
Infobrokering w edukacji i informacji o ubezpieczeniach społecznych – możliwość czy konieczność?

W artykule zaprezentowano możliwości potencjalnego wykorzystania kompetencji zawodowych infobrokerów w działaniach edukacyjno-informacyjnych realizowanych na rzecz upowszechniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. Na wstępie omówiono informacyjny wymiar podejmowanych dotąd aktywności popularyzatorskich, zwracając uwagę na występujące w tym obszarze problemy związane z niezrozumiałością przekazywanych informacji i ograniczonym wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (zwłaszcza internetu). Za innowacyjną metodę przewyższania przedstawionych trudności uznano współpracę z brokerami informacji, których umiejętności i zadania zawodowe scharakteryzowano w kontekście ich istotności dla edukacji o ubezpieczeniach społecznych. Bariery informacyjne, zakłócające swobodny dostęp do rzetelnej informacji na temat ubezpieczeń społecznych, zestawiono z działaniami popularyzatorskimi realizowanymi w tym zakresie przez ZUS oraz profilem kompetencyjno-zadaniowym infobrokera. Celem tego zestawienia było wyodrębnienie podstawowych obszarów aktywności infobrokerskiej, które mogą okazać się przydatne w procesie kształtowania świadomości ubezpieczeniowej obywateli. Wnioski z tej analizy rozszerzono o spostrzeżenia studentów, które pozwoliły opracować szczegółowy wykaz potencjalnych działań brokerów informacji w edukacji o ubezpieczeniach społecznych.

Słowa kluczowe: edukacja, infobrokering, informacja o ubezpieczeniach społecznych, nowe technologie, ubezpieczenia społeczne

Otrzymano: 6.06.2018

Zaakceptowano po recenzjach: 19.07.2019

Wprowadzenie

Podjęcie systematycznych działań edukacyjnych przybliżających funkcjonowanie systemu ubezpieczeń społecznych traktowane jest współcześnie jako nieodzowny element formowania społecznej dojrzałości obywateli, bez którego zrozumienie i zaakceptowanie mechanizmów systemu ubezpieczeniowego staje się dla członków społeczeństwa zadaniem wyjątkowo trudnym, jeśli nie niemożliwym¹. Niski poziom wiedzy Polaków na temat ubezpieczeń społecznych, niejednokrotnie odnotowywany na łamach naukowych i branżowych prac poświęconych tej problematyce², wydaje się dobitnie potwierdzać powyższą tezę, skłaniając badaczy różnorodnych dyscyplin do pogłębionej refleksji nad kwestią kształcenia świadomości społecznej w zakresie potencjalnego ryzyka socjalnego i sposobów zabezpieczania się przed jego następstwami. W dyskursie tym coraz wyraźniejsze stają się spostrzeżenia dotyczące roli, jaką w procesie edukacji o ubezpieczeniach społecznych spełniają nowe technologie oraz informacja jako taka. Postulowane są konkretne zmiany, dotyczące m.in. zwiększenia stopnia eksploatacji potencjału internetu³ oraz podniesienia jakości informacji, dostępnej za pośrednictwem najpowszechniej wykorzystywanych źródeł informacji o ubezpieczeniach społecznych⁴. Wydaje się zatem, że spojrzenie na problematykę upowszechniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych z perspektywy *stricte* informacyjnej, umożliwiającej zarówno analizę stosowanych dotąd form oraz kanałów komunikacji, jak i identyfikację innowacyjnych metod i środków upowszechniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych (szczególnie istotną w świetle dynamicznych zmian zachodzących obecnie w przestrzeni informacyjnej człowieka), jest działaniem wysoce uzasadnionym.

Konieczność poszukiwania nowatorskich sposobów popularyzowania wiedzy z zakresu ubezpieczeń społecznych, przystających z jednej strony do technologicznych możliwości informacyjnych XXI w. (nowe ICT, media społecznościowe), z drugiej zaś do potrzeb, oczekiwań i przyzwyczajzeń obywateli dotyczących pozyskiwania informacji o ubezpieczeniach społecznych (dostrzegana m.in. przez Marka Pogonowskiego)⁵, skłania do zwrócenia większej uwagi na usługi oferowane przez współczesne profesje informacyjne, takie jak infobrokering. Wychodząc naprzeciw codziennym wyzwaniom związanym z utrudnionym poruszaniem się w coraz bardziej złożonych środowiskach informacyjnych (do których z pewnością zaliczyć należy również środowisko informacji o ubezpieczeniach społecznych), branża tego rodzaju proponują szereg usług o charakterze researcherskim, na czele z komercyjnym wyszukiwaniem, opracowywaniem i udostępnianiem informacji.

1 W. Sułkowska, *Świadomość społeczna w obszarze ubezpieczeń społecznych w świetle badań naukowych* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych*, red. T. Nawrocka-Szczerbik, Kraków 2013, s. 9.

2 *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, red. R. Marczak, Warszawa 2016, s. 36.

3 K. Ostrowska, *Udział mediów w procesie edukacji społecznej w zakresie ubezpieczeń społecznych* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja...*, op. cit., s. 97.

4 M. Pogonowski, *Zadania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2, s. 12.

5 *Ibidem*, s. 13.

Wysoka uniwersalność oferty prezentowanej przez obecne na polskim rynku firmy infobrokerskie stwarza możliwość wykorzystania jej do realizacji zleceń zróżnicowanych pod względem tematycznym (takich jak: projekty biznesowe, naukowe, medyczne i edukacyjne). Wydaje się zatem, że usługi infobrokerskie mogą być przydatne także dla działań edukacyjnych podejmowanych w obszarze ubezpieczeń społecznych, w istotny sposób przyczyniając się do podniesienia poziomu ich efektywności.

Celem artykułu jest ukazanie możliwości wykorzystania zawodowych umiejętności infobrokerskich w sytuacjach związanych z organizowaniem i prowadzeniem działań edukacyjnych w zakresie problematyki ubezpieczeń społecznych. W badaniach własnych sformułowano następujące hipotezy:

1. Skuteczność działań popularyzatorskich realizowanych w obszarze ubezpieczeń społecznych jest zaburzana przez występowanie barier informacyjnych rozumianych jako przeszkody utrudniające, opóźniające, a nawet uniemożliwiające obywatelom dostęp do wysokiej jakości informacji o ubezpieczeniach społecznych, jej pozyskanie oraz późniejsze wykorzystanie.
2. Profesje informacyjne, takie jak infobrokering, mogą przyczynić się do zniwelowania owych barier poprzez realizowanie usług służących dostarczaniu rzetelnej informacji o ubezpieczeniach społecznych w formie dostosowanej do potrzeb, oczekiwań i możliwości różnych grup odbiorców.

Przyjęte założenia weryfikowano dwuetapowo. W etapie pierwszym, zmierzającym do ustalenia obowiązującego stanu wiedzy na temat roli informacji w edukacji o ubezpieczeniach społecznych w Polsce, posłużono się metodą analizy i krytyki piśmiennictwa poświęconego tej problematyce. Relewantnych publikacji polskojęzycznych, opublikowanych w latach 2010–2018, poszukiwano w wyszukiwarkach naukowych: Google Scholar i BASE, globalnej wyszukiwarce Google oraz w Katalogu Zbiorów Polskich Bibliotek Naukowych NUKAT, Katalogu Rozproszonym Bibliotek Polskich KaRo i katalogu Biblioteki Narodowej. Korzystając z formularzy wyszukiwania zaawansowanego, stosowano kwerendy: „ubezpieczenia społeczne informacja”, „ubezpieczenia społeczne edukacja” oraz „ubezpieczenia społeczne popularyzacja”, które w kolejnym kroku rozszerzano poprzez maskowanie końcówek fleksyjnych oraz usuwanie zaawansowanych operatorów wyszukiwawczych. Dodatkowo przeglądowi poddano zawartość informacyjną działu „Wydawnictwa naukowe ZUS”, dostępnego na oficjalnym portalu informacyjnym Zakładu Ubezpieczeń Społecznych⁶, oraz spisy treści archiwalnych numerów czasopisma „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka”. W efekcie otrzymano kilkanaście relewantnych rezultatów, z których sześć pozyskano w wersji pełnotekstowej. Zgromadzone publikacje poddano analizie, stwierdzając, że informacyjny aspekt edukacji o ubezpieczeniach społecznych nie stanowił dotąd przedmiotu odrębnych dociekań. Odnotowano również, że związek między problematyką ubezpieczeń społecznych a infobrokeringiem nie został dotychczas zauważony i jednoznacznie scharakteryzowany.

W drugim etapie badań, służącym zgromadzeniu materiału empirycznego w postaci niestandardyzowanych wypowiedzi pisemnych studentów, zastosowano

⁶ Zob.: <https://www.zus.pl/> (3.07.2018).

podejście jakościowe oparte na zapożyczonych z nauk społecznych technice „opisu według dyspozycji”⁷. Badanie przeprowadzono na grupie ośmiorga studentów I roku studiów niestacjonarnych pierwszego stopnia, kształcących się na kierunku archiwistyka, zarządzanie dokumentacją i infobrokerstwo w Instytucie Historii i Archiwistyki Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, którzy w roku akademickim 2017/2018 uczestniczyli w zajęciach dydaktycznych z przedmiotu informacja biznesowa i wywiad rynkowy, zajmując się m.in. problematyką informacji ubezpieczeniowej. Badanych poproszono o udzielenie indywidualnych wypowiedzi pisemnych na temat możliwości wykorzystania kompetencji infobrokerskich w działalności edukacyjnej związanej z problematyką ubezpieczeń społecznych. Wskazano ogólne dyspozycje dotyczące sposobu charakteryzowania owych możliwości, obejmujące istotę, cel i okoliczności proponowanych działań, oraz rolę, jaką miałyby w nich pełnić infobroker. Wypowiedzi zebrano w ramach zadania e-learningowego za pośrednictwem poczty elektronicznej, a następnie przeanalizowano pod kątem występowania w nich opisów nowatorskich rozwiązań mogących przeciwdziałać barierom informacyjnym występującym w obszarze edukacji o ubezpieczeniach społecznych.

Opierając się na wnioskach wynikających z przeglądu literatury przedmiotu oraz analizy pisemnych sugestii studentów, zidentyfikowano hipotetyczne obszary działań brokera informacji na rzecz upowszechniania wiedzy o konsekwencjach ryzyka socjalnego i sposobach przeciwdziałania jego następstwom. Ich omówienie, zawarte w końcowej części pracy, poprzedzono krótką analizą informacyjnego aspektu edukacji w zakresie ubezpieczeń społecznych oraz charakterystyką branży infobrokerskiej w Polsce.

Informacyjny wymiar edukacji o ubezpieczeniach społecznych

Choć przegląd literatury przedmiotu ujawnił niedostatek holistycznych opracowań poświęconych roli informacji w edukacji o ubezpieczeniach społecznych w Polsce, w dotychczasowych publikacjach można zaobserwować konkretne uwagi badaczy dotyczące podstawowych problemów związanych z informacyjnym aspektem przedsięwzięć służących kształtowaniu świadomości ubezpieczeniowej Polaków. Spostrzeżenia te obejmują m.in. kwestie: a) metod przekazywania informacji o ubezpieczeniach społecznych stosowanych przez państwo i instytucje działające w ramach systemu ubezpieczeń społecznych, b) barier informacyjnych odczuwanych przez obywateli w związku z dostępem do informacji o ubezpieczeniach społecznych oraz c) wiarygodności źródeł informacji ubezpieczeniowej.

W tym obszarze jednym z istotniejszych wyzwań, przed którymi stoją podmioty odpowiedzialne za popularyzowanie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych, jest właściwe dobranie sposobu przekazywania informacji ubezpieczeniowej do możliwości danej

⁷ A. Krzewińska, K. Grzeszkiewicz-Radulska, *Klasyfikacja sondażowych technik otrzymywania materiałów*, „Przegląd Socjologiczny” 2013, t. 62, z. 1, s. 16.

grupy odbiorców⁸. Nieadekwatność form i kanałów przekazu względem technicznych oraz językowych kompetencji obywateli, niejednokrotnie wzmiankowana w literaturze przedmiotu⁹, niekorzystnie wpływa na poziom zaufania społeczeństwa do systemu ubezpieczeń społecznych oraz wprowadzanych przez ten system zmian, wywołując negatywne nastroje także wobec podmiotów i instytucji związanych z ubezpieczeniami społecznymi. Jak wskazują badania przeprowadzone przez M. Pogonowskiego, brak kompatybilności pomiędzy formą komunikatu i sposobem jego przekazania a możliwościami odbiorcy stanowi również jedną z podstawowych przyczyn ograniczonej świadomości ubezpieczeniowej obywateli¹⁰.

Konieczność zwrócenia uwagi na odpowiedniość form przekazu informacji podczas realizacji działań służących kształtowaniu świadomości ubezpieczeniowej postulowała m.in. Wanda Sułkowska. Nawiązując do zagadnienia społecznej akceptacji zmian zachodzących w systemie emerytalnym, W. Sułkowska zauważyła, że odpowiedni poziom wiedzy obywateli o ubezpieczeniach społecznych – niemożliwy do osiągnięcia bez odpowiednio przekazanej informacji – pozwala im lepiej zrozumieć cele, konsekwencje i mechanizmy działań ubezpieczeniowych proponowanych przez państwo, dzięki czemu wdrażanie przemian w systemie ubezpieczeń społecznych staje się skuteczniejsze¹¹.

W podobnym tonie wypowiadała się także Agnieszka Chłoń-Domińczak, podkreślając, że bezpieczeństwo socjalne obywateli, którego składową są m.in. ubezpieczenia społeczne, będzie realnie odczuwane jedynie w sytuacji, gdy uczestnicy systemu ubezpieczeń społecznych posiadają określoną – istotną z ich punktu widzenia – wiedzę na temat jego funkcjonowania. Według A. Chłoń-Domińczak, aby do tego doszło, informacje o ubezpieczeniach społecznych muszą być łatwo dostępne oraz przekazywane w sposób przejrzysty, zrozumiały¹², a także kompleksowy, co oznacza uwzględnienie wszystkich elementów systemu ubezpieczeń społecznych¹³ będących *de facto* podstawowymi atrybutami informacji wysokojakościowej¹⁴. Zdaniem badaczki elementy te stanowią kluczowe filary zaufania obywateli do instytucji ubezpieczenia społecznego¹⁵.

Z perspektywy uczestników systemu ubezpieczeniowego zlokalizowanie informacji ubezpieczeniowej, cechującej się wskazanymi przez A. Chłoń-Domińczak właściwościami, nie jest jednak zadaniem łatwym. O występowaniu barier w dostępie do wiarygodnej, aktualnej i – co najważniejsze – zrozumiałej informacji świadczą m.in. wyniki dociekań empirycznych przeprowadzonych przez M. Pogonowskiego w celu określenia poziomu

8 A. Chłoń-Domińczak, *Upowszechnianie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych – doświadczenia międzynarodowe* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja...*, *op. cit.*, s. 73.

9 M. Pogonowski, *op. cit.*, s. 10.

10 *Ibidem*, s. 10.

11 W. Sułkowska, *op. cit.*, s. 21.

12 A. Chłoń-Domińczak, *op. cit.*, s. 71.

13 *Ibidem*, s. 75.

14 I. Swoboda, *Jakość informacji* [w:] *Zawód infobroker: polski rynek informacji*, red. S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, Kraków 2016, s. 244–245.

15 A. Chłoń-Domińczak, *op. cit.*, s. 69.

wiedzy w zakresie ubezpieczeń społecznych oraz rozpoznania odczuwanych na tym polu potrzeb edukacyjnych. Badanie ankietowe, przeprowadzone przez M. Pogonowskiego w latach 2010-2013 w grupie 1310 studentów, unaocznilo poważne trudności respondentów ze zrozumieniem przepisów odnoszących się do zagadnień związanych z ubezpieczeniami społecznymi. Nadmierne skomplikowanie uregulowań prawnych, połączone ze specyficznym językiem ich formułowania, zostało uznane przez badanych za główną przyczynę niskiej świadomości społeczeństwa w zakresie ubezpieczeń społecznych¹⁶. Wśród pozostałych utrudnień w dostępie do relewantnych informacji z tego obszaru studenci wskazywali także na nieumiejętne przekazywanie informacji oraz problemy z pozyskaniem aktualnych danych¹⁷. Warto w tym miejscu nadmienić, że podobnych wniosków dostarczyło także badanie dotyczące poziomu satysfakcji klientów Zakładu Ubezpieczeń Społecznych zrealizowane przez firmę SMG/KRC Poland Media SA, w trakcie którego respondenci zwracali uwagę na trudności związane z przygotowaniem dokumentów ubezpieczeniowych, zgłaszając jednocześnie potrzebę uzyskania precyzyjnej, kompletnej i aktualnej informacji¹⁸.

W kontekście omawianych barier informacyjnych istotna jest także kwestia wiarygodności źródeł wykorzystywanych przez obywateli do poszukiwania informacji ubezpieczeniowej. Jak wynika z analiz prowadzonych przez M. Pogonowskiego, informacje o ubezpieczeniach najczęściej pozyskiwane są z mediów, w tym zwłaszcza z internetu (80,2 proc. wskazań; choć w badaniach nie sprecyzowano, o jakie typy stron lub serwisów internetowych chodzi), telewizji (51,9 proc. wskazań) i prasy (50,4 proc. wskazań). Jednocześnie jednak źródła te oceniane są przez respondentów jako nie do końca wiarygodne – informacje pochodzące z internetu i prasy weryfikuje niemal połowa badanych, zaś telewizyjne spoty reklamowe dla ponad 80 proc. ankietowanych nie stanowią istotnego źródła wiedzy o ubezpieczeniach¹⁹.

Ograniczone zaufanie Polaków do źródeł informacji o ubezpieczeniach społecznych potwierdzają również wyniki badania *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych*²⁰. Przeprowadzone w jego ramach analizy wskazują, że respondenci aktywnie poszukujący informacji o ubezpieczeniach społecznych (niewiele ponad połowa grupy poddanej badaniom) korzystają w tym celu przede wszystkim z różnorodnych mediów (zwłaszcza z przekazów telewizyjnych) oraz kontaktów z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych (bezpośrednich oraz pośrednich; w tym także ze strony internetowej ZUS)²¹. W ich opinii najbardziej wiarygodne informacje na ten temat można uzyskać w bezpośrednim kontakcie z pracownikami ZUS (ponad 70 proc. korzystających z tej formy kontaktu oceniło ją jako zaufaną). Strona internetowa Zakładu jest wiarygodnym źródłem informacji tylko dla co drugiego badanego, a telewizja – dla mniej niż połowy respondentów (badani deklarują jednak, że właśnie

¹⁶ M. Pogonowski, *op. cit.*, s. 10.

¹⁷ *Ibidem*, s. 10.

¹⁸ *Ibidem*, s. 10.

¹⁹ *Ibidem*, s. 9.

²⁰ *Wiedza i postawy...*, *op. cit.*, s. 32.

²¹ *Ibidem*, s. 32.

to medium – oprócz spotkania w placówkach ZUS – jest dla nich preferowanym źródłem wiedzy o ubezpieczeniach społecznych i to za jego pośrednictwem chcieliby pozyskiwać rzetelne informacje dotyczące problematyki ubezpieczeniowej²². Przytoczone wyniki badań dowodzą zatem, że z perspektywy osób dążących do pozyskania rzetelnej informacji na temat ubezpieczeń społecznych istnieje wyraźny niedostatek wiarygodnych źródeł tej wiedzy, do których możliwy byłby swobodny dostęp.

W kontekście powszechności źródeł informacji o ubezpieczeniach społecznych warto zauważyć, że choć w omawianych badaniach internet wskazywany jest przez obywateli jako jeden z częściej użytkowanych obszarów informacyjnych, podmioty odpowiedzialne za upowszechnianie wiedzy z tego zakresu wydają się eksploatować informacyjny potencjał sieci w umiarkowanym stopniu. O zjawisku tym pisała m.in. Katarzyna Ostrowska w artykule poświęconym roli mediów w edukacji o ubezpieczeniach społecznych²³. Odnosząc się do problematyki kształtowania świadomości emerytalnej, autorka jednoznacznie oceniła dotychczasowy stopień wykorzystania internetu jako niewystarczający, postulując wprowadzenie wyraźnych zmian w tym zakresie²⁴. Zdaniem K. Ostrowskiej zwiększenie udziału internetowych źródeł informacji w dotychczasowych przedsięwzięciach służących popularyzowaniu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych umożliwi dotarcie z informacją ubezpieczeniową zwłaszcza do grona osób młodych²⁵, relatywnie rzadko decydujących się na samodzielne, aktywne poszukiwanie tego typu wiedzy²⁶.

Inspirujących przykładów efektywnego wykorzystania możliwości internetu w działaniach służących przekazywaniu informacji o ubezpieczeniach społecznych dostarcza przywołana wcześniej praca A. Chłoń-Domińczak, prezentująca międzynarodowe (szwedzkie i amerykańskie) doświadczenia w zakresie upowszechniania wiedzy tego rodzaju. Jak zauważa autorka artykułu, w objętych analizą krajach podstawowymi źródłami internetowego przekazu informacji o ubezpieczeniach są nie tylko oficjalne strony internetowe narodowych instytucji ubezpieczenia społecznego, ale też profile prowadzone przez owe instytucje w różnego typu mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest itp.). Co ważne, w rozpatrywanych przypadkach zarówno serwisy www, jak i portale społecznościowe odznaczały się kompletnością przedstawianych informacji oraz wysoką różnorodnością form ich udostępniania (w tym stosowaniem nowoczesnych technik wizualizacyjnych o dużym potencjale sieciowym, takich jak infografiki). Zdaniem A. Chłoń-Domińczak wskazane źródła (ale też przekazywane za ich pośrednictwem informacje) w znacznym stopniu zostały dostosowane do potrzeb i możliwości odbiorców tak pod względem językowym (uproszczone słownictwo, wielość wersji językowych), jak i nawigacyjnym (intuicyjna architektura informacji, tematyczne kategoryzacje treści, wyodrębnienie zagadnień najbardziej popularnych)²⁷, tym samym stając się dla obywateli atrakcyjnym

22 *Ibidem*, s. 34–35.

23 K. Ostrowska, *op. cit.*, s. 97.

24 *Ibidem*, s. 97.

25 *Ibidem*, s. 97.

26 *Wiedza i postawy...*, *op. cit.*, s. 33.

27 A. Chłoń-Domińczak, *op. cit.*, s. 71–73.

punktem pozyskiwania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. Warto nadmienić, że w celu określenia stopnia owej atrakcyjności instytucje ubezpieczenia społecznego prowadzą systematyczny monitoring satysfakcji klientów, co pozwala im lepiej dostosowywać przekaz informacji do oczekiwań odbiorców. Rezultaty tych obserwacji regularnie publikowane są na stronach internetowych wspomnianych wcześniej instytucji²⁸.

Dobre praktyki w zakresie edukacji o ubezpieczeniach społecznych, zidentyfikowane przez A. Chłoń-Domińczak w działalności podmiotów zagranicznych, w coraz większym stopniu wdrażane są także na gruncie polskim. Instytucją odnotowującą na tym polu znaczne zasługi, szczególnie zaangażowaną w poszukiwanie innowacyjnych form przekazywania informacji ubezpieczeniowej, jest ZUS, ustawowo zobowiązany do prowadzenia aktywności popularyzatorskiej w obszarze informacji o ubezpieczeniach społecznych²⁹. Dążąc do jak najpełniejszego wywiązywania się z owych zadań, ZUS wychodzi naprzeciw zgłaszanym w literaturze przedmiotu bólom informacyjnym, dostosowując podejmowane działania komunikacyjne do konkretnych grup odbiorców, odmiennych pod względem odczuwanych potrzeb informacyjnych i posiadanej wiedzy na temat ubezpieczeń (grupy te wskazane zostały w *Polityce informacyjno-promocyjnej Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, zastąpionej obecnie *Strategią komunikacji ZUS na lata 2016–2020*)³⁰.

Silne różnicowanie w gronie potencjalnych odbiorców informacji ubezpieczeniowej znajduje odzwierciedlenie w znacznym urozmaiceniu kanałów informacyjnych (zarówno tradycyjnych, jak i elektronicznych), wykorzystywanych obecnie przez Zakład do upowszechniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. Ich szczegółową kategoryzację przedstawiła Barbara Owsiak na łamach artykułu *Popularyzowanie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych*, wskazując m.in. na takie formy przekazu informacji ubezpieczeniowej stosowane przez tę instytucję jak: własne wydawnictwa informacyjne ZUS (tak specjalistyczne, jak i masowe), materiały edukacyjne (tradycyjne i elektroniczne, np. prezentacje multimedialne), transmisje radiowe i telewizyjne, przekazy internetowe (oficjalna strona ZUS, konto w serwisie YouTube, monitoring treści zawartych na najpopularniejszych forach internetowych połączony z wyjaśnianiem najbardziej spornych kwestii) oraz bezpośrednio spotkania z przedstawicielami Zakładu (w tym bezpłatne szkolenia, eventy outdoorowe oraz wydarzenia informacyjno-edukacyjne, takie jak np. Dni Ubezpieczonego)³¹. Treści udostępniane za pośrednictwem wymienionych źródeł dostosowane są zarówno do technicznych możliwości oferowanych przez dany środek przekazu, jak i do potrzeb informacyjnych specyficznych dla konkretnej grupy odbiorców. Na uwagę zasługuje również fakt, że Zakład dąży do zwiększenia stopnia zrozumiałości przekazywanych informacji, podejmując w tym celu profesjonalne działania służące uproszczeniu języka stosowanego podczas komunikacji z klientami³².

²⁸ *Ibidem*, s. 76.

²⁹ B. Owsiak, *Popularyzowanie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2017, nr 1, s. 1.

³⁰ *Ibidem*, s. 85.

³¹ *Ibidem*, s. 89–134.

³² *Ibidem*, s. 133.

W świetle przedstawionych przykładów dowodzących różnorodności przedsięwzięć edukacyjnych podejmowanych przez ZUS w zakresie ubezpieczeń społecznych można śmiało stwierdzić, że współczesna działalność Zakładu na rzecz upowszechniania informacji o ubezpieczeniach społecznych stanowi odpowiedź na większość zgłaszanych w literaturze uwag dotyczących niedostosowania tego typu aktywności do bieżących potrzeb i oczekiwań obywateli związanych z przekazywaniem informacji ubezpieczeniowych. Niemniej jednak potencjał edukacyjno-informacyjny niektórych ze wskazanych wcześniej metod popularyzowania owej wiedzy, takich jak media społecznościowe i nowoczesne formy wizualizacyjne (w tym infografiki), wydaje się być o wiele większy, niż widać to w obecnej działalności Zakładu. Biorąc pod uwagę nadrzędny cel owej edukacji, jakim jest wzbudzenie zainteresowania i podniesienie świadomości obywateli na temat istoty i zasad funkcjonowania ubezpieczeń społecznych, za B. Owsiak należy zauważyć, że

samodzielne działania Zakładu na polu edukacji i promowania odpowiedzialnych postaw, zwiększania przezroczności emerytalnej obywateli i akceptacji obowiązkowego uczestnictwa w systemie ubezpieczeń społecznych nie spowodują diametralnej zmiany [...]³³.

W tym zakresie istotne znaczenie może mieć nie tylko postulowana przez B. Owsiak kooperacja z innymi instytucjami państwowymi, lecz także współpraca z przedsiębiorstwami prowadzącymi profesjonalną działalność informacyjną, ukierunkowaną na wyszukiwanie, opracowywanie i dostarczanie informacji zgodnie z wymaganiami zleciodawców. Podmiotami, których oferta wydaje się być w tym kontekście warta rozważenia, są współczesne firmy infobrokerskie.

Infobroker jako profesjonalista informacji

Profesja infobrokerska jest w Polsce specjalnością stosunkowo młodą – jej początki sięgają lat 90. ubiegłego stulecia, zaś znaczący rozwój tej branży nastąpił dopiero w XXI w. wraz z powstaniem kilkudziesięciu firm infobrokerskich. Wtedy też pojawiło się specjalistyczne piśmiennictwo poświęcone tej problematyce oraz oferta kształcenia na szczeblu akademickim, w której świadomie zaczęto stosować nazwy „broker informacji” i „infobroker” (początkowo terminologia ta nie była powszechnie używana)³⁴.

Choć zamiennie z powyższymi określeniami wykorzystuje się także anglojęzyczne pojęcie „researcher”, odnoszące się *stricte* do czynności wyszukiwawczych, podstawowym zadaniem brokerów informacji nie jest jedynie komercyjne wyszukiwanie, opracowywanie i udostępnianie informacji na zlecenie. Faktyczną istotą zawodu stanowi bowiem szeroko rozumiana mediacja pomiędzy istniejącymi zasobami informacyjnymi

33 *Ibidem*, s. 135.

34 I. Bałos, S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, *Wprowadzenie do infobrokeringu. Wybrane aspekty* [w:] *Zawód infobroker: polski rynek informacji*, red. S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, Kraków 2016, s. 18.

a osobami lub instytucjami zgłaszającymi na te zasoby zapotrzebowanie³⁵. W zakres infobrokerskiego pośrednictwa wchodzi więc szereg czynności wykraczających poza techniczne wyszukanie informacji i „wręczanie” jej klientom. Wśród nich wymienić należy rozpoznanie rzeczywistych potrzeb informacyjnych, wartościowanie i selekcjonowanie informacji, jej przetwarzanie (w tym tworzenie dokumentów pochodnych), akredytację (udzielanie gwarancji jakości dostarczanej informacji) oraz udostępnianie odbiorcom w formie pozwalającej na zaspokojenie ich indywidualnych potrzeb³⁶.

Wyszukiwanie informacji należy co prawda do sztandarowych aktywności infobrokerskich (podobnie jak tworzenie raportów i analiz oraz budowa baz danych)³⁷, jednak wachlarz usług świadczonych przez tego typu podmioty może być znacznie szerszy. Kompletny wykaz zadań zawodowych brokerów informacji został ujęty w opracowanym na zlecenie Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej *Krajowym standardzie kompetencji zawodowych: Broker informacji (researcher)(262204)*.

Tabela 1. Zadania zawodowe brokera informacji

1.	Wyszukiwanie informacji istotnych do zapytania [...].
2.	Dobieranie metody realizacji zlecenia (rozpoznawanie potrzeb informacyjnych, budowanie strategii wyszukiwania i dobierania źródeł) [...].
3.	Ocenianie jakości źródeł informacji i selekcja informacji [...].
4.	Analizowanie źródeł z zastosowaniem metodologii dziedzinowych [...].
5.	Prowadzenie dokumentacji realizacji zlecenia [...].
6.	Tworzenie raportów, baz danych i innych opracowań infobrokerskich [...].
7.	Monitorowanie źródeł informacji i aktualizacja zasobów informacyjnych [...].
8.	Przestrzeganie obowiązujących procedur, przepisów, norm oraz zasad poufności informacji [...].
9.	Organizowanie środowiska pracy zgodnie z zasadami i przepisami BHP, ochrony ppoż., ergonomii i ochrony środowiska [...].

Źródło: *Krajowy standard kompetencji zawodowych: Broker informacji (researcher)(262204)*³⁸

Od niedawna do grona tych usług zaliczać można również prowadzenie działalności edukacyjnej, polegającej na organizowaniu i przeprowadzaniu szkoleń z zakresu wyszukiwania informacji w różnego typu źródłach (głównie elektronicznych)³⁹.

35 E.P. Nowak, *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, „Zagadnienia Informatyki Naukowej” 2006, nr 1, s. 53.

36 I. Bałos, S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, *op. cit.*, s. 20.

37 P. Hrabiec-Hojda, *Specyfika usług infobrokerskich a kompetencje informacyjne infobrokera*, „Bibliotheca Nostra” 2013, nr 1, s. 88.

38 *Krajowy standard kompetencji zawodowych: Broker informacji (researcher) (262204)*, Warszawa 2013, s. 8, ftp://kwalifikacje.praca.gov.pl/standardy%20kompetencji%20zawodowych/77_262204_broker_informacji_researcher.pdf (30.06.2018).

39 Na tym polu na uwagę zasługuje aktywność krakowskiej agencji infobrokerskiej o nazwie Infobrokerska.pl, <https://www.infobrokerska.pl/> (30.06.2018).

Rzetelna realizacja wskazanych zadań nie byłaby możliwa bez posiadania i rozwijania określonych zdolności zawodowych. Wśród kompetencji specjalistycznych, właściwych profesji infobrokerskiej, autorzy *Krajowego standardu...* wyróżnili:

- pozyskiwanie, weryfikowanie i przechowywanie informacji,
- analizowanie informacji z zastosowaniem odpowiednich metod analizy i syntezy danych,
- udostępnianie informacji,
- realizowanie zleceń z uwzględnieniem mechanizmów rynkowych i gospodarczych, oraz
- kompetencje społeczne⁴⁰.

W cytowanym dokumencie dla każdego ze wskazanych obszarów wyróżnione zostały także zdolności szczegółowe, podzielone na niezbędną w danym zakresie wiedzę i praktyczne umiejętności jej zastosowania. Wykaz tych ostatnich, wybranych ze względu na ich merytoryczną, potencjalną przydatność dla działań edukacyjno-informacyjnych w zakresie ubezpieczeń społecznych, przedstawiono w tabeli 2 na stronie 12.

Warto również nadmienić, że do grona podmiotów korzystających z usług infobrokerów zaliczają się nie tylko przedsiębiorcy i firmy z różnych branż oraz klienci indywidualni, ale też wszelkiego typu agendy rządowe (zarówno na szczeblu centralnym, jak i lokalnym, np. samorządy oraz państwowe instytucje kultury, nauki czy sztuki) i pozarządowe, izby gospodarcze, fundacje oraz stowarzyszenia⁴¹. Wydaje się, że państwowe instytucje ubezpieczenia społecznego mogłyby dołączyć do tej grupy, delegując część zadań związanych z pozyskiwaniem i opracowaniem informacji infobrokerom.

Rola infobrokera w edukacji o ubezpieczeniach społecznych

Analiza piśmiennictwa poświęconego problematyce upowszechniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych unaoczniała występowanie w tym obszarze określonych problemów informacyjnych, skutkujących utrudnionym dostępem obywateli do zrozumiałej, wysokiej jakości informacji. W celu poszukiwania innowacyjnych metod przeciwdziałania owym barierom postanowiono zestawić je z wachlarzem działań popularyzatorskich, realizowanych na tym polu przez ZUS, oraz z zaprezentowanym profilem kompetencyjno-zadaniowym infobrokera. Wnioski z tej analizy rozszerzono o propozycje studentów zgłoszone w ramach zadania e-learningowego. Ich sugestie na temat możliwości włączenia infobrokerów w działania służące upowszechnianiu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych uzupełniły własne obserwacje, umożliwiając wyodrębnienie czterech potencjalnych obszarów, w których działalność wskazanej grupy profesjonalistów mogłaby przyczynić się do podniesienia skuteczności dotychczasowych przedsięwzięć. Obszary te obejmują

⁴⁰ *Krajowy standard...*, *op. cit.*, s. 10–13.

⁴¹ I. Bałos, S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, *op. cit.*, s. 21.

Tabela 2. Wybrane kompetencje zawodowe brokera informacji przydatne w edukacji o ubezpieczeniach społecznych

Pozyskiwanie, weryfikowanie i przechowywanie informacji	Analizowanie informacji z zastosowaniem odpowiednich metod analizy i syntezy danych	Udostępnianie informacji	Realizowanie zleceń z uwzględnieniem mechanizmów rynkowych i gospodarczych
<ul style="list-style-type: none"> wyszukiwanie źródeł informacji i gromadzenie bieżących informacji z różnych mediów, stosowanie zaawansowanych technik wyszukiwania, ocenie przydatności źródeł informacji, stosowanie technologii informacyjnych w zakresie pozyskiwania, weryfikacji i przechowywania informacji, określanie sposobów gromadzenia źródeł informacji, dobieranie metod gromadzenia informacji w zależności od rodzaju źródła. 	<ul style="list-style-type: none"> przeprowadzanie wywiadu infobrokerskiego w rozpoznaniu rzeczywistych potrzeb informacyjnych, dobieranie odpowiedniej metody realizacji zlecenia, wybieranie informacji najistotniejszych z punktu widzenia zleceniodawcy, rozdzielanie źródeł wiarygodnych od niewiarygodnych, posługiwanie się narzędziami i bazami służącymi do weryfikacji informacji, analizowanie informacji zgodnie z odpowiednią metodą, posługiwanie się narzędziami do analizy danych, dokumentowanie realizacji zlecenia, monitorowanie potrzeb informacyjnych klienta w czasie realizacji zlecenia. 	<ul style="list-style-type: none"> dopasowywanie metody przedstawienia danych do charakterystyki danych, przygotowywanie, za pomocą odpowiednich narzędzi, czytelnego opracowania pozyskanych danych i informacji, przygotowywanie graficznych przedstawień danych, prezentowanie i udostępnianie informacji w czytelny sposób, przygotowywanie raportu infobrokerskiego oraz bazy danych, prowadzenie monitoringu informacji, dbanie o aktualność informacji, posługiwanie się narzędziami do prezentacji i udostępniania informacji. 	<ul style="list-style-type: none"> przygotowywanie opracowania z uwzględnieniem działania mechanizmów rynkowych, stosowanie metod odnajdywania źródeł informacji w zależności od rynku docelowego, stosowanie i wnioskowanie na podstawie wskaźników mikro- i makroekonomicznych [...].

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Krajowy standard kompetencji zawodowych Broker informacji (researcher)*(262204)⁴²

42. *Krajowy standard ...*, op. cit., s. 10–13.

kluczowe aspekty aktywności infobrokerskiej, w tym pozyskiwanie, opracowywanie oraz udostępnianie informacji, a także organizowanie i realizację szkoleń (zob. tab. 3).

Tabela 3. Potencjalne obszary działań infobrokera w edukacji o ubezpieczeniach społecznych

POZYSKIWANIE INFORMACJI	<ul style="list-style-type: none"> dla klientów instytucjonalnych (np. komórek ZUS w ramach większych projektów/kampanii), dla przedsiębiorstw, dla klientów indywidualnych (doradztwo).
OPRACOWANIE INFORMACJI	<ul style="list-style-type: none"> infografiki, prezentacje multimedialne, bazy danych, raporty.
UDOSTĘPNIANIE INFORMACJI	<p>formy bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> spotkania w szkołach, spotkania z przedsiębiorcami, spotkania indywidualne; <p>formy pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> infografiki dołączane do korespondencji ZUS, blogi infobrokerskie, branżowe serwisy informacyjne, media społecznościowe.
DZIAŁALNOŚĆ SZKOLENIOWA	<ul style="list-style-type: none"> wyszukiwanie informacji o ubezpieczeniach + zawartość informacyjna platformy http://www.zus.pl/.

Źródło: opracowanie własne

Pozyskiwanie informacji

W obszarze pozyskiwania informacji istotne wydają się dwa wymiary potencjalnej działalności infobrokera: szerszy, związany ze znajdowaniem informacji dla klientów instytucjonalnych na potrzeby projektów i kampanii informacyjnych dotyczących ubezpieczeń społecznych, oraz węższy, odnoszący się do wyszukiwania informacji w ramach zlecenia realizowanego dla konkretnej firmy lub klienta indywidualnego zainteresowanego pozyskaniem szczegółowych danych na temat formy i wymiaru konkretnego typu ubezpieczenia. W opinii studentów infobroker, będący profesjonalistą gwarantującym aktualność, wiarygodność i kompletność dostarczanych informacji, mógłby także funkcjonować jako swego rodzaju doradca, wyjaśniający istotę ubezpieczeń społecznych i sugerujący przyjęcie wobec nich określonych postaw.

Do pozyskiwania danych istotnych z punktu widzenia edukacji o ubezpieczeniach społecznych przydatny może być też systematyczny monitoring informacji realizowany przez infobrokerów głównie w odniesieniu do źródeł elektronicznych. W tym kontekście na uwagę zasługuje zwłaszcza monitorowanie internetu i social mediów prowadzone za pomocą takich narzędzi jak Brand24, umożliwiających m.in. analizę emocjonalnego wydźwięku wypowiedzi tekstowych (tzw. analizę sentymentu). W przypadku ubezpieczeń rozwiązania tego typu mogłyby być stosowane w celu określenia rzeczywistego stosunku obywateli do ZUS. Zgromadzone w ten sposób dane, prezentowane w cyklicznych

raportach skierowanych do odpowiednich komórek Zakładu, umożliwiłyby ocenę poziomu zaufania społecznego do ZUS, stanowiąc uzupełnienie dotychczasowej wiedzy z tego zakresu. Uzyskane na podstawie tych badań rezultaty mogłyby stanowić rzetelną podstawę do opracowania pakietu informacji objaśniających zasady działania Zakładu (i samych ubezpieczeń społecznych), przeznaczonych do upublicznienia za pośrednictwem tak tradycyjnych, jak i elektronicznych kanałów komunikacji.

W tym kontekście warto też zwrócić uwagę na możliwość zastosowania kompetencji infobrokerskich w sferze mediów społecznościowych. Na tym polu współpraca z brokerami mogłaby polegać również na zleceniu im krótko- lub długoterminowych (przy większych projektach informacyjnych, zakładających konieczność zgromadzenia i przetworzenia dużych zbiorów danych) aktywności researcherskich, związanych z dostarczaniem i opracowywaniem (tekstowym i graficznym) informacji dotyczących wskazanej problematyki ubezpieczeniowej.

Opracowanie informacji

W odniesieniu do edukacji o ubezpieczeniach społecznych kwestią szczególnej wagi wydaje się być dalsza praca z raz pozyskaną informacją, polegająca na opracowaniu jej w sposób zrozumiały dla odbiorców. W tym zakresie brokerzy informacji mogliby służyć swego rodzaju doradztwem informacyjnym ukierunkowanym głównie na graficzne metody przedstawiania danych. Wśród nowoczesnych form wizualizacyjnych, szeroko wykorzystywanych w branży infobrokerskiej i możliwych do zastosowania także w edukacji o ubezpieczeniach społecznych, na uwagę zasługują przede wszystkim infografiki, charakteryzujące się powszechną zrozumiałością (ze względu na zastosowanie obrazu jako podstawowego środka transmitowania informacji) oraz łatwością udostępniania w sieci. Za ich pomocą możliwe byłoby dotarcie do szerokiego grona odbiorców z klarownym komunikatem, wyjaśniającym m.in. złożone mechanizmy funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych.

Do pozostałych form opracowania informacji, wskazywanych przez studentów jako potencjalnie możliwe do wykorzystania przez infobrokerów podczas realizacji działań edukacyjnych z zakresu ubezpieczeń społecznych, zaliczają się: a) prezentacje multimedialne przygotowywane zarówno na potrzeby środowiska szkolnego, jak i osób planujących rozpocząć działalność gospodarczą, b) tradycyjne raporty infobrokerskie oraz c) bazy danych, zawierające informacje o wiarygodnych punktach pozyskiwania aktualnej wiedzy o ubezpieczeniach społecznych.

Udostępnianie informacji

W sferze udostępniania opracowanej informacji ubezpieczeniowej studenci wyróżnili zarówno formy bezpośrednie, tj. indywidualne i grupowe spotkania z infobrokerami (np. spotkania oraz szkolenia dla obecnych i potencjalnych przedsiębiorców poszukujących szczegółowych informacji na temat ubezpieczeń społecznych), jak i pośrednie, wymagające zastosowania różnego rodzaju kanałów informacyjnych (zwłaszcza oficjalnej

strony ZUS i mediów społecznościowych). Jedną z bardziej interesujących propozycji zgłoszonych w tym obszarze przez studentów było dołączanie opracowanych przez infobrokerów infografik do oficjalnej korespondencji ZUS. Uczestnicy kursu zwrócili także uwagę na możliwość zamieszczania krótkich artykułów poświęconych problematyce źródeł informacji o ubezpieczeniach społecznych na branżowych blogach infobrokerskich oraz w specjalistycznych serwisach internetowych właściwych profesji informacyjnej, takich jak Rynek Informacji⁴².

Działalność szkoleniowa

Za szczególnie istotną formę bezpośredniego udostępniania wiedzy o ubezpieczeniach społecznych studenci uznali szkolenia infobrokerskie, które – ich zdaniem – powinny obejmować przede wszystkim tematykę źródeł informacji ubezpieczeniowej i sposobów ich przeszukiwania. Studenci zaznaczyli, że w tym obszarze odrębne miejsce powinno zostać poświęcone architekturze i zawartości informacyjnej oficjalnej strony ZUS.

Podsumowanie

Przedstawione w artykule obszary wykorzystania kompetencji infobrokerskich w działaniach informacyjno-edukacyjnych z zakresu ubezpieczeń społecznych mają charakter wstępnych propozycji, które – w osobistym odczuciu autorki niniejszej pracy – są warte szczegółowego rozważenia w kontekście poszukiwania innowacyjnych sposobów kształtowania świadomości ubezpieczeniowej Polaków. Choć realizacja części z nich byłaby możliwa z inicjatywy samych infobrokerów, w większości przypadków wdrożenie zaproponowanych rozwiązań wymagałoby współpracy z nadrzędną instytucją, zlecającą brokerom podjęcie konkretnych aktywności informacyjnych. Wydaje się, że rolę tę z powodzeniem mógłby pełnić ZUS, przydzielając profesjonalistom informacji część z samodzielnie realizowanych dotąd zadań obejmujących poszukiwanie, opracowywanie i udostępnianie wysokiej jakości informacji o ubezpieczeniach społecznych. Działalność podejmowana na tym polu przez infobrokerów, bazująca na wykorzystaniu nowoczesnych form i środków przekazu (infografiki, media społecznościowe) dostosowanych do potrzeb i możliwości konkretnej grupy odbiorców, mogłaby w znaczący sposób przyczynić się do podniesienia efektywności dotychczasowych starań Zakładu służących upowszechnianiu wiedzy z zakresu ubezpieczeń społecznych.

42 Zob.: <https://rynekinformacji.pl/> (3.07.2018).

mgr Anna Pieczka
Instytut Historii i Archiwistyki
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie

ŹRÓDŁA

- Bałos I., Cisek S., Januszko-Szakiel A., *Wprowadzenie do infobrokeringu. Wybrane aspekty* [w:] *Zawód infobroker: polski rynek informacji*, red. S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, Kraków 2016.
- Chłoiń-Domińczak A., *Upowszechnianie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych – doświadczenia międzynarodowe* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych*, red. T. Nawrocka-Szczerbik, Kraków 2013.
- Hrabiec-Hojda P., *Specyfika usług infobrokerskich a kompetencje informacyjne infobrokera*, „Bibliotheca Nostra” 2013, nr 1.
- *Krajowy standard kompetencji zawodowych: Broker informacji (researcher) (262204)*, Warszawa 2013, ftp://kwalifikacje.praca.gov.pl/standardy%20kompetencji%20zawodowych/77_262204_broker_informacji_researcher.pdf (30.06.2018).
- Krzewińska A., Grzeszkiewicz-Radulska K., *Klasyfikacja sondażowych technik otrzymywania materiałów*, „Przegląd Socjologiczny” 2013, t. 62, z. 1.
- Nowak E.P., *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 2006, nr 1.
- Ostrowska K., *Udział mediów w procesie edukacji społecznej w zakresie ubezpieczeń społecznych* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych*, red. T. Nawrocka-Szczerbik, Kraków 2013.
- Owsiak B., *Popularyzowanie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2017, nr 1.
- Pogonowski M., *Zadania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2.
- Sułkowska W., *Świadomość społeczna w obszarze ubezpieczeń społecznych w świetle badań naukowych* [w:] *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych*, red. T. Nawrocka-Szczerbik, Kraków 2013.
- Swoboda I., *Jakość informacji* [w:] *Zawód infobroker: polski rynek informacji*, red. S. Cisek, A. Januszko-Szakiel, Kraków 2016.
- *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, red. R. Marczak, Warszawa 2016.

Strony internetowe:

- <https://rynekinformacji.pl> (3.07.2018).
- <http://www.zus.pl/> (3.07.2018).
- zakładka „szkolenia” na Infobrokerska.pl, <https://www.infobrokerska.pl/szkolenia/> (30.06.2018).

Infobrokering in education and information on social insurance – opportunity or necessity?

The article presents the possibilities of the potential use of the professional skills of infobrokers in educational and information activities carried out for disseminating knowledge about social insurance. At the beginning, discussed is the informational dimension of the popularization activities undertaken so far, emphasizing the problems in this area related to incomprehensibility of the information provided and the limited use of modern information and communication technologies (especially the Internet). Cooperation with information brokers whose professional skills and tasks were characterized by their relevance for social insurance education constituted an innovative method of overcoming the difficulties presented. Information barriers, which are interfering with free access to reliable information on social security, were compared with the dissemination activities carried out in this area by the Social Insurance Institution and the competency-task profile of the infobroker. The aim of which was to identify the basic areas of infobroker activity that may prove useful in the process of shaping citizens' insurance awareness. The conclusions from this analysis were extended to students' observations that allowed a detailed list of potential actions of information brokers in education about social insurance to be developed.

Key words: education, infobrokering, information on social security, new technologies, social insurance