



Sabina Cisek
Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Jagielloński

Szara literatura jako źródło informacji biznesowej. Zarys problematyki

Artykuł składa się z trzech części. Pierwsza z nich poświęcona jest pojęciu szarej literatury, druga - informacji biznesowej, trzecia wreszcie - pewnemu aspektowi ich wzajemnych relacji.

Pojęcie szarej literatury

Termin "szara literatura" (*grey literature*) pojawił się w zagranicznej literaturze przedmiotu w latach dwudziestych ubiegłego stulecia, natomiast w Polsce pozostawał szerzej nieznanym do lat dziewięćdziesiątych.^[1] W roku 1999 w Warszawie odbyło się 8. Międzynarodowe Seminarium *Scientific and Technical Information in Central and Eastern Europe*, w czasie którego przedstawiono referaty poświęcone zagadnieniu szarej literatury, a w roku 2000 na łamach *Zagadnień Informacji Naukowej* ukazał się artykuł na ten temat.^[2] Obecnie działalność w zakresie szarej literatury prowadzi Ośrodek Przetwarzania Informacji, między innymi - organizuje Krajowy System Informacji o Szarej Literaturze POLSIGLE współpracujący z międzynarodowym systemem SIGLE (System for Information on Grey Literature), zarządzanym przez Europejskie Stowarzyszenie Użytkowników Szarej Literatury EAGLE.^[3]

Istnieje wiele określeń szarej literatury, zwanej również "literaturą niekonwencjonalną" (*non-conventional literature*) bądź "szarą informacją" (*grey information*),^[4] różniących się nieco od siebie, tym niemniej można założyć, iż podstawowe znaczenie omawianego terminu zostało już ustalone. Czwarta Międzynarodowa Konferencja na temat Szarej Literatury (The Fourth International Conference on Grey Literature - Waszyngton, październik 1999 rok) przyjęła następującą definicję (w dosłownym tłumaczeniu): *To, co jest produkowane na wszystkich poziomach rządu, nauki, biznesu i przemysłu, a co nie jest kontrolowane przez komercyjnych wydawców.*^[5] Innymi słowy - **szara literatura obejmuje dokumenty rządowe, akademickie, biznesowe i przemysłowe pozostające poza komercyjnym obiegiem wydawniczo-księgarskim.** Zgodnie z określeniem podanym na stronach WWW Ośrodka Przetwarzania Informacji - w jej skład wchodzi *różne rodzaje dokumentów niekonwencjonalnych i trudno dostępnych (...)*, [w tym]:

- *sprawozdania i raporty naukowe, techniczne, ekonomiczne, społeczne i inne, powstające w instytucjach publicznych i prywatnych,*
- *materiały konferencyjne niepublikowane i niedostępne za pośrednictwem handlowych sieci księgarskich,*
- *normy i zalecenia techniczne,*
- *tłumaczenia niepublikowane,*
- *artykuły ukazujące się w czasopiśmie: wydawanych w małych nakładach, udostępnianych nieodpłatnie lub o zasięgu lokalnym,*
- *niektóre dokumenty urzędowe,*
- *dokumentacja techniczna, promocyjna i reklamowa,*
- *dokumenty w formie elektronicznej.*^[6]

Szara literatura jest ważnym źródłem informacji ze względu na:

- aktualność-nieoficjalne dokumenty ukazują się z reguły szybciej niż formalne publikacje (np. materiały konferencyjne rozdawane uczestnikom w trakcie obrad),
- kompletność informacji-wiadomości zawarte w "szarych publikacjach" są często bardziej szczegółowe niż te, które znajdują się w ewentualnych późniejszych oficjalnych publikacjach, np. w artykule naukowym z reguły nie opisuje się drobiazgowo wszystkich zastosowanych technik badawczych, faz eksperymentów itp., natomiast informacje takie mogą znaleźć się w sprawozdaniu z badań,
- unikatowość informacji-znaczna część wiadomości zawartych w szarej literaturze nigdy nie trafi do dokumentów publikowanych przez profesjonalnych wydawców.

Informacja biznesowa

Informacja biznesowa funkcjonuje w bibliotekarstwie światowym, zwłaszcza amerykańskim, od około stu lat. Na przykład - w USA pierwszy ośrodek *business information* w bibliotece publicznej (Newark, New Jersey) datowany jest na rok 1904.^[7] W Polsce natomiast - informacją biznesową w jej współczesnej postaci - jako obszarem działalności bibliotecznej i informacyjnej - zainteresowano się bliżej na początku lat dziewięćdziesiątych. Rozpoczynające się wówczas przemiany ekonomiczne, polityczne oraz technologiczne zaowocowały pojawieniem się potrzeb informacyjnych nowego rodzaju, między innymi w zakresie szeroko rozumianych wiadomości gospodarczych. Obecnie informacja biznesowa znalazła już swoje miejsce zarówno w świadomości, jak i pracy polskich bibliotekarzy, czego wyrazem może być powstanie oddziałów jej poświęconych w kilku bibliotekach publicznych (między innymi w Wojewódzkiej Bibliotece Publicznej w Krakowie). Również niektóre placówki uniwersyteckie prowadzą zajęcia z tego zakresu, na przykład w Instytucie Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego przedmiot *Informacja biznesowa* znajduje się w programie studiów poczynszy od 1993 roku.

Dokładniejsze omówienie pojęcia informacji biznesowej, jej działów, użytkowników, typów źródeł etc., a także uzasadnienie potrzeby (konieczności) podejmowania przez bibliotekarzy pracy w tym zakresie, znajduje się we wcześniejszych publikacjach autorki niniejszego artykułu.^[8] Zagadnienia te zostaną zatem przedstawione jedynie w zarysie, tak jednak, by można było w ich kontekście rozważyć użyteczność szarej literatury.

Co oznacza termin "informacja biznesowa"? Przede wszystkim, podobnie jak "informacja naukowa" czy "informacja techniczna", wskazywać może na:

1. pewną **działalność informacyjną**,
2. **wiadomości, treści** związane z biznesem.

W artykule dominuje drugie - z wymienionych - znaczenie omawianego wyrażenia. Co więcej, nie jest jasne, jak mają się do siebie "informacja biznesowa" oraz "informacja gospodarcza". Tutaj, ze względów czysto stylistycznych, określenia te używane są zamiennie.

Pod szyldem informacji biznesowej występują organizacje różniące się od siebie m.in. funkcjami pełnionymi w środowisku, obsługiwanyimi grupami użytkowników, zakresem działalności etc. Są wśród nich specjalistyczne oddziały bibliotek publicznych, ośrodki informacji gospodarczej w dużych firmach, brokerzy informacji (*competitive intelligence professionals*). Również w literaturze przedmiotu da się odnaleźć odmienne sposoby rozumienia informacji biznesowej. Autorka sądzi jednak, iż zarysowują się dwa podstawowe punkty widzenia (w uproszczeniu), mianowicie - można mówić o informacji o biznesie oraz **dla** biznesu. **Zatem - informacja biznesowa jest to: po pierwsze - informacja o szeroko rozumianej treści gospodarczej, tj. o biznesie (ujęcie przedmiotowe); po drugie - informacja służąca firmom, wiadomości potrzebne do osiągnięcia celów działalności gospodarczej, zysku, tj. dla biznesu (ujęcie funkcjonalne).**

W praktyce bibliotekarskiej, zwłaszcza w odniesieniu do bibliotek publicznych, **informacja o biznesie** rozumiana jest jako informacja na tematy gospodarcze i pokrewne. Takie wiadomości przydatne mogą być każdemu. Poszukujący pracy potrzebują wiedzy o sposobach autoprezentacji, pisania *curriculum vitae* oraz przyszłych pracodawcach. Kursy walut, papierów wartościowych czy analizy sytuacji finansowej spółek giełdowych interesują wielkich i drobnych inwestorów. Oczywista jest powszechna przydatność informacji o produktach (zwłaszcza drogich) oraz wszelkich usługach. Wiadomości o podatkach, ulgach, poradnictwo, informacja prawna, o ubezpieczeniach etc. to dalsze przykłady kierunków, w jakich idą potrzeby informacyjne.

Informację dla biznesu, tj. z punktu widzenia potrzeb podmiotów gospodarczych (firm oraz niektórych organizacji niekomercyjnych), stanowią wiadomości o treści, zakresie i zasięgu *de facto dowolnym*, służące jednak realizacji zadań firmy. Informacja biznesowa w tym ujęciu dotyczy zatem wszystkiego, co dzieje się "na zewnątrz" danego przedsiębiorstwa - a ma lub może mieć wpływ na jego funkcjonowanie. Mogą to być dane np. o konkurentach, strukturze rynku, prawie gospodarczym - ale również o obyczajach, ludziach, sytuacji politycznej etc. Wyróżnia się dwa podstawowe obszary zastosowania informacji biznesowej w firmie, mianowicie: dla rozwiązywania bieżących problemów oraz dla planowania długoterminowego, strategicznego. W pierwszym przypadku informacja służy codziennemu podejmowaniu decyzji, pozwala m.in. odkryć potencjalne problemy i ich możliwe rozwiązania, skorzystać z osiągnięć innych, ocenić skutki konkretnych postanowień, uniknąć kosztownych pomyłek. Planowanie strategiczne z kolei jest tym obszarem działalności przedsiębiorstwa, dla którego informacja biznesowa jest kluczowa. Zebrane wiadomości mogą być użyte m.in. dla oceny sytuacji na rynkach, śledzenia działalności konkurencji i trendów w gospodarce krajowej i światowej, przewidywania zmian prawnych i politycznych mających wpływ na działalność firmy itp.

Informacja biznesowa, niezależnie od podejścia, posiada **trzy cechy**: *primo* - źródła informacji biznesowej (drukowane, elektroniczne i inne) mają charakter pochodny (tym różni się informacja biznesowa od wywiadu gospodarczego czy badań marketingowych) oraz są - w zasadzie - dostępne dla wszystkich potencjalnych użytkowników (co niekoniecznie musi oznaczać - łatwo dostępne); *secundo* - wiadomości gospodarcze szybko się starzeją, preferowana jest informacja bieżąca (a nawet w czasie rzeczywistym - tj. dostępna dla odbiorców już w chwili swego powstawania) w

przeciwieństwie do retrospektywnej; *tertio* - wymagania związane z wiarygodnością, rzetelnością informacji biznesowej są szczególnie wysokie.

W informacji biznesowej można wyróżnić - z praktycznego punktu widzenia - pewne ogólne działy, takie jak:

1. **metainformacja biznesowa, informacja o informacji biznesowej**, w zakres której wchodzi np.: monografie i poradniki na temat pracy bibliotekarza w dziedzinie informacji gospodarczej, informatory o ośrodkach informacji biznesowej, bibliografie, encyklopedie i słowniki, internetowe portale uniwersalne i specjalistyczne;
2. **informacja o firmach (instytucjach, organizacjach) i branżach**, obejmująca m.in.: dane teleadresowe, rankingi firm, katalogi i serwisy branżowe, informację dla małych i średnich przedsiębiorstw, informację na temat spółek giełdowych;
3. **informacja o rynkach**, w tym: informacja o ludziach, grupach społecznych (dane demograficzne, zachowania konsumenckie etc.); informacja o udziale w rynku - firmy, marki, produktu; informacja o reklamie - agencje reklamowe, organizacje związane z reklamą, prawo, promocja, wydatki na reklamę etc.;
4. **informacja finansowa (informacja dla inwestorów)**, tj. o giełdzie, kredytach, papierach wartościowych, pieniądzu, produktach bankowych, ubezpieczeniach itp.;
5. **informacja o produktach i usługach** (m.in. o giełdach towarowych, targach, wystawach; klasyfikacjach branż, produktów, usług, towarów, wyrobów; rankingach produktów). Taka informacja służy m.in. ochronie własnych patentów, wzorów użytkowych, znaków towarowych, śledzeniu nowych rozwiązań technicznych, wreszcie - wyborowi najodpowiedniejszego pod względem cech, ceny czy dostawcy produktu, który firma ma zamiar nabyć;
6. **informacja ogólna**, w tym m.in.: dotycząca sytuacji ekonomicznej w danym kraju (poziom inflacji, dochód narodowy, wzrost gospodarczy, system podatkowy, zmiany polityczne etc.), informacja prawnogospodarcza oraz wiadomości na temat kultury, obyczajowości, tradycji;
7. **wszelka inna informacja**, która może być przydatna w działalności firmy (czasami są to wiadomości całkowicie niezwiązane z problematyką gospodarczą, zaskakujące, np. zasady jakiejś gry sportowej, przepisy kulinarne).

Szara literatura źródłem informacji biznesowej

Źródła informacji biznesowej - zarówno polskie jak i zagraniczne - tworzą ogromne i zróżnicowane wewnętrznie zasoby informacyjne. Można uporządkować je - między innymi - ze względu na bariery finansowe, nośnik, status dostawcy oraz zawartość informacyjną (treść, zakres, zasięg). W oparciu o wymienione kryteria oraz o poczynione wcześniej w artykule ustalenia na temat szarej literatury i informacji gospodarczej, autorka dokonała kategoryzacji źródeł informacji biznesowej. Propozycja ta nie ma charakteru klasyfikacji w ścisłym sensie, inspirowana jest raczej względami praktycznymi. W tabeli ujęto grupy źródeł informacji biznesowej wraz z przykładami dokumentów zaliczanych do szarej literatury.

Kryterium	Grupy źródeł	Przykłady dokumentów z zakresu szarej literatury
Bariery finansowe	bezpłatne	materiały reklamowe towarzystw ubezpieczeniowych; nieodpłatne zasoby internetowe;
	odpłatne	analizy sporządzane przez specjalistów, np. finansowe, marketingowe;
Nośnik	drukowane	ulotki na temat np. udzielanych kredytów, dostępne w bankach;
	elektroniczne	nieodpłatne zasoby internetowe;
	osoby i instytucje	---
	inne	materiały szkoleniowe (biznesowe) na kasetach wideo;
Status dostawcy	oficjalne	niektóre dokumenty urzędowe (np. dokumenty samorządowe, lokalne rozporządzenia, protokoły z posiedzeń); strona WWW Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych;
	nieoficjalne, w tym - komercyjne	opracowania sporządzone przez brokerów informacji na zamówienie klienta;
Zawartość	metainformacja biznesowa, informacja o informacji biznesowej	internetowe portale z zakresu informacji gospodarczej; materiały (zestawienia tematyczne, ulotki) tworzone w oddziałach informacji biznesowej w bibliotekach publicznych;
	informacja o firmach i branżach	książki telefoniczne; prospekty emisyjne, raporty roczne spółek giełdowych; niektóre wewnętrzne materiały firmowe;

informacyjna, treść, zakres, zasięg	informacja o rynkach	raporty z badań rynku; niektóre zestawienia danych demograficznych;
	informacja finansowa	kalkulatory walutowe w Internecie; materiały informacyjne na temat emitowanych obligacji;
	informacja o produktach i usługach	strony internetowe giełd towarowych; katalogi targów i wystaw;
	informacja ogólna	strony WWW poświęcone gospodarce poszczególnych krajów;
	inna informacja	menu restauracji; programy koncertów.

Dokumenty należące do szarej literatury, jak wynika z tabeli, występują powszechnie wśród źródeł informacji gospodarczej. Co więcej, ze względu na swoje cechy (aktualność, kompletność, unikatowość) - zgodne w dużej mierze z oczekiwaniami wobec informacji biznesowej - są szczególnie istotne w omawianym zakresie.

Artykuł niniejszy ma charakter wstępu do badań zagadnienia roli szarej literatury w informacji gospodarczej - i jako taki stanowi zaproszenie do przyszłej dyskusji.

Przypisy:

[1] W. Pindlowa, S. Cisek: Grey Literature as an Information Source for Small and Medium-sized Business. [W:] *8th International Scientific and Technical Information in Central and Eastern Europe. Proceedings of the Seminar*. Warszawa 1999. S. 47-53.

[2] A. Strojek: Znaczenie terminu szara literatura. *Zagadnienia Informacji Naukowej* 2000 nr 1, s. 64-76.

[3] Krajowy System Informacji o Szarej Literaturze POLSIGLE. In *Ośrodek Przetwarzania Informacji* [on-line]. 2002 [Warszawa]: Ośrodek Przetwarzania Informacji [dostęp 10 listopada 2002]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.opi.org.pl>; The European Association for Grey Literature Exploitation. In *EAGLE* [on-line]. 2002 [EU]: The European Association for Grey Literature Exploitation [dostęp 10 listopada 2002]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.kb.nl/infolev/eagle/frames.htm>.

[4] W. Pindlowa, S. Cisek: Grey Literature s. 47-53

[5] What is Grey Literature? In *The New York Academy of Medicine - Library* [on-line]. 2002 [New York]: The New York Academy of Medicine - Library [dostęp 10 listopada 2002]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.nyam.org/library/index.shtml>.

[6] Krajowy System Informacji o Szarej Literaturze POLSIGLE. In *Ośrodek Przetwarzania Informacji* [on-line]. 2002 [Warszawa]: Ośrodek Przetwarzania Informacji [dostęp 10 listopada 2002]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.opi.org.pl>; The European Association for Grey Literature Exploitation. In *EAGLE* [on-line]. 2002 [EU]: The European Association for Grey Literature Exploitation [dostęp 10 listopada 2002]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.kb.nl/infolev/eagle/frames.htm>.

[7] M. C. Manley (ed.): *Business and the public library. Steps in succesful cooperation*. New York 1940, s. 9.

[8] S. Arcisz: Potrzeby informacyjne w gospodarce rynkowej. [W:] *III Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Jastrzębie-Zdrój 29.05. - 2.06. 1995. Materiały konferencyjne*. Warszawa 1995. S. 54-58.; S. Arcisz: Informacja biznesowa i jej użytkownicy w bibliotekach publicznych na Zachodzie. *Biuletyn Informacyjno-Instrukcyjny WBP w Krakowie* 1996 nr 1 (185), s. 17-26.; S. Arcisz, Internet jako źródło informacji biznesowej. [W:] *IV Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Zakopane 2 - 5 września 1997. Materiały Konferencyjne*. Warszawa 1998. S. 303-308.; S. Cisek: Informacja biznesowa dla społeczności lokalnych. [W:] *Spółeczeństwo informacyjne w perspektywie nowego tysiąclecia. Materiały z V Krajowego Forum Informacji Naukowej i Technicznej. Zakopane 18-21 października 1999*. Warszawa 2000. S. 82-86.; S. Cisek: Polskie publikacje elektroniczne w informacji o firmach. Projekt portalu bibliotecznego. [W:] *Elektroniczne publikacje w bibliotekach*. Kraków 2002. S. 152-158.



Szara literatura jako źródło informacji biznesowej. Zarys problematyki/Sabina Cisek // W: EBIB Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy [Dokument elektroniczny] / red. naczelny Bożena Bednarek-Michalska. - Nr 11/2002 (40) grudzień. : Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich K[omisja] W[ydawnictw] E[lektronicznych], 2002. - Czasopismo elektroniczne. - Informacja biznesowa. - Tryb dostępu: <http://www.ebib.pl/2002/40/cisek.php>. - Tyt. z pierwszego ekranu. - ISSN 1507-7187