnice i podobieństwa między czasopismami historycznymi.

Magazyn Historyczny „Mówią Wieki” składa się ze stałych oraz epizodycznych działów, w których pojawia się zmienna liczba artykułów. Do niezmiennych należą: a) Telegraf historyczny, czyli zbiór wzmianek o różnorodnych wydarzeniach i b) Temat miesiąca, który jest rzecz jasna inny w każdym wydaniu, a poza tym c) Czas przeszły i zaprzeszy; d) Varia; e) Filmowe historie; f) Francuski łącznik; g) Książki stare i nowe; h) Recenzje lub Recenzje i nowości wydawnicze; i) Wojenko, wojenko; j) Rozmowy „Mówią Wieki”; k) Historyczna agencja turystyczna; l) Nowości historyczne.

Epizodyczne działy mogą być wieloodcinkowe lub jednorazowe: w analizowanym roczniku była to na przykład seria artykułów o wojnie Grecji o niepodległość. Działy a) i l) nie zostały wzięte pod uwagę w analizie punktowej, z racji na brak informacji o ich zawartości w spisie treści. Sekcja d) tłumaczy się jako „różności” i tymże jest przeznaczona, zaś e) – historiom z planów filmowych, lub inspiracjom historycznym do nakręcenia jakiejś produkcji. Z kolei f) to miejsce na teksty o historii i osobowościach Francji w odniesieniu do wydarzeń współczesnych. Nazwy pozostałych działów dosyć dosłownie oddają ich zawartość.

„Mówią Wieki” są łamane na trzy a rzadziej – głównie w przypadku recenzji – na dwie szpalty. W czasopiśmie obok artykułów znajdują się duże obrazy, zazwyczaj co najmniej jeden na stronę; mniej w przypadku, gdy jest on wyodrębniony jako wielkoformatowa ilustracja lub tło. Okładka „Mówią Wieki” składa się z jednolitej grafiki: zdjęcia lub ilustracji, opisanej tytułem tematu miesiąca oraz z kilku innych, które znalazły się w numerze – zazwyczaj dwóch. Nagłówki nie posiadają zajawek.

⁴⁵ Por. podrozdział 1.

„**Focus Historia**” posiadał cztery stałe działy: a) Na celowniku; b) Człowiek kontra świat; c) Polska i świat; d) Wydział śledczy. Pierwszy z nich był odpowiednikiem tematu miesiąca. Dział b) był poświęcony biografiom ciekawych postaci historycznych, nazwa sekcji c) dobrze opisuje jej zawartość, zaś d) zawierał dziennikarskie śledztwa (lub stylizowane na nie artykuły), które dotyczyły niewyjaśnionych zagadek historycznych. Wyłączając a), działy zazwyczaj obejmowały jeden tekst. FH posiadał też sześć poddziałów, słabiej wyróżnionych w spisie treści. Były to: e) Odkrycie pod lupą; f) Subiektywny ranking historyczny; g) Grajmy; h) Wydział do spraw kultury; i) Kryminalne zagadki historii; j) Historia rzeczy codziennych lub Rzec pod lupą. Dział h) był dość obszerny objętościowo, natomiast i) oraz j) zawsze znajdowały się przy d). Na uwagę zasługuje g), który był miejscem popularyzacji i promocji gier związanych z historią i jest wyjątkowy na skalę całego badanego segmentu. To czasopismo było ilustrowane dużymi grafikami, czasem obejmującą całą jedną lub dwie strony. Jaskrawe kolory dominowały layout złożony z prostych kształtów geometrycznych.

„**Newsweek Polska. Historia**” posiada stałe działy a) Kalendarium, b) Peryskop, c) Fotostory, d) Recenzje książek, e) Historia na ekranie i f) Krzyżówka. Ma oczywiście tematy miesiąca, ale artykuły – zazwyczaj jeden lub dwa – które powstają w jego ramach prezentowane są w spisie treści jako samodzielne. Dział b) jest typowym przeglądem ciekawych wydarzeń, opisanych krótko, występującym w wielu popularnych magazynach historycznych.

W spisie treści NPH występują z zasady cztery ilustracje do artykułów. Sam tekst jest zazwyczaj na początku opatrzonej jest większą, jedno- lub dwustronicową fotografią, występują też niekiedy duże grafiki na całą stronę lub dwie. Tekst jest ułożony w dwóch kolumnach i podzielony na sekcje na tle prostokątnych kształtów w ciepłych, stonowanych barwach.

„**Historia Do Rzeczy**” różni się od dotychczas opisanych tytułów posiadaniem stałego działu – jednego z siedmiu – poświęconego w całości felietonom. Wszystkie sekcje to: a) Temat numeru; b) Czasy i ludzie; c) Co czytać; d) Felietony; e) Kresy; f) Batalie i wodzowie; g) Komiks. Przy artykułach poza nazwiskami autorów znajdują się ich zdjęcia. Drugi z wymienionych to dział ogólny, poświęcony zagadnieniom wszelakim, zaś c) jest działem dotyczącym literatury związanej w jakiś sposób historią. Jest złożony z dwóch dłuższych tekstów, z których jednak tylko jeden jest wymieniony w spisie treści i stanowi swoistą reklamę tego działu. Poza tym w c) znajduje się zawsze kilka krótszych recenzji lub opracowań. Dział d) jest z kolei przestrzenią ekspresji poglądów i idei redaktorów HDR oraz samego „Do Rzeczy” – stałe kolumny należą do Rafała Ziemkiewicza, Piotra Semki i Sławomira Cencikiewicza. Pojawiają się także epizodyczne, w ramach, których powstaje do pięciu artykułów – czasem nawet więcej niż na temat miesiąca. Ciekawym przypadkiem jest stały dział g), w którym w bardziej artystycznej formie przedstawia się pojedyncze wydarzenia lub postacie z historii, nieodmiennie w otoczce sensacji, a niekiedy także bohaterstwa lub zbrodni. Nie jest to jedyny element HDR, w którym wykorzystuje się estetykę komiksu.

Swoistym elementem graficznym HDR są okładki w charakterystycznym, przykuwającym oko, komiksowym stylu. Saryusz-Wolska określiła tę estetykę jako rysunki z użyciem twardych konturów, wyrazistych gestów itp.⁴⁶. Jest to swego

⁴⁶ Por. M. Saryusz-Wolska, dz. cyt., s. 335.

rodzaju znak rozpoznawczy „Historii Do Rzeczy”, choć niektóre grafiki okładkowe są zdjęciami. Poza tym czasopismo charakteryzuje czarno-czerwono-biały motyw kolorystyczny, podział tekstów na trzy kolumny i liczba ilustracji na stronę wahająca się od jednej do trzech.

„**WSieci Historii**” posiada dwadzieścia dwa stałe działy, zazwyczaj dodatkowo wzbogacone co najmniej jednym epizodycznym. Ponieważ WSH ma bardzo wiele sekcji, w przypadku tego czasopisma zdecydowano się zgrupować je w pewne konkretne rodzaje: a) typowe dla segmentu; b) tworzone na podstawie materiałów instytucji publicznych; c) Polacy za granicą; d) działy charakterystyczne. Przy artykułach znajdują się zarówno nazwiska, jak i zdjęcia autorów. Do a) przynależą działy tematu miesiąca, felietony, „Wehikuł czasu” ze wzmiankami o wydarzeniach historycznych z miesiący publikacji danego numeru, „Zdarzyło się” i „Dawno temu”, w których znajdują się typowe artykuły na różnorodne tematy czy „Pełna kultura” stanowiąca swoisty kącik sztuki WSH, a także biograficzny dział „Dusza kontusza” poświęcony wyłącznie postaciom z historii Polski, szczególnie duchownym⁴⁷. Z kolei w b) znaleźć można publikacje stworzone na podstawie materiałów Archiwum Głównego Akt Dawnych, Archiwum Akt Nowych, Instytutu Dziedzictwa Myśli Narodowej, IPN, Muzeum Powstania Warszawskiego i Narodowego Archiwum Cyfrowego. Tak szerokie czerpanie z materiałów instytucji państwowych, zarówno tych o długoletniej tradycji, jak i stworzonych w ostatnich latach (IDMN), stanowi jasny sygnał o ukierunkowaniu linii programowej pisma na treści narodowe, czy też patriotyczne. W działach należących do c) możemy przeczytać o Polonii, ziemianach, którzy przykładowo musieli emigrować czy o wątkach wiążących USA z Polską. WSH posiada wiele wyróżniających się działów, przydzielonych tutaj do grupy d), w tym poświęcone kobietom „Władczyni” i „Diabeł nie mógł”, którego nazwa ma ambiwalentny wydźwięk, choć autorzy zdają się przyjmować pozytywną interpretację powiedzenia, które było jej inspiracją („gdzie diabeł nie może, tam babę pośle”). Do d) zaliczają się także działy o zdrowiu i uzbrojeniu czy turystyczny „Silva rerum” (pol.: „Las rzeczy”). Na każdy z nich przypada jeden tekst. Układ treści WSH jest podobny jak w HDR, jednak paleta barw jest znacznie bardziej różnorodna. Okładki z kolei są tworzone we współpracy z grupami rekonstrukcyjnymi – są to zdjęcia, inscenizacje wydarzeń, zjawisk lub odwzorowanie słynnych postaci historycznych.

„**Świat Wiedzy Historia**” nie jest podzielony na działy, a w spisie treści są wyróżnione jedynie tematy okładkowe oraz temat numeru, eksponowane na równi. Jest to czasopismo bogato ilustrowane. Dotyczy to zarówno spisu treści, jak i wnętrza numeru: niektóre artykuły składają się głównie z obrazów, np. zajmując dwie strony czasopisma, ok. 60 proc. powierzchni to sama grafika. To główna cecha charakterystyczna layoutu ŚWH. Wpisują się w to okładki, składające się z sześciu obrazów z podpisem, samych w sobie będących niekiedy kompilacją kilku grafik.

„**Warszawska Gazeta. Zakazana Historia**” porządkuje każdy artykuł w ramach własnego, pojedynczego działu. Rozróżnienie między stałymi a epizodycznymi jest jednak trudne: z jednej strony właśnie dlatego, że na potrzeby każdego tekstu wykorzystywany jest inny, z drugiej zaś, autorzy zdają się nie przykładąć wielkiej wagi do ciągłości, często zmieniając nazwy sekcji, które w domyśle poświęcone są tej samej tematyce. Zaledwie jednym przykładem jest, że „Z kart Polski Ludowej”

⁴⁷ W około połowie przypadków ramach analizowanego materiału badawczego.

w niektórych numerach widnieje jako „Z kart PRL”⁴⁸. Choć w WGZH są tematy miesiąca, to podobnie jak w przypadku zwykłych artykułów, czasopismo nie zachowuje ciągłości w sposobach ich wyróżniania. Nagłówki w czasopiśmie nie są opatrzone tzw. zajawkami.

Układ graficzny treści w „Zakazanej Historii” jest standardowy: tekst podzielony jest na trzy kolumny, a kolejne paragrafy oddzielone są podtytułami o tej samej wielkości czcionki, co tekst podstawowy. WGZH jest ilustrowana bardziej ubogo niż w dotychczas opisanych tytułach. Na jednej stronie pojawia się najwyżej jedna ilustracja, wiele pozostaje bez. Raczej nie występują też duże obrazy, obejmujące całą stronę lub więcej.

„**Historia Bez Cenzury**” posiada siedem stałych działów: a) Peryskop; b) Tematy z okładki; c) Polska i świat; d) Tajna historia gospodarki; e) Didaskalia; f) Anegdoty; g) Historia z Widgetem. Pojawiają się także działy, takie jak h) Recenzje, i) Felietony oraz j) Arsenał minionych wieków, jednak z racji na częste zmiany strukturalne, jakie HBC przeżywała w 2021 roku, nie można jednoznacznie określić, czy są one stałe, czy też epizodyczne. Dział a), analogicznie do NPH, jest typowym przeglądem różnych, krótko opisanych wydarzeń historycznych. Artykuły w sekcji d) mają opisywać nieznane procesy, zjawiska i wydarzenia ekonomiczne, które mają mieć wielki, choć szerzej nieznaną wpływ na świat. Dział e) jest poświęcony różnorodnej, często zaskakującej lub sensacyjnej tematyce. Z kolei g) jest poświęcony zabawnym jednopanelowym komiksom, będącym komentarzem do wydarzeń lub działań osobowości historycznych. Pozostałe nazwy działów wprost opisują tematykę znajdujących się w nich artykułów.

Layout HBC można określić jako prosty, jednak możliwość zrobienia tego jednoznacznie wymyka się, z przyczyny wspomnianych modyfikacji, jakie przeszedł tytuł. Czasopismo wyróżnia duża liczba ilustracji, sięgająca trzech grafik na stronę. Ciekawym elementem tytułu są odnośniki do materiałów na YouTube, konkretnie do znajdujących się na tej platformie kanałów autorów tekstów HBC. Okładki składają się z jednego, dużego obrazu – najczęściej ilustracji, która niekiedy jest przeróbką słynnego obrazu – oraz z jednego lub dwóch tematów obecnych w numerze z ilustracją. W spisie treści ilustrowane są tematy okładkowe. Każde wydanie na okładce jest wyraźnie oznaczone jako „NUMER PODWÓJNY”.

„**Historia Na Weekend**” nie posiada spisu treści podzielonego na działy; w swojej konstrukcji jest on podobny do przypadku „Świata Wiedzy Historia”. Tematy numeru i okładkowe są wyróżnione w dokładnie ten sam sposób, czyli tekstem w kolorze czerwonym. Istotnie jedyną różnicą między ich spisami treści jest czcionka oraz obecność stopki redakcyjnej w ŚWH. Ilustrowanie spisu treści oraz okładki HNW także przywołuje na myśl wspomniane czasopismo – dla zobrazowania tematów wykorzystuje się wiele pojedynczych grafik, których układ jest identyczny jak w historycznym wydawnictwie „Świata Wiedzy”. Różnice pojawiają się dopiero w zasadniczej treści. HNW posiada znacznie mniej ilustracji do tekstu niż ŚWH: zazwyczaj jedną na dwie strony. Są one też mniejsze w rozmiarze.

„**Historia Bez Tajemnic**” ma w swoim repertuarze stałe sekcje, w ramach których publikowane są – w ilości od 1 do 3 na każdą – artykuły związane z konkretną tematyką. Są to: a) Na gorąco; b) Na czasie; c) Gość z pomnika; d) Z pierwszej ręki;

⁴⁸ „Narodowy bohater” – wyróżniony w spisie wizualnie na tle innych działów – jako „Historia bohaterstwa”, a „Historia na stole”, w ramach której pisze się o kulinariach, jako „Historia od kuchni”.

e) Za kulisami; f) Spec ma głos; g) Nasze śledztwo; h) Jesteśmy za! lub Plac odbudowy; i) Podziemie kryminalne; j) Wolne tematy; k) À la carte; l) Pop historia; m) Brand story; n) Przeczytane, opisane. W sekcji a) znajdują się „[o]dkrycia, konferencje, publikacje, rocznice”. Natomiast sekcja b) to miejsce na opisy ważnych historycznie wydarzeń, które miały miejsce w miesiącu korespondującym z miesiącem wydania. Sekcje k), l) i m) to odpowiednio: „według karty”, czyli miejsce na historię jedzenia; „pop” jako muzyka popularna, a więc historia muzyki; artykuły historyczne oparte na dziejach jakieś marki. Sekcje oznaczone zbiorczo jako h) występują oddzielnie, jednak obie poświęcone są artykułom o restaurowanych budowlach. Nazwy pozostałych sekcji są intuicyjne i dobrze oddają, czasem za pomocą metafory, generalny motyw znajdujących się w nich artykułów. W analizie pominięto sekcję a) i n), ponieważ zawarte w nich publikacje nie są tytułowane w spisie treści, a poza tym treści te są z natury reaktywne.

„**Historia Ekspert**” nie ma spisu treści podzielonego na działy. Poza tym jednak, przypomina on ten w „Historii Bez Cenzury”, przy czym posiada zazwyczaj dwie lub trzy ilustracje więcej. Za ich pomocą wyróżnione są tematy okładkowe oraz temat numeru, ten ostatni poprzez pierwszeństwo wobec pozostałych artykułów, a te pierwsze poprzez opatrzenie ilustracjami, jednak od tej zasady zdarzają się wyjątki. Stałym elementem HE są felietony, zazwyczaj autorstwa Grzegorza Brauna⁴⁹, obecne w każdym numerze z badanego roku.

Artykuły w znacznej większości nie są ilustrowane na okładce. Znajdująca się na niej grafika jest obrazem odnoszącym się jedynie do tematu numeru, czasami składa się z więcej niż jednego zdjęcia lub ilustracji. Każdy numer opatrzony jest dopiskiem „NOWOŚĆ”. Teksty są podzielone na trzy kolumny, a na każdej stronie najczęściej znajduje się jedna ilustracja. Wyróżnione fragmenty są pisane czerwonym tekstem, co jest tożsame z innymi tytułami Instytutu Zarządzania Informacją: „Historią Bez Cenzury” i „Historią Na Weekend”.

Osobowości, historia narodowa i wojna – tematyka popularnych magazynów historycznych w 2021 roku

Przeanalizowawszy techniczne cechy każdego z badanych tytułów, skategoryzowano nagłówki z ich spisów treści. Chociaż pozwoliło to scharakteryzować ich profil tematyczny oraz wyróżnić cztery typy popularnych magazynów historycznych – o czym więcej w kolejnym podrozdziale – to dalsze badania są niezbędne w celu dokładniejszego poznania ich rynku w Polsce, o czym więcej w końcowych akapitach.

Dobór **okresów** był zorientowany na taki dobór cezur czasowych, który pozwoliłby na przypisanie do nich konkretnych wydarzeń bez konieczności doboru więcej niż dwóch opcji, chyba że było to uzasadnione. Przede wszystkim wybrane ramy czasowe, zwłaszcza po zakończeniu średniowiecza, miały za zadanie wydzieleć epoki, w których toczyły się procesy prowadzące w dłuższej perspektywie do tzw. „wielkich wydarzeń” historycznych czy też historycznej zmiany status quo. Stworzono jednak także kategorię okresu „wieloraki/przekrojowy” – obejmującą kilka sąsiadujących okresów – służącą umiejscowieniu w czasie wydarzeń mających

⁴⁹ JK, Jan Piński wydaje magazyn „Historia Ekspert”, felietonistą Grzegorz Braun, wirtualnemedial.pl [online:] <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/historia-ekspert-cena-opinie-aleksander-pinski-felietonista-grzegorz-braun> [dostęp: 05.04.2024].

miejsce na przestrzeni wielu wyodrębnionych epok. Z kolei dokładniejszy podział na okresy XX wieku wynika ze sporego zainteresowania, jakie prasa historyczna wobec niego przejawia.

Tabela 2. Charakterystyka materiału badawczego (liczba badanych nagłówków: n=1426)

Tytuł magazynu (Tytuł prasowy)	Liczba przebadanych numerów z rocznika 2021	Łączna liczba analizowanych artykułów (nagłówków)	Średnia liczba materiałów w numerze
Historia Do Rzeczy	12	279	23
wSieci Historii	6	257	43
Newsweek Polska. Historia	6	92	15
Warszawska Gazeta. Zakazana Historia	6	71	12
Historia Bez Cenzury	6	113	19
Historia Ekspert	4	33	8
Historia na Weekend	6	91	15
Historia Bez Tajemnic	3	56	19
Focus Historia	6	118	20
Świat Wiedzy Historia	6	83	14
Magazyn Historyczny „Mówią Wieki”	12	233	20
Razem	73	1426	19,5

Źródło: badania własne

Należy nadmienić, że statystyki prawdopodobnie wypadłyby jeszcze bardziej na korzyść okresów I oraz II wojny światowej, Dwudziestolecia Międzywojennego i Zimnej Wojny, gdyby wyodrębnić lata składające się w poszczególnych przypadkach na „wieloraki/przekrojowy”. Był on bowiem często najbardziej wyczerpujący dla życiorysów postaci, a także wydarzeń i zjawisk o długofalowych skutkach lub rozciągniętym w czasie oddziaływaniu. Świadczy to też o silnym zainteresowaniu historią najnowszą w prasie historycznej. Kolejne okresy, w których najczęściej miała miejsce akcja – lata 1763-1848, 1991-2021, i 500-1453 – pojawiały się dwu-, a nawet trzykrotnie rzadziej. Warto zwrócić jednak uwagę, że okres dedykowany historii współczesnej cieszył się dość wysokim zainteresowaniem. W tym fakcie dostrzec można wpływ najaktualniejszych wydarzeń na pojawiające się w niej treści.

Kategoria miejsca akcji, została opracowana w sposób europocentryczny, a Stary Kontynent jest najszczegółowiej podzielonym terytorium. Podobnie jak w przypadku okresów tam, gdzie było to uzasadnione, przypisywano więcej niż jedną kategorię. Do tej o nazwie „n/d” (nie dotyczy) dopasowywano treści, które dotyczą zasadniczo idei, ale nie konkretnego miejsca; poza tym, dotyczyła nagłówków korespondujących z artykułami, których akcja działa się w więcej niż trzech rejonach świata, a przypisanie im jednego miejsca byłoby kontrproduktywne.

Przewaga Polski (jako kraju wydawania tych tytułów prasowych) wśród miejsc akcji była co prawda znaczna, ale nie tak przytłaczająca, jak wśród niektórych artykułów okładkowych zagranicznych czasopism⁵⁰. Spora ilość miejsc niezdefiniowanych (n/d – 24,2 proc.) świadczyć może o powszechności dyskursu na temat idei, koncepcji, czy po prostu opinii w popularnych magazynach historycznych. Dane pozwalają też sądzić o powszechnym postrzeganiu ważnej roli całej Europy w dziejach Polski i świata.

Tematyka jest najbardziej rozległą kategorią, według której opisywano nagłówki. Nie stało się tak bez przyczyny; wiedza na jej temat pozwoliła najdokładniej określić sferę zainteresowania i szerzej: typ poszczególnych tytułów. Wyodrębniono czterdzieści odrębnych, podstawowych tematów (tabela 3, zob. ANEKS) i przypisywano spośród nich do pięciu na jeden nagłówek. W trakcie analizy stworzono *ad hoc* kilka dodatkowych kategorii, ich udział okazał się jednak na tyle znikomy, że nie uwzględniono ich w tabeli 3.

Badania wykazały, że sztuka, literatura i rozrywka okazała się popularna w dużej mierze przez zainteresowanie czasopism historycznych tekstami kultury opowiadającymi o historii, a zwłaszcza recenzowaniem ich. Jednak stawkę zdominowały tematyki „historia narodowa” i „osobowości”, co potwierdza, że polska prasa historyczna ma cechy wspólne z odpowiadającą jej zagraniczną, opisaną w publikacji pod redakcją Susanne Popp. Ze względu na ich powszechność w materiale badawczym, wyższa częstotliwość pojawiania się historii narodowej i osobowości historycznych nie była powodem do wyciągania wniosków o prawicowości każdego badanego tytułu. Natomiast w analizie każdego magazynu zwracano uwagę głównie na odstępstwa od reguły ich dominacji (przykładem takiej anomalii jest „Newsweek Polska. Historia”⁵¹).

Mniej zdywersyfikowane były zmienne ilustracyjności i tonu wypowiedzi. Odmienne kategoryzacje pierwszej z nich są dość dosłowne. Natomiast jeśli chodzi o ton wypowiedzi, to definiowano go w oparciu o skojarzenie emocjonalne, które dany nagłówek wywołuje u czytelnika względnie intuicyjnie. Przykładowo: kojarzący się ze złą stroną dziejów ludzkości „Archipelag zbrodni” otrzymał kategoryzację „Negatywny”. Tak samo kategoryzowano przypadki, w których autor nadawał nieprzychylny wydźwięk wydarzeniu, które w polskim kręgu kulturowym często rodzi asocjacje neutralne albo nie rodzi ich wcale, przykładowo: „Jak USA porzuciły Czag Kaj-szeka” – i vice versa dla pozytywnego nacechowania nagłówka.

Wyważenie podstawą. „Magazyn Historyczny »Mówią Wieki«” w 2021 roku

Najstarsze czasopismo historyczne na polskim rynku objawia się jako przede wszystkim skupione na historii Polski. Stosunkowo niewielki udział tematyki osobowości w „Mówią Wieki” jest jednym z dowodów na częstsze niż w innych tytułach opisywanie historii bardziej przekrojowo, z uwzględnieniem aspektów systemowych i kulturowych. Kolejnym świadectwem tegoż jest drugi najlepszy wynik tematu ekonomii i gospodarki. Jego częste występowanie było częściowo spowodowane serią artykułów opracowaną we współpracy z NBP, w ramach dodatku specjalnego „Ludzie i pieniądze”. Może to sprawiać pozory aberracji, jednak de fac-

⁵⁰ Por. T. Haydn, dz. cyt., s. 287; M. Vinterek, dz. cyt., s. 314.

⁵¹ Więcej na ten temat w przypisanym mu podrozdziale.

to jest to stały dodatek specjalny, który ukazuje się w „Mówią Wieki” regularnie i jest gwarantem dodatkowych dotacji publicznych⁵². Sam w sobie daje on świadectwo po pierwsze pogłębionego spojrzenia na historię, jakie charakteryzuje ten magazyn, a po drugie uwidacznia zależność od, czy raczej współpracę z organami publicznymi, co swoją drogą może wpływać na skupienie na Polsce. O dążeniu do popularyzowania przekrojowej wiedzy o historii świadczy także częstotliwość występowania tematu dyplomacji i polityki w systemach demokratycznych w połączeniu ze znacznie częstszym niż w innych przypadkach występowaniem okresów 1632-1763 r. oraz 1763-1848 r.⁵³, w których miało miejsce wiele przełomowych dla Rzeczypospolitej wydarzeń. W „Mówią Wieki” przeplatają się wojna z dyplomacją i innymi aspektami polityki, a ta z religią czy gospodarką, zaś wszystkie powyższe – przynajmniej częściowo – z wielkimi, dziejowymi wydarzeniami. W tym magazynie dominował też neutralny ton wypowiedzi (57 proc., największa wartość wśród badanych tytułów). To daje powody, by uważać, że jest to czasopismo przykładające małą wartość do sensacji, a większą do głębokiego i rzeczowego poznania badanych tematów.

„Focus Historia” w roku poprzedzającym zamknięcie

Spoglądając na statystyki tematyczne „Focus Historia” można odnieść wrażenie, że pycha – lub w tym przypadku duma narodowa – wcale nie kroczy przed upadkiem. Ten tytuł najrzadziej publikował artykuły, których miejscem akcji była Polska, a historia narodowa dzieli drugą lokatę wśród najpopularniejszych tematów *ex aequo* ze sztuką, literaturą i rozrywką. To zestawienie daje pewne pojęcie o priorytetach redakcyjnych „Focusa Historia”. Dodając do równania częste występowanie tematyki przestępstw, morderstw i egzekucji, kształtuje się obraz tego czasopisma jako w dużej mierze rozrywkowego, przynajmniej z jednej strony. Z drugiej widoczna jest całkiem wysoka popularność tematów związanych z życiem codziennym, techniką czy obecnymi badaniami naukowymi. „Focus Historia” jest też jednym z zaledwie trzech czasopism, które w 2021 r. publikowały artykuły o prehistorii. Okresy historyczne, których dotyczyły nagłówki – odliczając niedefiniowalne i przekrojowe – były rozłożone stosunkowo równomiernie, poza latami 1453-1632, których udział był największy wśród wszystkich badanych tytułów. Co ciekawe, ten magazyn jest zaraz za „Mówią Wieki” pod względem neutralności tonu wypowiedzi i ustępuje mu tylko jednym punktem procentowym. Nie ma też wielu ilustracji. Te czynniki każą uznać, że „Focus Historia” dążył do zagwarantowania odbiorcy pewnej dozy rozrywki, jednocześnie czyniąc ją przekrojowym, a nawet merytorycznym źródłem wiedzy.

„Newsweek Polska. Historia” 10 lat po otwarciu

Ten tytuł wyróżnia się niskim zainteresowaniem tematyką historii narodowej; to na tyle wyjątkowy przypadek, że nie znalazła się ona w pierwszej dwójce najpopularniejszych tematów. Pewnym wyjątkiem w materiale badawczym był jeden numer w pełni poświęcony rządowi nazistów, który zapewne podwyższył i tak dość

⁵² Źródło: badania własne.

⁵³ Udział odpowiednio 5,6% i 12% udziału dla pierwszego kodowanego okresu historycznego plus dodatkowe przypadki w drugim kodowanym okresie historycznym.

wysoką częstotliwość występowania tematyki systemów autokratycznych i prześladowań. Zauważalny jest też udział wojen i historii ostatnich stu lat, chociaż tutaj NPH wpisuje się w popularny trend. Łącząc poprzednie tematy z wysoką lokatą propagandy, można wysnuć wniosek o zainteresowaniu tytułu historią najnowszą oraz kwestiami rezonującymi w społeczeństwie i wciąż wywołującymi emocje. Te ostatnie podsycać mogą tematyka przestępstw oraz ilustracje i liczne zdjęcia z epoki, choć te sygnalizują też niezły poziom faktografii. Na korzyść postrzegania „Newsweeka Historia” jako czasopisma wyważonego działa względna popularność tematów kulturalnych.

Zbiorczo treści w tym tytule zdają się budować poczucie przynależności oparte na swego rodzaju wspólnocie krzywdy i krytyce totalitaryzmów, biorąc też pod uwagę przeważająco negatywny ton wypowiedzi, jaki charakteryzował analizowane nagłówki. Konsekwencją jest konotacja z jakąś tożsamością liberalną, stojącą w opozycji do totalitaryzmów. Świadczyć może o tym również najwyższa wśród wszystkich tytułów lokata tematyki osobowości: pojęcie jednostki jako wolnej i sprawczej jest w końcu elementem tej idei.

Rzeczpospolita, rzecz wojenna – „Historia Do Rzeczy” w 2021 roku

Zakres tematyczny magazynu składa się przede wszystkim z historii wojen. Lata 1939-1945 odpowiadają za ponad ¼ okresów, których dotyczą artykuły w „Historii Do Rzeczy”. W celu scharakteryzowania tego czasopisma, warto porównać je z poprzednim, „Newsweek Polska. Historia”, albowiem oba przejawiają podobne zainteresowanie tematykami osobowości, systemów autokratycznych oraz przemocy i często używają zdjęć z epoki.

Różnią się natomiast znacznie w występowaniu historii narodowej, która w HDR, w połączeniu z dużą popularnością tematyki wojennej świadczy o próbie budowania tożsamości w oparciu o wspólną walkę, a nie krzywdę. Być może najciekawsza zależność to wysoki udział Europy Wschodniej w stosunku do dużego zainteresowania okresem przed i po drugiej wojnie światowej. W toku badań dostrzeżono, że najczęściej artykuły dotyczące tych okresów miały bardzo sprecyzowane widełki czasowe: lata uzyskania niepodległości i walki o terytorium Polski (w tym z Bolszewikami), czyli ok. 1917-1921 oraz lata ugruntowania się w Polsce komunizmu i represji wobec żołnierzy AK, a więc ok. 1944-1956. Co więcej, duża część nagłówków ma negatywny wydźwięk. Tym samym HDR zdaje się podkreślać zagrożenie płynące ze Wschodu, tj. ówczesznie ze strony komunistów z ZSRR, co jest poniekąd zgodne z piśmudczykowską wizją polskiej myśli strategicznej. Ponadprzeciętny udział wielkich wydarzeń w połączeniu z pozostałymi czynnikami wydaje się być próbą wzmocnienia u czytelników poczucia przynależności narodowej. Magazyn wydaje się także próbować kultywować ją w oparciu o współczesne wzorce, z racji na niemały udział lat 1991-2021. Do tego osobowości opisywane w HDR to raczej wybitne jednostki, które budowały wspólnotę narodową, bohaterowie czy męczennicy za sprawę. W pewnym sensie, na „Historię Do Rzeczy” i „Newsweek Polska. Historia” można patrzeć jak na dwie strony jednej monety.

Przędzenie dziejów narodu – „wSieci Historii” w 2021 roku

Naród jest bezsprzecznie osią zainteresowania „wSieci Historii”, włączając w to liczne tworzące go czynniki. Przekrojowość tego tytułu jest bowiem zbliżona do „Mówią Wieki”. WSH nie popada przy tym w skrajność, zdaje się względnie neutralne i wykorzystuje najczęściej ilustracje z epoki. Jednakże, należy wziąć pod uwagę wysoką w porównaniu do reszty materiału badawczego częstotliwość występowania tematu osobowości. Spora ilość życiorysów „wielkich ludzi” skutkuje też w wysokim udzialem okresu przekrojowego. Pozostałe nie są szczególnie różnorodne i wpisują się w szersze trendy, takie jak skupienie na historii współczesnej. Spoglądając na całą metrykę tonu wypowiedzi oraz udział tematów, WSH podejmuje próbę kultywacji idei budowania narodu, objawiającej się dosyć dosłownie w popularności tematyki architektury, a już mniej *ad literam*: tematyki religii i różnych rodzajów polityki, które mogą wywołać poczucie przynależności u odbiorcy.

Sensacje 2021 roku – „Świat Wiedzy Historia”

Bardzo atrakcyjne prezentowanie treści to definiująca cecha ŚWH – aż ¼ nagłówków ma korespondujący obraz. Również to czasopismo wpisuje się w trend opisywania historii najnowszej oraz wojen światowych – choć całościowo okresy historyczne są umiarkowanie bardziej zróżnicowane niż w kilku poprzednich tytułach. Spod reguły wyłamuje się za to niewielki udział historii narodowej i stosunkowo rzadkie występowanie tematów związanych z osobistościami historycznymi, co sygnalizuje, że ten magazyn unika patosu. Łączy się z tym także zaskakujący entuzjazm wobec bardziej wnikliwych dziejoznawczo tematów (życie codzienne, badania). Jednak porównując go do podobnego w tym względzie, zamkniętego już „Focusa Historia”, unaocznia się kilka zasadniczych różnic. ŚWH jest znacznie gęściej ilustrowany, nie znajdziemy w nim też zbyt wiele treści o kulturze. Spoglądając zbiorczo na wszystkie dane, zwłaszcza na porównywalnie niską neutralność tonu wypowiedzi nagłówków można stwierdzić, że jest on po prostu bardziej rozrywkowy. Magazyn ten nie kładzie nacisku na niuanse – nadrzędnymi metodami przyciągania uwagi odbiorcy wydaje się być sensacja i intrygowanie.

Raczej dozwolona. „Warszawska Gazeta. Zakazana Historia” w 2021 roku

Z powodu ograniczenia zbiorów Biblioteki Jagiellońskiej, w których znajdują się jedynie numery 2, 3, 5, 6, 9 i 10 „Zakazanej Historii” z 2021 r., czyli połowa wszystkich, materiał badawczy dla tego tytułu był niepełny, ale dosyć miarodajny.

Ten magazyn historyczny nie odbiega zbyt wiele od motywów znanych HDR lub WSH. Potwierdza jednocześnie deklarowaną tożsamościową strategię redakcyjną tego czasopisma, skupiającą się na wartościach prawicowych. Na uwagę zasługuje zwłaszcza skupienie na religii, nietypowe dla innych tytułów zainteresowanie średniowieczem oraz najwyższa częstotliwość pozytywnego wydźwięku nagłówka. Swoim przekazem ZH zdaje się podkreślać głęboko zapuszczone korzenie rodzimej kultury, oferując przy tym pewien aspekt rozrywkowy (np. kulinaria).

Nuda na cenzurowanym – „Historia Bez Cenzury” w 2021 roku

Wydawnictwo Jana Pińskiego swój chronologicznie pierwszy magazyn historyczny orientuje wokół sensacji. Świadczy o tym duży udział tematyki związanej z przemocą. Do tego tytuł posiada drugi najwyższy odsetek negatywnego tonu wypowiedzi w nagłówkach (42 proc.) – *ex aequo* z kolejnym czasopismem Pińskiego, „Historia Na Weekend”. Jedyny aspekt, który działa na niekorzyść walorów rozrywkowych to mała liczba ilustracji. HBC zdaje się podejmować jednocześnie próbę wywołania poczucia przynależności dla przyciągnięcia czytelnika, co widać w doborze okresów. Jednak zważywszy na rozkład tematyki, to rozrywkę należy uznać za nadrzędny cel. Nawet udział wynalazczości i techniki jest związany z działem „Arsenał minionych wieków”, który traktuje o broni.

Zabijanie i zyski – „Historia Na Weekend” w 2021 roku

Jak wspomniano wyżej, „Historia Na Weekend” ma drugi największy wskaźnik negatywnego wydźwięku nagłówków. Ten fakt, wraz z dużą ilością ilustracji stworzonych przez redakcję i specyfiką tematyki, świadczy o sensacyjnym zacięciu tego tytułu. Okresy dominujące w HNW wpisują się w główne trendy, ale tematyka przeciwnie – tytuł zdaje się przykładać mniejszą wagę do pobudzania tożsamości narodowej, tym bardziej jeśli wziąć pod uwagę dosyć różnorodne miejsca akcji. Wyróżnik tego tytułu stanowi ponadprzeciętne skupienie na tematyce gospodarczej. Nie zmienia to rozrywkowego charakteru tego czasopisma – nagłówki związane z gospodarką często dotyczyły spisków lub intryg, ale można też odnotować je jako próbę nadania temu tytułowi pewnego niuansu.

Historia twórców, twórcy historii – „Historia Bez Tajemnic” w 2021 roku

Tytuł Skarpy Warszawskiej został otwarty w roku poddanemu analizie, z racji czego materiał badawczy jest mniej liczny od tego pozyskanego dla innych tytułów.

HBT nazwać można lokalnym europejskim popularnym magazynem historycznym, jeśli wziąć pod uwagę skupienie na naszym kraju i kontynencie. Znacznie łatwiej dostrzegalne i ważniejsze jest jednak bardziej kulturalne zorientowanie tego czasopisma, co wiąże się z działalnością jego wydawnictwa – podobnie jak rozkład okresów. HBT wyróżnia się na polskim rynku: poza powyższymi cechami pokrywa tematykę słabo zagospodarowaną w innych magazynach. Są to nie tylko kwestie obyczajowe, ale także dotyczące starożytności. Co więcej, chociaż bycie bogato ilustrowanym mogłoby świadczyć o rozrywkowym charakterze, to całościowo periodyk ten, ma najbardziej wyrównane proporcje udziałów każdego z tonów wypowiedzi („Historia Bez Tajemnic” posiada przy tym paradoksalnie najwięcej tajemnic w swoich nagłówkach – 21 proc. jest ambiwalentnych). W świetle posiadanych danych należy podkreślić rozrywkowe aspekty HBT równie mocno, jak jego ponadprzeciętne zainteresowanie problematyką kultury.

Powtórka z rozrywki. „Historia Ekspert” w 2021 roku

Trzeci magazyn historyczny Jana Pińskiego powstał w roku, który został wybrany do analizy punktowej i z tego względu materiał badawczy pobrany z tego „mie-

sięcnika” – a w praktyce kwartalnika, ponieważ ukazywał się on co trzy miesiące – jest dosyć okrojony.

„Historia Ekspert” przejawia cechy podobne do magazynów, które wykorzystują sensację by przyciągnąć czytelnika – zarówno w zakresie wydźwięku nagłówków, tematyki czy czasu akcji artykułów. Jednocześnie udział historii narodowej jest wyższy niż w innych tytułach Pińskiego, co pozwala to sądzić, że HE jest ukierunkowana również na wzbudzenie u odbiorcy poczucia przynależności. Ta strategia ponownie jednak ulega bazowaniu na przyciągnięciu czytelnika rozrywką, a same treści charakteryzuje pewien stopień powtarzalności.

Jeden rynek, cztery historie. Typy popularnych magazynów historycznych

Większość z analizowanych czasopism, w tym bodaj najbardziej widoczne na rynku, znalazły się w obrębie typu tożsamościowego lub rozrywkowego, a jedynie mniejszość w pozostałych. Pozostałe typy, quasi-akademicki i kulturalny, są swego rodzaju odstępstwem od reguły. Jednocześnie udowadniają, że komunikacja w ramach popularnej prasy historycznej może być prowadzona inaczej niż przez wywołanie poczucia przynależności lub zwrócenia uwagi sensacyjnością.

Typy magazynów wyróżniono tak, aby w przyszłości można było dopasować do nich nowe, a więc starając się uniknąć reflektowania specyficznych cech poszczególnych tytułów na pozostałe. Wśród typologizowanych jednakowo czasopism widoczne jest zróżnicowanie, ale podstawa prowadzonej komunikacji jest w znacznej mierze tożsama. Z racji na bardzo ograniczony materiał badawczy, a w konsekwencji niemiernodajne dane na temat zmiennych, podjęto decyzję by nie przydzielać typu magazynowi „Historia Ekspert”.

Typ quasi-akademicki

Ten typ obejmuje dwa chronologicznie pierwsze popularne magazyny historyczne: „Focus Historia” i „Magazyn Historyczny »Mówią Wieki«”. Co dosyć wymowne, jeden z nich nie istnieje, a drugi korzystał z dofinansowania od Ministerstwa Kultury. Ukazujący się już tylko w Internecie „Focus Historia” był bliski przypisaniu do trzeciego z wymienianych w tym podrozdziale subsegmentów; stwierdzono jednak, że przejawia on przeważającą ilość cech, które są najważniejsze dla quasi-akademickiej prasy historycznej.

Są one następujące: a) wysoka neutralność wypowiedzi, b) stosunkowo niski udział tematyki związanej z przemocą (przestępstwa, wojny), a wyższym związaną z działalnością naukową, twórczą lub pogłębiającą, c) większe zróżnicowanie geograficzne oraz okresowe w porównaniu do innych subsegmentów oraz d) mała liczba ilustracji (w spisie treści i na okładce). Dodać można, że dla tego typu piszą historycy czy autorzy książek, co jednak nie musi być regułą.

Odbiorca quasi-akademickich magazynów historycznych jawi się jako zainteresowany ich dziedziną w momencie kupna, nie zaś „zwabiony” w jakiś sposób do tegoż działania. Jeśli ten typ emanuje czymkolwiek to jest to rzeczowość, skupienie na historii jako nauce – co wydaje się pozytywnie, ale z drugiej strony może być uznane za nudne, a innymi słowy: nieopłacalne z perspektywy rynkowej.

Typ tożsamościowy

Do tego typu zaliczają się „Historia Do Rzeczy”, „wSieci Historii”, „Gazeta Warszawska. Zakazana Historia” oraz „Newsweek Polska. Historia”. Wszystkie te tytuły łączy rok 2013, w którym większość została otwarta, poza NPH, który za to stał się wtedy miesięcznikiem. Dominują wśród nich poglądy prawicowo-konserwatywne, zarówno w liczbie czasopism, jak i sprzedaży⁵⁴ (w tym typie znajdują się nieliczne wyjątki poddające się badaniom PBC).

Czasopisma tego typu mają cztery zasadnicze cechy: a) strategię wywoływania u czytelnika poczucia przynależności, b) ważna rola funkcji socjalizacyjnej i integracyjnej, c) silne powiązanie, również w zakresie autorstwa artykułów, z odpowiadającymi im tygodnikami opinii i d) zainteresowane historią narodową lub wojen i przemocy, w przeważającej większości z ostatniego wieku. Można też wysnuć wniosek o docelowym odbiorcy: jest nim Polak, patriota (w przypadku „Newsweeka Historia” raczej: Europejczyk), zaangażowany politycznie.

Ale nawet w obozie konserwatywno-narodowym istnieją podziały. Natrafia się na nie w obrębie niemal wszystkich dominujących w tym typie tematów: ZH jest wyjątkowo nasycona religią, czym odznacza się także WSH, ale ten tytuł jest bardziej „ukulturalniony”. Do tego znacznie rzadziej pisze o wojnach, co, obok wydźwięku nagłówków i rodzaju ilustracji, odróżnia go także od HDR. Jednakże o wiele ważniejszą różnicą jest występowanie pewnych szczegółowych różnic ideologicznych: podczas gdy HDR zdaje się postrzegać Wschód (Rosję, ZSRR) jako zagrożenie, to w WSH znajdziemy osobny dział poświęcony Instytutowi Dziedzictwa Myśli Narodowej, na łamach którego często goszczą idee Romana Dmowskiego, których ważnym elementem był przecież sojusz z Rosją przeciw potędze Niemiec. Natomiast od „Zakazanej” tytuł Orlego Pióra różni pozytywniejszy wydźwięk nagłówków, co świadczyć może o większym skupieniu na bohaterstwie i dumie narodowej niż na martyrologii i zagrożeniu.

Typ czasopism tożsamościowych jest wewnętrznie mocno podzielony, ale nie wydaje się to wymuszać dalszej subsegmentacji. Taka konkurencja wydaje się nawet całkiem typowa dla środowiska, w którym różne ośrodki polityczno-kulturowe próbują przebić się ze swoją wersją jakiejś tożsamości – nawet jeśli panuje między nimi zgoda co do wartości nadrzędnych. Paradoksalnie, jest to zjawisko dobrze znane z historii.

Typ rozrywkowy

Do tego typu przydzielone zostały „Świat Wiedzy Historia”, „Historia Bez Cenzury” i „Historia Na Weekend”. Rozrywkowe magazyny historyczne sukcesywnie otwierały się przez kolejne lata. To jedyny subsegment zdominowany w liczbie tytułów przez jedno wydawnictwo – Instytut Zarządzania Informacją Jana Pińskiego.

Cechami spajającymi rozrywkowe czasopisma historyczne są a) negatywność większej części przekazu, b) nasycenie tematyką związaną z przemocą i „wielką hi-

⁵⁴ 23 627 sprzedanych numerów na kwartał dla NPH i 18 124 dla WSH za I-III 2023 r. wg audytu PBC. Zakładając, że HDR sprzedaje min. 6 tys. egzemplarzy na kwartał (co wysoce prawdopodobne patrząc na wyniki tygodników „Do Rzeczy” i „Sieci”; por. Polskie Badania Czytelnictwa, Sieci, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badany-tytul/sieci/> [dostęp: 20.08.2024]; Polskie Badania Czytelnictwa, Tygodnik Do Rzeczy, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badany-tytul/tygodnik-do-rzeczy/> [dostęp: 20.08.2024]), to NPH przegrywa w sprzedaży.

storią”, c) charakterystyczne ilustrowanie – bardzo bogate lub z użyciem obrazków specjalnie stworzonych przez redakcję⁵⁵ oraz d) zainteresowanie historią najnowszą i próba wywołania za jej pomocą emocji u czytelnika. To wszystko prowadzi to do faktu, iż e) dominująca jest funkcja rozrywkowa. Niedeterministyczną cechą jest bogate ilustrowanie treści zasadniczej, poprzez spore rozmiary obrazów lub ich zagęszczenie.

Dodatkowo, można wymienić pewną właściwość wymagającą dalszego zbadania: rozrywkowy typ popularnych magazynów historycznych wydaje się być podzielony tak, że każdy z przynależących do niego tytułów wydaje się mieć jakiś *twist* – nie można powiedzieć, że pełnoprawny profil – który nieco odróżnia ukazujące się w nim treści na tle innych. Domniemanym odbiorcą magazynów historycznych typu rozrywkowego jest człowiek umiarkowanie zainteresowany historią, szukający lektury dla zabicia czasu.

Typ kulturalny

Ten typ wyodrębniono zasadniczo na potrzeby jednego czasopisma historycznego, który w wykazywał cechy zbyt wyjątkowe, by przypisać go do któregoś z powyższych subsegmentów – „Historia Bez Tajemnic”.

Aby określić popularny magazyn historyczny jako kulturalny niezbędne są: a) ponadprzeciętny udział tematyki związanej z kulturą, a mniejszy – z „wielką historią”, b) zainteresowanie okresami poza historią najnowszą, do czasów starożytnych, i c) różnorodność wydźwięku nagłówków.

Ciekawym zagadnieniem, które może pojawiać się w treściach w tym subsegmencie jest dziedzictwo kulturowe – mowa o naszym kręgu cywilizacyjnym, ale także o innych regionach świata. Niewykluczone, że w szerszym przekroju prasy historycznej, np. w wydaniu lokalnym, kulturalne zacięcie występuje częściej. Tak czy inaczej najistotniejsza jest funkcja promocji kultury, choć rozrywka jest nadal obecna. Domniemany odbiorca kulturalnego typu popularnych magazynów historycznych ma nieco bardziej wysublimowany gust. Interesuje się historią nie tylko w kontekście wielkich wydarzeń, lecz w przeważającym stopniu jej konstruktywnych, kreatywnych czy obyczajowych aspektów.

Zakończenie i obiecujące kierunki dalszych badań

Prasa jako stare medium, może przejawiać cechy komunikowania odgórnego i tym samym wywierać większy wpływ na odbiorców, zwłaszcza na ich integrację jako społeczność czytelników, a w przypadku tożsamościowych magazynów historycznych wyznaczać pewne wartości. Wyróżniwszy cztery powyższe typy, ewidentnym jest, że niektóre z tytułów aspirują do kształtowania poglądów swoich odbiorców – pojawia się jednak pytanie: do jakiego stopnia? Niniejsze badanie, które w dużej mierze opierało się na skatalogowaniu poszczególnych popularnych magazynów historycznych, nie zgłębiło niektórych z podobnych, frapujących zagadnień, które warte są jednak dokładniejszego zbadania.

Widać na przykład pewne podobieństwa ogólne między zagranicznym a krajowym rynkiem prasy historycznej, ale w szczegółach pojawiają się już różnice.

⁵⁵ Jest to świetny przykład próby wykreowania pewnej (sensacyjnej) narracji, w kontraście chociażby do magazynów tożsamościowych, które nie tworzą jej, tylko opierają na istniejących źródłach autoidentyfikacji jednostki, dlatego też używają znacznie więcej zdjęć z epoki.

Sprawdzenie jak europejskie trendy korespondują z polskimi może nadać całemu tematowi wartościową perspektywę i otworzyć drogę do międzyuczelnianych badań, przykładowo w zakresie rozprzestrzeniania historycystycznego postrzegania świata wśród swoich odbiorców⁵⁶. Należy od razu zauważyć, że sposób traktowania wiedzy historycznej sprawia, że proces jej zdobywania jest często ignorowany, zaś czasopisma, które próbują nadać tematowi pewien niuans nie dają rady samodzielnie utrzymać się na rynku (typ quasi-akademicki). W prasie historycznej rozwija się niekiedy wybujała narracja oraz personalizacja historii. Ułatwia to wykorzystywanie tropu tzw. wielkich ludzi.

Zbiorną właściwością popularnych magazynów historycznych jest kreowanie historii i kultury⁵⁷. To dyskurs kulturowy właśnie często zastępuje naukowy. Wpływa na to plastyczność w prezentowaniu historii i wykorzystywanie znanych postaci w atmosferze traktowania wiedzy historycznej jako ugruntowanej, niezmiennej. Tę właściwość można odwołać do wspomnianej wcześniej koncepcji Gianniego Vattimo⁵⁸ – jeżeli historia w postmodernizmie ma sprowadzać się do chronologii, to staje się zawsze przedmiotem jakiejś metanarracji i podlega jej prawom.

Prasa historyczna korzysta z obecności dyskursów na temat wielu historycznych wydarzeń i konfliktów w kulturze popularnej i polityce. Kapitał, który na tym zbija – w jednych przypadkach z premedytacją, w innych nie – nie musi być jedynie materialny. Kapitał wizerunkowy, uzyskiwany dzięki popularyzacji pewnej interpretacji najnowszych wydarzeń może być równie ważny jak uzyskanie lepszej sprzedaży, służąc zbudowaniu, utrzymaniu lub przyciągnięciu pewnego grona odbiorców i rozpowszechnieniu wśród nich konkretnych poglądów. Tym bardziej, że kilka z analizowanych tytułów jest związanych ze stronnictwami politycznymi tygodnikami opinii. Wychodząc od powyższego, ciekawym zagadnieniem badawczym byłoby jak dużą rolę prasa historyczna odgrywa w kreowaniu i poglądów politycznych.

Warto jeszcze rozważyć powody pomijania procesu badawczego w komunikowaniu o historii. Niespecjalnie odkrywczym jest założenie, iż jest on na ogół mniej sensacyjny i pociągający, a do tego często wykracza poza kompetencje odbiorcy o niskim kapitale kulturowym, ergo: trudniej go sprzedać (przywołać można przykład „Focusa”), nawet pomimo istnienia badań na tematy bliskie i znaczące dla odbiorców, jak II wojna światowa, żołnierze wyklęci czy PRL. Powyższe muszą w końcu być przedstawione w taki sposób, aby zapewnić popularność i sukces rynkowy. Prasa historyczna mogłaby w tym ujęciu spełniać nawet rolę swego rodzaju forum dyskusji bieżących tematów w dyskursie medialnym na tle historii, nie zaś sfery eksploracji wiedzy na temat dziejów i jej źródeł. Ta interpretacja jest niemal na pewno błędna, ale sprawdzenie jak bliski takiej funkcji jest ten segment czasopism mogłoby przynieść wiele ciekawych obserwacji o konkretnych tytułach.

⁵⁶ S. Popp, dz. cyt., s. 55-69.

⁵⁷ Tę rolę prasa zdaje się przejmować od historyków ubiegłych wieków. Jednym z najwcześniejszych tego przykładów są, w mniemaniu autora, odpowiednio homerycka *Iliada* i *Roczniki* Publiusza Korneliusza Tacyta. Pierwsza epopeja stała się niezwykle istotnym elementem kultury starożytnych Greków i jest też świetnym przykładem tego, jak rozrzedzenie prawdy historycznej – być może poprzez rozpowszechnienie samo w sobie – zamienia ją w mit, zawoalowaną legendę. Druga pokazuje, jak nowoczesna historia państwa o rozwiniętej biurokracji, jakim było w czasach Tacyta Imperium Rzymskie, staje się argumentem w dyskursie politycznym – przykładowo, gdy Tacyt agituje za mniejszą ilością praw jako „mniej zepsutym” rozwiązaniem prawodawczym, argumentując na podstawie dziejów schyłkowej Republiki, por. P. K. Tacyt, *Roczniki*, tłum. W. Okęcki, Warszawa 2021, s. 112-114.

⁵⁸ G. Vattimo, *The End...*, dz. cyt.

Wydaje się, że mimo wszystko spłycone i tendencyjne komunikowanie na temat historii nie jest wszechobecne. Popularne magazyny historyczne typu quasi-akademickiego, czy także kulturalnego, mogą i nierzadko prezentują na swoich łamach niuans, mnogość czynników kształtujących historię albo niepewność źródeł. Takie podejście reprezentować mogą nawet magazyny historyczne z subsegmentów tożsamościowych oraz rozrywkowych. Warto też wymienić pewną powiązaną cechę ambiwalentną: na łamach prasy historycznej często popularyzowane jest to, co już popularne. Z jednej strony zdaje się to podbudowywać wspólnotę, przepracowywać traumy pamięci zbiorowej czy lepiej zrozumieć ważne wydarzenia, z drugiej jednak – może to spłycać postrzeganie historii.

Bibliografia

Bourdieu P., Passeron J., *Reprodukcja*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Burda Media Polska, *Burda w Polsce*, burdamedia.pl, [online:] <https://www.burdamedia.pl/burda-w-polsce> [dostęp: 31.03.2024].

Commercialised History: Popular History Magazines in Europe, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Peter Lang GmbH, Frankfurt nad Menem 2015.

Dawidowicz-Chymkowska O., *Ruch Wydawniczy w Liczbach 2019 P, Ruch Wydawniczy w Liczbach 2020 P, Ruch Wydawniczy w Liczbach 2021 P*, bn.org.pl, [online:] <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach> [dostęp: 8.02.2024]

Dąbrowska-Cendrowska O., *Zmieniająca się rzeczywistość polskiej prasy kobiecej (1989-2019)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kielce 2020.

Empik, *Prasa popularnonaukowa*, empik.com, [online:] <https://www.empik.com/prasa/popularnonaukowa> [dostęp: 11.02.2024]

ExplorUJ, *Newsweek Polska. Historia*, katalogi.uj.edu.pl, [online:] https://katalogi.uj.edu.pl/discovery/fulldisplay?docid=alma991015400809705067&context=L&vid=48OMNIS_UJA:uja&lang=pl&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,newsweek%20historia&offset=0 [dostęp: 24.06.2024].

Filas R., *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010-2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2020.

Fratia Grupa Medialna, *Portfolio / wSieci Historii*, fratria.pl, [online:] <https://www.fratia.pl/portfolio/wsieci-historii-pproject-69.html> [dostęp: 02.04.2024].

FreeDomMedia Sp. z o.o., Strona główna, pl1vod.com, [online:] <https://pl1vod.com/> [dostęp: 03.04.2024].

FreeDomMedia Sp. z o.o., *Zakazana Historia*, pl1vod.com, [online:] <https://pl1vod.com/zakazana-historia/> [dostęp: 03.04.2024].

Haydn T., *History magazines in the UK*, [w:] *Commercialised History: Popular History Magazines in Europe*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Peter Lang GmbH, Frankfurt nad Menem 2015.

Historia Bez Tajemnic, Strona główna, historiabeztajemnic.pl, [online:] <https://www.historiabeztajemnic.pl/> [dostęp: 05.04.2024].

JK, *Jan Piński wydaje magazyn „Historia Ekspert”, felietonistą Grzegorz Braun*, wirtualnemedial.pl [online:] <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/historia-ekspert-cena-opinie-aleksander-pinski-felietonista-grzegorz-braun> [dostęp: 05.04.2024].

JK, *Relaunch miesięcznika „Focus Historia”. „Skupiamy się na faktach, nie emocjach”*, wirtualnemedial.pl, [online:] <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/focus-historia-w-nowej-wersji-skupiamy-sie-na-faktach-nie-emocjach> [23.12.2023].

JSX, „Historia bez Tajemnic” nowym dwumiesięcznikiem na rynku, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artukul/historia-bez-tajemnic-dwumiesiecznik-artur-gorski> [dostęp: 05.04.2024].

Magazyn / Magazyn ilustrowany [w:] *Leksykon terminów medialnych M-Z Tom 2*, red. Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K., Płaneta P., Toruń 2024, s. 8.

Mielczarek T., *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*, Universitas, Kraków 2018.

Mówią Wieki, Oficyna wydawnicza, mowiawieki.pl, [online:] <https://www.mowiawieki.pl/index.php?page=page&id=19> [dostęp: 31.03.2024].

Ośrodek Karta Wydawnictwo, Katalog „Karty”, księgarnia.karta.org.pl, [online:] <https://księgarnia.karta.org.pl/kategoria-produktu/kwartalniki/> [dostęp: 21.06.2024]

P. K. Tacyt, *Roczniki*, tłum. W. Okęcki, Warszawa 2021, s. 112-114.

Pallus P., „W Sieci” i „Do Rzeczy” stawiają na historię. Dwa nowe miesięczniki?, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artukul/w-sieci-i-do-rzeczy-stawiaja-na-historie-dwa-nowe-miesieczniki> [dostęp: 02.04.2024].

Pisarek W., *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*, RSW Prasa-Książka-Ruch, Kraków 1967.

Polskie Badania Czytelnictwa, *Newsweek Polska Historia*, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badany-tytul/newsweek-polska-historia/> [dostęp: 24.06.2024].

Polskie Badania Czytelnictwa, *Sieci*, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badany-tytul/sieci/> [dostęp: 20.08.2024].

Polskie Badania Czytelnictwa, *Tygodnik Do Rzeczy*, pbc.pl, [online:] <https://www.pbc.pl/badany-tytul/tygodnik-do-rzeczy/> [dostęp: 20.08.2024]

Popp S., *Popular history magazines between transmission of knowledge and entertainment – some theoretical remarks*, [w:] *Commercialised History: Popular History Magazines in Europe*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Peter Lang GmbH, Frankfurt nad Menem 2015.

Popper K., *Spółeczeństwo otwarte i jego wrogowie, T. 2, Wysoka fala prorocत्व: Hegel, Marks i następstwa*, tłum. W. Jedlicki, H. Krahelska, Warszawa 2010, s. 272-293.

PP, *Burda formalnie właścicielem G+J Polska. Szykuje się połączenie struktur*, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artukul/burda-formalnie-wlascicielem-g-j-polska-szykuje-sie-polaczenie-struktur> [dostęp: 31.03.2024].

PP, *Coraz więcej magazynów historycznych. Bauer testuje „Świat Wiedzy Historia”*, wirtualnedia.pl, [online:] <https://www.wirtualnedia.pl/artukul/coraz-wiecej-magazynow-historycznych-bauer-testuje-swiat-wiedzy-historia> [dostęp: 03.04.2024].

Prasa hobbistyczna (hobbistyczna) [w:] *Leksykon terminów medialnych M-Z Tom 2*, red. Wolny-Zmorzyński K., Doktorowicz K., Płaneta P., Toruń 2024, s. 218.

Ringier Axel Springer, Marki / Newsweek, ringieraxelspringer.pl, [online:] <https://ringieraxelspringer.pl/marka/newsweek.html> [dostęp: 02.04.2024].

Ringier Axel Springer, O nas, ringieraxelspringer.pl, [online:] <https://ringieraxelspringer.pl/o-nas.html> [dostęp: 02.04.2024].

Saryusz-Wolska M., *Publiczne konstruowanie historii. Przyszłość w prawicowej ikonografii*, journals.openedition.org, [online:] <http://journals.openedition.org/td/1709> [dostęp: 20.06.2024].

Skawiński J., *Cud nad Wisłą, czyli kto i dlaczego czyta polskie magazyny historyczne*, [w:] *Historia w przestrzeni publicznej*, red. J. Wojdon, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2018, s. 376-381.

Słownik Języka Polskiego PWN, Nauka, sjp.pwn.pl, [online:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/nauka.html> [dostęp: 14.02.2024].

Ślawska M., *Tytuł – najmniejszy tekst prasowy*, „Rocznik Prasoznawczy”, rok II, s. 118-126.

Techmańska B., *Popularne dodatki historyczne do polskich tygodników społeczno-politycznych*, [w:] *Historia w przestrzeni publicznej*, red. J. Wojdon, Wydawnictwo Naukowe PWN, Wrocław 2018, s. 376-381.

Thorp R., *Popular history magazines and history education*, „Historical Encounters: A Journal of Historical Consciousness, Historical Cultures, and History Education” 2015, s. 102–112

Vattimo G., *The End of (Hi)story*, „Chicago Review 35” 1987.

Vinterek M., *The use of powerful men, naked women and war to sell*, [w:] *Commercialised History: Popular History Magazines in Europe*, red. S. Popp, J. Schumann, M. Hannig, Peter Lang GmbH, Frankfurt nad Menem 2015.

Streszczenie

Czasopisma historyczne miały się stosunkowo dobrze w trakcie generalnego kryzysu prasy w Polsce, a jednocześnie nigdy nie zostały dokładnie zbadane i scharakteryzowane. Wyodrębniono z prasy historycznej grupę popularnych magazynów historycznych. Następnie wykonana została analiza struktur własnościowych, sposobów i kanałów komunikacji, a także samej treści poprzez analizę punktową nagłówków w 11 wybranych tytułach w roku 2021. Wyłoniono cztery typy prasy historycznej: quasi-akademicki, tożsamościowy, rozrywkowy i kulturalny.

Słowa klucze: Historia, prasa, magazyn, rozrywka, tożsamość

Abstract

Historical magazines were doing relatively well during the general crisis of the press in Poland, and at the same time they were never thoroughly researched and characterized. A group of popular historical magazines was extracted from the historical press. Then an analysis was made of ownership structures, modes and channels of communication, as well as the content itself through a point analysis of headlines in 11 selected titles in 2021. Four types of historical press emerged: quasi-academic, identity, entertainment and cultural.

Keywords: History, press, magazine, entertainment, identity

ANEKS

Tabela 3. Zbiorcze opisanie najważniejszych zmiennych

	HDR	WSH	NPH	ZH	HBC	HE	HNW	HBT	FH	SWH	MW	Razem
OKRES HISTORYCZNY												
przed 3500 r. p.n.e.	--	--	--	--	--	--	1	--	3	4	--	0,5
3500-750 r. p.n.e.	--	--	--	--	--	--	1	--	1	4	--	0,4
750 r. p.n.e.-500 r. n.e.	1	--	2	1	2	--	--	5	3	4	3	1,7
500-1453 r.	3	2	4	11	9	6	1	5	7	5	8	5
1453-1632 r.	2	4	9	3	7	3	4	2	9	2	5	4,5
1632-1763 r.	1	4	5	3	4	3	5	2	5	2	7	3,9
1763-1848 r.	4	4	2	1	7	9	7	--	5	4	14	5,8
1848-1914 r.	3	3	9	3	5	15	10	--	3	4	5	4,4
1914-1939 r.	13	9	23	4	15	15	19	4	6	8	15	12,2
1939-1945 r.	28	12	23	21	15	3	23	9	8	13	8	16,1
1945-1991 r.	15	15	17	13	19	21	20	14	6	19	4	13,4
1991-2021 r.	9	4	4	3	1	--	5	14	5	11	3	5,5
wieloraki/przekrojowy	22	28	17	21	16	21	14	21	13	19	18	20,1
n/d	12	23	7	25	12	6	5	30	38	13	18	17,7
MIEJSCE WYDARZEŃ												
Polska	48	59	37	39	43	27	32	46	27	34	52	45
Europa Wschodnia	16	4	7	4	8	12	16	4	4	5	8	8,6
Europa Zachodnia	13	12	46	20	27	21	18	4	10	14	18	17,3
Europa Południowa	1	2	13	8	5	--	4	9	4	5	9	5
Europa Północna	3	--	1	1	2	--	1	--	--	--	--	1
Bliski Wschód	1	1	2	3	2	12	3	--	4	4	1	2,1
Daleki Wschód												
(Azja bez Bliskiego Wschodu)	6	2	2	1	2	12	7	--	7	7	1	3,7
Ameryka Łacińska	--	1	2	4	1	6	2	--	2	1	4	1,8
USA i Kanada	5	2	9	4	12	21	9	2	2	4	2	4,6
Afryka	4	1	--	1	1	3	7	--	1	--	3	2,2
Australia i Oceania	--	--	--	--	--	--	--	--	2	--	--	0,1
Antarktyda i obszary polarne	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
n/d	18	27	8	39	16	12	14	41	46	36	21	24,2
Morza i Oceany	3	--	--	1	--	--	2	--	3	4	2	1,5
Kosmos	--	--	--	--	1	--	--	--	--	1	--	0,3

	HDR	WSH	NPH	ZH	HBC	HE	HNW	HBT	FH	ŚWH	MW	Razem
TEMAT												
Wojna globalna	20	5	12	20	13	3	19	2	5	14	5	11,1
Wojna domowa	3	1	1	--	2	--	1	--	3	2	1	1,6
Wojna totalna/podbój	1	1	3	--	1	--	1	--	1	4	1	1,3
Wojna konwencjonalna	14	9	8	6	12	12	7	2	7	10	14	10,2
Wojna niekonwencjonalna lub na wyczerpanie	--	--	--	--	--	3	1	--	--	1	1	0,4
Wojna partyzancka	8	6	2	6	4	--	9	4	2	2	5	5
Wojna hybrydowa	3	2	1	4	5	6	7	2	--	5	1	2,7
Polityka dyplomacja	9	8	5	6	11	12	11	--	1	5	16	8,7
Polityka propaganda	4	2	10	1	4	3	--	2	2	2	3	2,9
Polityka systemy demokratyczne	3	7	12	4	7	6	9	--	3	5	14	6,9
Polityka systemy autokratyczne	12	6	29	7	12	9	8	13	9	11	7	10,4
Przestępstwa, morderstwa/egzekucje	8	3	15	17	13	21	13	14	16	11	3	9,4
Zbrodnie/czystki	9	4	9	3	6	12	4	4	1	4	3	5
Katastrofy	1	--	--	4	1	--	1	--	--	--	--	0,6
Wielkie wydarzenia/kryzysy	8	6	9	7	12	--	5	--	3	25	9	8,1
Choroby/osobliwości	1	3	2	4	2	3	1	4	3	2	1	2
Dynastie/rodziny panujące	3	5	9	4	10	3	3	4	6	6	5	5
Religie/kulty pogańskie	1	7	2	14	8	9	4	4	8	10	7	6
Legendy i mity	--	--	1	1	1	--	1	--	1	--	3	0,8
Plemiona/kultury/ludy	3	--	2	3	7	12	7	--	5	4	6	3,8
Historia alternatywna/niespełniona	3	--	3	--	2	9	--	--	6	2	--	1,7
Osobowości	43	38	45	41	35	42	36	32	33	28	25	36
Życie codzienne	3	1	11	3	4	9	5	--	8	13	5	4,7
Historia narodowa	39	54	28	44	37	39	30	32	19	30	50	40
Migracje	1	3	--	--	2	3	1	--	1	2	3	1,8
Seks	2	--	4	1	2	6	2	13	1	4	1	2,1
Ekonomia/gospodarka	1	4	8	3	8	12	16	2	3	5	13	6,5
Odkrycia/ekspedycje	--	--	1	1	3	3	2	--	2	1	2	1,3
Technika/wynalazczość	8	5	2	6	9	6	7	--	8	6	3	5,4
Nauka/astronomia	3	5	2	--	3	--	7	4	2	2	4	3,2
Budynki/architektura	1	7	9	1	2	--	4	7	--	7	5	4,1
Sztuka/literatura/rozrywka	13	11	17	10	8	3	4	25	19	7	15	12,5
Kuchnia	--	2	1	10	3	--	2	5	1	2	3	2,2
Sport	--	2	7	1	--	--	--	2	--	2	--	1,1

	HDR	WSH	NPH	ZH	HBC	HE	HNW	HBT	FH	SWH	MW	Razem
Historia epoki	--	--	1	4	--	--	1	--	--	1	1	0,6
Turystyka	--	3	2	1	--	--	1	4	--	--	1	1,1
Obecne badania	--	2	2	--	--	--	--	7	7	13	1	2,2
Ideologia	6	3	5	--	--	12	4	4	2	5	--	3,2
Prześladowania	9	6	14	1	5	--	4	5	2	1	2	5,3
Opozycja	--	1	4	--	1	--	1	2	--	--	--	0,8
ILUSTRACYJNOŚĆ												
Brak ilustracji	66	55	63	83	80	67	62	63	85	24	95	69,1
Zdjęcie	9	16	8	1	3	9	5	21	4	20	1	8,6
Ilustracja	5	7	3	1	12	6	22	--	6	36	3	8,1
Zdjęcie z epoki	17	14	20	14	5	15	8	14	3	16	1	10,8
Ilustracja lub obraz z epoki	3	8	7	--	1	3	3	2	3	4	1	3,4
WYDŹWIEK TEKSTU												
Pozytywny	23	26	23	32	15	18	23	27	7	20	19	21,3
Negatywny	32	13	26	27	42	48	42	27	21	34	11	25,3
Neutralny	34	41	20	28	30	24	26	25	56	27	57	37,8
Ambiwalentny	11	13	14	8	11	6	9	21	11	13	13	12
Nie dotyczy	--	7	17	4	2	3	--	--	5	6	--	3,6
Ogółem N=100%	279	257	92	71	113	33	91	56	118	83	233	