



Lukasz Tomasz Sroka

ORCID: 0000-0002-9422-2426

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Instytut Historii i Archiwistyki

Wyzwanie i potencjał komercjalizacji kwerend archiwalnych

The challenge and potential of commercializing archival research

SŁOWA KLUCZOWE: kwerendy archiwalne, research, komercjalizacja, infobrokering, cyfryzacja

KEY WORDS: archival searches, research, commercialization, data brokering, digitalization

ABSTRAKT: W artykule podjęto temat wyzwań i potencjału związanych z komercjalizacją kwerend archiwalnych. Wyeksponowana została rosnąca aktywność nowych profesji w środowisku kojarzonym dotąd niemal wyłącznie z historykami i archiwistami (ewentualnie z przedstawicielami innych nauk humanistycznych). Dotyczy to przede wszystkim infobrokerów. Krótko omówiono przykłady realizowanych przez nich zadań oraz nowe trendy związane z szerokimi zmianami dokonującymi się w dziedzinie społecznej i gospodarczej. Kluczową rolę odgrywa tutaj synergia pomiędzy rozwijającą się gospodarką i nowoczesnymi technologiami a instytucjami tradycyjnymi, jak archiwa, biblioteki, muzea i uniwersytety. W odpowiedzi na te wyzwania rzeczono instytucje coraz częściej łączą siły i dzielą się doświadczeniami.

ABSTRACT: The article discusses the challenges and potential related to the commercialization of archival research. The growing activity of new professions in an environment previously associated almost exclusively with historians and archivists (possibly with representatives of other humanities) is highlighted. This applies primarily to data brokers. Examples of the tasks they perform and new trends related to broad changes taking place in social and economic fields are briefly discussed. A key role here is played by the synergy between the developing economy and modern technologies and traditional institutions, such as archives, libraries, museums and universities. In response to these challenges, these institutions are increasingly joining forces and sharing experiences.

1. Wprowadzenie do tematu

W latach 2023–2024 na polskim rynku wydawniczym ukazała się trzytomowa praca pt. *Muzeum. Historia światowa*, autorstwa profesora Krzysztofa Pomiana, wybitnego filozofa, historyka i eseisty¹. Publikacja tak ważnego dzieła, połączona z cyklem wykładów otwartych dla publiczności, z którymi Pomian wystąpił w różnych miejscach, nadała nowej dynamiki dyskusji o tym, czym jest muzeum i jakie są jego funkcje. Najkrócej rzecz ujmując, uczony mierzy się m.in. z pytaniami dotyczącymi tego, w jakim stopniu przeszłość rzutuje na przyszłość muzeum, jak zmieniały się stawiane wobec niego zadania i oczekiwania i wreszcie – czy zmiany wynikające z ducha nowoczesności są wyłącznie *novum*, czy też (przynajmniej w jakiejś mierze) mamy do czynienia z powrotem do starych tradycji. Myślę, że specjalny – jubileuszowy 30. tom „Krakowskiego Rocznika Archiwalnego” jest dobrym asumptem do dyskusji o funkcjach archiwum w zmieniającym się świecie u początków XXI w. Także archiwa stają wobec wyzwań nowoczesności. W minionych latach odznaczyła się zwłaszcza kwestia nowoczesnych technologii, które z impetem wkroczyły do świata archiwów. Należy założyć, że w tej sprawie nie powiedziano jeszcze ostatniego słowa. Wszak sam temat sztucznej inteligencji (AI, ang. *artificial intelligence*) otwiera trudne do wyobrażenia możliwości. Przykładem tego jest m.in. skuteczne wykorzystanie AI do błyskawicznego tłumaczenia tabliczek pisma klinowego sprzed 5 tys. lat! Przyczynił się do tego interdyscyplinarny zespół naukowców izraelskich, który opracował specjalny program informatyczny zapewniający automatyczne tłumaczenie tekstów akadyjskich zapisanych pismem klinowym na język angielski. Ich dokonanie wzbudziło zainteresowanie muzeów, archiwów, bibliotek i uniwersytetów z całego świata². Przymuszczenie

¹ Krzysztof Pomian, *Muzeum. Historia światowa*, t. 1: *Od skarbcza do muzeum*, przekł. Tomasz Stróżyński, Gdańsk 2023. Tego samego roku ukazał się również t. 2: *Zakotwiczenie w Europie, 1789–1850*, w kolejnym wydano t. 3: *Na podbój świata, 1850–2020*, oba w przekł. Tomasza Stróżyńskiego.

² Judy Siegel-Itzkovich, *Israeli experts create AI to translate ancient cuneiform text – study*, <https://www.jpost.com/archaeology/article-741982> (odczyt: 04.01.2024).

wkrótce powstaną kolejne wersje tego oprogramowania, które wesprze nas w odczytywaniu innych pism starego typu. W niniejszym artykule bardziej niż na technologii zwróć uwagę na funkcje i zadania – albowiem archiwa mocno zmieniają się od środka, ale te zmiany nie odbywają się przecież w próżni, lecz są skutkiem zgłaszanych pod ich adresem oczekiwań. Należą do nich m.in. coraz częstsze kwerendy o charakterze komercyjnym, które na zlecenie różnych osób, firm i instytucji wykonują archiwiści, historycy, infobrokerzy i specjaliści innych dziedzin (nierzadko w żaden sposób niezwiązani z humanistyką). Namysłu wymagają także projekty komercyjne, które mogą być realizowane, bądź nawet inicjowane przez archiwa. Zmiany funkcjonalne idą jednak w parze z cyfryzacją archiwów, która pod wpływem AI z całą pewnością przyspieszy. Temat ten zasługuje jednak na osobne potraktowanie³.

2. Barbarzyńca w archiwum

Wywód zacząłem od muzeum, ale to tylko pozornie droga naokoło. Trzeba bowiem wyraźnie zaznaczyć, że archiwa, biblioteki, muzea i uniwersytety mają wspólne korzenie w działającej w czasach starożytnych Akademii Platónskiej (zał. ok. 387 p.n.e.). Wymienione instytucje, podobnie jak wyrastające z filozofii kolejne dyscypliny naukowe, emancypując się, jednocześnie profesjonalizowały swój warsztat. Prawdliwość tę można umieścić po stronie korzyści, tyle że usamodzielnienie (wyodrębnienie) wymaga uzasadnienia, któremu nierzadko towarzyszy eksponowanie różnic. Tymczasem współcześnie instytucje te zaczynają coraz mocniej wracać do korzeni i w pewien sposób na nowo się zrastają. Pod pojęciem „zrastania” mam na myśli coraz dalej idącą i chętnie podejmowaną współpracę archiwów, bibliotek, muzeów i uniwersytetów, czego środowisko krakowskie jest świetnym przykładem. Chodzi także o to, że każda z tych instytucji z rosnącą śmiałością i dbałością o jakość wykonania rozwija projekty, które niegdyś uchodziły, jeśli nie za zastrzeżone, to przynajmniej typowe dla „konkurencji”. Na przykład archiwa już nie tylko gromadzą, przechowują, opracowują i udostępniają zbiory archiwalne. Intensyfikuje się ich działalność wydawnicza, która poza formami tradycyjnymi (drukowanymi), obej-

³ Na ten temat wypowiedział się bardzo kompetentnie m.in. Robert Stępień w artykule pt. *Możliwości zastosowania sztucznej inteligencji i blockchain w działalności archiwalnej. Przegląd doświadczeń zagranicznych*, „Archeion” 2021, t. 72, s. 69–93.

muje także te nowoczesne (multimedialne). Wzrasta znaczenie działalności edukacyjnej archiwów. Współgra z tym widoczna w przestrzeni publicznej ich aktywność wystawiennicza. W archiwach nie brak też szeroko pojętych pomocy archiwalnych i fachowej literatury przedmiotu, która tworzy rosnące zbiory biblioteczne, dostępne w czytelnich. Do tego należy dodać nowe typy archiwów, np. archiwa społeczne. Nie miejsce tu, by wdawać się w szczegóły dotyczące wszystkich form aktywności archiwów. Pominięte zostaną również kwestie prawne i ustrojowe. Decydują o tym ograniczenia objętościowe tekstu, ale przede wszystkim fakt, że jest to odrębna tematyka, która doczekała się już licznych opracowań, choć oczywiście notowana w tym względzie dynamika zmian powoduje, że nie są to zagadnienia wyczerpane.

Podstawowym celem tego artykułu jest naświetlenie potencjału i wyzwań związanych z komercjalizacją kwerend archiwalnych. Widniejące w podtytułe tej części pojęcie „barbarzyńca” stanowi swego rodzaju grę słów. Jest to wyraźne nawiązanie do motywu występującego w twórczości Zbigniewa Herberta, który uczył nas wyrafinowanej sztuki podróży i patrzenia (zob. *Barbarzyńca w ogrodzie*⁴, *Barbarzyńca w podróży*⁵). Równocześnie sięgam do antycznych źródeł tego słowa (gr. βάρβαρος/bárbaros, łac. *barbarus* „cudzoziemiec”), które jest pejoratywne i posiada wiele znaczeń, obejmuje m.in. ludzi okrutnych, dzikich i pierwotnych. W innej wersji odnosi się również do ludzi obcych, wywodzących się spoza naszej kultury (w pierwotnym znaczeniu europejskiej). Nowe zadania i funkcje pełnione przez archiwa powodują, że coraz liczniej odwiedzają je ludzie nie tyle „spoza naszej kultury”, co spoza naszego środowiska. Interakcje ludzi z różnych profesji i środowisk, także takich, które wcześniej miały ze sobą małą styczność, są niezwykle szansą dla wszystkich zainteresowanych stron, ale w oczywisty sposób niosą również za sobą ryzyko napięć i konfliktów. O ile do tradycyjnych użytkowników archiwów zaliczymy np. pracowników uczelni i doktorantów (zwłaszcza reprezentujących historię, historię sztuki, historię literatury i inne tego rodzaju dyscypliny), to infobrokerzy, ludzie mediów i przedsiębiorcy wciąż jeszcze uchodzą za niecodziennych gości. Kontekst i cel ich pracy (inna rzecz, że nie zawsze komercyjnej) jest oryginalny z punktu widzenia wielowiekowej tradycji archiwów. Dotych-

⁴ Zbigniew Herbert, *Barbarzyńca w ogrodzie*, Warszawa 1962.

⁵ Idem, *Barbarzyńca w podróży*, Warszawa 2009.

czasowa praktyka wskazuje, że rośnie liczba użytkowników wykonujących kwerendy komercyjne, więc ranga tematu jest wysoka. Poza tym odpowiednio dawkowana komercjalizacja nie jest niczym złym także w przypadku archiwów, bibliotek, muzeów i uniwersytetów. Nie taka jest ich główna misja i cel, ale też nie jest tajemnicą, że na całym świecie także instytucje publiczne i państwowe szukają możliwości zdobycia dodatkowych środków, które nie kłócą się z ich zadaniami statutowymi. Warto więc poddać analizie ten fenomen.

W Polsce najwięcej pytań (wciąż) odnosi się do specyfiki infobrokeringu. Wyjaśnijmy więc, że jest to profesjonalne, zawodowe, komercyjne pośrednictwo w świecie informacji, w zdobywaniu, przetwarzaniu i analizowaniu informacji. Infobroker, nazywany jest też brokerem informacji, profesjonalistą informacji, (z angielska) researcherem i specjalistą w zakresie informacji. W języku angielskim częściej występują terminy *information professional* albo *independent information professional*. W języku niemieckim – *infobroker*⁶. Branża ta narodziła się w USA. W 1987 r. powstało AIIP, tj. Association of Independent Information Professionals. W Polsce zawód brokera informacji został wpisany do oficjalnej polskiej „Klasyfikacji zawodów i specjalności” w 2010 r. na mocy Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej⁷.

W Europie rynek usług infobrokerskich najlepiej jest rozwinięty w Niemczech, w Wielkiej Brytanii i we Francji. W naszym kraju potencjał tej gałęzi gospodarki w dalszym ciągu nie przekroczył nawet dolnego pułapu swoich możliwości. Wpływa na to wiele czynników i jest to temat na oddzielne opracowanie. W tym miejscu zasygnalizuję tylko, że decydujące znaczenie ma charakter polskich przedsiębiorstw: po stronie rodzimej wciąż dominują małe i średnie firmy (nierzadko rodzinne), które nie doceniają wagi, może też nie zawsze gotowe są zaufać w sumie obcym partnerom, którzy musieliby uzyskać wgląd w często największe tajemnice, strategie i plany danej firmy. Dla odmiany duże i międzynarodowe korporacje posiadają zwykle na tyle mocne zaplecze informacyjne w swych głównych siedzibach, że w Polsce zlecają (również w formie podzlecenia) tylko konkretne i wąsko sprofilowane usługi. W Niemczech siłą napędową dla infobrokeringu, obok

⁶ Iga Bałos, Sabina Cisek, Aneta Januszko-Szakiel, *Wprowadzenie do infobrokeringu. Wybrane aspekty*, [w:] *Zawód infobroker. Polski rynek informacji*, red. nauk. Sabina Cisek, Aneta Januszko-Szakiel, Warszawa 2015, s. 13–14.

⁷ *Ibidem*, s. 19.

oczywiście gospodarki, stała się gęsta sieć politycznych (afiliowanych przy konkretnych partiach politycznych) i innych think-tanków. W Polsce kondycja think-tanków – z małymi wyjątkami – jest słaba. Partie polityczne na ogół nie są skłonne ich finansować, stąd też nie mają one kapitału, by zlecać infobrokerom zadania. W pewnym sensie można mówić o błędnym kole, gdyż dobrze prosperująca branża infobrokerska może znacząco przyczynić się do prosperity gospodarczej, której brak skutkuje ledwie wąskim strumieniem zamówień kierowanych do infobrokerów.

W praktyce zakres usług świadczonych przez infobrokerów jest bardzo szeroki. Przypomnijmy, że zawód ten narodził się w dekadzie lat 80. XX w. pośród bibliotekarzy amerykańskich, którzy jako pierwsi uświadomili sobie, że w erze digitalizacji i informatyzacji usług będą musieli wyjść poza dotychczasową formułę działalności, gdyż ona okazała się niewystarczająca. Uznali przy tym, że wyróżnia ich kapitał wiedzy i umiejętności, który mogą wykorzystać do celów rynkowych. Od tego czasu studia bądź kursy infobrokerskie cieszą się dużym powodzeniem wśród bibliotekarzy i archiwistów, którzy chcą wesprzeć swoich użytkowników również „po drugiej stronie lady”, by nie tylko wydawać im materiały, ale czynnie pomagać im w procesie poszukiwań. Wielu infobrokerów wychodzi poza te ramy i całkowicie komercjalizuje swoje usługi, świadcząc je na etacie lub w ramach własnej działalności gospodarczej. W roli researcherów często zatrudniają ich korporacje. Do prywatnych firm infobrokerskich trafiają bardzo różne zlecenia. Do częściej spotykanych należą zadania dotyczące analizy wybranej gałęzi gospodarki w kraju lub za granicą, a także gruntowne opracowania odnoszące się do państw, w których zleceniodawca zamierza dokonać inwestycji bądź poszukuje tam partnerów gospodarczych. Na okoliczność tego drugiego (bardziej rozległego) typu zamówienia powstają raporty dotyczące wielkości terytorialnej i liczebności danego państwa z wyszczególnieniem potencjalnej liczby konsumentów dla wybranych produktów. Ustala się jednocześnie podstawowe warunki inwestorskie i inne czynniki, które nierzadko wymagają zatrudnienia dodatkowych specjalistów o unikatowej wiedzy, np. prawników i ekonomistów.

Część firm infobrokerskich postanowiła sprofilować swoją działalność na rzecz konkretnych sektorów gospodarki, mocno zainteresowanych usługami infobrokerskimi, dotyczy to np. szeroko rozumianej branży medycznej. Do stałych klientów infobrokerów należy również branża budowlana, w tym deweloperzy i inwestorzy lokujący kapitał np. w hotelach. Pozostanmy na

chwilę przy tym przykładzie, by wyjaśnić, jaki związek ich praca ma (lub może mieć) z archiwum. Otóż lista zadań zleconych infobrokerowi przez dewelopera może obejmować ustalenie: czy na interesującym go obszarze nie odnotowuje się czynników obciążających, czy np. nie znajduje się tam dawny cmentarz (w szczególności choleryczny), który wymagałby drogiej badań archeologicznych i innych, czy w przeszłości nie dochodziło tam do jakichś kataklizmów w rodzaju zapadlisk, trzęsień ziemi, powodzi itd. – w pierwszej kolejności chodzi o wydarzenia, które mogą się powtórzyć. Tego rodzaju badania wymagają nie tylko prac terenowych, ale również kwerend archiwalnych. Kilka lat temu piszący te słowa w roli infobrokera uczestniczył w przygotowaniu ekspertyzy, mającej ustalić – jak to określił inwestor (firma deweloperska) – „potencjał historycznego miejsca, w którym rozpoczęła się budowa apartamentowca”. Chodziło o odkrycie walorów, które można by było wykorzystać w jego reklamie. Pobieżny ogląd tej lokalizacji prowadził do wniosku, że jest mało atrakcyjna. Dzięki odnalezionym atrybutom historycznym wzmocniony został „prestżowy charakter tego adresu”. Przywołane tu zlecenie wymagało kwerend archiwalnych (również prasowych i memuarystycznych), by ustalić, co „ważnego” działo się na terenie tej inwestycji w minionych wiekach. Pozwolę sobie nadmienić, że cel wyznaczony przez inwestora został osiągnięty. Podobne zadania zlecają inwestorzy dokonujący renowacji zabytkowych kamienic, które przekształcane są w nowoczesne obiekty mieszkalno-usługowe lub hotele. Jeśli więc w danej kamienicy, może w hotelu, mieszkał, ewentualnie zatrzymał się znany polityk, pisarz, naukowiec, artysta, filmowiec, aktor, sportowiec i każdy inny, kto jest w stanie przyciągnąć uwagę klientów (gości), to już jest sukces, na który czekają zleceniodawcy. Nie może być inaczej, skoro np. hotele, w których przebywał ktoś sławny, mogą liczyć na dodatkową pulę klientów, którzy uwzględniają nie tylko dogodną lokalizację, ogólnie pojęty komfort, ofertę kulinarną i ceny, ale także gotowi są dopłacić za partycypację w prestiżu, którym cieszy(ła) się dana osoba. Mało tego, w wielu miastach świata są hotele, które sławnych gości traktują jako filar reklamy. Przykładowo, Hotel Dan w Tel Awiwie informuje na swych stronach, że jest „chętnie wybierany przez VIP’ów z całego świata, takich jak Bill i Hillary Clinton, Paul McCartney, Madonna, The Rolling Stones, U2 and Lady Gaga”⁸. Z kolei Hotel Grand w Sopocie oferuje Apartament Prezydencki

⁸ <https://www.danhotels.com/TelAvivHotels/DanTelAvivHotel> (odczyt: 23.01.2024).

Generała Charles'a de Gaulle'a „z zabytkowymi meblami i oryginalnymi lustrami w złożonych ramach z 1967 r. [data wzmiankowana nieprzypadkowo, gdyż de Gaulle nocował tu właśnie we wrześniu tego roku – przyp. Ł.T.S.]. Zamieszkiwali go m.in.: Fidel Castro, Marlena Dietrich, Prince”⁹ (notabene hotel nie wspomina w reklamie o wielu innych, nie mniej znanych gościach, którzy, najdelikatniej rzecz ujmując, odeszli z tego świata w nieśławie, więc lepiej ich przemilczeć). Akurat te historie są dobrze znane, ale w wielu innych przypadkach takie „perełki” trzeba dopiero odkryć w archiwum. Docenia się również historyczne wydarzenia, jak i historyczną specyfikę miejsca, którym interesują się inwestorzy branży hotelarskiej i deweloperskiej. W luksusowych hotelach bądź w ofercie reklamowej deweloperów znaleźć można wzmianki o tym, że dana ulica, dzielnica, część miasta itd. należy lub należała do „ulubionych miejsc” artystów, malarzy, intelektualistów itd. W cenie są również wszelkiego rodzaju ciekawostki związane z danym miejscem. Ponieważ ta swoista gra rynkowa toczy się wśród ludzi bywałych i mających dużą wiedzę, to nie sposób oprzeć się wyłącznie na ogólnikach, tym bardziej nie warto zakłamywać rzeczywistości. Dlatego zleca się kwerendy, by wydobyć z przeszłości to, co może dodać hotelowi, biurowcowi, domowi i jego otoczeniu nimbem prestiżu i wyjątkowości. Na marginesie warto zauważyć, że przywoływany tu już po raz kolejny „prestiż” jest czymś, o co ludzie zabiegają od wieków i za co gotowi są płacić, nieraz bardzo wysokie stawki. Dotyczy to zresztą wielu branż. Przyjrzyjmy się choćby producentom zegarków, którzy umiejętnie łącząc wysoką jakość produktu ze snobistyczną opowieścią o nim, są w stanie osiągać ceny, za które w dowolnym państwie świata moglibyśmy kupić (mniejsze lub większe) mieszkanie! Trudno nie mówić o pewnym fenomenie, którego jednak na gruncie li tylko historycznym, archiwalnym i infobrokerskim nie wyjaśnimy, a poza tym przekracza to zadanie tego artykułu. Tym niemniej jest to niezwykle interesujące.

Pokrewnym zadaniem są badania genealogiczne, które również zlecają się infobrokerom. Już w dawnych wiekach człowiek dociekał przeszłości osobistej, własnej rodziny, wspólnoty, państwa i narodu. Jest to temat wielowątkowy i nie sposób zredukować go do jednego tylko wątku prestiżu, ale znów... Proszę tylko spojrzeć, jak wielkie protesty wywołują

⁹ <https://www.sofitelgrandsopot.com/pl/pokoje-i-apartamenty/apartament-prezydencki-gen-charles-de-gaulle/> (odczyt: 23.01.2024).

dojmujące ustalenia historyków dotyczące np. zbrodni, gwałtów, grabieży i innych haniebnych aktów. Pożądane i mile widziane są natomiast wszelkie wyniki badań, które dowodzą szlachetności, wielkości i wspaniałości, jeśli nie naszej osobistej, to naszej rodziny, a jeśli nie naszej rodziny, to naszej wspólnoty, państwa i narodu. Wracamy więc do kwestii prestiżu – jego siła i znaczenie są zdecydowanie większe, niż się powszechnie wydaje. To snobistyczne ciągoty i elitaryzm napędzają koniunkturę badań historycznych i genealogicznych, a nie tylko „zwykła ludzka ciekawość”. Poszukując wiadomości o przodkach, wypełniamy istotną lukę w naszej tożsamości, ale każdy z nas chętniej uzupełni ją szlachetnym tworzywem. To pokusa widoczna od wieków. Wystarczy tylko spojrzeć na zabytkowe sale dawnych domów mieszczańskich, ziemiańskich i arystokratycznych, pełne portretów przodków, których szlachetność i dokonania miały nie tylko podbudowywać ego gospodarzy, ale dodawać nam – obecnie żyjącym atrakcyjności i stanowić rodzaj rękojmi: jesteśmy częścią tej wspaniałej historii, którą pielęgnujemy od lat, ma to dla nas dużą wartość, więc uczynimy wszystko, by tego nie zaprzepaścić. To dlatego duży odsetek reklam firm ubezpieczeniowych i banków nawiązuje do ich bogatej i pozytywnej historii. Tu od razu nadmienię, że praca infobrokerów związana jest również z produkcją reklam oraz filmów historycznych, dokumentalnych i innych. Waga tej sprawy znajduje też inne potwierdzenie, np. w postaci sal muzealnych, czy przynajmniej miniekspozycji, poprzez które banki i ubezpieczyciele manifestują: działamy od wieków solidnie i niewzruszenie. Najwidoczniej związane z tym koszty (także rezygnacja z alternatywnych zysków w postaci np. wynajęcia tej powierzchni dla innych celów rynkowych) są uzasadnione zyskami. Należy się spodziewać, że firmy notowane na giełdzie i rozliczające każdy grosz przed swymi inwestorami, mają to dokładnie wyliczone. Trwałość tego mechanizmu zachwyca i najpewniej stanowi kolejny temat, który zasługuje na rozwinięcie w osobnych badaniach. Kończąc ten wątek, posłużę się jeszcze jednym, dość oryginalnym, przykładem. W 1975 r. miał premierę kultowy polski serial komediowy pt. *Czterdziestolatek* wyreżyserowany przez Jerzego Gruzę, opowiadający o losach mieszkającej w Warszawie rodziny inżyniera Stefana Karwowskiego. W jednym z odcinków Karwowski udaje się do Desy w poszukiwaniu portretu „przodka”. Tym samym nawet żyjący w realiach rządzonej przez komunistów Polski (środek dekady Gierka) główny bohater filmu miał poczucie, że w porządnym domu nie powinno zabraknąć takiego artefaktu. Infobrokerzy wykonują badania

genealogiczne związane np. z ustaleniem prawa własności, korzeni – w kontekście określenia pochodzenia przodków, postępowañ związanych z próbą uzyskania obywatelstwa itd.

Infobrokerzy często pracują w sposób koherentny z działalnością białego wywiadu (OSINT, skrót od ang. *open-source intelligence*), który polega na rozpoznaniu czynionym na podstawie ogólnodostępnych źródeł¹⁰. Dlatego także agencje wywiadowcze zatrudniają infobrokerów. Równocześnie uczelnie w procesie kształcenia infobrokerów uwzględniają również aspekty wywiadu rynkowego (np. autor tego artykułu studiował na Uniwersytecie Jagiellońskim „Infobrokering i wywiad rynkowy”). Działa to również w drugą stronę. Otóż infobrokerzy specjalizujący się w wywiadzie rynkowym chętnie sięgają do źródeł wywiadowczych, naturalnie tych ogólnodostępnych. Instytucje wywiadu nie wszystkim posiadanym zasobom informacyjnym nadają klauzulę poufności i tajności. Część informacji udostępniają opinii publicznej, przede wszystkim swojego kraju, dzieląc się z obywatelami informacjami, które mogą być dla nich ważne, np. do których państw lepiej się nie wybierać z uwagi na panujące w nich zagrożenia (różnego typu), jaki mają ustrój, kulturę, języki, obyczaje, sieć transportową (dostępność lotnisk, dworców itp.), czy infrastruktura medyczna występuje na terenie konkretnych państw. To ważne dla obywateli planujących podróże, ale również dla przedsiębiorców rozważających inwestycje zagraniczne. Ponieważ wywiad utrzymywany jest z pieniędzy podatników, to zakłada się, że powinien pracować na ich rzecz – na różne sposoby, także poprzez publikowanie stosownych raportów i analiz (czynią tak np. amerykańskie agencje wywiadowcze, a ich raporty cieszą się uznaniem międzynarodowym). Jasne jest, że przeciętny obywatel nie interesuje się raportami wywiadowczymi, ale już przedsiębiorcy, naukowcy i ludzie mediów tak. Korzystają z nich również pracujący na ich rzecz infobrokerzy. Zbliżonym gatunkowo źródłem wiedzy są raporty publikowane przez banki oraz międzynarodowe instytucje finansowe i polityczne.

Warsztat infobrokera współtworzą najnowocześniejsze narzędzia pracy, ale nie brak w nim również metod tradycyjnych, do których zaliczymy choćby wspomniane kwerendy archiwalne i biblioteczne. W tym miejscu

¹⁰ Rozróżniamy jeszcze wywiad szary i czarny, ale one z natury prawa są już poza zakresem działalności infobrokerów. Zob. *Biały wywiad. Otwarte źródła informacji – wokół teorii i praktyki*, red. nauk. Wojciech Filipkowski, Wiesław Mądrzejowski, Warszawa 2012.

dostrzegamy wspólny rdzeń tego zawodu z profesją historyka, archiwisty i bibliotekarza. Nie ma w tym nic nadzwyczajnego, mając na względzie pokrewieństwo tych zawodów. Infobroker w archiwum nie musi być tym symbolicznym „barbarzyńcą”, może być równocześnie historykiem i archiwistą. W tym zestawieniu wyróżnia go fakt, że najczęściej pracuje na zasadach komercyjnych.

Nic nie stoi na przeszkodzie, by również historycy i archiwiści komercjalizowali część usług i wybrane kierunki swojej działalności. Notabene już od dawna historycy i archiwiści z powodzeniem potrafią działać również zarobkowo, bodaj najstarszym tego przykładem są pisane na zlecenie monografie (np. regionów, miast, wsi, parafii itd.). W krajach Zachodu częściej spotyka się komercyjne – kolekcjonerskie edycje źródeł, ekskluzywne historyczne papeterie oraz historie drukowane w odcinkach, np. państw, miast, wydarzeń itd. Te ostatnie zagościły też w Polsce. Te pierwsze nie spotkały się dotąd z większym zainteresowaniem z tego m.in. powodu, że towarzyszą im większe koszty, niewykluczone, że wkrótce ulegnie to zmianie. W Polsce wciąż rośnie bowiem rynek produktów premium, co jest pochodną wzrostu zamożności społeczeństwa. Już teraz daje się zauważyć interesujące i godne namysłu zjawisko podwójnego wykorzystania różnych archiwaliów, czego świetnym przykładem są mapy. Mamy obecnie (także w Polsce) sporo fachowych krytycznych i naukowych edycji map. Równoległe niektóre z wydawnictw proponują mniej ambitne, ale za to dostosowane do potrzeb i gustów masowego odbiorcy reprinty starych map i planów miast, które wykorzystywane są m.in. jako artefakty zdobiące lokale biurowe oraz korytarze i pokoje hotelowe. Wręczane są także jako upominki. W tym właśnie uwidacznia się znaczenie tytułowego wyzwania i potencjału komercjalizacji kwerend, czy szerzej traktując, wszelkich innych projektów archiwalnych, także edukacyjnych, wystawienniczych i wreszcie wydawniczych. Mamy prawo założyć, że w warunkach gospodarki rynkowej komercjalizacja, przynajmniej niektórych kierunków naszej działalności, będzie postępować. Nie musi ona oznaczać odejścia od priorytetu jakości (wysokiego poziomu naukowego). Wzmiankowane wcześniej podwójne edycje (naukowe i popularne/ komercyjne) są najprostszym, ale nie jedynym przykładem tego, jak godzić tradycję z wyzwaniami współczesności. Dotąd była mowa o bardziej klasycznych projektach. Historycy i archiwiści mogą również mieć swój udział w projektach multimedialnych, internetowych, filmowych, a nawet w rosnącym rynku gier komputerowych i planszowych.

Wspomniane już, mające długą tradycję, monografie regionalistyczne stanowiły awangardę istotnego dzisiaj i sięgającego po szerokie spektrum narzędzi i inicjatyw ruchu regionalistycznego¹¹. W trosce o budzenie lokalnej i regionalnej tożsamości, w celach edukacyjnych, obywatelskich, lecz także komercyjnych, podejmuje się dzisiaj oddolnie (władze samorządowe, działacze społeczni, mieszkańcy) różne działania. Należą do nich już nie tylko (choć wciąż cieszące się popularnością) monografie, ale także reprinty pamiątek historycznych, albumy, szlaki historyczne, pieczołowicie odnawiane źródła *in situ*, archiwa społeczne, sesje naukowe i popularnonaukowe, spotkania autorskie, debaty, warsztaty kulinarne i ekspertyzy tworzone na potrzeby części z tych przedsięwzięć lub np. związane z certyfikacją żywności regionalnej na szczeblu krajowym i międzynarodowym (np. w ramach Unii Europejskiej). W znacznej liczbie tworzy się nowe lub rozwija się już istniejące galerie, muzea i izby pamięci. Sporym zainteresowaniem cieszą się lokalne chóry i teatry (profesjonalne i amatorskie) oraz grupy rekonstrukcyjne. Także w tych obszarach działań historycy, archiwiści i infobrokerzy mogą współdziałać, wzajemnie się uzupełniać i wspierać. Archiwa są skarbnicą wiedzy i pamiątek dotyczących lokalnej i regionalnej historii. Nic nie stoi na przeszkodzie, by należały do głównych podmiotów wypowiadających się i decydujących w tych sprawach. Wart rozpatrzenia model działania został już wdrożony w części uniwersytetów. Na przykład Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (wówczas jeszcze pod nazwą Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej) w 2016 r. na bazie zespołu badaczy regionów powołał Pracownię Badań Regionalistycznych, którą w 2021 r. przekształcono w Centrum Badań Regionalistycznych (CBR).

W czasie gdy w instytucjach publicznych preferowane są uproszczone struktury organizacyjne, a każdy wydatek wymaga uzasadnienia, nie sposób uchylić się od pytania o zasadność tworzenia tego rodzaju struktur. Pod szyldem takiego lub innego centrum gromadzić się mogą pracownicy etatowi danej jednostki oraz współpracownicy zewnętrznii. Ważne, by centrum skupiało ludzi zaangażowanych i przekonanych do danej formy działalności. Wymóg oszczędności powoduje, że sama przynależność do takiej jednostki nie skutkuje dodatkowym uposażeniem, ale na podstawie obo-

¹¹ Por. Andrzej Kwilecki, *Region i badania regionalne w perspektywie socjologii*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1992, R. 54, z. 2, s. 37–48.

wiązującego w Polsce, jak też w pozostałych państwach Unii Europejskiej, prawa nie ma formalnych przeciwwskazań, by pracownicy otrzymywali wynagrodzenie z tytułu udziału w projektach finansowanych z zewnątrz. Nadmienmy, że już na etapie konstruowania wniosku grantowego (oficjalnie) kalkuluje się wynagrodzenie, które otrzyma kierownik projektu i poszczególni wykonawcy. Obok tego przewiduje się odpis dla instytucji, przy której afiliowany jest projekt. Mowa tutaj o liniach grantowych, których dysponentem są instytucje państwowe i unijne, ale podobnie brzmiące umowy zawierane są również z innymi podmiotami (samorządowymi, gospodarczymi itd.). W ten sposób tego rodzaju centra przy minimalnych nakładach mogą się okazać źródłem pokaźnych zysków. Z powodu samego istnienia nie przysparzają dodatkowej pracy, lecz jeśli taka się pojawia, to wiąże się z nią dodatkowe dochody dla pracowników. Nie bez znaczenia są również inne korzyści, które mogą czerpać instytucje realizujące projekt i ich pracownicy, np. w postaci środków na zakup specjalistycznego sprzętu, opłacenie delegacji krajowych i zagranicznych. Wpływa to na rozwój wiedzy i umiejętności zaangażowanych w to osób, które dzięki temu mogą zdobyć krajowe i międzynarodowe doświadczenie. Jest to również sposób na urozmaicenie rutyny zawodowej, bez dalekosiężnych zobowiązań, gdyż każdy projekt ma ograniczone ramy czasowe – przeważnie nie dłuższe niż kilka lat.

3. Podsumowanie

Przedstawione wyżej rozważania w żadnym stopniu nie podważają klasycznej i ugruntowanej wielowiekowej tradycją misji archiwum, ani też biblioteki, muzeum lub uniwersytetu. Nie przeszkadza to jednak temu, by archiwa i inne instytucje działały w synergii z rynkiem i społeczeństwem. Dotychczasowe doświadczenia są bardzo pozytywne. Trzeba przyjąć do wiadomości, jak uczynili to przed laty amerykańscy bibliotekarze, że dalsze przemiany ekonomiczne, nauki i techniki będą na nas wymuszały większą interakcję z sektorami pozanaukowymi, bardziej zintegrowanymi ze społeczeństwem i gospodarką.

Nie znamy jeszcze wszystkich skutków wdrażania do powszechnego użytku sztucznej inteligencji (*artificial intelligence*, AI). Tym niemniej już teraz wiemy, że wykluczy ona z rynku tych, którzy działają wyłącznie jednotorowo i bynajmniej nie jest to groźba, która spędza sen z powiek wyłącznie humanistom. Najpoważniejsze skutki przyniesie to samej branży

informatycznej. Już teraz widać, że np. część programistów musi się przekwalifikować. Eksperci prognozują dwie ważne tendencje. Pierwsza z nich mówi o tym, że najbezpieczniejsze będą te stanowiska pracy, których nie można wyeksportować w dowolne miejsce na świecie. Według drugiej przesłanki najbardziej oczekiwani będą pracownicy multifunkcyjni, którzy np. potrafią nie tylko dokładnie zdigitalizować materiał źródłowy, bo należy założyć, że AI zrobi to za nas zdecydowanie szybciej i lepiej, ale również dysponują odpowiednią wiedzą i umiejętnościami, by ów materiał opracować, edytować, udostępnić i w relacji z klientem, użytkownikiem, gościem, widzem itd. omówić – następnie na tej podstawie zorganizują atrakcyjne spotkanie, symposium, konkurs, wystawę itd. Przewiduje się, że paradoksalnie najspokojniejsi o swe miejsca pracy mogą być ludzie wykonujący zawody najprostsze (fizyczne) i najbardziej zaawansowane. Zmiany w największym stopniu dotkną wszystkich mieszczących się pośrodku¹². Optymizmem napawa fakt, że nie są to procesy wyłączone z całokształtu zmian cywilizacyjnych, społecznych, politycznych, obyczajowych, mentalnych itd. Dlatego tam, gdzie rysują się zagrożenia, od razu wyłaniają się szanse – do nich należy szybki wzrost sektora przemysłu i usług czasu wolnego¹³. To dlatego tak wiele instytucji nie poprzestaje już na organizacji „dni otwartych drzwi”, lecz wychodzi ze swoją działalnością (ofertą) na zewnątrz. W tym przypadku siłą napędową są nie tylko przeobrażenia gospodarcze, ale również zmiany w modelu funkcjonowania ludności i proces starzenia się społeczeństw w krajach wysokorozwiniętych. Te wszystkie czynniki są dla archiwum dużym i bezprecedensowym wyzwaniem, ale także kryją w sobie znaczący potencjał.

¹² Dawid Błachowicz, *Automatyzacja oraz rozwój sztucznej inteligencji a sytuacja ludzi na rynku pracy w perspektywie obecnego stulecia*, „Rynek – Społeczeństwo – Kultura” 2019, nr 2 (33), s. 10–14.

¹³ Zob. Małgorzata Makówka, *Społeczno-ekonomiczne aspekty czasu wolnego*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” 2006, nr 716, s. 41–53; *Kultura czasu wolnego we współczesnym świecie*, red. nauk. Violetta Tanaś, Wojciech Welkop, Łódź 2016.

BIBLIOGRAFIA

Opracowania

- Bałos Iga, Cisek Sabina, Januszko-Szakiel Aneta: *Wprowadzenie do infobrokeringu. Wybrane aspekty*. W: *Zawód infobroker. Polski rynek informacji*. Red. nauk. Sabina Cisek, Aneta Januszko-Szakiel. Warszawa: Ośrodek Dokumentacji i Informacji Naukowej PAN, 2015, s. 13–28.
- Biały wywiad. *Otwarte źródła informacji – wokół teorii i praktyki*. Red. nauk. Wojciech Filipkowski, Wiesław Mądrzejowski. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck, 2012.
- Błachowicz Dawid: *Automatyzacja oraz rozwój sztucznej inteligencji a sytuacja ludzi na rynku pracy w perspektywie obecnego stulecia*. „Rynek – Społeczeństwo – Kultura” 2019, nr 2 (33), s. 10–14.
- Herbert Zbigniew: *Barbarzyńca w ogrodzie*. Warszawa: Czytelnik, 1962.
- Herbert Zbigniew: *Barbarzyńca w podróży*. Warszawa: Polityka Spółdzielnia Pracy, 2009.
- Kultura czasu wolnego we współczesnym świecie*. Red. nauk. Violetta Tanaś, Wojciech Welskop. Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu, 2016.
- Kwilecki Andrzej: *Region i badania regionalne w perspektywie socjologii*. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1992, R. 54, z. 2, s. 37–48.
- Makówka Małgorzata: *Społeczno-ekonomiczne aspekty czasu wolnego*. „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” 2006, nr 716, s. 41–53.
- Pomian Krzysztof: *Muzeum. Historia światowa*. T. 1: *Od skarbcza do muzeum*. Przekł. Tomasz Stróżyński. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/ Obraz Terytoria, Fundacja Terytoria Książki, 2023.
- Pomian Krzysztof: *Muzeum. Historia światowa*. T. 2: *Zakotwiczenie w Europie, 1789–1850*. Przekł. Tomasz Stróżyński. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/ Obraz Terytoria, Fundacja Terytoria Książki, 2023.
- Pomian Krzysztof: *Muzeum. Historia światowa*. T. 3: *Na podbój świata, 1850–2020*. Przekł. Tomasz Stróżyński. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/ Obraz Terytoria, Fundacja Terytoria Książki, 2024.
- Stępień Robert: *Możliwości zastosowania sztucznej inteligencji i blockchain w działalności archiwalnej. Przegląd doświadczeń zagranicznych*. „Archeion” 2021, t. 122, s. 69–93.

Wydawnictwa elektroniczne

- Centrum Badań Regionalistycznych*, <https://ihia.uken.krakow.pl/centrum-badan-regionalistycznych> (odczyt: 21.01.2024).
- Siegel-Itzkovich Judy: *Israeli experts create AI to translate ancient cunei form text – study*, <https://www.jpost.com/archaeology/article-741982> (odczyt: 04.01.2024).

AUTOR: Łukasz Tomasz Sroka – profesor nauk humanistycznych w zakresie historii, infobroker, zatrudniony w Instytucie Historii i Archiwistyki Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Specjalizuje się w badaniach dotyczących historii i kultury Żydów w XIX i XX w., stosunków polsko-żydowskich, historii współczesnego Izraela, historii Galicji (zwłaszcza Lwowa i Krakowa), historii Austrii, historii elit, wolnomularstwa, idei, a także źródłoznawstwa i infobrokeringu; e-mail: lukassroka@interia.pl.

AUTHOR: Łukasz Tomasz Sroka – professor of humanities in history, data broker, employed at the Institute of History and Archival Studies of the University of the National Education Commission in Krakow. He specializes in research on the history and culture of Jews in the 19th and 20th centuries, Polish-Jewish relations, the history of modern Israel, the history of Galicia (especially Lviv and Krakow), the history of Austria, the history of the elites, freemasonry, ideas, as well as source science and data brokering; e-mail: lukassroka@interia.pl.