



# Wstęp

 <https://doi.org/10.15633/9788363241131.00>

Monografia zatytułowana „Funkcjonowanie agencji prasowych. Wybrane zagadnienia” ma na celu przybliżenie tematyki związanej z funkcjonowaniem nowoczesnych przedsiębiorstw medialnych profesjonalnie zajmujących się gromadzeniem informacji, a następnie ich obrotem. Sama tematyka jest, z wiadomych względów, bardzo obszerna, stąd siłą rzeczy nie sposób jej wyczerpać w jednym opracowaniu.

Agencje prasowe jako przedsiębiorstwa medialne zaczęły powstawać w XIX wieku. Przybierały różną postać. Były tworzone jako korporacja (spółdzielnia) konkretnych wydawców prasowych, którzy chcieli zminimalizować koszty pozyskiwania informacji, tworząc wspólną agencję dla wszystkich zrzeszonych podmiotów, albo jako odrębne przedsiębiorstwa medialne. Ten pierwszy model zakładał brak korzyści majątkowych osiągniętych przez samą korporację, której działalność była finansowana przez beneficjentów. Negatywną cechą było wykluczenie z możliwości otrzymywania informacji części wydawców prasowych. Drugi model z kolei zakładał prowadzenie działalności gospodarczej poprzez sprzedaż informacji innym wydawcom prasowym. Taka działalność jest więc oparta na zasadzie zysku i strat. Agencje bowiem same się finansują. Należy zaznaczyć, że w większości funkcjonowanie agencji prasowych oparte jest na tym drugim modelu.



Wydawać by się mogło, że w dobie rozwoju sieci telekomunikacyjnych agencje prasowe znikną ze sceny przedsiębiorstw prowadzących działalność gospodarczą. Informacja jest bowiem dostępna wszędzie. Wystarczy w wyszukiwarce wpisać określoną treść i otrzymujemy ogromną liczbę hiperłączy powiązanych z tą treścią. Okazuje się jednak, że agencje prasowe nadal są bardzo potrzebne. O ile początkowo ich funkcjonowanie opierało się na monopolu informacyjnym, o tyle obecnie bazuje na rzetelności sprzedawanych informacji. W dobie internetu informacja – a raczej dezinformacja – jest wszechobecna. To właśnie zadaniem agencji prasowych jest dostarczanie prawdziwych informacji, obrobionych w profesjonalny sposób. To one właśnie dostarczają wiarygodnych wiadomości, na których mogą bazować media.

W naszym opracowaniu poszczególni autorzy opisują różne zjawiska związane z funkcjonowaniem agencji prasowych. Większość tekstów dotyczy Polskiej Agencji Prasowej, która jest najstarszym i najlepiej działającym krajowym podmiotem dostarczającym informacji do większości polskich mediów. Autorzy badają więc polityczne i prawne uwarunkowania dotyczące funkcjonowania PAP, sposób organizacji samej działalności tego przedsiębiorstwa, funkcjonowanie różnorodnych serwisów informacyjnych, które są następnie dostarczane do mediów, i szczegółowe kwestie związane z rozpowszechnianiem wizerunków w ramach serwisów informacyjnych PAP. Oprócz tego opracowanie dostarcza ogólnych informacji na temat agencji prasowych, jak na przykład ich funkcjonowania w systemie teleinformatycznym. Szczegółowo została również zbadana istotna w ostatnim czasie kwestia prawnej ochrony informacji jako takiej, która właśnie jest towarem sprzedawanym przez agencje.

Należy także dodać, że w przeciwieństwie do literatury anglojęzycznej w polskiej literaturze naukowej jest niewiele opracowań poświęconych agencjom prasowym. Stąd nasze opracowanie jest przyczynkiem do dalszej dyskusji i próbą rozwoju tego sektora wiedzy, który z pewnością zasługuje na bardziej pogłębione badanie dotyczące funkcjonowania agencji prasowych nie tylko w Polsce, lecz także na świecie.

dr hab. Elżbieta Czarny-Drożdżejko,  
prof. Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II