

Sabina Cisek

Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

Broker informacji: istota zawodu

Abstrakt

Zawód brokera informacji jest stosunkowo nowy w Polsce, cieszy się jednak rosnącym zainteresowaniem praktyków, teoretyków, a także – instytucji edukacyjnych. W artykule podjęto próbę uchwycenia istoty tej profesji. Sformułowano następujące warunki *sine qua non* bycia infobrokerem: (1) pośredniczenie w świecie informacji, (2) niezależność, tj. prowadzenie własnej działalności gospodarczej, (3) komercyjność, (4) oferowanie nie informacji jako takiej, lecz usług informacyjnych, (5) cechowanie się odpowiednimi wiedzą, umiejętnościami i wartościami.

Abstract

Information brokerage is a relatively new profession in Poland, nowadays gaining a growing interest both in practical, theoretical and educational contexts. In the paper the nature of information brokering is considered. The following five *sine qua non* conditions of being an information broker are formulated: (1) mediating in the information world, (2) independence (info-entrepreneurship), (3) for-profit activity, (4) offering not information itself but information services, (5) showing appropriate knowledge, skills and values.

Keywords: broker informacji, infobroker, infobrokering, independent information professionals, information brokers, information brokering

Wstęp

Broker informacji (infobroker) jest jednym ze stosunkowo nowych zawodów w Polsce, zdobywającym obecnie coraz większą popularność. O rosnącym zainteresowaniu tą profesją świadczą między innymi: powstawanie firm infobrokerskich, powiększająca się oferta edukacyjna, w tym – uniwersytecka, a także pojawienie się w okresie ostatnich kilku lat piśmiennictwa naukowego, fachowego i popularnego na jej temat [Cisek 2007].

W istniejących publikacjach odnaleźć można próby charakterystyki zawodu brokera informacji, generalnie jednak proponowane „definicje” są bardzo podobnie formułowane i z reguły akcentują wybrane tylko elementy infobrokeringu, zwłaszcza pośredniczenie, poszukiwanie oraz akredytację informacji zgodnie z zapotrzebowaniem klientów. Celem niniejszego artykułu jest

natomiast uchwycenie istoty infobrokerstwa, innymi słowy – stworzenie wykazu cech i/lub funkcji, których łączne spełnienie czyni z jakiegoś pośrednika lub „poszukiwacza informacji” infobrokera właśnie.

Warunki *sine qua non* infobrokeringu

Jakie są zatem warunki konieczne i wystarczające bycia brokerem informacji?

- Po pierwsze, infobroker jest pośrednikiem pomiędzy istniejącymi zasobami informacyjnymi a ludźmi i organizacjami potrzebującymi informacji/wiedzy.
- Po drugie, jest niezależny (*independent information professional*), tzn. prowadzi własną działalność gospodarczą, ewentualnie jest zatrudniony w firmie infobrokerskiej.
- Po trzecie, swoje usługi oferuje odpłatnie.
- Po czwarte, sprzedaje nie informację jako taką, ale określoną usługę informacyjną.
- Po piąte wreszcie, posiada odpowiednie umiejętności i wiedzę, kieruje się etyką zawodową, korzysta jedynie z legalnych źródeł informacji.

Jeżeli któryś z wymienionych warunków nie jest spełniony, mamy do czynienia bądź z wykonywaniem innego zawodu, np. bibliotekarza, producenta baz danych, szpiega, bądź nawet z przekroczeniem obowiązującego porządku prawnego.

Dodatkowe, szersze wyjaśnienie niezbędne jest zwłaszcza w odniesieniu do warunków pierwszego i czwartego.

Warunek pierwszy: pośredniczenie

Na czym polega najważniejsze zadanie infobrokera, czyli pośredniczenie (mediacja) w świecie informacji? Składają się nań następujące etapy:

1. kompetentne identyfikowanie rzeczywistych potrzeb informacyjnych klientów/użytkowników
2. oparte na przemyślanej strategii wyszukiwawczej pozyskiwanie informacji z różnych źródeł, jak zasoby Internetu, archiwa, biblioteki, eksperci, komercyjne systemy informacyjne, urzędy, wywiadownie gospodarcze
3. wybór, ocena, wartościowanie, selekcja źródeł oraz informacji, czyli jej filtracja
4. przetwarzanie informacji zgodnie z „regułami sztuki” i zapotrzebowaniem klienta – analiza, synteza, tworzenie różnego typu dokumentów pochodnych, tj. notatek, raportów, streszczeń, zestawień statystycznych, także – baz danych i serwisów WWW
5. w efekcie etapów od 1 do 4 – akredytacja informacji, czyli gwarantowanie jej jakości
6. udostępnianie informacji – odpowiedź na zamówienie klienta oraz – optymalnie – zaspokojenie jego potrzeb informacyjnych.

Jak widać, pośredniczenie nie polega jedynie na wyszukaniu, akredytacji i przekazaniu informacji klientowi na zasadzie „podaj dalej”, ale jest działaniem

bardziej kompleksowym. Co więcej, przedstawiony model ma charakter uproszczony, uprawnione jest bowiem przypuszczenie, iż mediacja nie ma postaci linearnej, lecz „zapętloną”. Infobroker prawdopodobnie będzie powracał do jednego lub nawet kilku z wymienionych etapów, redefiniując na przykład potrzeby informacyjne klienta, które mogą zmienić się pod wpływem uzyskanej wiedzy, modyfikując strategię wyszukiwawczą czy powtórnie filtrując informację przy użyciu odmiennych kryteriów [Godbold 2006].

Dodatkowo, broker informacji nie jest jedynym pośrednikiem informacyjnym (*information intermediary*) w społeczeństwie. Są też inni: bibliotekarze, dziennikarze, organy rządowe, urzędnicy, wydawcy etc. [Womack 2002]. W trakcie IV Ogólnopolskiej Konferencji Studenckich Kół Naukowych (listopad 2007, Kraków) szczególne zainteresowanie budziło zagadnienie: czy m właściwie różni się broker informacji od bibliotekarza, z którym łączy go przecież szczególne historyczne i merytoryczne związki? Sądzę, iż następującymi elementami:

- rejestrem funkcji
 - infobroker ma przede wszystkim zadania informacyjne
 - bibliotekarz oprócz funkcji informacyjnej pełni jeszcze inne – edukacyjną, intelektualną, estetyczną, rozrywkową, integracyjną, substytutyczną oraz obywatelską
- komercjalizacją – broker informacji oferuje swoje usługi odpłatnie w ramach własnej działalności gospodarczej, usługi biblioteczne są darmowe dla użytkowników
- zakresem przetwarzania informacji – infobroker najczęściej przetwarza informację w większym stopniu niż bibliotekarz
- indywidualizacją i personalizacją – broker informacji z reguły oferuje usługi i treści bardziej spersonalizowane i zindywidualizowane niż czyni to bibliotekarz.

Warunek czwarty: co sprzedaje broker informacji?

Dlaczego „niebezpiecznie” jest twierdzić, iż infobroker sprzedaje informację? To zależy, oczywiście, także od przyjętej definicji informacji, jest to jednak zbyt obszerne zagadnienie, by je tutaj omówić. Otóż informacja (w sensie – treść, wiadomość, wiedza) często stanowi albo czyjąś własność – autora artykułu, producenta bazy danych, twórcy serwisu WWW, wydawcy, albo jest – najogólniej rzecz ujmując – dobrem publicznym. Nie należy więc do brokera informacji; w rezultacie pojawiają się problemy związane z szeroko rozumianymi własnością i prawem autorskim. Poza tym, sprzedawanie informacji jako takiej wydaje się być zasadniczo sprzeczne z funkcją mediacji. Co zatem oferuje broker informacji? Usługę informacyjną polegającą na (możliwe są tu różne sformułowania):

- pośredniczeniu pomiędzy utrwalonym zasobem informacji a jego użytkownikami,
- albo – na zaspokojeniu konkretnych, zindywidualizowanych potrzeb informacyjnych jednostek bądź organizacji (głównie komercyjnych),
- albo – na przekształceniu informacji w zindywidualizowaną wiedzę.

Aspekty prawne działalności infobrokerskiej są tutaj jedynie zasygnalizowane i domagają się dalszej, pogłębionej analizy.

Niniejszy tekst jest zmodyfikowanym zapisem referatu przedstawionego na konferencji „Od bibliotekarza do infobrokera – teoria i praktyka zawodu”, Kraków, 23 listopada 2007 oraz wykładu *Broker informacji w społeczeństwie wiedzy* wygłoszonego w Bibliotece Głównej UMCS w Lublinie w dniu 10 grudnia 2007.

Pozostałe zagadnienia związane z zawodem infobrokera omówione zostaną w innej, przygotowywanej publikacji.

Wykorzystane opracowania

1. IV Ogólnopolska Konferencja Studenckich Kół Naukowych „Od bibliotekarza do infobrokera – teoria i praktyka zawodu”, Kraków, 23 listopada 2007 [dok. elektr.]. Dostępny w WWW: http://www.inib.uj.edu.pl/kolo_naukowe/konferencje/konferencja_2007-11-23.htm
2. Bates, Mary Ellen (2007) [dok. elektr.]. Info-Entrepreneurship: A Resource Guide for the Independent Information Professional. Dostępny w WWW: <http://www.aiip.org/Resources/IBResourceGuide.pdf>
3. Broker informacji (2007) [dok. elektr.]. W: Wikipedia [wersja w języku polskim]. Dostępny w WWW: http://pl.wikipedia.org/wiki/Broker_informacji
4. Cisek, Sabina (2007) [dok. elektr. prezentacja .ppt]. Infobrokerstwo w Polsce. Stan obecny i perspektywy. Dostępny w WWW: <http://www.slideshare.net/sabinacisek/slideshows>
5. Godbold, Natalya (2006) [dok. elektr.]. Beyond information seeking: towards a general model of information behaviour. *Information Research* vol. 11 nr 4. Dostępny w WWW: <http://InformationR.net/ir/11-4/paper269.html>
6. Materska, Katarzyna (2007). Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy. Warszawa: Wydawnictwo SBP
7. Nowak, Elżbieta Paulina (2006). Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku. *Zagadnienia Informacji Naukowej* nr 1 (87), s. 51-63
8. Pastuszka, Bartosz (2007). Infobroker w świecie biznesu – kiedy i do jakich zadań przedsiębiorstwa potrzebują usług brokera informacji? W: III Seminarium z cyklu Infobroker: Efektywne wykorzystanie zasobów informacyjnych sieci. Warszawa: Centrum Promocji Informatyki, s. 131-141
9. Reitz, Joan M. (2007) [dok. elektr.]. Information broker. W: Online Dictionary for Library and Information Science. Dostępny w WWW: http://lu.com/odlis/odlis_i.cfm
10. Wojciechowski, Jacek (2006). Biblioteczna wartość naddana. Kraków: Wydawnictwo UJ
11. Womack, Ryan (2002). Information intermediaries and optimal information distribution. *Library and Information Science Research* vol. 24, s. 129-155