

Michał Kimaczyński

Katedra Informatologii i Bibliologii

Wydział Filologiczny Uniwersytetu Łódzkiego

e-mail: michalkimaczynski@gmail.com

„Auto Motor i Sport”: analiza miesięcznika motoryzacyjnego w latach 2018–2020

DOI: <https://doi.org/10.18778/0860-7435.35.06>

Abstrakt: Niniejszy artykuł otwiera planowany cykl publikacji na temat współczesnego rynku prasy motoryzacyjnej w Polsce. W tym inicjującym opracowaniu, skupiono się na analizie popularnego miesięcznika o ogólnomotoryzacyjnym charakterze, „Auto Motor i Sport”. Zasadniczym celem pracy było scharakteryzowanie oraz próba klasyfikacji wymienionego periodyku. Postawiono następujące pytania badawcze: czy i w jaki sposób analizowany periodyk realizuje funkcje przypisane tego rodzaju prasie? jak zaprojektowana jest jego makieta? jakie treści publikowane są na jego łamach i tym samym, co wyróżnia zawartość tego tytułu na tle innych? W jaki sposób przedstawiano testy samochodów na łamach wybranego periodyku? jakiego rodzaju i jakie marki pojazdów testowano? do jakiej z proponowanych grup zaklasyfikować można analizowany periodyk? Aby odpowiedzieć na tak postawione pytania, w badaniach skorzystano przede wszystkim z metody analizy zawartości prasy, ale także z metody analizy i krytyki piśmiennictwa, metody historycznej oraz statystycznej. Podstawą analizy było 36 numerów wydanych w latach 2018–2020 (po 12 numerów na rok).

Słowa kluczowe: „Auto Motor i Sport”, badania prasoznawcze, prasa motoryzacyjna, prasa hobbystyczna, prasa dla mężczyzn

Współczesny rynek prasy motoryzacyjnej w Polsce obfituje w znaczną liczbę tytułów nierzadko o różnym charakterze i profilu. Taki stan rzeczy jest szczególnie interesujący z punktu widzenia badacza. Mogłoby się bowiem wydawać, że tematyka motoryzacyjna stanowi pewną niszę, co w połączeniu z niskim poziomem czytelnictwa prasy drukowanej¹ powinno przełożyć się na zdecydowanie bardziej ograniczoną ofertę wydawniczą. Odpowiedzi wyjaśniających takie zjawisko dostarczyć mogą (przyszłe) osiągnięcia nauki o komunikowaniu i mediach.

W toku przeprowadzonej kwerendy ustalono jednak, że liczba publikacji naukowych poświęconych polskiej prasie motoryzacyjnej jest niewielka². Za jedno z najbardziej wartościowych na gruncie prasy polskiej uznać należy prace Adama Bańdo, który jako pierwszy opisał historię tego typu pism w Polsce. Niestety, jego badania kończą się na 1989 r. (Bańdo, 2015; 2019). Okres po transformacji ustrojowej w Polsce, który zmienił również kształt czasopiśmiennictwa motoryzacyjnego jest natomiast tylko w nikłym stopniu rozpoznany i opisany. W tym miejscu przywołać należy analizę „Motora” – najstarszego ze współczesnych periodyków motoryzacyjnych (Ślaski, 2018b) oraz ujęcie problematyki gatunków mowy charakterystycznych dla tego rodzaju pism (Wojtak, 2006). Warto wspomnieć również o odpowiadających tej tematyce pracach magisterskich, przygotowywanych w różnych ośrodkach akademickich³. Z uwagi na niewątpliwie bogatą ofertę, popularność i wyjątkowy charakter tego typu periodyków, a jednocześnie ze względu na niewielką liczbą opracowań z nimi związanych potrzeba dalszych analiz w tym zakresie wydaje się w pełni uzasadniona.

Prezentowany artykuł otwiera planowany cykl publikacji na temat współczesnego rynku prasy motoryzacyjnej w Polsce. Zasadniczym celem jest jego dogłębna charakterystyka oraz klasyfikacja występujących na nim tytułów, bowiem wstępna analiza wykazała, że różnorodność periodyków motoryzacyjnych umożliwia ich wyodrębnienie i klasyfikację. Potrzeba nowej systematyki w oparciu o kryteria odpowiadające współczesnej rzeczywistości medialnej jest tym bardziej zasadna, iż już na poziomie terminologicznym związanym z prasą motoryzacyjną pojawiały się wcześniej problemy (zob. dalej).

Głównym celem pierwszego z proponowanych opracowań jest charakterystyka oraz klasyfikacja miesięcznika motoryzacyjnego, „Auto Motor i Sport” [dalej: AMiS]. Taki wybór jest nieprzypadkowy; jest to popularny miesięcznik o charakterze ogólnomotoryzacyjnym, zatem cieszący się potencjalnie największą

¹ Więcej zob. Filas, 2020.

² W niniejszych ustaleniach posłużono się m.in. specjalistyczną wyszukiwarką publikacji naukowych Google Scholar oraz multiwyszukiwarką dostępną na stronie Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego.

³ Np. Jaśkiewicz, 2013; Ślaski, 2018a; Sołtysik, 2010; Towarek, 2010.

a jednocześnie najbardziej zróżnicowaną grupą odbiorców⁴. Aby zrealizować tak postawiony cel, sformułowano następujące pytania badawcze: (1) czy i w jaki sposób analizowany periodyk realizuje funkcje przypisane tego rodzaju prasie? (2) jak zaprojektowana jest jego makietka? (3) jakie treści publikowane są na jego łamach i tym samym, co wyróżnia zawartość tego tytułu na tle innych? Jednocześnie, uznając słuszność stwierdzenia, iż to testy samochodów są najbardziej charakterystyczną cechą prasy motoryzacyjnej, za zasadniczą część badań w tym przypadku uznano analizę tej formy wypowiedzi dziennikarskiej, zamieszczanej na łamach AMiS. Postawiono w związku z tym dwa dodatkowe pytania badawcze: (4) w jaki sposób przedstawiano testy samochodów na łamach wybranego periodyku? (5) jakiego rodzaju i jakie marki pojazdów testowano? Ostatnie pytanie, wieńczące prowadzone badania w odniesieniu do pierwszego z analizowanych tytułów dotyczy tego, do jakiej z proponowanych grup zaklasyfikować można analizowany periodyk. Za podstawową metodę badawczą posłużyła analiza zawartości prasy. Zastosowano również metodę analizy i krytyki piśmiennictwa, metodę historyczną oraz statystyczną. Podstawą badawczą były wszystkie numery „Auto Motor i Sport” opublikowane w latach 2018–2020 (łącznie 36 wydań). Dogłębna kwerenda pozwoliła na zgromadzenie 1567 pozycji bibliograficznych, które posłużyły do opracowania zebranego materiału.

Problematyka natury typologicznej

Jeszcze do niedawna periodyki motoryzacyjne uznawano zwykle za część prasy sportowej lub hobbystycznej. Tę pierwszą klasyfikację przyjął między innymi Bogdan Tuszyński w odniesieniu do tytułów pism motoryzacyjnych w katalogu prasy sportowej (1981, s. 495–515). Z kolei jako prasę hobbystyczną skierowaną do mężczyzn uznano czasopisma motoryzacyjne w *Popularnej encyklopedii mass mediów* (1999, s. 426). Obecnie taka klasyfikacja wydaje się anachroniczna. Współcześnie w tej grupie znajdziemy przecież m.in. pisma fachowe dla przedstawicieli różnych zawodów i branż (np. mechaników, kierowców ciężarówek i busów), periodyki dedykowane miłośnikom sportów motorowych, motocykli, samochodów zabytkowych czy konkretnych marek. Szeroki zakres treści i przeznaczenia prasy motoryzacyjnej pozwala zatem na jej wyodrębnienie i potraktowanie jako samodzielnie funkcjonującego typu. A. Bańdo proponuje następującą definicję:

⁴ W porównaniu do pozostałych pism motoryzacyjnych o odmiennym charakterze np. dedykowane kierowcom ciężarówek czy konkretnym markom.

Czasopisma motoryzacyjne to kategoria obejmująca szeroką grupę periodyków o problematyce motoryzacyjnej. Pojęcie to nie ogranicza się do popularnej prasy motoryzacyjnej, tzw. kolorowych magazynów motoryzacyjnych. Obejmuje również związaną tematycznie z motoryzacją część tytułów prasy turystycznej i sportowej, np. dotyczącej sportów motorowych i samochodowych, w tym pisma towarzystw, klubów i kółek auto-motocyklowych, a także czasopisma hobbystyczne rozwijające zainteresowania motoryzacją i kolekcjonerstwem motoryzacyjnym. Do prasy motoryzacyjnej zaliczamy też periodyki techniczne – popularne poradniki dotyczące eksploatacji motocykli i samochodów oraz naukowe pisma techniczne omawiające problematykę konstrukcji pojazdów. Odrębną grupę czasopism motoryzacyjnych stanowią tytuły branżowe, w tym pisma związków i grup zawodowych, również tzw. pisma zakładowe oraz „pisma handlowe”, których zadaniem jest dostarczenie odbiorcy motoryzacyjnej informacji handlowej. Do tej ostatniej grupy zaliczamy m.in. katalogi giełdowe i oferty firm motoryzacyjnych (Bańdo, 2015, s. 6).

Stanowisko autora wprowadza porządek terminologiczny i jest rzetelnie uzasadnione. Gdyby bowiem potraktować wymienione typy prasy jako oddzielne grupy typologiczne, zamiast jednej byłoby ich kilka (czasopisma hobbystyczne, sportowe, techniczne), co wydaje się zbędne. Na ich łamach poruszane są zagadnienia motoryzacyjne, a jedyne różnice dotyczą wybranych aspektów podejmowanej tematyki. Ponadto traktowanie prasy motoryzacyjnej jako samodzielnie funkcjonującego typu wydaje się być przyjęte również w ogólnym dyskursie publicznym. Świadczy o tym chociażby obecność hasła „czasopismo motoryzacyjne” w polskojęzycznej wersji Wikipedii. Należy zwrócić uwagę, że autorzy określili tym terminem „rodzaj wydawnictwa poświęconego tematyce motoryzacyjnej, zawierające różnego rodzaju informacje, ciekawostki, nowości związane z przemysłem samochodowym” (Czasopismo motoryzacyjne. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia*). Konstrukcja także i tej definicji ponownie sugeruje wpisanie możliwie jak najbardziej szerokiego wachlarza pism (motoryzacyjnych) do omawianego typu prasy.

Rys historyczny współczesnej polskiej prasy motoryzacyjnej

Na współczesny stan rynku prasy motoryzacyjnej w Polsce szczególny wpływ miała transformacja ustrojowa, która dokonała się w Polsce w 1989 r. W czasach komunizmu wydawano bowiem niewiele pism poświęconych motoryzacji. Za najważniejsze (i właściwie jedyne ogólnomotoryzacyjne) należy uznać tygodnik „Motor” (Warszawa, 1952). Pozostałą ofertę stanowiły czasopisma branżowe, piśmka zakładowe czy biuletyny. Choć część z nich miała prawdopodobnie cenny wkład dydaktyczny w kształceniu generacji polskich inżynierów (Bańdo, 2015, s. 12), to rynek pism motoryzacyjnych (szczególnie

w kontekście tytułów o szerszym przeznaczeniu) pozostawał mocno ograniczony, a politycznie umotywowane inicjatywy wydawnicze służyły raczej wyłącznie praktycznym zastosowaniom i/lub celom propagandowym, wpisującym się w interesy partii. Na brak różnorodności tego typu periodyków w tamtym okresie z pewnością wpływ miał także stan samej motoryzacji w Polsce. I choć można twierdzić, że rozwój motoryzacji i tak przebiegał zaskakująco sprawnie, to jednak geopolityczny podział świata wpłynął na izolację Polski i w konsekwencji (przynajmniej częściowe) zacofanie branży motoryzacyjnej. Przemysł pozbawiony cennej myśli technicznej, wyrobów i osiągnięć Zachodu pozostawał znacznie uboższy, a samo rozpowszechnianie informacji na ich temat było nieprzychylnie postrzegane przez władzę. Okres po 1989 r. był niezwykle burzliwy i dynamiczny w dziejach czasopiśmiennictwa w Polsce. W wyniku przemian politycznych m.in. zniesiono cenzurę, nastąpiło otwarcie na Zachód, prywatyzacja mass mediów, a transfer informacji zaczął przebiegać znacznie swobodniej. Stare tytuły prasowe należące wcześniej do państwowego „RSW Prasa-Książka-Ruch” likwidowano, wykupywano i przekształcano, a liczne luki wydawnicze zostały niemal błyskawicznie zauważone i wypełnione. Na rynku zadebiutowało wiele pism nowego typu. Wymienione inicjatywy z sukcesem podejmowane były niemal wyłącznie przez duże zagraniczne koncerny medialne. Pomyślny rezultat ich działań był jednak z perspektywy czasu w pełni zrozumiały. Dopiero co utworzone polskie firmy wydawnicze nie były przecież w stanie skutecznie rywalizować z zagranicznymi potentatami, których zasoby materialne i doświadczenie w rywalizacji w ramach gospodarki wolnorynkowej było nieporównywalnie większe. Ponadto, znając panujące wówczas uprzedzenia wobec inwestycji kapitału niemieckiego, na rynek wchodziło rozważnie i niezwykle umiejętnie (np. wykupując udziały w polskich wydawnictwach czy wprowadzając edycje polskich kalek niemieckich czasopism). Nie byłoby przesadą stwierdzić, iż strategia ta przyniosła zamierzony skutek. Jedną z polskich firm o potencjalnie kluczowym znaczeniu w „przykryciu” ekspansji zagranicznych koncernów na polskim rynku prasowym był koncern Phoenix Intermedia. Jego ofertę stanowiły głównie wysokonakładowe czasopisma importowe. Wymienić należy w tym miejscu omawiany „Auto International” (później jako „Auto Motor i Sport”), ale także m.in. „Bravo” (na licencji Bauer’a), „Popcorn” i „Dziewczynę” (na licencji Jörge’a Marquarde’a). Skuteczność zagranicznych podmiotów była na tyle duża, że w relatywnie krótkim czasie przejęły one znaczną część rynku prasy w Polsce, a wpływ ten utrzymał się do dziś, co widoczne jest również w obszarze prasy motoryzacyjnej.

Kierunek Premium⁵: „Auto Motor i Sport”

W 1991 r. wydawnictwo Phoenix Intermedia wprowadziło na rynek „Auto International” – miesięcznik motoryzacyjny publikowany na licencji niemieckiego Motor-Press. W 1996 r. tytuł przekształcono w „Auto Motor i Sport”, a jego wydawaniem zajął się już polski oddział niemieckiego koncernu (utworzony w 1995 r.). Od początku koncern Motor-Press wyróżniał się na tle innych ofertą; jej znaczną część do dzisiaj stanowi prasa motoryzacyjna. Poza „Auto Motor i Sport”, koncern wydaje inne periodyki motoryzacyjne („Ciężarówka i Autobusy”, „Motocykl”) oraz czasopisma lifestyle’owe i fitness (np. „Men’s Health”). Warto nadmienić, że Motor-Press Polska działa również w obszarze nowych mediów: jest właścicielem portalu internetowego „Auto Motor i Sport”, w którym zamieszczane są m.in. wybrane porady i testy samochodów oraz serwisu mojeauto.pl, oferującego internautom konfigurator nowych samochodów (umożliwiający porównanie ofert finansowania na poszczególne pojazdy)⁶. Wydaje się, że duże doświadczenie wydawcy oraz niemal trzydziestoletnia historia tworzenia omawianego periodyku powinny przełożyć się na efektywne działania redakcji, a w konsekwencji ugruntowaną pozycję „Auto Motor i Sport” na rynku prasowym. Dalsza część pracy powinna zweryfikować tak postawioną hipotezę.

W pierwszych poddanych analizie numerach pisma redaktorem naczelnym był Adam Majcherek (4/2016–6/2018). Jak ustalono, w czerwcu 2018 r. został on redaktorem portalu internetowego autoblog.pl i prawdopodobnie z tego względu zrezygnował z pracy w czasopiśmie, w którym (od numeru 7/2018) rolę tę przejął Roman Popkiewicz, także będący znaną postacią w branży (juror europejskiej edycji prestiżowego konkursu Car of the Year⁷), od początku związany z omawianym pismem i dziennikarską branżą motoryzacyjną. Dyrektorem artystycznym periodyku w latach 2018–2020 był Maciej Glinka, a sekretarzem redakcji Roman Skąpski. Do pozostałych osób tworzących zespół redakcyjny należeli: Bogdan Czajkowski, Sebastian Kościółek (odszedł z redakcji w październiku 2018 r.), Lubomira Kuncik, Kacper Mucha i Szymon Piaskowski. Wśród stałych współpracowników magazynu w latach 2018–2020 byli: Stefan Myszkowski, Julian Obrocki, Marcin Rybak, Maciej Ziemek (z przerwą:

⁵ Tytuł jednej z publikacji, zob. „Auto Motor i Sport” 2018, nr 12, s. 74–75.

⁶ Nie można w tym miejscu pominąć faktu wykupienia wszystkich udziałów Motor-Press Polska przez Macieja Mizuro (pełniącego funkcję prezesa firmy) w 2018 r. Trzeba jednak zaznaczyć, iż w praktyce działania te nie miały jednak istotnego znaczenia w kontekście działalności wydawniczej firmy, bowiem współpraca ze spółką-matką (Motor-Press Stuttgart) oraz partnerstwo licencyjne nie uległy zmianom ([jk], 2018).

⁷ Car of the Year – nagroda dla najlepszego samochodu, przyznawana na następny rok kalendarzowy, w różnych konkursach m.in.: Europejski Samochód Roku, Światowy Samochód Roku czy Zielony Samochód Roku.

2/2018—7/2018). Za grafikę przez cały okres odpowiedzialni byli Paweł Hamelusz oraz Mirosław Łuckoś, za DTP – Krzysztof Zdunek, zaś za produkcję Katarzyna Czajkowska i Jacek Hanusz.

O rezultatach pracy zespołu redakcyjnego bezpośrednio świadczyć może pozycja wydawanego miesięcznika na rynku. Niestety, w tym przypadku nie sposób tej kwestii jednoznacznie rozsądzić, z uwagi na to, że aktualne wyniki nakładu i sprzedaży „Auto Motor i Sport” nie są dostępne. Wraz końcem 2016 r. wydawca wycofał omawiany miesięcznik z rejestracji Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy (obecnie: Polskie Badania Czytelnictwa), tym samym był to rok, w którym ukazało się ostatnie takie zestawienie. W 2016 r. nakład wyniósł 48 230 egz., sprzedaż zaś 23 417 egz. (Komunikat polskich badań..., 2016). Warto zwrócić szczególną uwagę na fakt, że sprzedaż „Auto Motor i Sport” była w tym okresie niemal dwukrotnie niższa niż największego konkurenta, „Auto Moto” (45 543 egz., Komunikat polskich badań..., 2016), niewykluczone więc, że to potencjalnie niezbyt korzystne porównanie mogło być jednym z powodów wycofania omawianego pisma z kontroli ZKDP. Być może lepszym wytłumaczeniem jest jednak po prostu redukcja wydatków, skutek której wydawca uznał, że poniesione koszty (składka członkowska, koszty audytu) nie zwracają się lub nie przynoszą wymiernych korzyści. Należy nadmienić, że w ostatnich latach wielu innych (szczególnie mniejszych) wydawców zdecydowało się na podobne kroki⁸. Najbardziej oczywistym powodem niższej pozycji na rynku prasowym „Auto Motor i Sport” (w porównaniu do konkurenta, „Auto Moto”) może być jego cena. W istocie miesięcznik ten pozostawał zauważalnie droższy we wszystkich analizowanych latach⁹. Czy jego zawartość rekompensowała wyższą cenę?

Średnia liczba stron przypadająca na pojedyncze wydanie „Auto Motor i Sport” wynosiła 111, była ona zatem zbliżona do objętości miesięczników o podobnej formule. Zaletą prezentowanego periodyku było jego zróżnicowanie tematyczne, widoczne już na poziomie znaczącej liczby proponowanych działów oraz rubryk.

Wszystkie numery otwierał ten sam dział, *Pole position*¹⁰, którego tytuł, zaczerpnięty z motosportu, oznacza pierwszą pozycję startową w szeregu startujących w wyścigu. W jego ramach proponowano czytelnikom rubryki o zróżnicowanej tematyce. Ich obecność oraz kolejność była zmienna w zależności od numeru. I tak, informacje dotyczące premier nowych samochodów

⁸ Więcej zob. Filas, 2020.

⁹ W początkowym okresie analizy cena „Auto Motor i Sport” wynosiła 9,99 zł, od numeru 1/2020 wzrosła do 10,99 zł. W tym czasie czasopismo pozostawało więc o 30–40% droższe od „Auto Moto”, zob. Kimaczyński, 2022, s. 50.

¹⁰ Kolejność omawiania poszczególnych działów i rubryk odpowiada ich kolejności zamieszczenia w piśmie.

publikowano w rubryce *Nowe modele*, np. informując czytelników o długo wyczekiwanej następnej generacji BMW Serii 3 (6/2018) czy debiucie kolejnej odsłony Mercedesa GLS (6/2019). Z kolei w rubryce *Bezpieczeństwo* zamieszczano krótkie porady związane z przepisami drogowymi (np. kary za jazdę bez uprawnień, 10/2020), sposobami ochrony przed kradzieżą czy też zalecanymi sposobami transportu (np. jak kobiety w ciąży powinny zapinać pasy, 2/2020). W ramach tego działu funkcjonowała też rubryka *Finanse*, w której publikowano krótkie teksty o charakterze porad finansowych w odniesieniu do motoryzacji (pisano m.in. o wadach i zaletach carsharingu, zmianach w odliczeniach podatku VAT przy zakupie pojazdu czy dopłatach do samochodów elektrycznych). Jeszcze inną propozycją w obrębie działu *Pole position* była rubryka *Gadżet*, w której zamieszczano artykuły na temat rozmaitych akcesoriów (często w mniej ścisły sposób związanych z samą motoryzacją), np. *Dodge Charger z klocków Lego i japońskie zdalnie sterowane auta w skali 1:10* (7/2020) czy *Rowery sygnowane przez marki samochodowe* (9/2019). Szczególną uwagę zwraca również rubryka *Serwis*, w której czytelnikowi proponowano krótkie artykuły o charakterze poradniczym, dotyczące poprawnej eksploatacji i serwisowaniu samochodów (pisano m.in. o tym, czy należy wymieniać olej w skrzyni, o doborze rozmiaru obręczy do kół, jak uzupełniać płyn AdBlue). Z kolei rubryka *Technologia* poświęcona była najnowszym innowacjom w dziedzinie motoryzacji. Informowano czytelników na przykład o reflektorach wyświetlających ostrzeżenia na jezdni (5/2018) czy nowościach w dziedzinie rozwoju samochodów autonomicznych (8/2018).

Oprócz wyżej wymienionych, na łamach pisma sporadycznie powtarzały się jeszcze inne rubryki, jak *Motocykl* (dedykowany motocyklistom) oraz *Ekstra* (w którym publikowano dodatkowe materiały o zmieniającej się tematyce, np. jubileusze marek, nowe technologie czy ciekawostki związane z motoryzacją). Dalej czytelnik mógł zapoznać się z zawartością działu *Testy i jazdy*. Trzeba nadmienić, że proponowane umieszczenie testów ze wszystkich kategorii treściowych (pierwsze wrażenia, testy pojedynczych pojazdów, testy porównawcze i testy długodystansowe) w ramach tylko jednego działu nieco zaburza czytelność przekazu (zob. dalej). Artykuły i testy dotyczące technologicznych aspektów motoryzacji publikowano w dziale *Tech-lab* (w spisie treści także jako: *Technika*), opisując między innymi nowy napęd Mazdy 3 (1/2018) czy drukując test fotelików samochodowych (6/2018).

Nie zabrakło również propozycji dla czytelników zainteresowanych wtórnym rynkiem samochodów (dział *Autokomis*). W tym miejscu opisywano wybrane pojazdy, zwracając uwagę na ich mocne i słabe strony, w tym (co istotne) przestrzegając przed usterkami dotyczącymi danych modeli/wariantów, proponując sposoby ich rozwiązywania lub sugerując najmniej problematyczne wersje (np. napędu). Dla przykładu, tak radzono w kontekście wyboru silnika Opla Insignii pierwszej generacji:

Z benzynowych warte uwagi są jednostki 1.4T, 1.8 i 1.6T – wystarczająco dynamiczne i dość oszczędne. Godne polecenia są natomiast wszystkie diesle, ale tylko dwulitrowe zapewniające dynamikę („Auto Motor i Sport” 2020 nr 4, s. 91).

Zwraca uwagę skondensowana forma przywołanej wypowiedzi. Poza bardziej rozbudowanym wyjaśnieniem własnego stanowiska, autorzy dodatkowo streszczały najważniejsze dane w czytelnej tabeli. Takie podejście wydaje się rozsądne i dodatkowo umożliwia szybkie porównanie poszczególnych pojazdów opisanych w danym wydaniu. Z kolei do gamy silników Forda Mondeo odniesiono się w następujący sposób:

Z benzynowych najlepszy jest dynamiczny wolnossący silnik 2.0. Jeśli EcoBoost, to tylko 1.6 o małym przebiegu i po akcji serwisowej usprawniającej układ chłodzenia. Dwulitrowe diesle koncernu PSA to optymalny wybór – są trwałe, dynamiczne i oszczędne („Auto Motor i Sport” 2020 nr 4, s. 92).

Ponownie czytelnik otrzymał jasną informację: których jednostek napędowych należy unikać, a które są warte większej uwagi.

Następną propozycją, choć znacznie mniej pragmatyczną niż poprzednia, był dział *Fascynacje*. Publikowano tu artykuły o egzotycznych samochodach, np. *McLaren Senna* (10/2018), poświęcone jubileuszom marek, np. *100 lat Citroena* (5/2019) czy teksty o motosporcie (np. 7/2018 czy 8/2019).

Dodatkowe materiały, wzbogacające zawartość pisma, zamieszczano w dziale *Temat ekstra*¹¹; były to np. *Zwycięzcy konkursu «Auto motor i sport» hycją adrenalinę za kierownicami Mercedesów-AMG* (6/2018) czy *Kryzys w sporcie: dyscypliny samochodowe tracą widzów*, w którym podkreślono spadek zainteresowania sportami samochodowymi. Warto zauważyć, że był to jeden z nielicznych tekstów traktujących o motosporcie. W pewnym stopniu czytelnik mógł czuć się zawiedziony takim stanem rzeczy, bowiem ostatni członek w tytule periodyku („Auto Motor i Sport”) sugeruje, że tego typu zagadnienia traktowane będą w podobny sposób, jak pozostała tematyka.

Na końcu numeru zamieszczano zazwyczaj stopkę redakcyjną oraz informacje zapowiadające zawartość następnego wydania. Ostatnim elementem była strona zatytułowana *AMiS w liczbach*, w której publikowano wybrane dane statystyczne i liczbowe dotyczące motoryzacji (np. statystyka dotycząca wypadków z udziałem kobiet i mężczyzn [6/2019] czy kilka wybranych faktów dotyczących użycia włókna węglowego w przemyśle motoryzacyjnym [5/2019]).

Najczęściej stosowanymi gatunkami dziennikarskimi na łamach magazynu były artykuł oraz recenzja (w postaci testów). Publikowano także wzmianki

¹¹ Ukazał się on zaledwie w pięciu numerach: „Auto Motor i Sport” 1/2018; 5/2018; 6/2018; 7/2018; 8/2020.

i newsy. Zakładając, że potrzeby odbiorców zostały w istocie trafnie rozpoznane przez autorów periodyku, można wysnuć tezę, iż czytelnicy oczekiwali od tytułu przede wszystkim pogłębionych testów samochodowych oraz profesjonalnych porad i rozbudowanych tekstów na temat szeroko pojętej motoryzacji.

Zawartość czasopisma sugeruje, że jest ono przeznaczone dla możliwie jak najszerszego grona odbiorców zainteresowanych motoryzacją. Nie dziwi więc, że stosowany na jego łamach język jest prosty i zrozumiały. Nierzadko pojawiają tu także zapożyczenia z języka potocznego. I choć samo zjawisko można rozpatrywać i oceniać w mniej lub bardziej przychylny sposób, to trudno nie zgodzić się, że taki styl wypowiedzi zwiększa jej zrozumiałość dla przeciętnego odbiorcy. Na potwierdzenie tego wniosku poniżej przytoczono wybrane przykłady:

[...] widać od razu, że Elantra siódmej generacji chce zerwać z przeszłością i z aut jednego z wielu zmienić się w samochód jedyny w swoim rodzaju. Stąd nowe proporcje nadwozia, które jest dłuższe, niższe i szersze. Ekspresyjna stylizacja to niejedyny magnes, który ma przyciągać kierowców. Wnętrze Elantry przeszło, że pozwolimy sobie nawiązać do opisów Hyundaia, „cyfrową rewolucję” – pożegnaliśmy np. klasyczne, analogowe zegary. To nie wszystko („Auto Motor i Sport” 2020 nr 5, s.13).

Większe „wow” ciśnie się na usta podczas prób elastyczności niż podczas sprintów (choć oczywiście 4,9 sekundy w przypadku ważącego 1900 kg auta musi robić wrażenie). Niezależnie od prędkości „ósemce” zawsze „się chce” i zapewnia świetną dynamikę („Auto Motor i Sport” 2019 nr 3, s. 37).

Zabawa zaczyna się, gdy wjeżdżamy do Niemiec. Reakcje silnika na gaz przy niskich obrotach są spokojne, ale przy wyższych stają się ostre jak brzytwa, a „V8” kręci się aż do 8500 obr/min. Każde wciśnięcie gazu powoduje gwałtowne przyspieszanie, ciało kierowcy zostaje wciśnięte w fotel, a ręce instynktownie zaciskają się na kierownicy („Auto Motor i Sport” 2020 nr 2, s. 96).

Jak zatem widać w przywołanych przykładach, język był przystępny w odbiorze. Wspomniane zapożyczenia z mowy potocznej były używane w takim stopniu i na tyle umiejętnie, że forma wypowiedzi nie straciła na profesjonalizmie oczekiwanym w tego typu magazynie. W oczy rzuca się jednak wpływ tabloidyzacji mediów – silne nacechowanie emocjonalne języka i duże uproszczenie przekazu: „(...) «ósemce» zawsze «się chce»”; „Zabawa zaczyna się, gdy wjeżdżamy do Niemiec”. Nie jest to jednak jednoznacznie pejoratywne zjawisko, ponieważ poza angażowaniem odbiorcy, wpływa na lepsze zrozumienie przez niego tekstu. Co istotne, nawet techniczne aspekty dotyczące dynamiki pojazdu sformułowano w taki sposób, by czytelnik bez większego trudu mógł wydobyć prawidłowy sens wypowiedzi. Redakcja proponowała swym czytelnikom nierzadko niebanalne tytuły: *Alfa Mia!*; *Brać i jeździć*; *Cisza przed*

*huraganem; Droga zabawka; Ekstra porcja pieprzu; Lifting bez skalpela; M dla dżentelmenów; Mistrzowie wagi piórkowej; Piekielny Dodge; Rockman z Wolfsburga; Rock'n'Rolls; Z krainy błotem płynącej*¹².

Przez cały analizowany okres czasopismo wydawano w standardowym formacie, 28x21 cm, który wydaje się optymalny i dostosowany do jego zawartości. Jakość papieru była satysfakcjonująca, zwłaszcza w odniesieniu do okładki (wykonano ją z błyszczącego papieru o wysokiej gramaturze, przywodzącego na myśl ekstrawaganckie i ekskluzywne tytuły prasowe). Nie bez znaczenia na taki odbiór miał także wpływ projektu graficznego okładki. W toku analizy nie odnotowano zmiany podejścia do jej ogólnego designu. Okładki prezentowały się nowocześnie oraz ekskluzywnie, cechując się wysokim stopniem minimalizmu i oszczędnością w doborze różnorodnych elementów graficznych takich jak ramki czy wycinki zdjęć. Redakcja stosowała zwykle jedno główne zdjęcie na całą okładkę.

Nieco odmienne podejście odnaleźć można było w kontekście architektury informacji wewnątrz magazynu. Duża liczba różnych ozdobników (np. kolorowych ramek czy wykresów) oraz brak powtarzalności w perspektywie ujęć (m.in. wnętrza pojazdów) niekorzystnie przekłada się na czytelność. Z drugiej strony, swoista dowolność oraz wysoki stopień artyzmu zamieszczanych fotografii z pewnością trafi w gusta części czytelników. Ponadto, takie podejście jest poniekąd spójne z bogactwem treści oraz niebanalną okładką, wspólnie tworząc obraz magazynu o ekskluzywnym charakterze, wyróżniającego się swoim „przepychem”.

Warto bliżej przyjrzeć się najbardziej charakterystycznemu dla prasy motoryzacyjnej gatunkowi dziennikarskiemu, czyli recenzjom wybranych pojazdów, tu sformułowanym w postaci testów.

[„Auto Motor i Sport”: testy

Zgodnie z definicją, test to:

próbą, której poddaje się urządzenie, produkt, preparat itp. w celu sprawdzenia jego składu, właściwości i działania; też: to, co służy do przeprowadzenia takiej próby (Test, W: Słownik języka polskiego PWN).

W przypadku testu samochodu przedmiotem oceny będą więc jego wybrane właściwości i aspekty, takie jak między innymi osiągi, układ jezdny, układ hamulcowy, spalanie czy jakość wykonania wnętrza. Kryteria powyższej definicji spełniają nie tylko te najbardziej rozpowszechnione w obiegu medialnym

¹² Kolejno: „Auto Motor i Sport” 2018, nr 8, s. 32; 2020, nr 10, s. 60; 2020, nr 8, s. 56; 2019, nr 3, s. 65; 2018, nr 2, s. 44; 2019, nr 8, s. 36; 2020, nr 1, s. 50; 2020, nr 9, s. 14; 2018, nr 5, s. 28; 2018, nr 12, s. 22; 2019, nr 3, s. 30; 2018, nr 11, s. 56; 2019, nr 9, s. 80; 2019, nr 10, s. 50.

testy pojedynczych pojazdów, ale także inne ich formy (zwykle właśnie publikowane na łamach magazynów motoryzacyjnych), między innymi: testy porównawcze, raporty z testów długodystansowych czy te poświęcone wrażeniom z jazdy. Mnogość różnych kategorii treściowych testów daje podstawy do ich wyodrębnienia i oddzielnego opisanie, dodatkowo porządkując w ten sposób zebrane dane. W odniesieniu do działu *Testy i jazdy* w „Auto Motor i Sport” rozpoznano następujące kategorie, proponując takie ich nazewnictwo:

- **Pierwsze wrażenia** – test, w którym przytaczane są wybrane wrażenia z jazdy i użytkowania danego modelu. Tego typu opis nie spełnia jednak wymogów formalnych recenzji, jest artykułem.
- **Testy pojedynczych pojazdów** – materiał, w którym kompleksowo badano wybrane pojazdy, podając pomiary testowe, krótkie podsumowanie oraz ocenę końcową. Można je zaklasyfikować do gatunku spełniającego warunki recenzji.
- **Testy długodystansowe** – opis pojazdu w odniesieniu do jego długotrwałej eksploatacji (na określonym większym przebiegu, np. 50 tys. km). Jedynie część z tych tekstów można zaklasyfikować jako recenzję. Pozostałe noszą znamiona artykułu.
- **Testy porównawcze** (w tym podkategoria porównania) – testy, w których porównywane są dwa (lub więcej) różne modele pojazdów. Można je zaklasyfikować do gatunku recenzji.

Przechodząc do szerszego omówienia tego rodzaju treści, kluczowe wydaje się przyjrzenie temu, jak kształtował się rozkład liczbowy testów z poszczególnych kategorii:

Tabela 1. Kategorie oraz liczba publikowanych tekstów w ramach działu *Testy i jazdy* w „Auto Motor i Sport” w latach 2018–2020

Lp.	Kategoria testu	Liczba testów w danej kategorii (procent w odniesieniu do wszystkich testów)
1.	„Pierwsze wrażenia”	371 (69%)
2.	„Testy pojedynczych pojazdów”	71 (13%)
3.	„Testy długodystansowe”	18 (3%)
4.	„Testy porównawcze” w tym: podkategoria „Porównania”	77 (14%) 21
	Ogółem	537

Źródło: opracowanie własne

Przytłaczającą większość (bo aż 69%) tekstów publikowanych w dziale *Testy i jazdy* stanowią pierwsze wrażenia, a więc format zbliżony do testów pojedynczych pojazdów, znacznie jednak krótszy i o braku kompleksowego charakteru próby. Część czytelników oczekujących przede wszystkim wyczerpujących recenzji samochodów może czuć się rozczarowana takim stanem rzeczy. Mogłoby się przecież wydawać, że to testy stanowiące o pełnej ocenie danego pojazdu będą tym najważniejszym elementem w tego typu prasie, zasługując na najwyższą częstotliwość publikacji. Z drugiej strony, nie sposób pominąć, że ogólna liczba testów w tym czasopiśmie jest przy tym wciąż duża (537), a choć samych publikacji należących do pozostałych kategorii treściowych jest mniej względem pierwszych wrażeń, to liczby te nadal są niemałe. Aby jednak w pełni ocenić przytoczony rozkład liczbowy należałoby skonfrontować te dane z danymi dotyczącymi konkurencyjnych miesięczników.

W przypadku **pierwszych wrażeń** autorami lub współautorami byli najczęściej: Szymon Piaskowski (92), Kacper Mucha (90), Roman Skąpski (86), Roman Popkiewicz (redaktor naczelny, 34) i Maciej Ziemek (22, zazwyczaj jako współautor, m.in. z Jensem Dralle, Clemensem Hirschfeldem, Heinrichem Lingerem, co potwierdza istniejącą więź z pierwotnym koncernem, Motor-Press)¹³.

Choć teksty z kategorii pierwszych wrażeń spełniały kryteria testu (każdorazowo była to próba, w której sprawdzano pojazd pod kątem wybranych właściwości i działania), to jednak nie można ich zaliczyć do recenzji sensu stricto. Ich charakter był bowiem niepełny – brakowało oceny końcowej, podsumowania czy pomiarów testowych, a sam tekst odnosił się raczej do pewnych spostrzeżeń dotyczących wybranych elementów samochodu aniżeli do jego kompleksowej oceny. Bardziej wybiórczy charakter poświadcza również mniejsza objętość. Średnio „pierwsze wrażenia” liczyły 1,5 strony, przy czym duża część z nich (197; 53%) zajmowała zaledwie jedną stronę.

Mimo wspomnianych różnic pomiędzy pierwszymi wrażeniami a pełnymi testami (tu traktowanymi jako recenzje), w obrębie omawianej kategorii nie brakowało merytorycznej oceny wielu elementów składowych samochodu. I tak jak w pozostałych kategoriach testów, komentowano tu m.in. wrażenia dotyczące dynamiki, układu jezdnego, obsługi czy jakości wykonania wnętrza. Opis uzupełniano także zdjęciami, pod którymi zamieszczono krótkie komentarze na temat wybranych aspektów pojazdu. Element ten wystąpił we wszystkich tekstach z tej grupy.

¹³ W 2018 r. nastąpiło wykupienie 100% udziałów wydawnictwa Motor-Press Polska przez Macieja Mizuro (wówczas pełniącego funkcję prezesa). Współpraca oraz partnerstwo licencyjne nie uległo zmianom.

Należy zauważyć, że zdania kończące pierwsze wrażenia przypominały (choć nie zawsze) krótkie podsumowania zamieszczane w ramach testów pojedynczych pojazdów:

Jedyna wątpliwość, jaka się pojawiła, dotyczy ceny, która poważnie wzrosła – nawet o 9100 zł w wypadku najbogatszej wersji. Czy rynek zaakceptuje taką podwyżkę, jak zawsze pokaże przyszłość. Fakt jest taki, że tu i teraz Hyundai ma w ofercie jeden z najlepszych modeli segmentu mini („Auto Motor i Sport” 2020 nr 3, s. 43).

ID.3 to nie jest e-Golf, logiczne, dlaczego miałby być? To zupełnie nowy model, który może zmienić nasze przyzwyczajenia i oczekiwania wobec samochodów kompaktowych. Dla osób, którym współczesny Golf „ósemka” wydaje się rewolucyjnym autem, ID.3 może być nawet zbyt rewolucyjny. Ale jedno można powiedzieć o nim na pewno – całkowicie nadaje się do codziennej jazdy i jeszcze sprawia przy tym frajdę („Auto Motor i Sport” 2020 nr 10, s. 28).

Z przytoczonych cytatów wybrzmiewają dość stanowcze konkluzje dotyczące testowanych aut. Wciąż trzeba jednak pamiętać o ograniczeniach tekstów z tej grupy, tj. o braku kompleksowego charakteru próby (widocznej choćby poprzez mniejszą objętość czy brak pomiarów testowych). O potrzebie obecności pozostałych kategorii treściowych testów sygnalizują zresztą sami autorzy w ostatnim zdaniu jednego z testów:

Świetne stylizacja i wykończenie wnętrza, wygodne fotele, dość przestronne wnętrze i nowoczesne rozwiązania techniczne z jednej strony sprawiają, że Evoque należy do najciekawszych modeli w klasie, z drugiej jednak, niedopracowane multimedia, bardzo wysokie zużycie benzyny i daleka od ideału przekładnia sprawiają, że raczej nie dorówna Audi Q3 i BMW X2. Ale o tym przekonamy się, kiedy porównamy te auta w teście („Auto Motor i Sport” 2019 nr 6, s. 34).

Jak zatem widać, pierwsze wrażenia nie miały za cel zastąpić pozostałych kategorii treściowych testów, a stanowiły dodatkową część wzbogacającą wartość pisma. Pozostaje pytanie, czy czytelnicy ją docenili, zwłaszcza biorąc pod uwagę ogólną dysproporcję w liczbie tych testów do testów z pozostałych kategorii – o potencjalnie większym znaczeniu pod kątem przekazywanej wartości merytorycznej.

Przechodząc do ogólnie najbardziej znanego i powszechnie stosowanego (w całym obiegu medialnym, także uwzględniając np. materiały audio-video) formatu, czyli do **testów pojedynczych pojazdów**, ich liczba (71) w „Auto Motor i Sport” może nieco rozczarowywać. Z drugiej strony, być może redakcja zakładała, że to format „pierwszych wrażeń” jest lepiej dostosowany do wymagań

współczesnego czytelnika (krótszy, mniej wymagający uwagi tekst), tym samym rekompensując mniejszą liczbę testów o charakterze kompleksowym.

W testach pojedynczych pojazdów sprawdzano poszczególne samochody, dzieląc się z czytelnikami wrażeniami na ich temat, uzupełnionymi m.in. o liczne pomiary testowe, dane techniczne, podsumowanie i ocenę końcową. To właśnie komplementarne podejście w ocenie pojazdów daje podstawy do zaklasyfikowania omawianych testów pojedynczych pojazdów do gatunku recenzji. W tym miejscu, dla lepszego zrozumienia omawianych testów, warto przytoczyć cele recenzji¹⁴, zaproponowane przez Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego i Andrzeja Kaliszewskiego: informowanie o nowych dziełach i ich prezentowanie; ocena; kształtowanie gustów odbiorców; refleksja krytyczna (badanie struktury danego dzieła, odniesienie go do prądów i procesów artystycznych, do filozofii, a także do wcześniejszego dorobku autora, do innych, w tym społecznych i politycznych, zjawisk) (Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Snopek & Furman 2006, s. 98).

I choć wskazane cele odnoszą się do recenzji „dzieła”, to jednak pokrywają się z tymi, które reprezentują testy pojedynczych pojazdów, zamieszczane na łamach „Auto Motor i Sport”. Recenzowano tam bowiem prawie wyłącznie nowe samochody, oceniając ich rozmaite walory (np. dynamikę, układ jezdny, stylistykę czy jakość wykonania wnętrza), zaś same testy kształtowały gust czytelników poprzez zarówno subiektywne komentarze oraz oceny, jak i pojawiające się porównania z innymi modelami. Kluczowy jest tu aspekt „refleksji krytycznej”, bowiem w nim właśnie zawiera się komplementarny charakter owych testów.

Najczęściej publikującymi autorami w ramach testów pojedynczych pojazdów byli: Roman Popkiewicz (19), Szymon Piaskowski (15), oraz Kacper Mucha, Maciej Ziemek i Roman Skąpski (po 12). Co ciekawe, mimo współpracy z zagranicznymi dziennikarzami, w obydwu periodykach, wszyscy czołowi autorzy byli jednak narodowości polskiej. Ponownie warto także odnotować obecność redaktora naczelnego (R. Popkiewicza), tutaj jako najczęściej publikującego autora, co może podkreślać rolę i znaczenie tego typu materiałów.

Średnia objętość tekstów z omawianej grupy wyniosła 6 stron, a więc już w tym aspekcie widać znaczną różnicę w porównaniu z poprzednio omawianą kategorią. Dla przybliżenia budowy tej niewątpliwie ważnej, a być może dla

¹⁴ Mimo iż część definicji zdaje się nie uwzględniać testu danego produktu i/lub (ściślej) samochodu, takie podejście wydaje się jednak zasadne, wynika bowiem z charakteru i celów testów pojedynczych pojazdów. Przykład definicji: „Recenzja dziennikarska to omówienie i (lub) ocena dzieła artystycznego, naukowego lub innej publikacji, będącej przedmiotem działania prawa autorskiego, dokonanej w prasie lub innych środkach masowego przekazu” (Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman 2006, s. 98).

części odbiorców kluczowej kategorii treściowej, poniżej zamieszczono skan pierwszych stron testu Kia XCeed:

Ryc. 1. Pierwsze strony testu Kia XCeed („Auto Motor i Sport” 11/2019, s. 36–37)



Źródło: archiwum autora (16.09.2022)

Zdjęcie, które zajmuje większą część powierzchni stron, wyraźnie dominuje nad tekstem. Trudno się temu dziwić, bowiem rola grafiki we współczesnych mediach jest w istocie nieoceniona. Warto zwrócić również uwagę na pozostałe elementy testu, takie jak ciekawie brzmiące tytuły (tu: *Potyczki rodzinne*), leady wprowadzające w tematykę i klimat tekstu, śródtytuły oddzielające opis wybranych aspektów pojazdu czy ramkę z wybranymi danymi technicznymi (wersja, silnik, cena, konkurenci). Na kolejnych stronach znaleźć można było liczne zdjęcia przedstawiające m.in. różne ujęcia nadwozia, widok wnętrza pojazdu czy też rozmaite szczegóły (zarówno elementów zewnętrznych, jak i wewnętrznych). Takie dla przykładu zawarto w teście Forda Focusa (Ryc. 2).

Publikowane zdjęcia stanowiły nieodłączny element samej recenzji. Poza tym, że zajmowały dużą część powierzchni testu, ukazując czytelnikowi, jak wygląda dany samochód (jego nadwozie oraz kabina), to dodatkowo redakcja łączyła ilustracje z krótkimi komentarzami na temat wybranych części samochodu. Na przykładzie powyższego testu Forda Focusa, skomentowano tu na przykład różnicę między zawieszeniem ST Line a zwykłym czy elementy

wyposażenia (nagłośnienie Bang&Olufsen, wyświetlacz na konsoli centralnej, opcja tempomatu). Połączenie zdjęcia z komentarzem wystąpiło we wszystkich testach z omawianej kategorii w latach 2018–2020.

Ryc. 2. Test Forda Focusa („Auto Motor i Sport” 11/2018, s. 36–37)



Źródło: archiwum autora (16.09.2022)

Jak już wcześniej wspomniano, na łamach **testów pojedynczych pojazdów** kompleksowo oceniano pojazdy. Choć część poruszanych zagadnień różniła się w zależności od testu danego pojazdu, to autorzy oceniali tu zwykle stylizykę, jakość wykonania wnętrza, systemy multimedialne, komfort podróżowania, dynamikę czy pracę zawieszenia i układu kierowniczego. Oto wybrany przykład z omawianej grupy testów, tu – Porsche Taycan:

Sylwetka i proporcje nadwozia podobne do linii nadwozia Panamery, duży rozstaw osi i ogromne obręcze kół oraz futurystyczna stylizacja robią znakomite wrażenie. Stosunkowo krótki i między reflektorami płaski przód nie pozostawia wątpliwości, że nie ma tu silnika spalinowego. Taycan ma konstrukcję, którą zwykle się już określać jako deskorolka, z dużym zestawem akumulatorów zajmującym całą przestrzeń między osiami („Auto Motor i Sport” 2020 nr 4, s. 29).

A tak pisano o dynamice Mercedesa GLB:

Silnik ten osiąga moc 150 KM, co jest absolutnym minimum, aby dynamicznie rozpędzić ważącego 1700 kg SUV-a. Pomiary osiągów wykazały, że przyspiesza on do 100 km/h w 9,5 s – to wynik przeciętny, ale mimo to kierowca nie odczuwa braku dynamiki. Wynika to z wysokiego momentu obrotowego silnika (320 Nm) i rewelacyjnie zestrojonej przekładni, która nie tylko niezauważalnie zmienia biegi w górę, ale też błyskawicznie reaguje na mocne wciśnięcie gazu i płynnie redukuje o jeden lub kilka biegów.

W obydwu przypadkach trudno byłoby zarzucić brak profesjonalizmu dziennikarskiego autorom, bowiem nie tylko zajęli oni konkretne stanowisko, ale i szczegółowo je wyjaśnili (np. pisząc o szczegółach wyglądu Porsche Taycan czy uzasadniając swoje wrażenia z użytkowania jednostki napędowej Mercedesa GLB).

Na końcu testów zamieszczano tabelę końcową, w której zawierano najważniejsze dane fabryczne (m.in. wymiary i masę pojazdu, pojemność bagażnika, informacje o konstrukcji silnika, układzie jezdnym, zastosowanych hamulcach czy oponach), kwestie dotyczące finansowania (np. koszty przeglądu, ubezpieczenia, prognozowany spadek wartości), pomiary testowe, podsumowanie, ocenę końcową oraz wykaz zalet i wad. Dodatkowo, całość wzbogacano zwykle o atrakcyjne wykresy i wizualizacje (np. czasu ładowania, zużycia energii i zasięgu w relacji do skali mapy Polski). Tabela końcowa zajmowała zwykle całą stronę (92,9% testów).

Jednym z najważniejszych elementów testów samochodowych są pomiary testowe, uzupełniające materiał o obiektywne dane (przypomnijmy: większą część testów stanowi subiektywny opis wrażeń z użytkowania), zwiększające tym samym wiarygodność recenzji. Za ich pomocą autorzy weryfikowali także dane fabryczne podawane przez producentów. W toku analizy zawartości „Auto Motor i Sport” wyodrębniono następujące kategorie zamieszczanych pomiarów z określającą je średnią liczbą na jeden test: droga hamowania (2,1), elastyczność (2), odchylenie prędkościomierza (3,6), prędkość maksymalna (1), przyspieszenie (6,5), zużycie paliwa (3,2). Redakcja podeszła do realizacji tego aspektu w sposób profesjonalny. Czytelnik powinien być usatysfakcjonowany wybranymi kategoriami pomiarowymi i liczbą publikowanych pomiarów w omawianej grupie testów.

Testy pojedynczych pojazdów były obszerne (średnio 6 stron), rozbudowane o liczne informacje i wnioski na temat testowanych samochodów. Szczególną uwagę zwraca ambitne podejście redakcji do aspektu tabeli końcowej (zajmowała zwykle całą stronę), a w jej ramach do satysfakcjonującej liczby kategorii pomiarowych i pomiarów.

Kolejną, wartą odnotowania z perspektywy nabywców samochodów, propozycją były **testy długodystansowe**. Ich celem było sprawdzenie pojazdów

w dłuższym okresie eksploatacji, zarówno pod względem awaryjności, jak i wrażeń z użytkowania. Najczęstszymi autorami w tej kategorii testów byli: Szymon Piaskowski (10), Kacper Mucha (5), Sebastian Kościółek (2) i Adam Majcherek (1). Warto odnotować, że ani razu nie pojawiło się tu zagraniczne nazwisko, co świadczy o istotnym wkładzie polskiego oddziału Motor-Pressé w tworzone treści.

Choć mogłoby się wydawać, że w AMiS opublikowano niewiele testów długodystansowych (18), to trzeba wziąć pod uwagę specyfikę owej kategorii treściowej (sprawdzenie pojazdu pod względem długotrwałej eksploatacji), z której wynika, że wymagają one dłuższego czasu przygotowania. Co więcej, testy te publikowano wyłącznie wraz z początkiem oraz końcem próby danego pojazdu. W każdym z takich testów redakcja obrała za cel osiągnięcie pułapu 50 tys. km. Przez cały analizowany okres testom długodystansowym poddano 12 samochodów. Średnia objętość tych omówień wyniosła 4 strony. Co istotne, wraz z zakończeniem próby zamieszczano w tym przypadku tabelę końcową z pomiarami, ocenę końcową w formie przyznanych symbolicznie gwiazdek i podsumowanie, niemal identyczne jak w przypadku testów pojedynczych pojazdów. I tak jak w poprzednio omawianych kategoriach treściowych, w obrębie testów długodystansowych w zbliżony sposób dzielono się wrażeniami z użytkowania pojazdów:

Kompaktowa Toyota pozwala czerpać frajdę z jazdy, ale to przede wszystkim samochód praktyczny i komfortowy. Jej zawieszenie skutecznie tłumí nierówności, a we wnętrzu jest dość cicho. Na kanapie wygodnie będą podróżowały dwie osoby, a nawet trzecia zmieści się na niej bez większego problemu – tunel środkowy tylko nieznacznie wystaje z podłogi („Auto Motor i Sport” 2020 nr 6, s. 68).

Po spisaní notek i przeprowadzeniu wywiadu z kierowcami jedno jest pewne – T-Roc ma znacznie więcej zalet niż wad. Najczęściej chwalono go za to, że bardzo wygodnie się do niego wsiada, bo fotel zamontowano wyżej niż w autach kompaktowych; podobała się też wynikająca z tego dobra widoczność z wnętrza. Właśnie za te cechy cały świat pokochał crossovery („Auto Motor i Sport” 2020 nr 3, s. 69).

Zaobserwowane podobieństwo pomiędzy kategoriami treściowymi jednak nie dziwi – wszystkie testy łączy przecież to, że mają za zadanie możliwie najlepiej sprawdzić dany pojazd. Jednak jakkolwiek sam sposób narracji jest podobny, to wnioski mogą być różne. W przypadku długotrwałej eksploatacji samochodu podejście do wielu kwestii może się zmienić w porównaniu do krótkotrwałej próby. Aby lepiej oddać charakter omawianej kategorii testów, poniżej zamieszczono przykładowe fragmenty podsumowań z testów długodystansowych:

Najmocniejsza i najbogatsza odmiana Skody Superb potwierdziła, że jest samochodem uniwersalnym – sprawdzi się w roli biznesowej limuzyny, a po godzinach jest funkcjonalnym autem rodzinnym. Przykład 280-konnego, benzynowego silnika pokazuje, że można połączyć bardzo dobrą dynamikę i umiarkowany apetyt na paliwo („Auto Motor i Sport” 2018 nr 5, s. 66).

Poza przeciętnej jakości tworzywami we wnętrzu nie sposób znaleźć większych wad T-Roca. Test długodystansowy zakończył bez najmniejszej usterki, a większość kierowców tak go polubiła, że nie chciała z niego wysiadać. W mieście jest bardziej praktyczny i wygodny niż Golf, w trasie jednak w jego wnętrzu jest głośniejsze, a spalanie jest wyższe. T-Roc to crossover w stu procentach („Auto Motor i Sport” 2020 nr 3, s. 71).

Przywołane konkluzje, choć krótkie, zdają się zawierać skrót najważniejszych informacji podsumowujących wrażenia redakcji dotyczące testowanego pojazdu.

Wyniki analizy pozwalają stwierdzić, że sposób przedstawienia testów długodystansowych nie rozczarowuje. Były one obszerne, bogate w informacje, a liczba testowanych modeli – satysfakcjonująca. Na uznanie zasługuje fakt, że dystans próby (50 tys. km) był stały w przypadku wszystkich testowanych modeli. Właściwie jedyna wątpliwość dotyczyć może założonego dystansu, który może nie być wystarczający do pełnej oceny niezawodności pojazdu. Być może jednak, istniały praktyczne przeszkody utrudniające zwiększenie kilometrażu próby.

Ostatnią, niezbędną, jak się wydaje, z punktu widzenia nabywcy samochodu, kategorią treściową były **testy porównawcze**. Zestawiane w nich pojazdy poddawano próbom, sprawdzając, który z nich, według założonych przez redakcję kryteriów oceny, okaże się lepszy. Najczęściej pojawiający się autorzy w tej grupie testów to: Roman Skąpski (39), Heinrich Ligner (8), Maciej Ziemek (8), Sebastian Renz i Marcus Peters (po 7). Obecność trzech zagranicznych autorów w tym zestawieniu zwraca uwagę na międzynarodowy charakter pisma i wciąż istniejące powiązanie z koncernem Motor-Press.

Budowa testów porównawczych była zbliżona do testów pojedynczych pojazdów. W obrębie pierwszej grupy pojawiały się więc m.in. liczne zdjęcia, opisy wybranych aspektów pojazdu, pomiary testowe, podsumowania, ale przede wszystkim (co najbardziej dla tej kategorii charakterystyczne) oceny i tabele z punktacją. Tak jak w przypadku pozostałych grup, zamieszczano liczne opisy odnoszące się do napędu, układu jezdnego, komfortu czy działania multimedialnych. Tak przykładowo skomentowano działanie skrzyni biegów Opla Grandlanda X (w teście porównawczym z Hyundaiem Tucson) oraz pracę zawieszenia BMW 2 (w teście porównawczym z Mercedesem CLA):

8-biegowy automat Opla niezbyt sprawnie współpracuje z czterocylindrowym dieslem. Zmiana przełożenia nie zawsze następuje we właściwym momencie, czasami skrzynia uparcie trwa przy niższym biegu tylko po to, żeby po dodaniu przez kierowcę odrobiny gazu wreszcie raptownie zmienić przełożenie na wyższe („Auto Motor i Sport” 2020 nr 2, s. 64)

Co innego zestrojenie zawieszenia – BMW dopracowało się w ostatnich latach wysokiego poziomu komfortu. W Gran Coupé amortyzatory bardzo sprawnie dają sobie radę z nierównościami drogi, mimo że nie są to amortyzatory o zmiennej sile tłumienia. Wydają się dość sztywne, ale to z kolei zapobiega nieprzyjemnemu kołysaniu („Auto Motor i Sport” 2020 nr 12, s. 47).

Redakcja dzieliła się cennymi spostrzeżeniami, a w pierwszym cytacie zwracają uwagę także komentarze krytyczne. Poza naprzemiennym odnoszeniem się do zalet i wad danych modeli, wewnątrz tych testów odnaleźć można było wymowne, bezpośrednie porównania „jeden do jednego”. Oto przykłady:

Opla wyposażono w 1,2 litrowy benzynowy silnik o 20 KM słabszy niż silniki konkurentów. Trzycylindrowa jednostka jest co prawda dosyć głośna podczas rozruchu, ale – subiektywnie oceniając – w czasie przyspieszania ma temperament porównywalny z czterocylindrowymi silnikami Fiata i Seata („Auto Motor i Sport” 2020 nr 5, s. 76–77).

Podczas zwykłej jazdy już na pierwszej nierówności można odczuć niemal 2,4-tonową masę Porsche. Tłumienie jest szybkie i mniej sztywne, niż można by się spodziewać, jednak charakterystyczne ruchy nadwozia zdradzają, że mamy do czynienia z ciężkim autem. Zaskakujące jest natomiast to, że w codziennych warunkach komfort resorowania Mercedesa okazuje się wyczuwalnie niższy, jakby nie dość, że zawieszenie było zestrojone bardzo sztywno, to jeszcze GT miał zbyt mocno napompowane opony („Auto Motor i Sport” 2020 nr 7, s. 44).

Zróznicowane podejście do opisów oraz ciekawy sposób narracji powinny przykuć uwagę czytelników.

Średnia objętość testów porównawczych w „Auto Motor i Sport” wyniosła 7,5 strony. Wynik ten w istocie przewyższył poprzednio omawiane kategorie. Jest to jednak zrozumiałe – testuje się tu przecież więcej niż jeden model (średnia liczba zestawianych modeli wyniosła 2,5 na test). Rezultaty te wydają się być satysfakcjonujące. Najwięcej modeli (bo aż 8) przetestowano w numerze pierwszym (2018)¹⁵.

¹⁵ Były to następujące modele: Seata Arony, Kii Stonic, Mazdy CX-3, Nissana Juke, Opla Crossland X, Renault Captur, Peugeot 2008 i Citroen C3 Air-Cross.

Istotne znaczenie w obiektywnych zestawieniach pojazdów pełnią pomiary testowe. W 55 na 56 testów porównawczych¹⁶, redakcja zamieszczała je w formie graficznej (za pomocą słupków i „wirtualnych zegarów”). To niewątpliwie oryginalny sposób prezentacji danych, choć trzeba zaznaczyć, że ilość różnorodnej grafiki może przytłaczać i w efekcie niekorzystnie przekładać się na czytelność. W ramach testów porównawczych publikowano następujące kategorie pomiarowe z określoną średnią liczbą na test: droga hamowania (2,7), elastyczność (2), głośność (0,07), pomiary na torze testowym (0,02), przyspieszenie (5,4), zużycie paliwa (3,9). Rozczarowywać może znikoma liczba pomiarów głośności i pomiarów na torze testowym. Obie kategorie pojawiły się tylko w jednym teście¹⁷. O ile brak pomiarów na torze testowym mogą rekompensować pozostałe wskaźniki dynamiki (przyspieszenie i elastyczność), o tyle pomiary hałasu wewnątrz pojazdu są niezastąpione, szczególnie w przypadku próby samochodów wyższej klasy.

Na ostatnich stronach testów porównawczych zamieszczano punktację, oceny oraz podsumowania recenzowanych samochodów. Widoczna zazwyczaj po prawej stronie tabela z punktacją zawierała kategorie oceny (m.in. nadwozie, bezpieczeństwo, komfort jazdy, napęd, właściwości jezdne), a w jej ramach wyszczególniono liczne podkategorie (np. nadwozie – wymiary wnętrza, bezpieczeństwo – oświetlenie). W odpowiednich polach przyznawano za te elementy punkty, a z lewej strony w tabeli informowano o maksymalnie możliwej liczbie punktów do uzyskania. Punktację sumowano i na jej podstawie wskazywano zwycięzcę lub miejsce danego samochodu w rankingu testu (przypomnijmy: często testowano więcej niż 2 pojazdy). Analiza wykazała, że liczba poszczególnych kryteriów oceny wyniosła średnio aż 38 na test porównawczy. Uzupełnieniem liczbowej punktacji były komentarze podsumowujące każdy testowany pojazd oddzielnie (w ramce „Nasza ocena”).

Można stwierdzić, że do realizacji pełnych testów porównawczych redakcja przystępowała w sposób profesjonalny. Były one obszerne, bogate w treść, liczne pomiary testowe oraz przemyślaną i rzetelną metodykę (tabela końcowa z kryteriami oceny). Poważniejsze wątpliwości budzi jedynie niewystarczająca liczba pomiarów głośności oraz to, że część testów porównawczych stanowi specyficzna podkategoria treściowa tzw. porównań, która ze względu na swój charakter wymaga oddzielnego opisu.

Testy z podkategorii **porównań** stanowiły uproszczoną wersję zwykłych testów porównawczych. W latach 2018–2020 opublikowano je 21 razy (co stanowiło 27% wszystkich testów porównawczych). Autorami lub współautorami

¹⁶ Wyjątkiem było zestawienie siedmiu modeli crossoverów w numerze 1/2018; z wyłączeniem podgrupy „Porównań”.

¹⁷ Pomiary głośności, zob. „Auto Motor i Sport” 2018, nr 1, s. 43; pomiary na torze testowym, zob. „Auto Motor i Sport” 2018, nr 6, s. 65.

tych omówień byli najczęściej: Kacper Mucha (8), Roman Popkiewicz (4), Roman Skąpski i Szymon Piaskowski (po 3).

Choć porównania zawierały wrażenia z jazdy i konkretne opisy na temat wybranych aspektów wybranego pojazdu, to nie uwzględniano w nich zwykle pomiarów (86% tekstów), a podawane kryteria oceny były znacznie bardziej skromne (w porównaniu do pełnych testów porównawczych). Średnio brano pod uwagę jedynie 4 kryteria (przypomnijmy: w zwykłych testach porównawczych było to średnio 38 kryteriów). Zamiast liczbowej punktacji (w skali 1–10), przy uproszczonych kategoriach (osiągi i dynamika; wrażenia z jazdy; komfort i funkcjonalność; poczucie wyjątkowości; cena i ekonomia) przyznawano ocenę w formie gwiazdek (1–5).

Redakcja na ostatnich stronach porównań zamieszczała wybrane dane techniczne i cenę testowanego modelu. Znaleźć można było wspomniane kryteria oceny, a na końcu, podobnie jak w zwykłych testach porównawczych, podsumowanie każdego pojazdu z osobna. Co ciekawe, pomimo mniej kompleksowego charakteru testów z tej podkategorii, ich średnia objętość wyniosła rekordowe niemal 8 stron. Niewątpliwie, na ten fakt wpłynęła też duża liczba zestawianych modeli (średnio 3,7 na test). Porównania stanowiły interesującą i osobliwą podkategorię treściową testów. Choć duża część elementów pokrywała się z występującymi w testach porównawczych, to jednak mniej rozbudowana metodyka (kryteria oceny) i braki w pomiarach testowych świadczą o ich zdecydowanie mniej kompleksowym charakterze.

Wydzwięk wypowiedzi

Analizą wydzwięku wypowiedzi objęto teksty ze wszystkich kategorii oceniających dany samochód w sposób kompletny. Za kryterium ich wyodrębnienia posłużyła obecność oceny końcowej poddanego próbie pojazdu, wyrażona w formie liczby przyznanych „gwiazdek”, symbolizujących wynik testu. Przyjęto następującą klasyfikację: jedna do dwóch „gwiazdek” – wydzwięk negatywny, trzy oraz trzy i pół „gwiazdki” – wydzwięk neutralny, więcej niż trzy i pół „gwiazdki” – ocena pozytywna. Spośród 537 testów¹⁸ jedynie 80 spełniało wymagane kryterium (obecność oceny końcowej wyrażonej w formie liczby przyznanych „gwiazdek”). Nie stwierdzono ocen negatywnych, ocen neutralnych było siedemnaście (co stanowi 21% wszystkich not), zaś ocen pozytywnych odnotowano 63 (79%). Zaskakujące jest to, że w analizowanym okresie nie pojawił się ani jeden test o wydzwięku negatywnym. Znacząco przeważały oceny pozytywne. Taki stan rzeczy w pewnym stopniu tłumaczyć może wysoki poziom współczesnej motoryzacji; to, że nowe samochody, nawet te tanie,

¹⁸ Analizą wydzwięku można było objąć wszystkie testy pojedynczych pojazdów oraz część testów długodystansowych (kończących próbę na założonym dystansie).

reprezentują znacznie wyższą jakość niż dawniej. Z drugiej strony, być może redakcja powstrzymywała się od stanowczej krytyki, nie chcąc narażać się producentom samochodów, od których była przecież, w pewnym stopniu, zależna (parki prasowe, reklamy na łamach prasy).

Testowane marki

Aby lepiej dookreślić profil czasopisma „Auto Motor i Sport”, przeanalizowano wszystkie testy pojazdów pod względem marki oraz jej typu. Wykorzystano przy tym powszechnie przyjęty podział na marki premium oraz nie-premium¹⁹. Testowane marki oraz częstotliwość ich występowania przedstawiono w Tabeli 2.

Tabela 2. Marki testowane na łamach „Auto Moto” i „Auto Motor i Sport” w latach 2018–2020

Lp.	Nazwa marki	Liczba wystąpienia w testach
1.	Volkswagen	53
2.	Audi	51
3.	Skoda	48
4.	Mercedes	37
5.	BMW	36
6.	Porsche	31
7.	Seat	30
8.	Mazda	29
9.	Ford	28
10.	Renault	26
11.	Opel	22
12.	Peugeot	22
13.	Hyundai	20
14.	Kia	19
15.	Toyota	19
16.	Nissan	18
17.	Volvo	18
18.	Citroen	16
19.	Suzuki	16
20.	Mitsubishi	15
21.	DS	11
22.	Honda	11
23.	Jaguar	8
24.	Fiat	7

¹⁹ Zob. Szczypiński & Kuleta, 2020.

25.	Land Rover	7
26.	Mini	7
27.	Jeep	6
28.	Subaru	6
29.	Alpine	5
30.	Dacia	5
31.	Cupra	4
32.	Lexus	4
33.	Maserati	4
34.	Tesla	4
35.	Ferrari	3
36.	Rolls-Royce	3
37.	Ssangyong	3
38.	Aston Martin	2
39.	Chevrolet	2
40.	Infiniti	2
41.	Lamborghini	2
42.	Smart	2
43.	Abarth	1
44.	Alfa Romeo	1
45.	Lotus	1
46.	McLaren	1
47.	Polestar	1
48.	Radical	1
49.	RAM	1
	Ogółem	669

Źródło: opracowanie własne

W analizowanym okresie przetestowano samochody 49 różnych marek, co wydaje się być satysfakcjonującym wynikiem, świadczącym o swoistej różnorodności samochodów poddawanych testom. Najczęściej testowanymi markami były: Volkswagen (53), Audi (51), Skoda (48), Mercedes (37) i BMW (36). W zestawieniu pojawiają się więc trzy marki premium (Audi, Mercedes, BMW) oraz dwie marki nie-premium (Volkswagen, Skoda).

Ogół przetestowanych unikalnych modeli wyniósł 253, z czego 104 należało do marek premium (41%), a 149 do marek nie-premium (59%). Rozkład ten jest więc dość proporcjonalny, co potwierdza, że testowano różnorodne typy pojazdów; zarówno te mniej prestiżowe, jak i te uważane za bardziej ekskluzywne. Powyższe spostrzeżenie trafnie oddaje ogólnomotoryzacyjny charakter pisma. Zwraca również uwagę fakt, że w ramach testów na jeden numer „Auto Motor i Sport” przypadało średnio aż 7 modeli²⁰. To bardzo wysoki wynik,

²⁰ Liczba ta odnosi się wyłącznie do unikalnych modeli samochodów (np. Audi A4 czy Peugeot 508).

na który z pewnością przełożyła się jednak duża liczba tekstów ze specyficznej kategorii, jaką były pierwsze wrażenia.

Podsumowanie

Dogłębna analiza miesięcznika „Auto Motor i Sport” pozwoliła na przedstawienie szczegółowej charakterystyki tego tytułu. Potwierdzono, że realizuje on w pełni funkcje przypisane prasie motoryzacyjnej. Określono sposoby i narzędzia, za pomocą których redakcja wypełniała te zadania. Omówiono zarówno szatę graficzną magazynu, jak i jego zawartość, koncentrując się na dokładnym przedstawieniu testów samochodów, uznając, iż jest to element wyróżniający tego typu prasę. Uzasadniono, iż pismo oferowało czytelnikom dużą liczbę różnorodnych tekstów o tematyce motoryzacyjnej (m.in. newsy, teksty o charakterze poradniczym czy testy). Treści kierowano do możliwie najbardziej szerokiej grupy odbiorców, co widoczne jest choćby w wyborze pojazdów poddanych testom („równe” proporcje marek premium do nie-premium). Ogólna struktura magazynu była przemyślana, choć pewne wątpliwości budzić może niewielka liczba tekstów poświęconych motosportowi (biorąc pod uwagę ostatni człon nazwy w tytule periodyku) oraz wbudowanie wszystkich kategorii treściowych testów w ramach jednego działu (*Testy i jazdy*), co przekładało się na słabą czytelność przekazu. Podobnie jak w przypadku zawartości, także szatę graficzną odznaczał swoisty „przepych”, odnotowano w tym aspekcie dużą ilość różnorodnych ozdóbek i przykuwających uwagę zdjęć, nie tylko urozmaicających dany materiał, ale również potwierdzających zamieszczane oceny czy komentarze.

Bogactwo treści zaobserwowano także w obrębie samych testów, o czym świadczy najlepiej mnogość różnych kategorii treściowych. Podejście do ich realizacji wydaje się profesjonalne. Z punktu widzenia czytelnika, zawarte w nich opisy były wartościowe, a liczne zdjęcia, dane techniczne i pomiary stanowiły dodatkowy atut. Szczególnie ten ostatni element tworzono z dużym stopniem profesjonalizmu (za wyjątkiem braków w pomiarach głośności w testach porównawczych). Poważne zastrzeżenia dotyczyć mogą samego rozkładu liczbowego kategorii treściowych testów. Trudno bowiem stwierdzić, na ile czytelnicy doceniają proponowaną formułę pierwszych wrażeń (69% wszystkich testów w latach 2018–2020) nad pozostałymi kategoriami.

Kwestią zamykającą niniejsze opracowanie jest klasyfikacja omawianego miesięcznika do jednej z proponowanych kategorii. Jak wspomniano wcześniej, analiza rynku pism motoryzacyjnych pozwala podzielić je według przyjętych kryteriów na trzy postulowane przez autora grupy:

- półka wysoka, na której można umieścić periodyki wyróżniające się wyższą ceną, bardziej wyrafinowaną szatą graficzną i pogłębionymi

testami pojazdów (m.in. większą liczbą testów, kategorii treściowych i pomiarów).

- półka środkowa, na której odnaleźć można pisma charakteryzujące się niższą ceną, mniej finezyjną szatą graficzną i bardziej uproszczoną realizacją testów pojazdów (m.in. mniejszą liczbą testów, kategorii treściowych oraz pomiarów).

Jak wykazały badania, „Auto Motor i Sport” należy zaliczyć do kategorii, określonej jako półka wysoka. Magazyn wyróżnia się nie tylko stosunkowo wysoką ceną, ale również nieszablonością, efektowną szatą graficzną oraz dużą liczbą testów (537 w analizowanym okresie). Dodatkowo, te służące kompletnemu sprawdzeniu pojazdu w znacznym stopniu wyróżniały się rozbudowaniem treści (wyrażającym się m.in. objętością, dużą liczbą kategorii pomiarowych i samych pomiarów). Nieformalnym, acz istotnym, bo już na pierwszy rzut oka potwierdzającym zasadność takiej klasyfikacji wyróżnikiem może być ekskluzywny projekt okładki, którą wykonano z wysokiej jakości papieru.

Dalsze badania obejmujące pozostałe magazyny motoryzacyjne wydawane na polskim rynku prasowym, pozwolą nie tylko pogłębić podjęty temat, ale również wskazać, co wyróżnia zawartość „Auto Motor i Sport” na tle innych periodyków motoryzacyjnych.

Bibliografia

- „Auto Motor i Sport” (2018), nr 1–12, ISSN 1426-6385.
- „Auto Motor i Sport” (2019), nr 1–12, ISSN 1426-6385.
- „Auto Motor i Sport” (2020), nr 1–12, ISSN 1426-6385.
- Bańdo, Adam (2015). Polskie czasopisma motoryzacyjne do 1989 roku. *Gospodarka-Rynek-Edukacja* [online], 16, s. 5–14. Pobrano 13.08.2022, z: <http://ojs.edukacja.wroc.pl/index.php/GRE/article/view/113/118>.
- Bańdo, Adam (2019). The rise and evolution of Polish automotive magazines until 1989. *Rocznik historii prasy polskiej* [online], 4(12), s. 6–18. Pobrano 13.08.2022, z: <https://journals.pan.pl/Content/113713/PDF/RHPP%204-2019%201-A.Bando.pdf?handler=pdf>.
- Czasopismo motoryzacyjne. W: *Wikipedia. Wolna encyklopedia* [online]. Pobrano 10.08.2022, z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Czasopismo_motoryzacyjne.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga (2009). *Niemieckie koncerny prasowe w Polsce w latach 1989–2008*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Filas, Ryszard (1999). Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999). *Zeszyty Prasoznawcze* [online], 1–2(42), s. 31–55. Pobrano 13.02.2021, z: <http://www.obp.pl/past/files/RF-10-lat-przemian.pdf>.
- Filas, Ryszard (2020). Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019). *Naukowy Przegląd Dziennikarski* [online], 2(42), s. 49–82. Pobrano 13.02.2021, z: https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/272133/filas_co_sie_stalo_z_prasa_drukowana_w_polsce_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- History. W: *Motor Presse Stuttgart* [online]. Pobrano 13.08.2022, z: <https://www.motorpresse.de/en/history/>.

- Jaśkiewicz, Konrad (2013). Monografia czasopisma Auto Świat 1995–2001. [Niepublikowana praca magisterska]. <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/191717>
- [jk] (2018). Maciej Mizuro kupił Motor-Presse Polska, firma będzie dalej współpracować z Motor Presse Stuttgart. W: *Wirtualne Media* [online]. Pobrano 13.08.2022, z: <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/maciej-mizuro-kupil-motor-presse-polska-firma-bedzie-dalej-wspolpracowac-z-motor-presse-stuttgart>.
- Kimaczyński, Michał (2022). Analiza wybranych miesięczników motoryzacyjnych w latach 2018–2020 na przykładzie „Auto Moto” i „Auto Motor i Sport” [Niepublikowana praca magisterska].
- Komunikat polskich badań czytelnictwa o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych w 2016 roku (2016). W: *Związek Kontroli i Dystrybucji Prasy* [online]. Pobrano 10.12.2021, z: https://www.zkdp.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=8&Itemid=4&lang=pl.
- Pisarek, Walery (1983). Analiza zawartości prasy. *Biblioteka Wiedzy o Prasie* [online], 16. Pobrano 4.03.2022, z: <https://pm.media.uj.edu.pl/documents/19112558/108702669/Pisarek%20-%20Analiza%20zawarto%C5%9Bci%20prasy.compressed.pdf>.
- Roman Popkiewicz jurorem konkursu Car of the Year. W: *Auto Motor i Sport* [online]. Pobrano 16.06.2021, z: <https://www.auto-motor-i-sport.pl/wydarzenia/Roman-Popkiewicz-jurorem-konkursu-Car-of-the-Year,36660,1>.
- Sołtysik, Łukasz (2010). „TopGear” – analiza zawartości magazynu i jego miejsce na rynku prasy motoryzacyjnej. [Niepublikowana praca magisterska]. Dostęp: <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/167756>
- Szczypiński, Michał & Kuleta, Katarzyna (2020). Marka premium. W: *Encyklopedia Zarządzania* [online]. Pobrano 13.08.2022, z: https://mfiles.pl/pl/index.php/Marka_premium
- Ślaski, Robert (2018a). „Motor” jako najstarsze współczesne polskie czasopismo motoryzacyjne: monografia za lata 1952–1991. [Niepublikowana praca magisterska]. Dostęp: <https://apd.uni.lodz.pl/diplomas/131691/>
- Ślaski, Robert (2018b). Tygodnik „Motor” jako najstarsze współczesne polskie czasopismo motoryzacyjne. Analiza za lata 1952–1991. *Acta Universitatis Lodzianis: Folia Librorum*, 2(27), s. 87–107.
- Test. W: *Słownik języka polskiego PWN* [online]. Pobrano 13.09.2022, z: <https://sjp.pwn.pl/sjp/test;2578096>.
- Towarek, Arkadiusz (2010). Rynek polskiej prasy motoryzacyjnej [Niepublikowana praca magisterska]. Dostęp: <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/164686>
- Tuszyński, Bogdan (1981). *Prasa i sport. Wydawnictwo z okazji 100-lecia prasy sportowej 1881–1981*. Warszawa: Sport i Turystyka.
- Wojtak, Maria (2006). Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej. *Prace Językoznawcze* [online], 8, s. 61–78. Pobrano 8.09.2022, z: https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Prace_Językoznawcze/Prace_Językoznawcze-r2006-t8/Prace_Językoznawcze-r2006-t8-s61-77/Prace_Językoznawcze-r2006-t8-s61-77.pdf.
- Wolny-Zmorzyński, Kazimierz, Kaliszewski Andrzej, Snopek, Jerzy & Furman, Wojciech (2006). *Prasowe gatunki dziennikarskie*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.

„Auto Motor i Sport”: analysis of the automotive magazine in 2018–2020

ABSTRACT: This article opens the planned series of publications on the contemporary automotive press market in Poland. In this initiating study, the focus was on the analysis of the popular general-automotive monthly, “Auto Motor i Sport”. The main purpose of the work was to characterize and attempt to classify the periodical. The following research questions were posed: whether and how the analyzed periodical performs the functions assigned to this type of press? how is its mock-up designed? what content is published on its pages and thus what distinguishes the content of this title from others? How were car tests presented in the selected periodical? what kind and what brands of vehicles were tested? which of the proposed groups can the analyzed periodical be classified into? In order to answer these questions, the research used primarily the method of analyzing the content of the press, but also the method of analyzing and criticizing the literature, as well as the historical and statistical methods. The analysis was based on 36 issues published in 2018–2020 (12 issues per year).

KEYWORDS: “Auto Motor i Sport”, press research, automotive press, hobby press, press for men