

Lidia Pokrzycka
Lublin

LUBELSKA PRASA BEZPŁATNA W LATACH 1992-2004¹

Lubelski rynek prasy bezpłatnej jest dość specyficzny. Pojawiające się efemerydy, kolejne próby wchodzenia na rynek tych samych wydawców oraz ciągle problemy finansowe – to niemalże codzienność.

Prasa bezpłatna w Lublinie pojawiła się już w roku 1992, kiedy to ukazał się pierwszy bezpłatny tygodnik „Gazeta Powszechna Poczta”, wydawany z inicjatywy Biura Wydawniczego Marka Łosia. Kolportaż tygodnika w nakładzie 110 tysięcy egzemplarzy, w Lublinie i Świdniku, zapewniała Poczta Polska. Według deklaracji wydawców „Gazeta” miała być bardzo blisko swoich czytelników i interweniować w sprawach ważnych dla mieszkańców miasta². Teksty interwencyjne stanowiły jednak znikomy procent objętości gazety. W większości przypadków skupiono się na krótkich informacjach i poradach dla czytelników. Planowano, że 50% powierzchni gazety zajmować będą teksty, pozostałe – reklamy. W redakcji w pełnym wymiarze czasu pracy zatrudniono trzech dziennikarzy, a także korektora. W wydawanie „GPP” zaangażowano skromne nakłady finansowe. Po ukazaniu się jedenastu numerów, tygodnik ze względów ekonomicznych zawiesił działalność.

Jego kontynuacją stała się „Miejska Gazeta Powszechna”, ukazująca się od 1996 roku, a wydawana przez Prasową Spółkę – System MGP w nakładzie 113 600 egzemplarzy. Tygodnik był dostarczany do wszystkich mieszkań w Lublinie i finansowany wyłącznie z ogłoszeń. Zespół redakcyjny stanowili przede wszystkim młodzi ludzie (studenci, uczniowie), opłacani na zasadach „wierszówki”. W pełnym wymiarze czasu pracy zatrudniono tylko redaktora naczelnego i sekretarza redakcji. Zawartość tytułu stanowiły głównie reklamy i ogłoszenia. Artykuły informacyjne zamieszczane na łamach „Miejskiej Gazety Powszechnej” dotyczyły przede wszystkim bieżących spraw miasta. Tygodnik uatrakcyjniały: program telewizyjny, wiadomości sportowe oraz porady z różnych dziedzin. Według deklaracji redaktora naczelnego³

¹ Badania finansowane były przez Komitet Badań Naukowych.

² Od redakcji, „Gazeta Powszechna Poczta” 1992, nr 1, z dn. 11.10.

³ Rozmowa ze Stanisławem Wojtysiakiem, redaktorem naczelnym „Miejskiej Gazety Powszechnej”, 17.06.1997 (zapis w archiwum autorki).

celowo pomijano informacje polityczne i kryminalne sensacje, ponieważ często gościły one na łamach lubelskich dzienników. „Gazeta” początkowo liczyła 8 stron, jednak z uwagi na problemy ekonomiczne, w kolejnych latach często ograniczano jej objętość do 4 stron. Ostatni numer wydawany przez Prasową Spółkę – System MGP ukazał się w marcu 2001 roku. W związku z niewywiązywaniem się wydawcy z zaległych płatności, wydawanie tygodnika zostało zawieszono.

Pismem nawiązującym do tradycji „Miejskiej Gazety Powszechnej” stała się „Gazeta Miejska”, wydawana przez Redakcję Wydawnictw i redagowana przez dawny zespół redakcyjny MGP. Pierwszy numer „Gazety Miejskiej” ukazał się 9 września 2001 roku.

„Gazeta Miejska” (z założenia wydawcy) była bardzo podobna graficznie do poprzedniczki. Ogólna zasada to duże czołowe zdjęcie, więcej niż w „MGP” tekstów ułożonych w poziomie, początkowo spróbowano też hierarchizować artykuły na stronie. Jednak priorytet miały przede wszystkim reklamy. Wydawca zakładał, że „Gazeta” ma mieć 8 stron, jednak ze względów ekonomicznych, liczyła ostatecznie 4 strony. Średnio w jednym numerze ok. 60-70% stanowiły teksty sponsorowane i ogłoszenia. „Gazeta Miejska” zawierała także blok informacyjny. Pół strony wypełniały najnowsze informacje z miasta, stałymi rubrykami były też: podglądy (cykl felietonów), terminarz imprez – co? gdzie? kiedy?, rozrywka (krzyżówka) i konkurs czytelniczy.

Nie zatrudniano dziennikarzy w pełnym wymiarze czasu pracy – płacono wyłącznie „wierszówkę”. Redaktor naczelny pełnił zarazem funkcję sekretarza redakcji, adiustatora, redaktora tekstów, jak i makietującego strony. Do pomocy miał tylko trzech współpracowników. Redakcja pracowała właściwie bez zaplecza technicznego, ograniczonego do jednego komputera i podstawowego oprogramowania. W tym czasie w Lublinie funkcjonowały już trzy bezpłatne tygodniki, istnienie pisma zależało więc od akwizytorów ogłoszeń, których liczba często zmieniała się. Po wydaniu dziewięciu numerów „Gazeta Miejska” przestała się ukazywać⁴.

Od kwietnia 2002 roku wydawany jest jednak tygodnik „Miejska.net”, jako kontynuacja „Miejskiej Gazety Powszechnej” i „Gazety Miejskiej”. Tytuł „Miejska” utrwalił się w świadomości lublinian, mimo różnych – jak dotychczas efemerycznych – prób wydawców lokalnych debiutujących na rynku prasy bezpłatnej⁵. „Miejska.net” wychodzi w nakładzie 25 000 egzemplarzy, składa się z ośmiu stron, kolportowana jest w dużych centrach handlowych. W tygodniku najczęściej można znaleźć porady, krótkie felietony, miejskie oferty kulturalne oraz horoskopy. Reklamy zajmują około 50% objętości pisma.

Pismo charakteryzuje bardzo prosty sposób łamania, a także brak korekty (występują literówki, zasady interpunkcji często są pomijane) – co sugeruje niewielki koszt

⁴ Rozmowa ze Stanisławem Wojtysiakiem, redaktorem naczelnym „Gazety Miejskiej”, 20.01.2002 r. (zapis w archiwum autorki).

⁵ *Od redakcji*, „Miejska.net” 2002, nr 3, z dn. 25.04., s. 1.

wydawania pisma. W pełnym wymiarze czasu pracy zatrudniono wyłącznie redaktora naczelnego – Grzegorza Łosia – syna Marka Łosia, wydawcy „Gazety Powszechnej Poczty”, „Miejskiej Gazety Powszechnej”, współtwórcy i udziałowca „Gazety Miejskiej”.

„»Miejska.net« jest gazetą bezpłatną, tygodnikiem informacyjno-reklamowym – pisał redaktor G. Łoś w drugim numerze pisma⁶ – obejmującym swoim zasięgiem teren miasta Lublina i Świdnika, a w perspektywie także Puławy. Nowa postać gazety jest wypadkową doświadczeń zebranych od 1996 roku przy wydawaniu »Miejskiej Gazety Powszechnej« i współpracy z tego typu gazetami w kraju i na zachodzie Europy. Dzięki tym doświadczeniom chcemy zaproponować Państwu nową formułę gazety i nowy zróżnicowany system kolportażu, jak i nowość na rynku lubelskim, którą stanowi równoległe pełne wydanie gazety w Internecie z dodatkowymi serwisami dla odwiedzających naszą domenę”. Niestety, od dłuższego czasu strona www.miejska.net⁷ nie jest uaktualniana, a deklaracje dotyczące dodatkowych serwisów nie są spełniane.

Na lubelskim rynku czasopism bezpłatnych od 7 września 2001 roku utrzymuje się „Tygodnik Lubelski. Echo Lublina”. Pismo to jest kontynuacją płatnego „Tygodnika Lubelskiego”, ukazującego się w Lublinie od 1999 roku. Wydawcą jest Centrum Prasowe, a redaguje zespół i współpracownicy.

W numerze drugim z 14 września 2001 roku wydawca Jolanta Kozak pisała: „Myślę, że Ci z Państwa, którzy wcześniej kupowali publicystyczną wersję »Tygodnika Lubelskiego« w kioskach wiedzą, że jesteśmy gazetą rzetelną, nie związaną z żadną opcją polityczną. I tacy chcemy pozostać. »Tygodnik Lubelski« co tydzień będzie informował o sprawach ważnych dla społeczności miasta. Chcemy być blisko spraw, które bolą mieszkańców Lublina, ale i tych, które cieszą. Chcemy prezentować tych, którym udaje się zrobić w tym mieście rzeczy dobre”.

Pomysł przekształcenia „Tygodnika Lubelskiego” w bezpłatny „Tygodnik Lubelski. Echo Lublina” powstał jeszcze przed upadkiem „Miejskiej Gazety Powszechnej”. Płatny tygodnik nie sprzedawał się bowiem w dużej liczbie egzemplarzy. Z rozmysłem wykorzystano czas ukazania się na rynku pierwszych numerów „Tygodnika Lubelskiego. Echo Lublina”. Wrześniowe wybory parlamentarne gwarantowały dla trzech pierwszych wydań bezpieczeństwo finansowo-reklamowe, dzięki zainteresowaniu poszczególnych partii politycznych.

W tygodniku stale zamieszczane były m.in. krótkie felietony („Babskim okiem,,), „Echosonda” (głosy mieszkańców miasta), ciekawostki z Lublina i informator miejski. Ciekawą rubryką były „Rozmowy Echa”, czyli trzy pytania do władz miasta.

„Tygodnik Lubelski. Echo Lublina” składał się początkowo z 8 stron, od grudnia 2001 roku – tylko z 4. Redagujący gazetę próbowali hierarchizować teksty na stronach, jednak nie zawsze to im się udawało. Pierwszeństwo miały ogłoszenia. Najczę-

⁶ Od redakcji, „Miejska.net” 2002, nr 2, z dn. 18.04., s. 3.

⁷ <http://www.miejska.net.pl> z 25.07.2003.

ciej na pierwszej stronie zamieszczane były teksty sponsorowane. Choć zdarzały się wyjątki. Sprawy dotyczące bezpośrednio mieszkańców Lublina, problemy bardzo kontrowersyjne, znajdowały swoje miejsce na tzw. jedynce. „Podobno strażnicy miejscy od kilku już lat realizują system, który pozwala zwiększyć ich dochody. Z siebie tylko właściwą determinacją konsekwentnie, nierzadko w stałych miejscach, »polują na jeleni« czyli kierowców parkujących nie zawsze tam, gdzie można. Zakładanie blokad na koła stało się już niejako ich ulubionym zajęciem. Podobno robią to tak często, że... zapominają o innych wykroczeniach, nie tylko drogowych, którym powinni równie stanowczo przeciwdziałać. A w Lublinie to nawet nie wysyła się ich na ćwiczenia pozwalające doskonalić kondycję fizyczną. Podobno dlatego, że zbyt często odnosili na nich urazy...” – ironizował felietonista tygodnika⁸.

Z założenia wydawcy w tygodniku, liczącym 8 stron, 40% objętości miały zajmować informacje z miasta, a 60% reklamy. Po zmniejszeniu objętości pisma proporcje te zostały zachwiane na korzyść reklam. – Czytelnik powinien do tego podejść ze zrozumieniem. Tygodnik jest przecież gazetą bezpłatną, a musi się z czegoś utrzymać – podkreślał wydawca. Wydawanie w Lublinie wyłącznie bezpłatnego tygodnika jest bardzo ryzykowne. Nakładem Centrum Prasowego ukazuje także płatny miesięcznik Panorama Lubelska, który utrzymuje się na rynku już 7 lat i daje nam pewne rezerwy finansowe⁹.

Początkowo „Tygodnik Lubelski. Echo Lublina” był dostępny w wybranych punktach handlowych, a następnie (podobnie, jak pozostałe dwa bezpłatne tygodniki) kolportowano go do wszystkich mieszkań Lublina. W związku z dużymi kosztami kolportażu od stycznia 2002 roku tygodnik można było dostać wyłącznie w centrach handlowych i stacjach benzynowych, a wydawany w nakładzie od 3 tysięcy do 10 tysięcy egzemplarzy. W marcu pismo miało być kolportowane także w autobusach i trolejbusach MPK. Od 2002 roku ukazuje się nieregularnie (ostatni numer, w bardzo małym nakładzie i skromnej objętości, ukazał się na przełomie grudnia 2002 i stycznia 2003 r.).

Trzecim bezpłatnym tygodnikiem był „Przegląd Lubelski. Bezpłatny tygodnik informacyjny”. Zerowy numer pisma ukazał się 1 września 2001 roku. Wydawca (POLPRESS sp. z o.o.) chciał w ten sposób wykorzystać lukę na lubelskim rynku – kilka miesięcy wcześniej wydano ostatni numer „Miejskiej Gazety Powszechnej” i wydawało się, że powstanie nowej, bezpłatnej gazety będzie sukcesem. Jednak już kilka tygodni później w Lublinie ukazały się kolejne bezpłatne tygodniki, wchodząc razem na bardzo wąski, lubelski rynek reklamowy.

Numer zerowy „Przeglądu Lubelskiego” miał mały nakład – 8 tysięcy egzemplarzy – i adresowany był do wszystkich podmiotów gospodarczych miasta. Numer pierwszy ukazał się 21 września w nakładzie 30 tysięcy egzemplarzy.

⁸ *Strażnicy, jacy są...*, „Tygodnik Lubelski. Echo Lublina” 2001, nr 1, z dn. 07.09., s. 1.

⁹ Rozmowa z Jolantą Kozak, wydawcą „Tygodnika Lubelskiego. Czas Lubelski”, 22.02.2002 r. (zapis w archiwum autorki).

„Chcemy być wszędzie tam, gdzie dzieją się sprawy ważne dla miasta i mogące zainteresować jego mieszkańców, a przede wszystkim zapewnić podstawowe źródło uczciwej i obiektywnej informacji. Pragniemy, aby czytali nas wszyscy, bez względu na wiek, rodzaj wykonywanej pracy, zasobność portfela czy też przekonania polityczne. Jako gazeta nie jesteśmy związani z żadną opcją polityczną, co pozwala nam na rzetelny obiektywizm”¹⁰.

Pierwsze wydanie „Przeglądu” było oparte przede wszystkim na ogłoszeniach wyborczych, ale nie przyniosło pożądanych efektów finansowych. W 2001 roku wydano 9 numerów „Przeglądu Lubelskiego” (od października w nakładzie 100 tysięcy egzemplarzy). Jednak żaden z tych numerów nie odniósł sukcesu reklamowego. Było to więc pismo przede wszystkim informacyjne, z uwagi na małą objętość reklam. – Aby uzyskać stabilność finansową gazety, 70% powierzchni tygodnika powinny zajmować reklamy – podkreślał wydawca „Przeglądu Lubelskiego”. Pismo to natomiast zawierało 30% reklam, a 70% zajmowały bieżące informacje miejskie, stałe rubryki – informatory, sportowy weekend, artykuły publicystyczne, głosy czytelników i recenzje książek. Na pierwszych stronach nie było tekstów sponsorowanych, bardzo często otwierających kolejne numery konkurencyjnych tygodników.

Na łamach „Przeglądu Lubelskiego” publikowali autorzy związani wcześniej z „Miejską Gazetą Powszechną”, jak też (oczywiście pod pseudonimami) dziennikarze związani z innymi lubelskimi redakcjami. Artykuły publikowane na łamach pisma często nawiązywały do aktualnych problemów Lublina. „W tym roku, w okresie od stycznia do lipca, wybudowano w Polsce ponad 55 tys. mieszkań – o 37 proc. więcej niż przed rokiem. Efekt tego nagłego mieszkaniowego boomu widać gołym okiem, bo z każdym miesiącem przybywa pustostanów. W Lublinie nie ma już praktycznie dewelopera, który bez problemu sprzedawałby budowane przez siebie mieszkania” – pisał w 2001 roku dziennikarz tygodnika¹¹.

Przez trzy miesiące ukazywania się „Przeglądu” kolportażem zajmowało się 150 osób, jednak tygodnik nie był dostarczany do wszystkich mieszkań Lublina. Około 2 tysięcy egzemplarzy rozdawali swoim klientom taksówkarze radia taxi. W „Przeglądzie” w pełnym wymiarze czasu pracy zatrudniano początkowo pięć osób, od grudnia – cztery. W pierwszych tygodniach wydawania pismo miało bardzo skromną szatę graficzną, małą winietę tytułową, w kolorze ukazywały się tylko dwie strony. Wyraźnie jednak widać próby hierarchizowania tekstów.

W związku z częstym kojarzeniem „Przeglądu Lubelskiego” z „Tygodnikiem Lubelskim. Echo Lublina”, od nr 6 zwiększono winietę tytułową, nastąpiła również zmiana drukarni, dzięki czemu tygodnik uzyskał więcej kolorowych stron (od nr 7).

Pod koniec 2001 roku POL-PRESS zarejestrował tytuł „Przegląd Lubelszczyzny”, który miał być kolportowany poprzez sieć sklepów w Świdniku, Łęcznej i Lubartowie, jako wkładka lub okładka „Przeglądu Lubelskiego”. Według planów redakcji

¹⁰ *Od redakcji*, „Przegląd Lubelski” 2001, nr 1, z dn. 21.09., s. 1.

¹¹ *Mieszkaniowa lamigłówa*, „Przegląd Lubelski” 2001, nr 2, z dn. 29.09., s. 1.

pierwszy, łączony numer miał się ukazać w styczniu 2002 roku. Niestety, ze względów ekonomicznych, wydawanie pisma przełożono, początkowo na pierwszą połowę, a następnie na koniec lutego. Ofertę reklamową kierowano do małych i średnich firm Lublina i okolic. Rozmowy prowadzone z nimi okazały się jednak nieefektywne i w konsekwencji podjęto decyzję o zamknięciu redakcji „Przeglądu Lubelskiego”¹².

W czerwcu 2001 roku zarejestrowano kolejny bezpłatny tygodnik – „Regionalna Gazeta Lubelska”. Miał on być kolportowany, poprzez biblioteki, w większych miastach Lubelszczyzny. Według planów wydawcy pierwszy numer „Regionalnej Gazety Lubelskiej” miał ukazać się na przełomie listopada i grudnia. Dystrybucja tygodnika rozpoczęła się jednak dopiero w marcu 2002 roku. „Regionalna Gazeta Lubelska” ukazuje się bardzo nieregularnie, ostatni – znany autorce – numer wyszedł pod koniec 2002 roku. Pismo składa się zazwyczaj z 8 stron (początkowo z czterech), z których dwie wypełniają wyłącznie reklamy. Pozostałą powierzchnię zajmują obszernie artykuły publicystyczne, poświęcone m.in. poszczególnym lubelskim gminom i problemom związanym z integracją europejską. „Gazeta” łamana jest statycznie, brakuje hierarchizacji tekstów na stronach. Aktualnie kolportażem tygodnika zajmuje się sama redaktor naczelna, natomiast siedziba redakcji, mieszcząca się na lubelskim Starym Mieście, jest prawie cały czas zamknięta.

Kolejny bezpłatny tygodnik – „Nasze Miasto Lublin” – ukazuje się od 21 marca 2002 roku w nakładzie 35 tysięcy egzemplarzy. Pismo wydawane jest przez firmę Bit-Press raz w tygodniu (czwartki), a dystrybuowane w 20 najważniejszych punktach Lublina i Świdnika przez umundurowanych kolporterów. „Nasze Miasto Lublin” składa się z 8 stron redakcyjnych i kolejnych ośmiu zawierających program TV. Jest to typowa gazeta miejska – jak określają ją twórcy. „Chcemy dostarczać czytelnikom pełnej informacji o tym co dzieje się w naszym mieście, przekazywać im całotygodniowy program telewizyjny, pełny repertuar kinowy, teatralny, recenzje, omówienia, komentarze, informacje sportowe, giełdowe itd.” – pisał Tomasz Bielski, redaktor naczelny, w zerowym numerze „Naszego Miasta Lublin”¹³.

Pismo ma wyraźną strukturę – teksty są krótkie, choć występują problemy z hierarchizacją artykułów. Dobór poruszanych spraw to przede wszystkim – rozrywka i kultura, sport oraz porady – przydatne informacje. Reklamy zajmują średnio 40% objętości wydawnictwa. Czasami poruszane są problemy związane bezpośrednio z funkcjonowaniem miasta Lublina i jego mieszkańców. „Ponad połowa lokatorów w Spółdzielni Mieszkaniowej Czuby zalega z czynszami. Krąg dłużników poszerza się z każdą podwyżką czynszu. Dla kolejnej grupy członków spółdzielni, rosnący czynsz oznacza przekroczenie granic wytrzymałości domowego budżetu...” – pisał K. Stankiewicz, w jednym ze swoich tekstów interwencyjnych¹⁴.

¹² Rozmowa z Robertem Rogowskim, wydawcą „Przeglądu Lubelskiego”, 5.02.2002 r. (zapis w archiwum autorki).

¹³ T. Bielski, *Nasz sposób na kryzys*, „Nasze Miasto Lublin” 2002, nr 0, z dn. 8-10.03., s. 3.

¹⁴ K. Stankiewicz, *Czynszowa zmora*, „Nasze Miasto Lublin” 2003, nr 46, z dn. 7.02., s. 1.

Idea wydawania w Lublinie bezpłatnego pisma przez firmę Bit-Pres prawdopodobnie wynikała z obserwacji działań trójmiejskiej spółki Polskapresse¹⁵, która w 2001 roku zaczęła powoływać w kolejnych miastach (Kraków, Poznań, Wrocław) tygodniki bezpłatne. Podobny jest bowiem termin wydawania pisma i sposób dystrybucji gazety. Natomiast zespół redakcyjny składa się z dziennikarzy z wieloletnim doświadczeniem, w większości przypadków zdobytym w dzienniku „Kurier Lubelski”.

Analiza zawartości bezpłatnych tygodników wskazuje, że jakość przekazywanych informacji – w większości przypadków – schodzi na plan dalszy. Najważniejsze są reklamy, jeśli ich nie ma, tygodnik nie utrzymuje się długo na rynku. „Przegląd Lubelski” jest najlepszym tego przykładem – początkowo wydawał się wyjątkiem. Publikował bardzo ciekawe testy, reklam było niewiele. Jednak od stycznia 2002 roku tygodnik nie ukazuje się. Wypowiedzi wydawców konkurencyjnych pism są zastanawiająco podobne. – Jesteśmy zdziwieni, że nie utrzymaliśmy się na rynku. Perspektywy były przecież bardzo dobre.

Wydaje się, że na sytuację na lubelskim rynku ogłoszeniowym miała duży wpływ „Miejska Gazeta Powszechna”, ukazująca się przez kilka lat, jako jedyna lubelska, bezpłatna gazeta informacyjno-reklamowa. Kłopoty wydawcy, liczne sprawy sądowe toczące się do tej pory, podważyły zaufanie reklamodawców do bezpłatnych tygodników. Ważna jest również sytuacja gospodarcza Lubelszczyzny. Duże zakłady pracy ogłosiły upadłość, średnie firmy przechodzą kryzys finansowy, a małe myślą tylko o tym, by przetrwać.

W 2003 roku sytuacja na lubelskim rynku pism bezpłatnych nie uległa poprawie. Większość tytułów została zawieszona, z wyjątkiem tygodnika „Nasze Miasto Lublin”, który być może zostanie przejęty przez firmę zagraniczną. Jednak i to wydawnictwo nie odnosi wielkich sukcesów reklamowych, a utrzymuje się „z dnia na dzień”. Oczywiście, czytelnictwo tego typu prasy jest bardzo duże (czasopisma są przecież bezpłatne), ale nie zagwarantuje to sukcesu finansowego.

W lutym 2003 roku autorka przeprowadziła ankietę wśród dziennikarzy lubelskiej prasy (próba – 100 osób), z której wynika m.in., że większość widzi postępujący kryzys na lubelskim rynku prasowym i związany z tym brak przestrzegania podstawowych norm etycznych. Szczególnie wyraźnie widać to w pismach bezpłatnych, gdzie reklamodawca staje się czasami nawet nieformalnym współwłaścicielem danego tytułu. Wydawca nie może krytykować przecież własnego chlebobdawcy, utrzymanie się na rynku zależy bowiem przede wszystkim od uzyskanych rezerw finansowych, a także co najmniej poprawnych stosunków z lokalnymi biznesmenami.

Przez ostatnie kilka miesięcy (kwiecień 2003 – styczeń 2004) autorka przeprowadziła także szereg rozmów z wydawcami lubelskich mediów, którzy zdają się potwierdzać wspomniane tendencje. Podkreślają oni, że wolność po 1989 roku jest oczywi-

¹⁵ Spółka Polskapresse podała nawet do sądu wydawcę „Naszego Miasta Lublin” za przywłaszczenie tytułu – proces przegrała.

ście bardzo cenna, dzięki temu są przecież właścicielami własnych firm wydawniczych, ale nie mogą myśleć wyłącznie o jakości informacji. Na pierwszy plan wysuwają się pieniądze – czyli możliwość przetrwania na lubelskim rynku prasowym. Zapowiadane wchodzenie zagranicznych inwestorów na ten rynek, jak do tej pory znajduje się raczej w sferze marzeń.

Podczas badań prowadzonych wśród lubelskich dziennikarzy autorka zauważyła również, że utrzymujące się jeszcze bezpłatne pisma bardzo często zmieniają swoje siedziby. Próbują także oszczędzać, zwalniając doświadczonych, etatowych pracowników, a bazując na współpracownikach. Są to zazwyczaj osoby pilnie poszukujące zatrudnienia i godzące się na każde warunki pracy. Niestety, bardzo często okazuje się, że pracują za darmo lub za śmiesznie niskie stawki.

Z analizy przeprowadzonych ankiet wynika, że na zasadzie tak zwanej „wierszówki” opłacani są zazwyczaj bardzo młodzi stażem dziennikarze. Często nie znają swoich podstawowych praw, nie ma kto ich również bronić – w Lublinie stowarzyszenia dziennikarskie istnieją właściwie wyłącznie na papierze. Byli pracownicy gazet bezpłatnych bezskutecznie zabiegają o wypłacenie zaległych pensji, wierszówek, a nawet wydanie świadectw pracy.

Wśród czytelników bezpłatne wydawnictwa – szczególnie zamieszczające program telewizyjny – cieszą się za to dużym powodzeniem. Tym sposobem pisma te stają się groźną konkurencją dla dzienników lokalnych i regionalnych, notujących największe czytelnictwo w weekendy (również z powodu publikowanego programu TV). Pauperyzacja społeczeństwa i spadek czytelnictwa prasy płatnej (szczególnie właśnie we wschodniej części Polski) sprawiają, że wydawnictwa bezpłatne, o ile znajdują reklamodawców, mogą się utrzymać.

Popularność ta nie idzie w parze z zainteresowaniem regionalnych bibliotek, które choć początkowo gromadziły np. „Miejską Gazetę Powszechną”, aktualnie nie zbierają żadnych bezpłatnych wydawnictw, a nawet wyrzucają już wcześniej kompletowane egzemplarze. Stąd, by napisać ten artykuł, autorka musiała przeprowadzić szereg rozmów z wydawcami i redaktorami naczelnymi lubelskich gazet bezpłatnych, by odtworzyć – choć w części – historię ich wydawnictw. Z wywiadów tych, w niektórych przypadkach udzielanych dość niechętnie, wyłania się mało optymistyczny wniosek: pozostający bez pracy dziennikarze i absolwenci kierunków dziennikarskich, niezależnie od losów poprzedników, próbują odnieść sukces na rynku bezpłatnych pism. Jednak może się to okazać bardzo trudne.

THE COMPLIMENTARY PRESS IN LUBLIN IN 1992-2004

Summary

The article deals with the activity of Lublin editors with regard to producing complimentary weeklies. In Lublin there are the following complimentary newspapers – “Tygodnik Lubelski,” “Echo Lublina,” “Nasze Miasto Lublin,” and “Miejska.net,” however, some of them have been suspended. The article also includes graphic images, editorial regulations and the future of the complimentary weeklies currently available on the Lublin press market.