

Polska Agencja Prasowa jako źródło informacji dziennikarskiej

 <https://doi.org/10.15633/9788363241131.03>

Rozważania wprowadzające

Źródła informacji dziennikarskiej to wciąż niewyczerpany temat. W literaturze naukowej można zauważyć niedobór treści poruszających zwłaszcza możliwości przełożenia wiedzy teoretycznej na praktyczne zastosowania¹. W dobie cyfryzacji i dynamicznych przemian cywilizacyjnych mnogość informacji można postrzegać jako zarówno ogromną szansę oraz gwarancję pluralizmu, jak i zagrożenie pod względem jakości i merytoryki przedstawianych treści. Dziennikarz, jako osoba zobowiązana do przestrzegania etyki dziennikarskiej, powinien w swoich materiałach opierać się na wiarygodnych źródłach, ponieważ społeczeństwo potrzebuje obiektywizmu i uczciwości przekazu. Obecnie istnieje wiele profili utworzonych na platformach społecznościowych takich jak Facebook czy Twitter, które specjalizują się w przekazywaniu szybkich newsów, choć nierzadko można zauważyć dłuższe wypowiedzi, zazwyczaj uzupełnione opinią autora. Co prawda trudno uznać takie profile za profesjonalne, jednakże analizując fenomen *quasi*-dziennikarstwa i nieograniczone możliwości tworze-

1 Zob. W. Okoń, *Wychowawcze funkcje podręcznika szkolnego*, w: *O nowoczesną książkę dla ucznia i nauczyciela. Materiały z seminarium*, red. F. Filipowicz, Warszawa 1976, s. 63.

nia treści w przestrzeni internetowej, wydaje się, że to zjawisko na stałe wpisało się w paradygmat społecznej odpowiedzialności mediów. Sądzę, że popularyzacja wiedzy na temat bezstronnych i wiarygodnych źródeł informacji to istotny proces w budowaniu dorobku naukowego dziedziny medjoznawstwa. Uważam, że jest wyrazem troski zarówno wobec zawodu dziennikarza, jak i wobec potencjalnych odbiorców.

W tym miejscu pragnę zwrócić uwagę na jeszcze jedną tendencję współczesnego dziennikarstwa, a mianowicie zjawisko polaryzacji. Według M. Drożdża nie zawsze niesie ono za sobą negatywne skutki – autor zauważa w tym okazję do doskonalenia warsztatu i etyczności żurnalistów. Podzielim stanowisko badacza, czego świadectwem jest niniejsze opracowanie. PAP oferuje niebagatelny zasób informacji, praktycznie z każdej dziedziny życia społecznego, dający obszerne pole działania w zawodzie dziennikarza. Informacje są pozbawione stronniczych opinii i komentarzy, zatem stanowią doskonały fundament do wymiany myśli oraz twórczego opisywania świata.

Klasyfikacja źródeł informacji

Współcześnie obserwuje się nadmiar źródeł informacji, co nie zawsze przekłada się na wysoką jakość, a przecież w dużej mierze to od nich zależą kolejne fazy pracy badawczej, czyli analiza danych, interpretacja, weryfikowanie i na końcu wnioski. Ciągłe eksplorowanie i chęć zdobycia głębszej wiedzy są warunkiem koniecznym w pracy nie tylko badacza-naukowca, lecz także dziennikarza, którego rolą jest służba społeczeństwu.

W literaturze można odnaleźć kilka podziałów źródeł. Przykładowo można wskazać podział na źródła zastane, czyli tak zwane gotowe (przedruki z prasy, serwisów radiowych, telewizyjnych i internetowych itd.), oraz wywołane (te, które dziennikarz może sam wydobyć między innymi z zastanych wiadomości od informatorów, przypadkowych rozmów, sond ulicznych)². Jerzy Topolski wyróżniał z kolei źródła bezpośrednie, pośrednie oraz pisane i niepisane. Zwolennicy kierunku ontologicznego wymieniają źródła materialne (pisane, narracyjne, aktowe, hagiograficzne, staty-

2 Zob. K. Wolny-Zmorzyński, *Systematyka źródeł informacji*, w: *Źródła informacji dla dziennikarza*, Warszawa 2008, s. 60.

styczne) oraz niepisane (wykopaliskowe, ikonograficzne, architektoniczne) i niematerialne (legendy, przypowieści, obyczaje)³. Niemniej w kontekście sformalizowania źródeł należy kierować się podziałem na źródła oficjalne i nieoficjalne. Mając na uwadze charakter niniejszej pracy, to właśnie stopień sformalizowania będzie najodpowiedniejszą kategoryzacją.

Oficjalne źródła informacji powinny być dla dziennikarza podstawowym fundamentem w procesie tworzenia materiału prasowego. Mają charakter obiektywny, są sprawdzone i tworzone przez ekspertów danej dziedziny. Obecnie multiplikacja źródeł informacji sprawia, że zanikają treści merytoryczne, a ich miejsce zajmują przekłamania i niedomówienia. Wobec tego sięganie do oficjalnych źródeł umożliwi stworzenie rzetelnego tekstu, ale także pozwala wysuwać własne refleksje na konkretny temat. Do oficjalnych źródeł informacji zalicza się:

- dokumenty (oficjalne dokumenty i opracowania, tradycyjne zasoby archiwalne, dokumenty historyczne, biuletyny, zaproszenia, materiały konferencji prasowych i druki o charakterze ulotki informacyjnej);
- źródła osobowe (przedstawiciele organów, instytucji państwowych, samorządowych, administracyjnych, wymiaru sprawiedliwości, organów ścigania, organizacji społecznych, rzecznicy prasowi, specjaliści, komentatorzy, liderzy opinii publicznej);
- źródła instytucjonalne (agencje prasowe, elektroniczne bazy danych oraz serwisy agencji prasowych, telewizyjnych, a nawet dzienniki, tygodniki i miesięczniki)⁴.

Wobec powyższego w niniejszym opracowaniu Polska Agencja Prasowa będzie rozpatrywana w kontekście oficjalnego, a zarazem instytucjonalnego źródła informacji.

Zadania i kompetencje Polskiej Agencji Prasowej

W Polsce istnieje jedna państwowa, a zarazem publiczna agencja prasowa zajmująca się zbieraniem, gromadzeniem i upowszechnianiem najnow-

3 Zob. M. Chyliński, *Poszukiwanie informacji w dziennikarskich działaniach komunikacyjnych*, Opole 2015, s. 227–230.

4 Zob. K. Wolny-Zmorzyński, dz. cyt., s. 48.

szych informacji, znana jako Polska Agencja Prasowa (PAP). Historia jej powstania jest bardzo bogata i towarzyszą jej wydarzenia zarówno dobre, jak i złe – związane przede wszystkim z burzliwymi dziejami narodu polskiego. Za datę rozpoczęcia działalności instytucji uznaje się rok 1918⁵, a zatem okres niesprzyjający powstawaniu jakichkolwiek polskich organizacji. Pomimo opresji i trudności, jakie były stawiane przez okupantów, agencja przetrwała do dziś i tym samym jest najstarszą agencją prasową w Polsce.

Zgodnie z ustawą o Polskiej Agencji Prasowej⁶ ma ona charakter publicznej agencji prasowej, która uzyskuje i przekazuje odbiorcom rzetelne, obiektywne i wszechstronne informacje z kraju i z zagranicy. W ciągu lat działalności PAP już kilkakrotnie jej niezależność stanęła pod znakiem zapytania⁷. Wizerunek wiarygodnego źródła informacji ulegał transformacji, poczynszyszy od 1989 roku⁸. Ostatnim razem niezależność instytucji została zachwiana w 2016 roku ze względu na projekt ustawy o mediach narodowych⁹. Wówczas obawiano się, że agencja straci charakter bezstronnego dostawcy informacji. Zgodnie z inicjatywą 20 podmiotów, w tym PAP, TVP, Polskie Radio oraz 17 rozgłośni regionalnych, zostało objętych mianem mediów narodowych, a co więcej, zakładano, że przestaną funkcjonować jako spółki Skarbu Państwa i staną się „państwowymi osobami prawnymi” oraz instytucjami kultury. Europejskie Stowarzyszenie Agencji Informacyjnych (ESAI) wyraziło sprzeciw wobec takich praktyk i ogłosiło, że są to represyjne regulacje medialne, które stanowczo ograniczają niezależność agencji. Ostatecznie doszło do podpisania pomostowej ustawy medialnej, obowiązującej od 2016 roku, na mocy której PAP należy do spółki Skarbu Państwa¹⁰.

Ustawa wprowadziła natomiast zmiany w zakresie struktury organizacyjnej wskutek powołania nowego organu, jakim jest Rada Mediów Narodowych (RMN). Zgodnie z dokumentem rada ma liczyć pięciu członków, wśród których zasiądzie prezes PAP, Rady Nadzorczej oraz Rady Progra-

5 A. Kruszyńska, *Polska Agencja Prasowa świętuje 100-lecie*, <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C339075%2Cpolska-agencja-prasowa-swietuje-100-lecie.html>, 1.02.2021.

6 Ustawa z 31 lipca 1997 roku o Polskiej Agencji Prasowej, Dz.U. 1997 nr 107 poz. 687, t.j. ze zm.

7 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Przekształcenia i zmiany*, dz. cyt., s. 101.

8 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 186–192.

9 Ustawa z 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych, Dz.U. 2016 poz. 929.

10 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Przekształcenia i zmiany*, dz. cyt., s. 101.

mowej będącej organem opiniodawczo-doradczym. Trzech członków wybiera Sejm, a dwóch pozostałych powołuje Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej. „Gazeta Prawna” komentując wydarzenia, wskazała, że chociaż nie jest to zapowiedziane w ustawie, istnieją przesłanki, jakoby członkowie powołani przez posłów byli przedstawicielami obozu rządzącego. Podstawą ma być zapis przewidujący, że prezydent mianuje członków rady spośród kandydatów wskazanych przez opozycję parlamentarną¹¹. Co ciekawe, w ustawie został wskazany obowiązek upowszechniania stanowisk Sejmu, Senatu, Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej i Rady Ministrów, a także zakaz kontroli agencji pod względem prawnym i ekonomicznym, w tym zakaz kontroli przez jakiegokolwiek ugrupowanie ideologiczne, polityczne lub gospodarcze¹². W tym miejscu warto przytoczyć wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 5 października 2006 roku, w którym uznano, że informacje pochodzące od Polskiej Agencji Prasowej należy traktować jako w pełni wiarygodne i obiektywne¹³.

W dobie XXI wieku i niezliczonych zasobów informacyjnych rzeczość oraz bezstronność stają się nieocenionym bogactwem. Obecnie powstaje wiele portali internetowych, które reprezentują paradiennikarstwo. Abstrahując od kwestii sformalizowania zawodu żurnalisty, treści zamieszczane w artykułach na tych portalach nierzadko kryją w sobie manipulacje. Czasem także łatwo zweryfikować poglądy autora. W takim wypadku odgórna narracja w dziennikarstwie jest niepożądanym zjawiskiem, ponieważ nie stwarza możliwości do wykreowania własnej, niezależnej opinii. Skutkiem takiego działania może być zjawisko wzmocnienia przekonania odbiorcy, który zgadza się ze stanowiskiem autora tekstu. Z kolei czytelnik o przeciwnych poglądach zrezygnuje z lektury tekstu, którego treść jest sprzeczna z jego poglądami¹⁴. Wciąż jednak znacznie

11 Źródło PAP, *Ustawa o Radzie Mediów Narodowych*, <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/956962,ustawa-o-radzie-mediow-narodowych.html>, 14.02.2021.

12 Ustawa z 31 lipca 1997 roku o Polskiej Agencji Prasowej, Dz.U. 1997 Nr 107 poz. 687, t.j. ze zm.

13 Zob. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 5 października 2006 roku, VI ACa 264/06.

14 Takie zjawisko w ujęciu nauk medjoznawczych nazywa się efektem kabiny pogłosowej. To częste zjawisko szczególnie w mediach, objawiające się ludzką tendencją do obcowania z treściami, które są zbliżone do naszych poglądów. Obecnie zaawansowana technologia pozwala na automatyczne dobieranie komunikatów, które odpowiadają naszemu stanowiisku. Efekt kabiny pogłosowej zazwyczaj ma pejoratywny wydźwięk, ponieważ sprawia, że odbiorca zamyka się na inne możliwości i powiela informacje, zamiast konfrontować je,

potężniejszą bronią są manipulacja i dezinformacja. Aby bronić się przed szkodliwym działaniem takich form przekazu informacyjnego, należy posiadać kompetencje informacyjne, czyli – najogólniej mówiąc – umiejętności prawidłowego korzystania z informacji. Ofiarami nieszczerých intencji ze strony pracowników medialnych najczęściej padają dzieci i ludzie z niskim wykształceniem, którzy nie potrafią wykorzystywać kilku źródeł informacji oraz odróżnić rzeczywistości od medialnej manipulacji¹⁵. Ponadto wyniki badań empirycznych wskazują, że zjawisko dezinformacji i manipulacji w sieci jest często dostrzegane przez użytkowników internetu. Zależność tę ilustruje raport wykonany przez Państwowy Instytut Badawczy NASK¹⁶. Badanie zostało przeprowadzone między 29 marca a 5 kwietnia 2019 roku metodą CAWI¹⁷ na panelu badawczym Reaktor Opinii. W badaniu wzięło udział 1000 osób powyżej 15. roku życia. Próba została dobrana w sposób losowo-kwotowy¹⁸ i odzwierciedlała próbę reprezentatywną internautów. W bazie danych zostały natomiast uwzględnione zmienne takie jak: wiek, płeć, wykształcenie. Na pytanie: „Czy w ostatnich 6 miesiącach spotkał(a) się Pan(i) w Internecie z informacjami, które według Pana(i) były sfalszowane lub zmanipulowane?” aż 56,2% ankietowanych odpowiedziało twierdząco. Z kolei przy pytaniu: „Na podstawie doświadczeń z ostatnich 6 miesięcy, których z niżej wymienionych form dezinformacji lub manipulacji doświadczał(a) Pan(i) najczęściej?” wyniki prezentują się następująco: 29,9% ankietowanych doświadczyło zjawiska *fake news*, 15,6% – *trollingu*, a 14,9% uważa, że takie praktyki odbywają się za pomocą fałszywych kont internetowych. W tym samym raporcie jednak twórcy doszli do następujących ustaleń:

- Kompetencje polskich internautów w zakresie rozróżniania faktów od opinii są stosunkowo niskie (zaledwie 4,5% badanych potrafiło prawidłowo rozróżnić fakt od opinii w pytaniach testowych).
- Osoby powyżej 35. roku życia z wykształceniem podstawowym lub średnim, zamieszkujące najczęściej na wsi oraz w małych (do 20 ty-

tym samym kreując własną, niezależną opinię.

15 Zob. E. Aronson, T. Wilson, R. Akert, *Psychologia społeczna*, Poznań 2012, s. 202–206.

16 Raport z badań pt. *Bezpieczne wybory – badanie opinii o (dez)informacji w sieci*, NASK PBS.

17 Cawi Computer Assisted Web Interview – metoda zbierania danych i informacji, w której respondent wypełnia ankiety w formie elektronicznej.

18 Innymi słowy, jest to losowanie dwustopniowe, w którym najpierw losuje się miejscowości (wiejskie i miejskie), a następnie wykonuje się próbę kwotową.

sięcy mieszkańców) i dużych (powyżej 500 tysięcy mieszkańców) miastach, rzadko doświadczały manipulacji w internecie lub nigdy jej nie doświadczyły. Ponadto osoby te także nie dostrzegają problemu dezinformacji w sieci mającej na celu wpływ na wyniki wyborów. Jako źródło manipulacji wskazują na zagraniczne instytucje czy oszustów internetowych, a obszar manipulacji według nich dotyka jedynie spraw kulturowych i ideologicznych.

Jak wynika z analizy zebranego materiału badawczego, zjawiska dezinformacji i manipulacji w mediach są widoczne, niemniej świadomość dotycząca obszarów, jakie dotykają, jest wciąż ograniczona. Z kolei PAP, jako lider agencji informacyjnych w Polsce, dostarcza informacji pozbawionych opiniotwórczego komentarza. W dobie *fake newsów* to właśnie profesjonalne agencje informacyjne stoją w opozycji do komunikatów głoszonych przez niesprawdzone portale internetowe i inne niezwyfikowane źródła. Szczególnym zagrożeniem są media społecznościowe, których nie obowiązuje kontrola jakości zamieszczanych informacji, w przeciwieństwie do profesjonalnych serwisów i agencji. Ponadto nietrudno zauważyć, że najbardziej monetyzowane są treści o zabarwieniu emocjonalnym; te, które mają charakter uproszczonej oceny, zawierają poglądy autora i są często powtarzane¹⁹. Jak wynika z raportu Centrum Badania Opinii Społecznej, aż 41% respondentów zgadza się ze stwierdzeniem, że obecnie dziennikarze zamiast informować, wyrażają własne poglądy²⁰.

Na oficjalnej stronie internetowej agencji znajduje się informacja, która wskazuje wizję i strategię PAP. Zostały wyszczególnione trzy główne filary. Pierwszym z nich jest utrzymanie wizerunku PAP jako wiarygodnego, wysokojakościowego oraz kompleksowego źródła informacji z kraju i ze świata. Ciągłe doskonalenie się pod względem rzetelności przekazywanych informacji to zanikająca cecha we współczesnym świecie. Agencja dąży do rozpoznawalności na rynku polskim, w krajach Europy Środkowo-Wschodniej oraz na rynku światowym. A zatem granicą działalności PAP nie jest jedynie granica Polski, ponieważ agencja współpracuje z zagranicznymi agencjami informacyjnymi, w tym z Associated Press²¹.

19 Zob. S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 270.

20 *Wiarygodność mediów*, w: „Komunikat z Badań” nr 70/2019, ISSN 2353-5822.

21 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Przekształcenia i zmiany*, dz. cyt., s. 96.

Dystrybucja informacji odbywa się za pośrednictwem platformy mailingowej, serwisów informacyjnych, portali i profilów społecznościowych PAP, mediów lokalnych, *newsletterów* i światowych agencji informacyjnych²². Ponadto agencja występuje w roli dostawcy, który zaopatruje w informacje wszystkie media w Polsce, czego potwierdzeniem są podjęte współprace z różnymi organizacjami i organami władzy publicznej. Jest to źródło newsów dla innych mediów, wliczając nie tylko tradycyjne środki masowej komunikacji, lecz także media społecznościowe, lokalne, urzędy i inne instytucje państwowe. W 2018 roku podpisano umowy między innymi z Pocztą Polską i Polskimi Kolejami Państwowymi, a zatem spółkami należącymi do Skarbu Państwa. Należy jednak zaznaczyć, że wraz z powstaniem Rady Mediów Narodowych w 2016 roku agencja straciła takich klientów jak Agora czy Gremi Media. Dwa lata później rozwiązano umowy z Komendą Główną Policji i bankami: ING Bank Śląski oraz Deutsche Bank²³. Warto zaznaczyć, że mimo zmian prawodawczych instytucja wciąż współpracuje z redakcją Onet.pl – najczęściej cytowanym medium 2020 roku²⁴.

Kolejnym filarem strategii jest PAP jako wykonawca jasno zdefiniowanych zadań publicznych. Celem tak skonstruowanej idei są oferowanie mediom oraz obywatelom informacji pozbawionych opiniotwórczych komentarzy, prezentacja wypowiedzi i stanowisk najważniejszych organów państwa, zarówno na gruncie polskim, jak i na arenie międzynarodowej. W omawianym punkcie nie zabrakło odniesienia do dbałości o kulturę i historię narodu, w tym promocji języka na rynku ponadpaństwowym. Sądę, że to istotna misja, szczególnie w czasach globalizacji. Biorąc pod uwagę fakt dominacji krajów zachodnich w kontekście uwarunkowań społeczno-gospodarczych, promowanie kultury polskiej jest obroną przed dominacją i propagowaniem wyłącznie ideologii państw Europy Zachodniej.

Ostatnią płaszczyzną działania PAP jest pośrednictwo w wymianie informacji i „miejsce spotkań” świata mediów, polityki i biznesu. Wobec tego agencja dąży do świadczenia usług komunikacyjnych dla czołowych instytucji w kraju. Dodatkowo wskazuje się na aspekt monitoringu mediów

22 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/dystrybucja-informacji>, 3.02.2021.

23 R. Piasecka-Strzelec, *W obliczu zmian. Agencje informacyjne w PL w latach 2016–2019*, „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3 (66), s. 59.

24 Instytut Monitorowania Mediów, *Najbardziej opiniotwórcze media*, <https://www.imm.com.pl/raporty/najbardziej-opiniotworcze-media/>, 3.02.2021.

zarówno w Polsce, jak i na świecie, uwzględniając przy tym profesjonalizm i dotarcie do głębokiej wiedzy. Powyższa misja nawiązuje również do in-fostrady z założeniem możliwości prowadzenia dialogu, a także twórczej wymiany koncepcji²⁵.

Co więcej, poza realizacją zadań stricte związanych z przekazem medialnym aktywność PAP jest zauważalna również na innych polach działalności, które odnoszą się do *sensu largo* komunikacji. Wśród nich można wymienić organizowanie konferencji prasowych w ramach Usług Centrum Prasowego²⁶, dystrybucję informacji zleconych, obsługę fotograficzną oraz prezentacje multimedialne na wydarzeniach korporacyjnych²⁷.

Rozpatrując agencję w kontekście zasobów informacyjnych, nie można pominąć jej ogólnodostępnego charakteru – treści mogą być wykorzystywane zarówno przez prywatne koncerny medialne, jak i szeroko pojęte społeczeństwo informacyjne. Wobec tego każdy, kto ma dostęp do sprzętu elektronicznego i internetu, jest w stanie skorzystać z treści zamieszczonych na portalu PAP.

Kultura cyfrowa i prasa online

W efekcie zmian cywilizacyjnych i technologicznych forma udostępniania wiadomości uległa zmianie i tak jak większość tradycyjnej prasy agencja przeniosła swoją działalność do sieci internetowej. W niniejszym artykule zasób informacyjny PAP jest więc rozpatrywany na podstawie oficjalnej witryny <https://www.pap.pl>.

Proces transformacji agencji rozpoczął się od pierwszych, częściowo wolnych wyborów, tj. od 1989 roku, w Polsce po II wojnie światowej. Wówczas głównym celem PAP było zerwanie z wizerunkiem agencji jako komunistycznej „tuby propagandowej”, a postulatami, które miały sprzyjać osiągnięciu nowo wyznaczonej misji, były między innymi gruntowne modernizacje techniczne oraz migracja do cyberprzestrzeni. Lata 90. ubiegłego wieku obfitowały zatem w rewolucję technologiczną – pierwszym

25 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/o-agencji/wizja-strategia>, 8.02.2021.

26 Jednym z takich wydarzeń jest coroczna konferencja Media Przyszłości.

27 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl>, 2.02.2021.

krokiem było wdrożenie komputerowego systemu zbierania, gromadzenia i archiwizowania informacji w latach 1991–1994. Z kolei w 1993 roku zaimplementowano system cyfrowej obróbki i serwis fotograficzny, a trzy lata później twórcy portalu wprowadzili pierwszy profesjonalny system edytorski o nazwie Typlan (od 2009 roku depesze PAP są nadawane poprzez system Tryton)²⁸. Co ciekawe, oficjalnie PAP w cyberprzestrzeni funkcjonuje od 1994 roku²⁹, w zasobach Archiwum Internetu WayBack Machine pierwszą wzmiankę na temat strony internetowej agencji datuje się natomiast na 1996 rok. Z kolei archiwalne zdjęcia interfejsu można uzyskać dopiero z roku 1998³⁰.

Omówienie zasobów informacyjnych warto zacząć od kwestii graficznej portalu. Nie ulega wątpliwości, że dobrze zbudowana wizualnie strona internetowa przyciąga uwagę, ale także pozwala czytelnikom na łatwe dotarcie do newsów i zrozumienie przekazu. Warto dodać, że bez względu na to, czy z komunikatów udostępnionych na oficjalnej stronie agencji korzysta dziennikarz, czy bezpośredni odbiorca, schludna szata graficzna ułatwia zebranie i analizę treści.

Od początku działalności w cyberprzestrzeni do 2014 roku szata graficzna serwisu była nieatrakcyjna, a sam interfejs – nieintuicyjny. Metamorfozie towarzyszyły zmiany związane głównie z pojawiającymi się trendami na rynku informacyjnym i w szeroko pojętej społeczności internetowej. Początkowo na witrynie widoczne były jedynie mapa dojazdu do agencji i pięć zakładek odsyłających kolejno do: serwisów ekonomicznego i fotograficznego, dziennika internetowego, serwisu internetowego o NATO i wojsku polskim oraz informacji z obszaru sztuki i kultury. Wraz z pojawiającymi się nowymi możliwościami technicznymi twórcy portalu zaczęli modernizować graficzną odsłonę witryny. Na pierwszej stronie zaczęły wyświetlać się aktualności, wiadomości o notowaniach na giełdzie i kursy walut. Szczegółowe informacje, takie jak serwisy tematyczne, multimedia czy informacje o zakupie powierzchni reklamowej, znajdowały się natomiast na samym końcu strony. W 2005 roku zaczęto działalność na platformie YouTube, jednakże dopiero pięć lat później na witrynie pojawił

28 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/o-agencji/historia-pap>, 9.02.2021.

29 R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 212.

30 Archiwum Internetu WayBack Machine, https://web.archive.org/web/19960515000000*/pap.pl, 9.02.2021.

się bezpośredni odnośnik do kanału agencji. Z kolei w 2014 roku na stronie pojawiły się logo mediów społecznościowych – Twittera i Facebooka. Warto dodać, że kolorystyka witryny była utrzymana w tonach białych i niebieskich, co nie nawiązywało w żaden sposób do polskiej tradycji. Mogłoby się wydawać, że to mało znacząca kwestia, niemniej psychologia kolorów na stronach internetowych współcześnie zyskała na popularności. To ważne narzędzie marketingowe, które pozwala użytkownikowi przywiązać się do platformy i wspomaga proces skojarzeń. Prawidłowo dobrana kolorystyka wywołuje pozytywne uczucia, co w efekcie przekłada się na częstotliwość korzystania z witryny.

W 2015 roku strona PAP zaczęła coraz bardziej przypominać jej współczesną wersję. Zaczęto prezentować treści wzbogacone o dobrej jakości zdjęcia, a graficzny rozkład artykułów został zaprojektowany tak, aby w całości tworzył zestaw przejrzystych kafelków. Zmieniono kolorystykę na białą-czarną z akcentem czerwonego, a po lewej stronie interfejsu dodano duże, kolorowe zakładki, które były odnośnikami kolejno do serwisu całodobowego, Twittera i *newslettera*. Szata graficzna była bardzo przejrzysta i z pewnością dała początek dalszemu rozwojowi nad wizualną stroną portalu.

Obecny motyw witryny jest niezaprzeczalnie najlepszy. Minimalistyczne ikony rozbudowanych mediów społecznościowych oraz klarowny podział zakładek tematycznych na kraj, świat, gospodarkę, sport, naukę, kulturę, zdrowie i media, osadzony na samej górze portalu, doskonale sprawdza się w łatwym nawigowaniu po zasobach informacyjnych. Twórcy projektu zastosowali również ruchomy pasek, który przedstawia w skrócie informacje z ostatnich chwil. Ponadto wdrożono trend, który jest współcześnie widoczny niemalże na każdej platformie, czyli opcję wyszukiwania po frazach, co bardzo ułatwia dotarcie do interesujących nas treści. Wciąż układ artykułów organizowany jest przy użyciu tak zwanej siatki lub kafelek przypominających osobne karteczki, kolorystyka nawiązuje natomiast do barw narodowych. Podsumowując, całość jest przyjazna dla oka i bardzo intuicyjna³¹.

Wyzwania, jakie stawiane są instytucjonalnym źródłom informacji, wynikają z cech współczesnego świata i ewolucji mediów do ich cyfro-

31 Wnioski zostały oparte na podstawie analizy porównawczej portalu, do której wykorzystano Archiwum Internetu WayBack Machine, https://web.archive.org/web/*/pap.pl, 4.02.2021.

wej formy. Wśród nich przede wszystkim znajdują się mechanizm tabloidyfikacji mediów oraz poszerzanie paradygmatu gatunkowego *infotainment*³². Wobec tego PAP ma wyjątkowo trudne zadanie: chcąc utrzymać się w czołówce źródeł informacji, musi podążać za trendami, przy jednoczesnym zachowaniu walorów profesjonalizmu i wysokiej jakości prezentowanych treści. Badania przeprowadzone na zlecenie Izby Wydawców Prasy przez Millward Brown pokazują, że cyfrowa prasa jest wciąż zagrożona pod względem postrzegania jako kulturogennego wytworu. Jak wynika z analizy materiału badawczego, prasa jest najwartościowszym zasobem informacyjnym, jednakże nie dotyczy to wersji cyfrowej. Pod tym względem amplituda wyników jest niebotyczna: 51% respondentów wysoką jakość treści przypisało tradycyjnym wydrukowi prasowemu, a tylko 2% – wersji cyfrowej. Ponadto wizerunek płatnej prasy, zarówno drukowanej, jak i cyfrowej, wypada lepiej na tle źródeł informacji non profit, takich jak internetowe portale i serwisy. Respondenci przypisują płatnej prasie takie cechy jak autorytet, wiarygodność, profesjonalizm, uczciwość i inteligencja³³. Wobec tego PAP, jako bezpłatny serwis internetowy, może być odgórnie traktowana jako mniej wiarygodne źródło. Promocja agencji w kontekście rzetelnego zasobu informacyjnego jawi się jako niezmiernie istotna kwestia zarówno w środowisku dziennikarzy, jak i w szeroko pojętym społeczeństwie internetowym.

Omawiana instytucja pod względem zawartości serwisu nie odbiega od zagranicznych agencji, szczególnie że w ofercie serwisu znajdują się multimedialne pakiety informacyjne, gotowe do wstawienia na wybraną stronę internetową. PAP jest także wydawcą dla innych portali internetowych, a zatem nie można odmówić agencji twórczego wykorzystania potencjału cybersieci w kontekście rozpowszechniania i dostarczania informacji za pomocą wielu kanałów³⁴. Warto jednak zauważyć, że wraz z powstaniem środowiska Web 2.0 pojawiły się krytyczne głosy w sprawie mediów

32 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Przekształcenia i zmiany*, dz. cyt., s. 95.

33 Raport z badań pt. *Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej. Nowe platformy dostępu do treści. Transformacja prasy*, przeprowadzonego na zlecenie Izby Wydawców Prasy przez Millward Brown w październiku 2013 roku. Projekt został dofinansowany przez Narodowe Centrum Kultury w ramach programu NCK – Kultura – Interwencje.

34 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie Agencje Prasowe w rozwoju historycznym*, Universitas, Kraków 2019, s. 213

społecznościowych, które zazwyczaj oferują krótkie, bezpośrednie wiadomości, bez uwzględnienia szerszego kontekstu³⁵. Wybiórczość treści szczególnie dostrzegana jest na platformach społecznościowych, takich jak Twitter, która przekazują nie tylko informacje rozrywkowe, ale często polityczne, społeczne i naukowe. W tym miejscu pragnę zauważyć, że dla agencji pojawienie się interaktywnych form komunikacji z odbiorcami stanowiło próbę odnalezienia się i przetrwania w nowej koncepcji. Instytucja wykorzystwała swój potencjał i dostosowała się do poziomu Web 2.0, tym samym wzbogacając możliwości w zakresie zwielokrotniania informacji i jej obiegu. „W dobie fake newsów na korzyść agencji informacyjnych przemawia przede wszystkim fakt, że depesza agencyjna, w przeciwieństwie do tweetów, to informacja autoryzowana przez agencję, a więc pewna, potwierdzona i wiarygodna. Czołówka polskich agencji informacyjnych potraktowała social media jako szansę dającą potężny impuls do rozwoju oraz nowy obszar swojej działalności”³⁶. Według stanu na 15 lutego 2021 roku PAP odnotowuje na Facebooku 35 725 obserwatorów³⁷, na Twitterze – ponad 129 000³⁸, na portalu YouTube natomiast – 6970 subskrypcji i 10 233 651 wyświetleń³⁹. Agencja to doskonała opozycja wobec innych kont tworzonych na platformach społecznościowych, które mają charakter *quasi*-informatorów, nierzadko przedstawiających informacje o zabarwieniu opiniotwórczym i zniekształconym.

Mogłoby się wydawać, że w obliczu interaktywności mediów informację przekazywane przez agencję docierają również do czytelników, którzy obserwują jej profile społecznościowe. Z kolei T. Goban-Klas zauważa, że agencja spełnia istotną misję społeczną, a jako bezpośrednich odbiorców wskazuje innych dziennikarzy czy redaktorów zamiast zwykłych czytelników. W takim ujęciu PAP jest medium rozpowszechniającym wiadomo-

35 L. Alvarez-Trigo, *Cancel Culture – The phenomenon, online communities, and open letters*, Universidad de Alcalá, Instituto Franklin, https://f-origin.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/7811/files/2020/09/092020_LTrigo.pdf, 20.12.2020.

36 R. Piasecka-Strzelec, *W stronę obiektywizmu*, dz. cyt. s. 214.

37 Profil Polskiej Agencji Prasowej na platformie Facebook, <https://www.facebook.com/PolskaAgencjaPrasowa>, 15.02.2021.

38 Profil Polskiej Agencji Prasowej na platformie Twitter, https://twitter.com/PAPinformacje?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwtgr%5Eauthor, 15.02.2021.

39 Profil Polskiej Agencji Prasowej na platformie YouTube, <https://www.youtube.com/c/polskaagencjaprasowa/about>, 15.02.2021.

ści „z pierwszej ręki”, które następnie trafiają do innych redakcji. „Gdy np. przegląda się portale internetowe, w tym także gazety, to informacja o tym, że wiadomość pochodzi z PAP jest podana w skromny sposób – małą czcionką. Czasem w samym tekście pojawia się, że źródłem informacji jest PAP. Zwykły czytelnik nawet tego nie zauważy. Tymczasem portale internetowe żyją z PAP-u”⁴⁰. Co ciekawe, liczby obserwatorów na wyżej wymienionych profilach agencji mogłyby wskazywać, że wzrasta szansa na to, aby czytelnicy odwiedzili również główną stronę internetową agencji, jednak zdaje się, że odpowiedź nie jest oczywista. Jak wynika z badań przeprowadzonych w 2017 roku przez CBOS, na pytanie: „Skąd, z jakich stron, portali internetowych czerpie Pan(i) na ogół informacje o bieżących wydarzeniach i polityce?” tylko 0.3% respondentów odpowiedziało, że korzysta z informacji udostępnianych przez PAP⁴¹. Pragnę zauważyć, że powyższe badania warto byłoby powtórzyć, tak aby dawały aktualny obraz rzeczywistości. Media społecznościowe cechują się dynamicznymi zmianami, *notabene* podobnie jak współczesne społeczeństwo, które jest silnie związane z postępowaniem poznawczo-technologicznym.

Pozostając w temacie agencji informacyjnych, należy pokrótce omówić i wyróżnić Informacyjną Agencję Radiową (IAR), Telewizyjną Agencję Informacyjną (TAI) oraz komercyjną TVN News and Services Agency, ponieważ stanowią one ważną grupę w kontekście obsługi mediów elektronicznych i specjalizują się w obsłudze radia, telewizji oraz telewizji kablowej⁴².

IAR rozpoczęła swoją działalność w 1992 roku, a w latach 1993–1994 funkcjonowała jako Naczelna Redakcja Informacji. Wówczas powstało Radio-Info, które nadawało jedynie informacje na żywo, bez jakichkolwiek przerw muzycznych. W 1994 roku na mocy zarządu Polskiego Radia SA otrzymała status agencji⁴³. Obecnie sieć radia publicznego spełnia funkcję informatora dla zwykłego odbiorcy, jednakże z jej serwisów informacyjnych korzystają również telewizja, prasa, portale internetowe, media polonijne i rozgłoszenie niekomercyjne. Dziennie w *newsroomie* powstaje ponad 450 informacji, w tym około 300 materiałów dźwiękowych, takich jak relacje, wypowiedzi

40 W. Kowalski, *Rzetelność i obiektywizm – Polska Agencja Prasowa po 1989 r.*, <https://dzieje.pl/aktualnosci/rzetelosc-i-obiektywizm-polska-agencja-prasowa-po-1989-r>, 9.02.2021.

41 *Media online*, „Komunikat z Badań”, nr 53/2017, ISSN 2353-5822; próba badawcza N=717.

42 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 200–201.

43 Oficjalna strona internetowa Polskiego Radia, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa/6237,Historia>, 15.02.2021.

oraz korespondencja z kraju i ze świata. Agencja udostępnia także dzienniki informacyjne przeznaczone do automatycznej emisji na antenie⁴⁴. W niniejszym opracowaniu oferta informacyjna instytucji omawiana jest na podstawie witryny internetowej. Ze względu na to, że IAR funkcjonuje przy Radiu Polskim, stroną internetową jest <https://www.polskieradio24.pl>, na której zamieszczane są informacje o wydarzeniach politycznych, ekonomicznych, społecznych, a także gospodarczych zarówno z kraju, jak i z areny międzynarodowej. Warto dodać, że w swojej ofercie IAR dysponuje także treściami z zakresu rozrywki, sztuki i stylu życia. Przykładowo na portalu internetowym znajduje się zakładka odsyłająca do historii, gdzie można zgłębić wiedzę na temat istotnych postaci polskich, ciekawostki, skarby radiowego archiwum. Oprócz tego istnieje zakładka w formie popularno-naukowej, poruszającej zagadnienia kulturoznawcze⁴⁵.

TAI to wewnętrzna agencja, a zarazem jednostka Telewizji Polskiej TVP, która pierwotnie nazywała się Agencją Informacyjną TVP. Została powołana w 2006 roku, jednakże siedem lat później została zlikwidowana wskutek powstania Telewizyjnej Agencji Informacyjnej. TAI nie posiada klientów zewnętrznych, a zatem jej głównym zadaniem – bez względu na zmiany organizacyjne – była i jest produkcja programów informacyjnych, emitowanych na antenach TVP⁴⁶. Instytucja realizuje materiały informacyjne, reporterskie i dokumentalne na zlecenie („Wiadomości”, „Panorama”, „Serwisu Info”, „Teleexpressu” i lokalnych programów informacyjnych) oraz anten telewizyjnych (TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia i ośrodków regionalnych)⁴⁷. Wobec tego warto wskazać cele tworzenia i rozpowszechniania programów telewizji publicznej. Jak wynika z zapisów ustawy o radiofonii i telewizji⁴⁸, Telewizja Polska – Spółka akcyjna pełni funkcję nadawania:

44 Oficjalna strona internetowa Polskiego Radia, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa>, 15.02.2020.

45 Oficjalna strona internetowa Polskiego Radia, <https://www.polskieradio24.pl>, 15.02.2021.

46 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Przekształcenia i zmiany*, dz. cyt., s. 98.

47 *Od lipca nowa Telewizyjna Agencja Informacyjna*, <https://biznes.newseria.pl/news/od-lipca-nowa-telewizyjna,p319901851>, 15.02.2021.

48 Ustawa z 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34, tekst ze zm., art. 26.

- ogólnokrajowych programów ogólnotematycznych I i II, wyspecjalizowanego programu informacyjno-publicystycznego oraz programu o tematyce kulturalno-artystycznej;
- programów skierowanych do odbiorców za granicą;
- regionalnych programów telewizyjnych;
- innych programów i usług realizujących misję publiczną, o której mowa w art. 21 ust. 1, określonych w karcie powinności, w tym programów wyspecjalizowanych, innych niż wymienione w punkcie 1⁴⁹.

W kontekście portali internetowych, podobnie jak w przypadku IAR, główną witryną jest tvp.pl, na której oprócz programu telewizyjnego znajduje się zakładka „Informacje”. To właśnie w tym miejscu odbiorca może odnaleźć komunikaty z aktualnych wydarzeń. Użytkownik ma do wyboru treści nadawane w ramach audycji „Teleexpressu”, „Panoramy”, TVP Info, „Wiadomości” oraz TVP Parlament⁵⁰.

Omawiając powyższą instytucję, nie sposób pominąć kontrowersji związanych z silnym uzależnieniem od struktur rządowych. W wyniku wyborów parlamentarnych w 2015 roku rząd Prawa i Sprawiedliwości przejął kontrolę nad mediami publicznymi na mocy ustawy o Radzie Mediów Narodowych. Według redakcji oko.press taki ruch pozwolił partii rządzącej na pełną kontrolę nadawanych programów oraz ich treści. Wobec tego instytucji zarzucano łamanie zasad etyki dziennikarskiej, szacunku i tolerancji czy też pierwszeństwa dobra odbiorcy⁵¹. Co więcej, krytyka TVP została niejednokrotnie podzielona przez Radę Etyki Mediów. Przykładowo w 2020 roku organizacja uznała, że „uzasadnione jest więc określenie TVP mianem telewizji «rządowej», «państwowej», «partyjnej», a nie publicznej”⁵². W tym miejscu warto ponownie sięgnąć do najnowszych badań przeprowadzonych w 2020 roku przez CBOS. Jak wynika

49 Programem wyspecjalizowanym jest program, w którym nie mniej niż 70% czasu nadawania programu w ciągu miesiąca, w godzinach 6–23, stanowią audycje i inne przekazy realizujące przyjętą specjalizację programu.

50 Oficjalna strona internetowa Telewizji Polskiej TVP, <https://www.tvp.pl>, 15.02.2021.

51 Telewizja Polska, <https://oko.press/instytucje/telewizja-polska/>, 15.02.2021.

52 Zdaniem REM cała zawartość programu TVP1 w czasie prezydenckiej kampanii wyborczej prowadziła do wniosku, że „Wiadomości” straciły formę dziennika informacyjnego i przekształciły się w instrument propagandy jednego z kandydatów w tych wyborach, działając w ramach frontu wsparcia przez partię PiS i rząd swojego prezydenta, ubiegającego się o drugą kadencję. Szerzej na ten temat: <http://www.rem.net.pl/data/20200721.pdf>.

z analizy zebranego materiału, na temat TVP z aprobatą wypowiada się tylko 48% ankietowanych, z kolei 38% uważa, że telewizja publiczna działa źle. Choć w przypadku telewizji publicznej trend spadkowy został zanotowany już od 2016 roku, obecny spadek aprobaty jest wyjątkowo znaczący. Pozytywne oceny obniżyły się w podobnym stopniu jedynie między wrześniem 2016 a kwietniem 2017 roku, jednak wówczas nie towarzyszył temu równie wyraźny wzrost głosów krytycznych.

Tabela 1. Ocena stacji telewizyjnych

Data oceny		Oceniane stacje telewizyjne								
		TVP			TVN			Polsat		
		Ocena w procentach								
		dobra	zła	trudno ocenić	dobra	zła	trudno ocenić	dobra	zła	trudno ocenić
2010	III	80	15	5	81	6	13	78	10	11
2011	III	82	12	6	83	6	11	79	9	12
	IX	83	9	8	83	6	11	81	8	11
2012	III	81	13	6	79	11	10	80	9	11
	IX	75	18	7	79	10	11	78	10	12
2013	III	71	19	10	74	13	13	73	11	16
	IX	79	10	11	82	8	10	77	9	14
2014	III	82	12	6	80	12	8	79	11	10
2016	III	68	21	11	74	16	10	75	11	14
	IX	63	28	9	72	16	12	72	14	14
2017	IV	55	31	14	64	18	18	67	13	20
	X	57	27	16	65	18	17	70	12	18
2018	IV	59	27	14	66	17	17	70	10	20
	IX	59	28	13	65	18	17	72	10	18
2019	III	56	31	13	65	20	15	71	12	17
	IX	56	32	12	63	20	17	71	10	19
2020	X	48	38	14	57	23	20	70	10	20
Zmiana IX 2019-X 2020		-8	+6	+2	-6	+3	+3	-1	0	+1

Ponadto wyniki przeprowadzonego badania potwierdzają tezę o odgórnym narracji telewizji. TVP pozytywnie ocenia najwięcej wyborów PiS i w pewnym stopniu zwolennicy PSL (należy zaznaczyć, że do deklaracji tego elektoratu należy podchodzić z dystansem ze względu na jego niewielką liczebność w próbie). Pozostali wyborcy w większości krytycznie wypowiadają się o działalności TVP, w tym wyjątkowo sympatycy Lewicy, Polski 2050 Szymona Hołowni oraz Koalicji Obywatelskiej⁵³.

Ostatnią agencją jest TVN News & Service Agency, która powstała w 2009 roku jako agencja telewizyjna i jest postrzegana jako lider w grupie agencji multimedialnych. Instytucja przede wszystkim dostarcza telewizyjne usługi produkcyjne oraz broadcastingowe⁵⁴ i podobnie jak agencja TAI realizuje krótkie formy wideo newsów. Warto dodać, że jej zadania nie odbiegają od wyżej omówionych instytucji: agencja również przygotowuje content multimedialny do serwisów internetowych oraz na platformy nowych mediów. Treści przygotowywane przez *newsroom* dotyczące najważniejszych wydarzeń w Polsce i na świecie publikowane są na bieżąco w serwisie internetowym www.agency.tvn.pl⁵⁵. Dzięki zakładce „media online” użytkownik ma szeroki dostęp do zawartości poszczególnych serwisów, między innymi TVN24, EuroSport, „Gazeta Lubuska”, „Dziennik Zachodni”, „Nasze Miasto” itd.⁵⁶

Jeżeli chodzi o dodatkową działalność agencji, to w 2011 roku powstała platforma x-news, na której udostępniane są informacje w formie wideo dotyczące najważniejszych polskich oraz międzynarodowych wydarzeń, począwszy od politycznych i społecznych, poprzez sportowe i gospodarcze, aż do kulturalnych. Klipy wideo powstają na podstawie materiałów przekazywanych ze stacji TVN, TVN24, TVN CNBC, TVN Meteo oraz współpracujących z Agencją TVN dostawców zewnętrznych. Materiały znajdujące się na omawianej platformie zostały podzielone na kategorie tematyczne, dzięki czemu proces wyszukiwania informacji jest łatwy i intuicyjny. Twórcy wyodrębnili sześć działów: Polska, świat, show-biznes,

53 *Opinie o stacjach telewizyjnych i radiowych*, „Komunikat z Badań”, nr 147/2020, ISSN 2353-5822, s. 2–3.

54 Agencja TVN świadczy usługi transmisyjne – od wynajmu sprzętu i ludzi po kompleksową obsługę broadcastingową – z wykorzystaniem zaplecza technologicznego stacji TVN24.

55 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 204.

56 Oficjalna strona internetowa Biura Reklamy TVN Media, <https://www.tvnmedia.pl/media/online>, 16.02.2021.

sport, meteo, motoryzacja. X-news codziennie publikuje około 100 klipów gotowych do zamieszczenia przez inne redakcje. Materiały powstają na bazie treści dostarczanych przez Grupy TVN Discovery i partnerów zagranicznych. Wśród nich wymienia się:

- newsy z Polski i ze świata,
- relacje z imprez i wydarzeń kulturalnych,
- fragmenty programów telewizyjnych stacji Grupy TVN Discovery,
- komentarze i wypowiedzi ekspertów na wybrany temat,
- ekskluzywne rozmowy z gwiazdami ze świata show-biznesu i sportu,
- wideo o charakterze poradnikowym.

Z serwisu x-news korzystają polskie redakcje, agencje PR, organizacje i instytucje państwowe oraz prywatne firmy. Co więcej, dostęp do zamieszczonych materiałów jest bezpłatny, jednak wymaga rejestracji⁵⁷.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy zauważyć, że migracja instytucji do cyberprzestrzeni to naturalny proces rewolucji informacyjnej. Z całą pewnością przyczynił się do dynamicznego rozpowszechniania wiadomości, a dzięki odpowiedniej strategii wykorzystania mediów społecznościowych wiele agencji może dotrzeć do szerokiego audytorium. Obecnie trudno znaleźć medium, które udostępnia swoje treści jedynie za pomocą tradycyjnych środków komunikowania masowego, takich jak telewizja czy radio. Jednakże nie można pominąć faktu, że skala korzystania ze stron internetowych nadawców telewizyjnych jest bardzo niska: w badaniach prowadzonych przez CBOS zaledwie 5% internautów wskazało, że korzysta z takich źródeł, przy czym niemal wszystkie odpowiedzi odnoszą się do serwisów TVN24 lub TVNbis. Z kolei nieliczne odpowiedzi dotyczyły TVP Info czy TVP (0,4%). Ponadto niewielu odbiorców korzysta z serwisów radiowych – jest to zaledwie 1% ankietowanych⁵⁸. Stąd też płynnie wniosek, że teza T. Gobana-Klasa jest słuszna, jednakże nie można pominąć współczesnego znaczenia mediów społecznościowych, ponieważ odgrywają one znaczącą rolę w społeczeństwie informacyjnym. Zdaje się, że warto postawić granicę pomiędzy oficjalnymi witrynami danych agencji a profilami utworzonymi w ramach mediów społecznościowych. Zarys niniejszej problematyki może stanowić punkt wyjścia do zgłębiania tematu w kolejnych badaniach.

57 Multimedialny serwis agencyjny x-news, <https://x-news.pl/login>, 16.02.2021.

58 *Media online*, „Komunikat z Badań” nr 53/2017, ISSN 2353-5822, s. 2.

Zawartość serwisów informacyjnych PAP

Codziennie z serwisu <https://www.pap.pl> korzystają stacje radiowe i telewizyjne oraz portale internetowe, ponieważ agencja wykorzystuje własne informacje, do których dociera, oraz depesze znanych globalnie agencji, takich jak Reuters, Deutsche Presse-Agentur (DPA), Agence France-Presse (AFP) czy Associated Press (AP). Według Geminus, czyli międzynarodowej firmy badającej internet i zachowania internautów, aż 96,5% użytkowników międzysieci wykorzystuje informacje z PAP do celów własnych⁵⁹. Agencja dzieli się informacjami ze świata polityki, gospodarki, prawa oraz kultury, a w swoich zasobach posiada odnośniki do innych dziedzin. Depesze, zdjęcia oraz infografiki PAP wykorzystywane są w pracy dziennikarzy, przedsiębiorców oraz pracowników instytucji rządowych i samorządowych. Oprócz klasycznych zakładek i serwisów tematycznych, które wchodzi stricte w arsenał PAP, takich jak kraj, świat, gospodarka, sport czy ciekawostki, twórcy zadbali o możliwość dotarcia do szczegółowych informacji z różnych obszarów. W ramach niniejszego opracowania oferta zostanie opisana zarówno pod kątem nabywców instytucjonalnych, jak i zwykłych czytelników i użytkowników internetu: część zasobów informacyjnych jest dostępna dla zwykłego czytelnika, jednakże są takie serwisy, które wymagają wcześniejszego logowania na portalu.

Zawartość zasobów informacyjnych portalu internetowego PAP należy rozpocząć od wyartykułowania wszystkich serwisów. Jeżeli chodzi o ich klasyfikację, to agencja utworzyła trzy grupy tematyczne, tj.:

- serwisy informacyjne, które zawierają odnośniki do następujących witryn: Codziennego Serwisu Informacyjnego, English News Service, *newsletterów*, kalendarium, biznesu i aplikacji;
- serwisy multimedialne, a wśród nich serwis infograficzny, fotograficzny, baza zdjęć, pakiety informacyjne oraz materiały wideo;
- serwisy ogólnodostępne, czyli pap.pl, samorząd.pap.pl, biznes.pap.pl, infosfera.com, naukawpolsce.pap.pl, dzieje.pl, pap-mediatoroom.pl, zdrowie.pap.pl, kurier.pap.pl.

59 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Informacyjnej, *Codzienny Serwis Informacyjny*, <https://www.pap.pl/codzienny-serwis-informacyjny>, 16.02.2021.

Serwisy informacyjne

Codzienny Serwis Informacyjny (CSI)

CSI to podstawowy produkt PAP, który oferuje aktualne wydarzenia z kraju i ze świata. Materiały dotyczą przede wszystkim tematów politycznych, problematyki społecznej, ekonomii, gospodarki, nauki i edukacji, sportu, kultury i prawa. Każdego dnia w CSI ukazuje się około tysiąca pozycji: informacji dziennikarskich, komunikatów organów władzy i komunikatów giełdowych, informacji zleconych, kalendariorów⁶⁰. Warto zauważyć, że serwis udostępnia swoje treści wyłącznie po wcześniejszym zalogowaniu się.

English News Service

Za treści w serwisie odpowiadają zespół redaktorów oraz wykwalifikowani tłumacze. Materiały zbierane są na podstawie depesz PAP. Z serwisu korzystają agencje prasowe, media zagraniczne, ambasady, a także instytucje i korporacje międzynarodowe działające w naszym kraju⁶¹.

Newsletters

PAP oferuje dwa rodzaje *newsletterów*. Pierwszym z nich jest PAP Business Daily, który powstaje na bazie informacji uzyskanych i opracowanych przez dziennikarzy PAP oraz na podstawie depesz światowych agencji prasowych. *Newsletter* aktualizowany jest dwa razy dziennie i zawiera łącznie 50 najważniejszych komunikatów. Produkt został wzbogacony między innymi o wykres WIG, tabelę z notowaniami walut oraz tabelę z pięcioma największymi wzrostami i spadkami⁶². Poranna wersja to całościowy przegląd prasy wraz z kalendarium nadchodzących wydarzeń. Z kolei wieczorne wydanie zawiera podsumowanie dnia pod kątem najistotniejszych informacji z zakresu polityki, makroekonomii, giełdy (analizy oraz wykresy WIG, WIG20, SWIG80 i mWIG40) i notowanych spółek, rynku walut itd.

60 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Dystrybucja Informacji*, <https://www.pap.pl/dystrybucja-informacji>, 16.02.2021.

61 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *English News Service*, <https://www.pap.pl/english-news-service>, 17.02.2021.

62 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Biznes*, <http://biznes.pap.pl/pl/index/offer/#>, 17.02.2021.

Z serwisu najczęściej korzystają zagraniczni inwestorzy w Polsce. Druga wersja *newslettera* to anglojęzyczny Daily News, który składa się z trzech bloków tematycznych: polityki, gospodarki i ogólnych informacji, jednakże nie brakuje zapowiedzi wydarzeń kulturalnych. *Newsletter* nadawany jest w niestandardowe dni tygodnia, tj. codziennie od niedzieli do czwartku. Jego odbiorcami najczęściej są zagraniczni dyplomaci i biznesmeni działający w Polsce lub zainteresowani polskim rynkiem⁶³.

Kalendarium

Kalendarium PAP to podstawowe narzędzie pracy dziennikarzy, pracowników public relations i urzędów. Oferta serwisu obejmuje informowanie o planowanych wydarzeniach związanych z konferencjami prasowymi, posiedzeniami rządu i parlamentu oraz rozprawami sądowymi. Nie brakuje komunikatów innych niż poruszające kwestie o charakterze instytucjonalnym, ponieważ kalendarium zawiera informacje na temat zaplanowanych seminariów naukowych, imprez sportowych i innych wydarzeń kulturowych. Co więcej, twórcy serwisu dbają również o merytoryczny, a przy tym szczegółowy opis poszczególnych wydarzeń wraz z udostępnieniem informacji o lokalizacji i danych kontaktowych organizatorów. Dostęp do kalendarium możliwy jest po wcześniejszym zalogowaniu na portalu⁶⁴.

Biznes

Na wstępie należy zauważyć, że został on przydzielony do serwisów tematycznych i ogólnodostępnych. Wobec tego przyjęto zasadę pierwszeństwa kolejności, a zatem portal zostanie omówiony w ramach kategorii serwisów informacyjnych. Biznes PAP powstał w 2001 roku jako wydzielony oddział Polskiej Agencji Prasowej. Wiadomości tej platformy kierowane są głównie do przedsiębiorców, którzy chcą zaczerpnąć informacji ekonomicznych i dotyczących rynków kapitałowych oraz finansowych – co oznacza, że dane te będą przydatne dla dziennikarzy świadczących usługi właśnie w tych obszarach. Wśród nich znajdują się notowania giełdowe,

63 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Newslettery*, <https://www.pap.pl/newslettery>, 16.02.2021.

64 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Kalendarium*, <https://www.pap.pl/kalendarium>, 17.02.2021.

informacje makroekonomiczne czy kalendarium giełd papierów wartościowych. W swojej ofercie posiada bogaty zestaw produktów i usług, które można podzielić na trzy obszary: produkty przeznaczone dla klientów instytucjonalnych (w tym dla odbiorców końcowych oraz redystrybutorów), klientów indywidualnych oraz usługi dla spółek⁶⁵. Poniżej zaprezentowano potencjalnych klientów i odbiorców serwisu Biznes PAP:

Tabela 2. Potencjalni klienci i odbiorcy serwisu Biznes PAP

1. Klient instytucjonalny	
a) Odbiorca końcowy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Serwis Ekonomiczny ▪ Market Insider ▪ Baza Konsensusów PAP ▪ PAP Business Daily
b) Odbiorca redystrybucyjny	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Serwis Makler ▪ Serwis Pieniądz ▪ Serwis Biznes i Rynki ▪ Komunikaty ESPI ▪ Komunikaty EBI
2. Klient indywidualny	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PAP Business Daily ▪ Dystrybucja informacji
3. Usługi dla spółek	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usługa dystrybucji komunikatów ESPI

Jak wynika z powyższej tabeli, serwis Biznes dociera do szerokiego grona użytkowników i stanowi najbardziej rozbudowaną witrynę. Nie ulega wątpliwości, że głównym filarem portalu Biznes PAP jest obszerny Serwis Ekonomiczny, który zawiera informacje ekonomiczne i polityczno-gospodarcze z kraju i ze świata. Wśród nich wymienia się: wiadomości makroekonomiczne, o spółkach publicznych, regulacje prawne w zakresie rynków, notowania giełdowe, walutowe i towarowe, opinie uczestników rynku oraz wszelkie informacje, które dotyczą wpływu na zachowanie rynków. Dostęp do serwisu jest bezpłatny. Z kolei Mark Insider, Makler, Makro i Pieniądz stanowią wyselekcjonowane informacje z Serwisu Eko-

65 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Biznes*, <https://www.pap.pl/biznes>, 17.02.2021.

nomicznego. Pierwszy z nich to anglojęzyczny serwis gospodarczo-financeowy. Głównymi adresatami są międzynarodowi inwestorzy, maklerzy i analitycy, którzy działają na rynku kapitałowym. W ofercie znajduje się kompleksowy obraz rynku finansowego i przedstawienie klimatu inwestycyjnego w Polsce, a sam dostęp do serwisu jest bezpłatny.

Zasobem portalu Makro są zagadnienia *stricte* z zakresu makroekonomii. Znajdują się w nim wiadomości na temat wydarzeń gospodarczych, wskaźniki makroekonomiczne, informacje z rynku finansowego, opinie ekspertów i prognozy gospodarcze. Serwis stanowi uzupełnienie oferty PAP dla klientów z rynku medialnego, wobec tego jest doskonałym narzędziem pracy dziennikarzy, którzy w swojej profesji zajmują się zagadnieniami w obszarze finansów, statystyki i gospodarki. Oprócz tego wskazuje się na innych użytkowników, takich jak instytucje, urzędy i firmy.

W ofercie serwisu Makler znajdują się między innymi omówienia regulacji prawne w zakresie rynków, informacje makroekonomiczne, kwestie rynku kapitałowego i spółek publicznych, notowania giełdowe, walutowe i towarowe, a także opinie uczestników rynku. Dostęp do treści serwisu jest ograniczony dla zwykłych czytelników – dystrybucja odbywa się za pomocą strumienia plików NewsML, który umożliwia natychmiastową prezentację depesz w systemach transakcyjnych. Informacje możliwe są do wykorzystania wyłącznie na kodowanych stronach [www](http://www.pap.pl)⁶⁶, których administracją zajmują się domy maklerskie.

Serwis Pieniądz specjalizuje się w informacjach na temat szeroko pojętego rynku finansowego. Zawiera przede wszystkim komunikaty dotyczące notowań, wiadomości makroekonomiczne oraz informacje o czynnikach mogących wpłynąć na zachowanie rynków. Ponadto w serwisie znajdują się informacje o stanie złota oraz dotyczące paliw, energii i metali. Przeznaczony jest przede wszystkim dla banków, ale także innych przedstawicieli rynku finansowego. Dystrybucja treści odbywa się podobnie jak w przypadku serwisu Makler, czyli na pomocą NewsML i wyłącznie na stronach kodowanych⁶⁷.

66 Innymi słowy, są to strony, które upubliczniają pewne informacje jedynie na autoryzowanych witrynach. Użytkownicy po opłaceniu subskrypcji mają dostęp do większej ilości danych niż przeciętny użytkownik.

67 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Biznes*, <https://www.pap.pl/biznes>, 17.02.2021.

W tym miejscu należy przypomnieć o kontrowersyjnej sytuacji z 2018 roku. Otóż kierownictwo PAP usunęło z serwisu depeszę, w której prezes NBP krytykował projekt ustawy o pracowniczych planach kapitałowych. Autor depeszy uznał to za formę cenzury i zrezygnował z pracy w agencji, pozostawiając pożegnalny list, w którym napisał: „Chcę wierzyć, że moja historia jest odosobniona i podobne sytuacje nie zdarzają się innym dziennikarzom. Moje odejście traktuję jako zwrócenie uwagi na krytyczny problem i bezprecedensowe zachowanie kierownictwa, które nie powinno mieć nigdy miejsca”⁶⁸.

Pozostając przy temacie źródeł informacji o charakterze ekonomiczno-finansowym, należy jeszcze wspomnieć, że istnieje możliwość skorzystania z komunikatów Elektronicznego Systemu Przekazywania Informacji (ESPI) i Europejskiego Banku Inwestycyjnego (EBI). Innymi słowy, jest to dystrybucja obowiązkowych komunikatów ze spółek, których akcje są przedmiotem obrotu publicznego ESPI i EBI.

Serwis Biznes PAP dostarcza informacji w formie źródłowej lub przetworzonej⁶⁹. Oferta skierowana jest do portali i instytucji rynku finansowego. Ponadto istnieje baza konsensusów agencji, w której znajdują się tysiące prognoz wskaźników i marż, wyniki historyczne spółek czy narzędzia do ich wyceny⁷⁰. Z bazy można skorzystać po wcześniejszym zamówieniu.

Serwisy tematyczne

To pakiety informacji przydatne w codziennej pracy dziennikarzy, redakcji, instytucji czy w działaniach biznesowych. Dotyczą wybranych dziedzin życia społecznego i gospodarczego i zawierają od kilku do kilkudziesięciu informacji dziennie. Agencja oferuje utworzenie pakietu tematycznego dostosowanego do indywidualnych potrzeb klientów. PAP udostępnia między innymi następujące serwisy: Biznes i Rynki, Nauka i Zdrowie, Kultura, Ochrona Zdrowia, Sport, Gospodarka, Energetyka⁷¹.

68 Szerzej na ten temat: <https://www.press.pl/tresc/54148>, 19.02.2021.

69 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Oferta*, <http://biznes.pap.pl/pl/doc/Oferta>, 18.02.2021.

70 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Konsensusy*, <http://biznes.pap.pl/pl/doc/Konsensusy>, 18.02.2021.

71 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Serwisy tematyczne*, <https://www.pap.pl/serwisy-tematyczne>, 18.02.2021.

Aplikacje

PAP dysponuje ofertą aplikacji mobilnych i treściami do aplikacji internetowych, a także materiałami wideo. Z aplikacji zazwyczaj korzystają abonenci agencyjnych serwisów kodowanych (CSI i serwisów biznesowych) oraz operatorzy mediów elektronicznych czy też producenci sprzętu, którzy wykorzystują formaty elektroniczne. Celem jest przede wszystkim wzbogacenie oferty i jej funkcjonalności⁷².

Serwisy multimedialne

Codzienny Serwis Fotograficzny

Zawiera kompletny pakiet zdjęciowy obrazujący najważniejsze wydarzenia w Polsce i na świecie. Każdego dnia klienci otrzymują 70 kolorowych zdjęć ilustrujących wydarzenia polityczne, kulturalne, gospodarcze, sportowe, a także zwykle ciekawostki.

Zestaw zdjęć wykonanych przez fotoreporterów PAP jest wzbogacony pracami światowych agencji fotograficznych AP i EPA, współpracujących z PAP. Fotografie pogrupowane są w 17 kategoriach, między innymi nauka, edukacja, religie i wierzenia, wojna, kultura, sztuka, zdrowie itd. Trudno więc odmówić agencji dużych zasobów zdjęciowych, z których korzystają media zarówno drukowane, jak i elektroniczne, a także stacje telewizyjne i portale internetowe⁷³. Należy zauważyć, że wymagane jest logowanie do serwisu.

Baza zdjęć

W serwisie znajdują się zdigitalizowane zdjęcia historyczne oraz odnoszące się do wydarzeń aktualnych. Bogactwo zbiorów jest uzupełnione o zasoby innych agencji, takich jak federalna agencja Stanów Zjednoczonych Environmental Protection Agency (EPA), niemiecka agencja prasowa Deutsche Presse-Agentur (DPA), Agencja Informacji TVP czy Rosyjska Agencja

72 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Aplikacje*, <https://www.pap.pl/aplikacje>, 18.02.2021.

73 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Codzienny Serwis Fotograficzny*, <https://www.pap.pl/codzienny-serwis-fotograficzny>, 18.02.2021.

Prasowa TASS. Obecnie baza łącznie zawiera 15 830 762 fotografii, które są częścią 18-milionowego archiwalnego zbioru fotografii PAP⁷⁴. Dostęp do bazy jest bezpłatny i nie wymaga logowania.

Pakiety Informacyjne

Pakiety Informacyjne stanowią wyselekcjonowane wiadomości z CSI w kilkunastu zakresach tematycznych, między innymi temat dnia, kraj, gospodarka, sport, nauka, bezpieczeństwo, energetyka, rolnictwo i lifestyle. W tym miejscu warto poruszyć kwestię ostatniej kategorii, ponieważ forma obecności tego typu treści wymaga dookreślenia. Według R. Piaseckiej-Strzelec w 2020 roku PAP podała informację o wygaszeniu serwisu lifestylowego o nazwie PAP Life⁷⁵. W wynikach wyszukiwania pojawia się domena www.paplife.pl, jednakże zamieszczono komunikat świadczący, że w przypadku tej strony informacje są niedostępne. Klikając odnośnik, użytkownik zostaje przeniesiony do ogólnej platformy serwisowej PAP, na której znajdują się informacje kontaktowe i okno logowania do portalu. Co ciekawe, w serwisie Pakiety Informacyjne zamieszczono odrębną zakładkę o nazwie PAP Life, która odsyła czytelnika do na bieżąco aktualizowanych wiadomości lifestylowych. Zdaje się, że twórcy zrezygnowali jedynie z odrębnej witryny poświęconej takim treściom i umożliwili do nich dostęp z pozycji serwisu Pakiety Informacyjne. Warto zauważyć, że dzięki wprowadzeniu materiałów o charakterze lifestylowym instytucja zmieniła nieco swoje oblicze i zaczęła występować w nowej roli jako dostawca rozrywki. Jak zauważa R. Piasecka-Strzelec, nie jest to jednoznaczne z utratą wizerunku profesjonalnej agencji informacyjnej, ponieważ PAP stawia wyraźną granicę pomiędzy *hard* a *soft news*⁷⁶. Odbiorcami pakietów informacyjnych są na ogół portale branżowe i mniejsze portale ogólnoinformacyjne, które korzystają z opcji zamówień, tj. agencja jest w stanie stworzyć dowolne zamówione zestawy i precyzyjnie zredagowane wiadomości. Depesze wzbogacone są w ilustrowane zdjęcia lub grafiki, a dzięki

74 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Baza zdjęć*, <https://www.pap.pl/baza-zdjec>, 18.02.2021.

75 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 215.

76 Zob. R. Piasecka-Strzelec, *Polskie agencje*, dz. cyt., s. 215. *Hard news* oznacza poważne wiadomości, które są uważane za interesujące dla wielu ludzi z określonego obszaru, kraju lub świata. Z kolei *soft news* tłumaczone jest jako wiadomości będące mieszaniną informacji i rozrywki, często odnoszące się do życia prywatnego ludzi.

odgórnie dostosowanej rozdzielczości możliwa jest bezpośrednia publikacja wiadomości prasowych, bez nakładu pracy ze strony nabywcy⁷⁷.

Infografika

Serwis infograficzny jest doskonałym uzupełnieniem serwisów tekstowych, ponieważ pozwala na lepsze zrozumienie zdarzeń, ich zlokalizowanie i analizę. Odbiorcy serwisu otrzymują graficzną ilustrację wydarzeń politycznych, gospodarczych, kulturalnych i społecznych w kraju i na świecie. W serwisie znajdują się grafiki statyczne i interaktywne, choć w niektórych przypadkach należy mieć specjalne uprawnienia do pobierania infografik⁷⁸.

Wideo

Serwis wideo to przede wszystkim krótkie formy prezentacji klipów, które agencja wprowadziła do swojej oferty w 2015 roku. Codziennie w serwisie publikowane są pliki dotyczące szeroko pojętych dziedzin życia społecznego, między innymi kwestie polityczne, społeczne, gospodarcze i lifestylowe czy też materiały dotyczące sportu, nauki i technologii. Dziennikarze i wydawcy portali mogą pobierać pliki do swoich materiałów oraz embedować⁷⁹ materiały bezpośrednio na swoje strony internetowe, korzystając z narzędzia, jakim jest player PAP. Pliki wideo Centrum Prasowego PAP można pobierać bezpłatnie lub embedować bez reklam⁸⁰.

Serwisy ogólnodostępne

Agencja wydaje także serwisy ogólnodostępne promujące profesjonalną wiedzę oraz będące płaszczyzną wymiany informacji i opinii. Obecnie PAP tworzy dziewięć portali (w tym biznes.pap.pl, który został omówiony wcześniej). To właśnie one stanowią bogate źródło informacji dla użyt-

77 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Pakiety Informacyjne*, <https://www.pap.pl/pakiety-informacyjne>, 17.02.2021.

78 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Infografika*, <http://igrafika.pap.pl/fotoweb/Grid.fwx?archiveId=5000>, 18.02.2021.

79 Embedowanie (*embedding*) polega na osadzeniu na stronach internetowych treści pochodzących z innych stron „źródłowych”.

80 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Wideo*, <https://www.pap.pl/wideo>, 18.02.2021.

kowników internetu, którzy cenią sobie bezstronne i rzetelne informacje. Jak zauważa ks. prof. Michał Drożdż, obecnie zawód dziennikarstwa ulega polaryzacji, która jest zapewnieniem pluralizacji mediów. Mamy więc dostęp do różnych opinii, wizji czy poglądów, jednakże należy przestrzegać zasady prawdomówności, ponieważ w innym przypadku polaryzacja stanowisk może przybrać formę destrukcyjnej siły, której produktami są stronniczość, zawiść, a nawet nienawiść⁸¹. Co więcej, dziennikarz zobowiązany jest do ciągłego poszukiwania prawdy oraz uzyskania pełnej, bezstronnej informacji⁸², i choć zauważa się tendencję do zanikania owych wartości w środowisku żurnalistów, to omawiana instytucja wciąż utrzymuje wysoki poziom prezentowanych informacji.

Wśród ogólnodostępnych serwisów internetowych PAP wymienia się podstawowy portal pap.pl, który codziennie publikuje wyselekcjonowane informacje na bazie depesz PAP⁸³, a także:

samorząd.pap.pl

Prestiżowy portal o charakterze informacyjnym i poradniczym nie tylko dla osób związanych z polityką wszystkich szczebli. Według Google Analytics serwis generuje ponad pół miliona odsłon miesięcznie⁸⁴. Z zasobów portalu korzystają również dziennikarze, pracownicy oświaty czy też pracownicy firm, którzy zajmują się współpracą z samorządami. Serwis dostarcza informacji o wszelkich działaniach jednostek samorządu terytorialnego oraz związków i stowarzyszeń samorządowych. W szczególności są to informacje z zakresu: prawa, finansów, kadr, edukacji, środowiska, e-administracji i funduszy pomocowych, pracy parlamentu oraz rządu. Ofertę dopełniają debaty, konferencje oraz konkursy adresowane do jednostek samorządu terytorialnego⁸⁵.

81 Zob. M. Drożdż, *Etyka mediów w obronie wartości*, Kraków 2019, s. 316.

82 Zob. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, *Dziennikarski Kodeks Obyczajowy*, Warszawa 1991, nr 11.

83 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/pap-pl>, 18.02.2021.

84 Dane za 2020 rok.

85 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Samorząd PAP*, <https://samorząd.pap.pl/o-serwisie>, 19.02.2021.

infosfera.pl

Portal informacyjny, współtworzony z Giełdą Papierów Wartościowych, dostarcza wiadomości głównie z zakresu notowań Głównego Rynku GPW i NewConnect. Ponadto w serwisie znajdują się rekomendacje na temat cen akcji, komentarze i opracowania rynkowe, ale także wiadomości na temat spółek Europy Środkowo-Wschodniej związanych z rynkiem polskim oraz bieżące depesze ekonomiczne PAP⁸⁶. Pomimo tego, że tematyka portalu wymaga fachowej wiedzy, to prezentacja treści jest bardzo intuicyjna, wzbogacona o interaktywne wykresy i przejrzyste skomponowane statystyki.

naukawpolsce.pap.pl

Serwis prowadzony jest na zlecenie Ministerstwa Nauki Szkolnictwa Wyższego. Zawiera około 40 depesz dziennie, tworzonych na podstawie badań prowadzonych w polskich i zagranicznych instytutach naukowych, a także prezentuje osiągnięcia polskich naukowców i przybliża sylwetki wybitnych postaci. Serwis jest doskonałym miejscem dla osób, które zawodowo zajmują się nauką i jej promocją, jednakże komunikaty są formułowane w przystępny sposób dla zwykłego czytelnika. Portal obejmuje następujące dziedziny nauk: archeologia, astronomia, ekologia, kultura, historia, języki, medycyna, psychologia, socjologia, technika i technologia oraz szeroko pojęte nauki przyrodnicze⁸⁷. W tym miejscu chciałabym zaznaczyć, że agencja prowadzi portal o adresie pap.nauka.pl, który jest połączeniem informacji z obszaru nauki i zdrowia⁸⁸. Serwis ten w przeciwieństwie do naukawpolsce.pl oferuje płatne informacje, a zatem istnieje jedynie możliwość zapoznania się z wersją demo strony internetowej. W części dotyczącej zdrowia prezentowane są wiadomości o odkryciach w medycynie, innowacyjnych metodach leczenia i badaniach zagranicznych. Informacje zgrupowane są w następujących kategoriach: Genetyka,

86 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Infosfera*, <https://www.pap.pl/infostrefa-com>, 19.02.2021.

87 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/naukawpolsce-pap-pl>.

88 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Nauka*, http://nauka.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_nauka.pap.pl&_PageID=11&s=stronaGlowna&lang=&_Checksum=641684203, 19.02.2021.

Choroby serca, Choroby zakaźne, Pediatria, Psychologia, Rak, Leki, Dieta i Ochrona zdrowia. Z kolei informacje naukowe pisane są przez wyspecjalizowanych w swojej dziedzinie dziennikarzy, krajowych i zagranicznych korespondentów centrali PAP, współpracowników, ale także wykorzystywane są zagraniczne źródła agencji prasowych takich jak: „Nature”, „Lancet”, „Medical Tribune”, „British Medical Journal”, „Science”, „New Scientist”, „Cell”, „Neuron” itp. Informacje tej części dotyczą: archeologii, biologii, ekologii, fizyki, historii, paleontologii, technologii i szkolnictwa wyższego. Obok wysokiej klasy opracowań i wywiadów w serwisie znajdują się także ciekawostki popularnonaukowe, których forma doskonale sprawdza się jako krótkie komunikaty na innych portalach internetowych czy w radiu. Portal otwarty jest na możliwość rozgraniczenia abonamentu – wobec tego odbiorcy mogą prenumerować cały serwis bądź też zdecydować się tylko na informacje z zakresu nauki lub zdrowia. Możliwy jest także zakup informacji na temat określonej choroby czy specjalistycznej dziedziny naukowej⁸⁹. Niewątpliwie jest to duże ułatwienie szczególnie w dobie smogu informacyjnego, gdzie selekcja informacji jest niezwykle trudna i czasochłonna. Nabywca może zatem otrzymywać tylko te informacje, które odpowiadają rodzajowi jego wydawnictwa.

dzieje.pl

Współpraca z Muzeum Historii Polskiej i Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego zaowocowała uruchomieniem serwisu internetowego, na którym użytkownicy mogą pozyskać wiedzę z najnowszej historii Polski, w tym poznać bliżej najważniejsze osobistości w dziejach naszego narodu oraz przyczyny i skutki przemian w latach 1918–1989. Serwis jest wzbogacony o ilustracje, zdjęcia i nagrania archiwalne czy też interaktywne mapy⁹⁰. Sądzę, że tak bogato ilustrowany portal nadaje się do zaprezentowania uczniom w szkołach średnich jako forma samodzielnego i ciągłego zdobywania wiedzy.

89 Tamże.

90 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Dzieje*, <https://www.pap.pl/dzieje-pl>, 19.02.2021.

pap-mediroom.pl

Jeżeli chodzi o wizualną stronę portalu, to należy przyznać, że jest bardzo estetyczna oraz intuicyjna, co jest niezwykle istotne. Oprócz tego, że PAP MediaRoom to podstawowe narzędzie pracy dziennikarzy i innych agencji prasowych, treści zamieszczane na tej platformie można bezpłatnie pobierać i udostępniać na stronach własnych redakcji, w prasie drukowanej, radiu i telewizji. Serwis oferuje niezwykle szeroki przekrój wiadomości, między innymi informacje prasowe, transmisje z konferencji i debat publicznych, artykuły opracowane w ramach innych projektów PAP (na przykład Nauka w Polsce), materiały szkoleniowe dla dziennikarzy, kalendarium wydarzeń dla mediów, obwieszczenia instytucji państwowych oraz organów samorządowych⁹¹ itd. Serwis został podzielony tematycznie, tj. biznes i finanse, nauka i technologie, zdrowie i styl życia, polityka i społeczeństwo oraz kultura i sztuka.

zdrowie.pap.pl

Portal został utworzony ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2016–2020, którego celem było podniesienie świadomości społeczeństwa w zakresie dbania o zdrowie i podejmowania działań profilaktycznych poprzez rozpowszechnianie wiarygodnych informacji. W przeciwieństwie do wątpliwych merytorycznie serwisów o tematyce zdrowotnej omawiany portal korzysta ze źródeł uznanych przez specjalistów z różnych dziedzin medycyny i publikacji naukowych. Ponadto treści tam zamieszczane są rzetelne i cechują się przystępnym językiem. Komunikaty uzupełnione są o infografiki, zdjęcia oraz autorskie grafiki⁹², które pozwalają na lepsze zrozumienie podawanych informacji. Warto zauważyć, że w serwisie pojawiają się treści poruszające intymne i nierzadko trudne tematy, takie jak zdrowie psychiczne, traumy seksualne czy zmiany nowotworowe.

91 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *MediaRoom*, <https://www.pap.pl/mediaroom-pl>, 19.02.2021.

92 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Zdrowie*, <https://www.pap.pl/zdrowie-pap-pl>, 19.02.2021.

kurier.pap.pl

Obecnie jest to serwis archiwalny, niemniej powstał z myślą o edukacji w zakresie ekonomii. Materiały powstałe w wyniku współpracy z Narodowym Bankiem Polskim z czasem zostały rozszerzone o inne treści realizowane przy dofinansowaniu między innymi Parlamentu Europejskiego czy Komitetu Regionów⁹³. Dostęp do serwisu jest wciąż aktualny, jednakże ostatnie wpisy pojawiły się w grudniu 2020 roku.

The First News „Pierwsze doniesienia”

Anglojęzyczny portal, powstały w 2018 roku, działa pod adresem www.thefirstnews.com. Publikowane są na nim informacje dotyczące Polski i jej najbliższych sąsiadów, na temat polskiej polityki, gospodarki, kultury, nauki, historii i sportu. Prezes PAP podkreślił, że „witryna ma z jednej strony pokazywać świat z polskiej perspektywy, z drugiej – Polskę taką, jaka jest, bez żadnych przekłamań”⁹⁴.

Zakończenie

W niniejszej pracy zaprezentowano Polską Agencję Prasową jako źródło informacji dziennikarskiej. Instytucja oferuje bogaty i rzetelny zasób wiadomości, które z powodzeniem mogą być wykorzystywane przez żurnalistów, niemniej jako nabywców materiałów prasowych wymienia się także agencje public relations czy inne instytucje i organizacje. PAP to lider agencji informacyjnych w Polsce, który oferuje informacje pozbawione opiniotwórczego komentarza. W dobie *fake newsów* profesjonalne agencje informacyjne stoją w opozycji do ogłoszeń publikowanych przez niesprawdzone portale internetowe i inne niezwyfikowane źródła. Analiza powyższych serwisów będących elementami całokształtu witryny internetowej PAP wykazała, że informacje tam umieszczane dotyczą szeroko pojętego życia społecznego, a zatem ich redystrybucja nie jest przeznaczona

93 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, *Kurier*, <https://www.pap.pl/kurier-pap-pl>, 19.02.2021.

94 Oficjalna strona internetowa Polskiej Agencji Prasowej, <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1397390%2Cruszyl-anglojezyczny-portal-pap-the-first-news.html>, 19.02.2021.

na jedynie dla określonych gatunków dziennikarskich. Ponadto, oprócz płatnych usług na zamówienie, PAP udostępnia intuicyjne oraz przejrzyste serwisy ogólnodostępne. Wobec tego uzyskanie wiarygodnych informacji staje się niezwykle proste.