

Waldemar Dymarczyk, Rafał Kowalczyk

Przestrzenne aspekty pracy biurowej – analiza dyskusji grupowych

W procesie aranżacji i dostosowywania miejsca pracy nie zawsze należyta uwaga poświęca się potrzebom i oczekiwaniom pracowników, którzy niejednokrotnie są marginalizowani lub wręcz pomijani w dyskusjach na temat projektowanych budynków i aranżacji miejsc pracy.

Tymczasem ich, często niebanalne doświadczenia i spostrzeżenia, nie powinny być ignorowane ani przez projektantów, ani przez kadrę zarządzającą. Analizowana w niniejszym artykule dyskusja (*focus group interview* – FGI) na temat przestrzennych aspektów pracy, może stanowić dobry pretekst dla zwrócenia uwagi na społeczny i kreatywny wymiar planowania przestrzeni pracy.

Metodologiczne aspekty badania

W niniejszym artykule przedstawiono analizę oraz krytyczne wnioski z badania ocen i preferencji dotyczących przestrzeni biurowej, przeprowadzonego w grupach pracowników o różnym stażu pracy oraz studentów – potencjalnych użytkowników przestrzeni biurowych. Badanie zrealizowano na przełomie 2011 i 2012 roku w ramach projektu *Innowacyjne biuro*, na zlecenie ING Banku Śląskiego. Rekrutacja uczestników grup została przeprowadzona przez członków kół naukowych HR Leaders i Spatium, działających na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym UŁ.

Jako metodę realizacji projektu wybrano zogniskowany wywiad grupowy

(FGI). Dzięki zastosowaniu FGI uzyskano materiał, stanowiący dobrą podstawę do dalszych badań w tym kierunku¹⁶. Metodę tę zastosowano ze względu na interakcyjny charakter pozyskiwania informacji, zbliżony do naturalnej dyskusji oraz możliwość skupienia uwagi wokół konkretnej problematyki, a zarazem względnie otwartą formułę. Nie bez znaczenia jest tu także kierunek poszukiwanych informacji, który zmienił się z „horyzontalnego” na „wertikalny”. Innymi słowy, nacisk jest położony nie tyle na „informację konkretną”, charakterystyczną dla typowego „odpytywania”, ile na uzyskanie „informacji kontekstowej” – uwzględniającej wyznawane wartości czy realne potrzeby osób zaangażowanych w konkretne sytuacje i posiadających unikatowe doświadczenia¹⁹.

Rekrutacja do badania została przeprowadzona symultanicznie w dwóch miejscach – w placówce banku oraz w grupach studenckich. Pracowników pozyskano dzięki *gatekeeperowi* („odźwiernemu”), który pośredniczył pomiędzy badaczami a instytucją banku. Natomiast studentów zrekrutowano za pomocą prostych, dobrowolnych formularzy zgłoszeniowych dostępnych na stoisku kół naukowych biorących udział w projekcie.

Badanie zarejestrowano za pomocą urządzeń audiowizualnych, a następnie zapis został poddany szczegółowej transkrypcji. W dalszej kolejności analiza materiału przebiegała z użyciem proce-

dur charakterystycznych dla metodologii teorii ugruntowanej – MTU^{6, 7, 11, 14}). Powodem wyboru tej metody (przy jednoczesnym ograniczającym zastrzeżeniu, że MTU stosowana jest raczej do danych pozyskiwanych systematycznie i zazwyczaj w wieloetapowym procesie), było przeświadczenie o jej „technicznej” użyteczności. Chodzi mianowicie o sposób postępowania z zebrany materiał. O efektywności metody decyduje bowiem między innymi zastosowanie rygorystycznych procedur kodowania, dzięki którym możliwe jest „wniesienie się” na poziom abstrakcyjny i teoretyczny przy jednoczesnym pozostaniu „w kontakcie” z danymi w pierwotnej formie.

Analiza i wyniki badań

Badanie składało się z kilku etapów. W pierwszej kolejności poproszono uczestników o wyrażenie opinii na temat *charakteru pracy w biurze*. Różnica pomiędzy obiema badanymi grupami polegała rzecz jasna na tym, że pracownicy odwoływali się w pierwszym rzędzie do własnych doświadczeń, zaś studenci dokonywali projekcji na podstawie zasłyszanych obiegowych opinii, przekazów medialnych lub własnych oczekiwań. W celu ułatwienia zadania scharakteryzowania pracy biurowej sformułowano kilka pytań pomocniczych:

- Z czym kojarzy się Państwu „praca biurowa”? A właściwie czym dla Państwa jest „praca biurowa”?
- Jakie osoby najlepiej sprawdzają się w pracy biurowej? Dla kogo projektowane są biura?
- Czym jest dla Państwa „biuro tradycyjne”? Czym jest „biuro nowoczesne (innowacyjne)”?
- Z czym kojarzy się Państwu „biuro przyjazne pracownikowi”?
- Co dla Państwa oznacza „prestżowe biuro”?
- Kiedy można powiedzieć, że mamy za mało lub za dużo przestrzeni w pracy?

Szereg początkowych i spontanicznych skojarzeń z pracą biurową w przypadku pracowników dotyczyło artefaktów niezbędnych dla wykonywania przewidzianych zadań. Biuro to miejsce wypełnione *dokumentami, papierami*, wyposażone w liczne *urządzenia: komputery, telefony, kserokopiarki, faksy*. Równie często wspomniano o typowym charakterze wykonywanych czynności. Jest to przede wszystkim: *praca stacjonarna, praca przy biurku, praca siedząca, praca „nie fizyczna”, niekiedy rutynowa, nudna*. Jednocześnie jest to praca, której składnikami są interakcje międzyludzkie; zapośredniczona elektronicznie *łączność ze „światem”* lub bezpośrednio kontakty typu *face-to-face*, które cechuje *towarzystwość*, ale też *działania pozorne*¹⁷, *plotkarstwo i podstuchiwanie*.

Interesującym wątkiem jest konfrontacja pracy biurowej z pracą o charakterze wytwórczym:

„(...) *przychodzimy do prac, do miejsca, gdzie nie ma maszyn produkcyjnych, gdzie nie chodzą ludzie w kombinezonach, w butach typu walonki, tak, gdzie nie ma jakichś urządzeń, takich bardzo skomplikowanych i złożonych, tylko wchodzi się do budynku biurowego, gdzie jest czysto i schludnie, obowiązuje pewien standard ubioru, pracuje się przy biurku, właśnie z nowoczesnym sprzętem elektronicznym typu telefon, komputer, różnego rodzaju urządzenia biurowe, kopiarka, nie koparka, tylko kopiarka (...)*”.

Wypowiedź ta jest nie tylko charakterystyką pracy biurowej, lecz zawiera w sobie również element hierarchizujący. Rozmówca wyraźnie wskazuje, że praca wykonywana przez niego i jego współtowarzyszy jest pracą „lepszą”, bardziej nobilitującą w porównaniu z pracą typowo wytwórczą, wykonywaną w zakładzie produkcyjnym.

Można odnieść wrażenie, że nakreślony przez uczestników badania (pracowników) obraz jest nacechowany perspektywą modernistyczną i dość stereotypowy. Równie dobrze mógłby być dziełem osób

niewykonujących zawodowo pracy biurowej. Należy jednak zwrócić uwagę na kilka faktów. Przede wszystkim starsi stażem pracownicy odwoływali się do własnych doświadczeń i przyzwyczajzeń, co zresztą uwidoczniło się już w przytoczonej wyżej wypowiedzi na temat różnic między pracą biurową i pracą wytwórczą. Także inne wypowiedzi kierują uwagę na refleksje wyniesione z osobistych doświadczeń. Na przykład gdy badani mieli oceniać, kto jest predestynowany do pracy w biurze oraz jaki typ przestrzeni (otwarta vs. zamknięta) sprzyja tego typu pracy, odwołania do przebiegu własnej kariery uwidoczniły się w pełni:

„Ja na przykład pracowałam... no... w innej jakby trochę jednostce i tam miałam, że tak powiem, no swój pokój razem z doradcą, ale jego częściowo nie było. I mi się wydaje osobiście, że to jest kwestia przyzwyczajenia się do otoczenia (podkr. badaczy)... Bo ja... mnie się dobrze pracowało jak miałam ciszę i spokój... i tak dalej”,

„Prawda jest taka, że ja... jak zmieniłam pracę open space na pracę w gabinecie... to bardzo długo nie mogłam się do tego przyzwyczaić. Mnie się źle pracowało bez kontaktu z innymi ludźmi i bardzo długo było tak, że ja zabierałam swoje rzeczy i szłam na ... no do tego pokoju, gdzie pracowali i tam wykonywałam swoją pracę (...) i do tej pory generalnie utrzymuję... taką zasadę otwartych drzwi”.

„Jedna to jest taka praca gabinetowa, w zaciszu... własnego... nie wiem pokoiku, a druga to praca taka jak my wykonujemy na takich biurach open space. I tutaj... kłaniają się różne predyspozycje ludzi, którzy są bardziej predestynowani do tych dwóch typów prac”.

Można zauważyć, że po pierwszych, silnie stereotypowych skojarzeniach, kolejne uwzględniało kontekst pracy i własne unikatowe doświadczenia. Należy przy tym zwrócić uwagę na fakt, że brak takich doświadczeń implikuje konieczność

odwołania się do pewnych „kalek” kulturowych, którego to terminu (zapożyczonego z językoznawstwa) używamy w celu podkreślenia dosłowności zwerbalizowanych charakterystyk rzeczywistości biurowej w odniesieniu do istniejących obrazów medialnych lub obiegowych opisów:

„Ja mam skojarzenie może takie bardziej filmowe, bo jeszcze mam krótki tutaj staż w pracy, pracy biurowej i właściwie praca biurowa kojarzy mi się bardziej z takimi pomieszczeniami... dużo stanowisk, dużo ludzi, którzy tak właśnie pracują”.

„Komedie z czasów PRL-u, tak? Siedzą dwie panie i... generalnie nic nie robią, robią na drutach, tak, rozmawiają, kawka, ciasteczko i podłuchiwanie co tam szef za drzwiami”.

To, co było charakterystyczne dla wypowiedzi młodych stażem pracowników, jeszcze wyraźniej wybrzmiało w przypadku studentów. Osoby te nie miały żadnego lub ledwie sporadyczne doświadczenie z rzeczywistością biurową. Stąd ich wyobrażenia i sądy opierały się na stereotypach i miały zdecydowanie pejoratywny wydźwięk. Opisy antycypowanej rzeczywistości biurowej są często zwerbalizowanymi obrazami („kalkami”) znanymi z przekazów medialnych:

„Mnie się kojarzy z filmami amerykańskimi i wściekłymi pracownikami (...). Takich, co po dziesięciu godzinach pracy powiedzmy tamią sobie klawiaturę na głowie”,

„... à propos oglądanych filmów mi się przypomniało, prawda, no i Matrix i to jak główny bohater pracował w typowym amerykańskim biurze, prawda, w boksach i tak dalej”.

„Takim moim pierwszym skojarzeniem jest rutyna, normowany czas pracy”.

„Praca umysłowa, choć niekoniecznie intelektualna powiedzmy sobie szczerze, bo często jest to robotyzm i powtarzanie schematów”.

Stereotypowe – „filmowe” i pejoratywne skojarzenia, które wybrzmiewały w przypadku obu grup, nie powinny zanadto dziwić. Samo pytanie: *Z czym kojarzy się praca biurowa?* zachęca do odwołania się do utrwalonych obrazów, ugruntowanych przez środki masowego przekazu i obowiązujący (szczególnie w polskiej rzeczywistości) dyskurs na temat pracy biurowej, urzędniczej, „nie wytwórczej”. Ważne jest jednak odnotowanie określonej kolejności skojarzeń i „skali emocjonalności” wyrażanej przez uczestników badania. Fakt, iż wypowiedzi doświadczonych pracowników rozpoczynały się od pozbawionego szczególnych emocji wyciszenia artefaktów pracy biurowej i czynności podejmowanych wobec i w przestrzeni wypełnionej artefaktami, ma określone znaczenie. Zwłaszcza, gdy porównamy te relacje z pierwszymi skojarzeniami młodych adeptów służby urzędniczej i studentów.

Człowiek „zakorzeniony”, czy też „zamieszkujący” określoną rzeczywistość^{2, 12)} jest naturalnie skłonny do opisanie owej rzeczywistości jako „miejsca naturalnego”, czyli „danego-jako-takie” – *taken for granted*²¹⁾. Skoro zaś jest to miejsce znane i „oswojone”, to konsekwencją tak zdefiniowanej sytuacji będzie na przykład podjęcie pracy naprawczej (*remedial work*) w sytuacji, gdy któryś z członków zespołu zachowa się w sposób świadczący o niepełnej internalizacji reguł interakcyjnych:

„– i bardzo ważny przedmiot w biurze, o którym zwłaszcza tutaj mówił B., czyli kserokopiarka, bez której tak naprawdę to żaden dzień pracy...

– To urządzenie wielofunkcyjne, a nie kserokopiarka!

– A przepraszam najmocniej
(śmiech uczestników spotkania)

– Ale Pan zdyscyplinował...”.

Zacytowana wyżej „wymiana naprawcza” (*remedial interchange*) była podjęta wobec młodego pracownika, który użył

niewłaściwego terminu, a tym samym zdradził się jako osoba nie w pełni profesjonalna, co w konsekwencji mogłoby rzutować na takie postrzeganie grupy i grozić utratą twarzy nie tylko tego, kto popełnił *faux pas*^{8, 9)}.

Doświadczenie i profesjonalizm, wyrażające się m.in. w internalizacji norm związanych z pracą urzędnika banku (tu: dbałość o dyskrecję i bezpieczeństwo firmy i klienta), przełożyło się na ocenę przestrzeni typu *open space*. Zdaniem badanych ten rodzaj organizacji biura stoi w sprzeczności z koniecznością zachowania tajemnicy bankowej:

„Zresztą było tam jeszcze takie rozwiązanie (*open space* – przyp. badaczy), że tam miał dostęp nasz klient, który przychodził... a który, no niestety nasze dokumenty są raczej poufne, tak, on zaglądał w te dokumenty... mimowolnie, tak, niecelowo”.

Chociaż rozmówcy kilkakrotnie wskazywali na zalety biura otwartego (niekiedy pozytywnie wspominali czas, gdy pracowali w takim miejscu), to etos urzędnika bankowego wydawał się dominować nad innymi argumentami. Często można było odnieść wrażenie, że kwestia bezpieczeństwa i komfortu pracy z klientem są wartościami głęboko zinternalizowanymi:

„(...) i to właśnie zapewnienie bezpieczeństwa pewnego i dyskrecji naszej pracy, a jednocześnie pełen komfort w kontakcie z klientem. (...) Czy ten klient przychodzi z reklamacją, czy on przychodzi ... w innej sprawie, to... dobrze jest, jeśli można z nim rozmawiać nie będąc obserwowanym przez dwadzieścia par oczu... tak? I to, że nie wiem, nie staje na środku i nie opowiada dowcipów, tak, wszystkim wokoło (...).”

Poufność kontaktu, zachowanie właściwej postawy, etykieta (wyrażana także poprzez odpowiedni *dress code*), to powtarzające się motywy narracji uczestników badania. Można tu zapewne mówić o swoistym *habitusie* urzędnika, zwłaszcza

w znaczeniu, jakie we wczesnym okresie twórczości przypisywał temu pojęciu Pierre Bourdieu¹⁾. Pracownicy, zwłaszcza ci legitymujący się większym stażem, komunikowali wyraźnie, że właściwe zachowanie względem klientów i samych siebie możliwe jest jedynie w przestrzeni zapewniającej odpowiedni poziom dyskrecji i komfortu.

Narracja urzędników na temat przestrzeni pożądanej i tej wyobrażonej (*biuro idealne, nowoczesne, innowacyjne, prestiżowe*), również nacechowana była troską o bezpieczeństwo transakcji biznesowych i dobre relacje z klientem. Warunkiem spełnienia powyższych standardów jest sytuacja, gdy: *Wszystko jest takie zaplanowane... Jest przemyślane. Chodzi zatem o uporządkowanie i przewidywalność. Ważne jest również odpowiednie, zapewniające efektywne wykonywanie zadań, wyposażenie: nowoczesne komputery i urządzenia biurowe i ergonomiczne zorganizowanie przestrzeni pracy oraz wyposażenie biura w udogodnienia socjalne:*

„Bardzo źle pracuje się, jeśli na zbyt małej powierzchni siedzi zbyt dużo osób lub stoi tam zbyt dużo mebli (...). Jeśli jest zbyt wiele przedmiotów... szczególnie takich, które nie są wykorzystywane, są niepotrzebne”.

„Ważne akurat dla mnie osobiście jest miejsce nie tylko do pracy, ale również takie, gdzie mogłabym coś zjeść, gdzie mogłabym na chwilę wyjść (...) Tak jak tutaj mamy zapewniony pokój, tak zwany „chillout room” (...), czasem też mamy potrzebę żeby usiąść i nie wiem, zjeść, odgrzać sobie zupę (...), i jak człowiek jest najedzony to też lepiej pracuje”.

Tak więc wyobrażenia zawodowych urzędników mają wyjątkowo utylitarny i pragmatyczny charakter. Trawestując słynną maksymę Le Corbusiera – „dom – maszyną do mieszkania”, można w tym przypadku zmienić w hasło: „biuro – maszyną do pracy”.

Studenci, choć w wielu momentach dyskusji również podkreślali fakt, że przestrzeń biura ma przede wszystkim służyć efektywnej pracy, to kwestię „nowoczesności” czy „innowacyjności” pojmowali inaczej. W ich wypowiedziach o wiele silniej eksponowane było oczekiwanie, że taka przestrzeń ma przede wszystkim ułatwiać interakcje pomiędzy współpracownikami:

„Nowe chyba lepiej wykorzystują całą przestrzeń. Jeśli są większe, nie ma tych ścian, więcej ludzi może usiąść przy takim jednym biurku...”.

„Myślę, że jakaś wspólna praca w sensie, że nie pracujemy właśnie sami, w swoim pokoju, tak, częściej się konsultujemy, rozmawiamy więcej”.

„Albo teraz częściej pracuje się nad projektami, tak, w związku z tym wiadomo, że to wymusza automatycznie kontakty z innymi. Taka praca zespołowa”.

Ta „romantyczna” wizja biura – agory nie powinna dziwić. Młodzi ludzie, nieobarczeni jeszcze koniecznością wykonywania rutynowej, niekiedy nudnej – i bywa, wykonywanej pod presją czasu – pracy, są skłonni postrzegać przyszłe miejsce zatrudnienia jako miejsce, w którym intensywność i jakość interakcji będzie podobna jak w grupie studenckiej czy kręgu przyjacielskim, co nie zawsze musi być atrakcyjne dla osób starszych³⁾. Jednocześnie jednak ta „naiwna” wizja ma swoje zalety. Pomaga generować pomysły, które realnie sprzyjają komunikacji i poprawiając jakość przestrzeni wpływają pozytywnie na jakość pracy:

„Jeszcze z takimi elementami przestrzennymi jak patio, dziedziniec, jakieś miejsce, gdzie jest więcej zieleni”.

„Mnie się wydaje jeszcze, że nowoczesne biuro powinno się charakteryzować tym, że jest bardziej, nazwijmy to konfigurowalne, że powiedzmy osoba (...) może sobie w pewien sposób manewrować powiedzmy sprzętem, który tam jest, żeby dopasować do swoich upodobań”.

„ (...) *jak w starych biurach, ludzie dostosowują się do warunków i są w biurowcu, ale tutaj możemy biurowiec dostosować do... do potrzeb... do potrzeb ludzi* (podkr. badaczy)”.

Kolejnym zadaniem, przed jakim postawiono uczestników badania, była jedna z technik projekcyjnych, tzw. personifikacja^{10, 19}. Wybór tej techniki był podyktowany m.in. poprzez fakt, że aktorzy społeczni „zasiedziali” w określonej przestrzeni (tu: miejsce pracy), używają wysoce skonwencjonalizowanych, zazwyczaj dość zdawkowych narracji na temat tejże przestrzeni. Przestrzeń traktowana jest zazwyczaj jako tło podejmowanych działań, nie zaś jako byt, który poddawany jest głębszej refleksji. Personifikacja ma w tym wypadku tę zaletę, że pozwala uczestnikom badania spojrzeć „świeżym okiem” na własne otoczenie. Po wtóre, i być może ważniejsze, skłania aktorów społecznych do stosowania analogii i myślenia metaforycznego, co w efekcie sprzyja odkrywaniu takich cech i charakterystyk przestrzeni, które w pobieżnym lub zrutynizowanym oglądzie nie są uświadamiane^{5, 20}.

Przedstawione zadanie brzmiało: *Proszę wyobrazić sobie, że biuro, w którym Państwo pracujecie (w przypadku studentów – przyszłe biuro) jest człowiekiem. Kim on jest? Czy jest to mężczyzna, czy kobieta? W jakim jest wieku? Czy ma rodzinę, dzieci, czy jest samotnikiem? Jak wygląda? Czym się zajmuje?*

Podstawowe założenie dotyczące projekcji mówi, że osoba dokonująca tego rodzaju zabiegu rzutuje własne cechy, motywy i potrzeby na obiekt zewnętrzny. Można przypuszczać, że w analizowanej sytuacji działo się podobnie. Na przykład, niemal we wszystkich przypadkach „biuro-osoba” było tej samej płci, co autor wypowiedzi. Ponadto w przypadku pracowników, których wiek jak i sytuacja rodzinna były zróżnicowane, cechy te

znajdowały często swój odpowiednik w charakterystyce wyimaginowanej osoby. Tak więc w przypadku niniejszego zadania można częściej mówić o projekcji jaźni, oraz wyobrażonych atrybutach idealnego pracownika biura i oczekiwaniach wobec pełnionej roli, nie zaś o cechach biura jako takiego. Jednocześnie jednak imaginacje zawierają zapewne również opinie lub oczekiwania wobec tożsamości i wizerunku miejsca pracy.

Opisy dokonywane przez badanych zawierają kilkadziesiąt różnego rodzaju określeń i atrybutów „biura-osoby”, jednakże pewne cechy, a zwłaszcza ich zestawienia i wzajemne relacje pozwalają wygenerować dominujące wzory:

1.

Biuro, w którym pracują badani (w grupie rozmówców dominowały panie), to najczęściej *kobieta sukcesu*, typ *business woman*. Jest *ambitna, komunikatywna, dynamiczna, odważna, profesjonalna, konkretna, zorganizowana, nowoczesna* i „*nie boi się techniki*”. To jednocześnie osoba, która potrafi budować i utrzymywać relacje z innymi: „*otwarta na ludzi*” i *przyjazna*. Dbą o siebie, odpowiada współczesnym kanonom fizycznej atrakcyjności i potrafi zarządzać własnym wizerunkiem: jest *szczupła i wysoka, elegancka, dobrze ubrana w „strój biznesowy, perfekcyjny, ale z naciskiem na elementy kobiece*”, nosi *garsonkę* lub „*marynarkę podkreślającą kobiecość*”, *spódnicę* oraz „*bardzo wysoki obcas*”. Nosi też *okulary* „*bo to dobrze buduje image*”. To jednocześnie kobieta potrafiąca utrzymać równowagę pomiędzy życiem osobistym a pracą: „*ma rodzinę, ale umie to łączyć; pracę w biurze z jakimiś tam obowiązkami domowymi*”.

2.

Również kobieta, ale w przeciwieństwie do swej poprzedniczki, to osoba o mocnej konstrukcji fizycznej, co sugeruje, że jest *potężna, silna i władczą*, „*co świadczą ma o dobrobycie*”, ale również stanowi oparcie dla innych pracowników; „*ma co*

Rysunek 1 **Priorytety pracowników**

jeść i daje też innym”. Otoczona „gromadką dzieci” dba o to, by nic złego nie stało się jej podopiecznym. To „Matka-Bank” (sic!).

3.

Nie jest wykluczone, że jest jednak mężczyzną. Przybiera konkretną postać Richarda Bransona, prezesa Virgin Group, który „*uprawia kite-surfing ze swoją nagą młodą żoną na plecach...*, ten facet byłby dobrym odwzorowaniem naszego budynku. To jest taki mężczyzna w sile wieku 50-60 lat, ale taki trochę szpaner, taki trochę nastawiony na prestiż, zadbany, elegancki”.

Można mniemać, że znaczna część charakterystyk jest projekcją cech lub oczekiwań wobec własnej osoby. Także wzoru osobowego, jaki dominuje w badanej instytucji. To lista bardzo konkretnych wskazówek, jak postawy, zachowania i wygląd powinny kojarzyć się z pracownikiem banku. Jednak to także

projekcja oczekiwań (punkt 2) wobec firmy. Bank personifikowany pod postacią jungowskiego archetypu „Wielkiej Matki”, to instytucja, która ma zapewnić bezpieczeństwo i dobrobyt swoim „dzieciom”¹³⁾. Nie brak wreszcie niezbyt pochlebnej oceny wizerunku instytucji, jako fasadowego i „na pokaz”.

Z kolej w studenckich personifikacjach można w zasadzie mówić o jednym, dominującym, wzorze: To osoba (mężczyzna lub kobieta w zależności od płci rozmówcy) młoda, potrafiąca zarządzać swoim wizerunkiem: *dobrze ubrana, elegancka, o dużej kulturze osobistej, stylowa i zadbana*, a także *powściągliwa i uporządkowana*. Raczej nieobarczona obowiązkami rodzinnymi: *niezależna, w związku partnerskim (ewentualnie rozwodnik lub wdowiec)*, a zatem *mobilna i otwarta na zmiany, mająca czas dla siebie i swojego hobby*. To także osoba pielęgnująca relacje z innymi: *towarzyska, mająca grono*

Rysunek 2 **Priorytety studentów**

Rysunek 3 Czynniki utrudniające pracę – pracownicy



przyjaciół. Kompetentna i profesjonalna: punktualna, sumienna, wszechstronna, inteligentna, kreatywna i nowatorska. O wysokich standardach etycznych. Przy tym obdarzona takimi cechami charakteru, jak: nieustępliwość i odwaga. Również wpisująca się w cywilizacyjne trendy: przyjazna dla otoczenia i ekologiczna.

Ten pozytywny obraz stanowi zapewne kompilację własnych cech badanych oraz antycypację oczekiwań wobec osoby zatrudnionej w profesjonalnym środowisku nowoczesnej organizacji.

Ostatnia spośród relacjonowanych części badania miała na celu rozpoznanie konkretnej listy życzeń, dotyczących niezbędnego wyposażenia i organizacji przestrzeni biura oraz tych sytuacji i artefaktów, które są postrzegane jako niesprzyjające pracy i realizacji powierzonych pracownikowi zadań. Zadano w tym przypadku dwa pytania otwarte w postaci

niedokończonych zdań:

a. Nie wyobrażam sobie mojego (w przypadku studentów – przyszłego) miejsca pracy (tu: biura) bez...

b. W biurze na pewno będzie mi przeszkadzać...

Oczekiwania wobec przestrzeni biurowej dobrze ilustrują tzw. „chmury słów”. Pozwalają one zauważyć priorytety, a także podobieństwa i różnice w obu badanych grupach:

Funkcjonariusze korporacji nie wyobrażają sobie pracy przede wszystkim bez urządzeń, wyposażenia i sprzętów oraz ludzi (rozumianych w kategoriach właściwych relacji międzyludzkich). W sumie – tych fenomenów, z których składa się codzienna praca, a ich brak lub niedostatek uniemożliwiają wykonywanie zadań. To ewidentnie pragmatyczny sposób postrzegania przestrzeni organizacyjnej. Stu-

Rysunek 4 Czynniki utrudniające pracę – studenci



denci to osoby, dla których codzienność nie oznacza jeszcze wielogodzinnych, rutynowych interakcji z innymi ludźmi i przedmiotami¹⁵⁾, problem przyszłej pracy sprowadza się do kwestii komfortu psychicznego – zachowania autonomii w obliczu perspektywy poświęcania własnego czasu dla organizacji.

Niewielkie natomiast różnice można zaobserwować w odniesieniu do potencjalnych (studenci) i zapewne doświadczonych (pracownicy) czynników utrudniających wykonywanie pracy.

Hałas, bałagan, niewłaściwa temperatura (fizyczne aspekty przestrzeni) oraz niewłaściwe relacje ze współpracownikami, to bóleczki, które są identyfikowane zarówno przez pracowników, jak i studentów. Pewna różnica dotyczy charakteru niewłaściwych relacji międzyludzkich. Studenci antycypowali tego rodzaju problemy raczej w kontekście zaplanowanej kariery i przeszkód, jakie w realizacji teje mogą stanowić „inni” (np. „wyścig szczurów”, plotkowanie, dwulicowość). Priorytetowe, choćby nawet instrumentalne lub naiwne, traktowanie relacji międzyludzkich jako kluczowej cechy pracy,

jest przywilejem wieku. Warto mieć to na uwadze.

Podsumowanie

Dyskusje na temat przestrzennych aspektów pracy (tu: biurowej) ujawniają kreatywność i refleksyjność realnych lub potencjalnych użytkowników przestrzeni organizacyjnych. Doświadczenia i opinie mogą okazać się inspirującymi wskazówkami dla kreatorów owych przestrzeni; miejsc i obszarów pracy. Pamiętać należy bowiem, że o ile praca projektanta i inwestora może zakończyć się na etapie sfinalizowania inwestycji, o tyle realni i potencjalni (przyszli) pracownicy mają swoje oczekiwania i pragnienia względem przestrzeni, którą użytkują (mają użytkować) na co dzień⁴⁾. Nierzadko dysponują unikatową wiedzą. Wiedzą często ukrytą (*tacit knowledge*), która jest tak samo ważna, jak racjonalne i utrwalone lub wynikające z mody zasady projektowania przestrzeni pracy.

Artykuł stanowi również propozycję metodologiczną. Pewną „instrukcję” lub inspirację dla przyszłych badaczy przestrzennych aspektów pracy.

Bibliografia:

1. Bourdieu P., *Intellectual Field and Creative Project*, “Social Science Information”, 1968, No. 8.
2. Buczyńska-Garewicz H., *Miejsca, strony, okolice. Przyczynek do fenomenologii przestrzeni*, Universitas, Kraków 2006.
3. Chappell E., *Space: Defending the Cubicle*, 2012, dostęp 30 września 2013, <http://www.etsy.com/blog/en/2012/office-space-defending-the-cubicle/>.
4. Dymarczyk W., *Janusowe oblicze organizacji, czyli w labiryncie metaforycznych obrazów architektury biznesu*, [w:] *Architektura przymusu*, Ferenc T., Szczepański M. (red.), Fundacja Bęc Zmiana, Poznań 2013.
5. Glaser B., *Theoretical Sensitivity*, The Sociology Press, San Francisco 1978.
6. Glaser B., Strauss A., *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine, Chicago 1967.
7. Goffman E., *Relacje w przestrzeni publicznej*, PWN, Warszawa 2011, s. 125-233.
8. Goffman E., *Rytuał interakcyjny*, PWN, Warszawa 2006, s. 19-24.
9. Gorbaniuk O., *Personifikacja marki. Perspektywa psychologiczna i marketingowa*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011.
10. Gorzko M., *Procedury i emergencja. O metodologii klasycznych odmian teorii ugruntowanej*, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin 2008.
11. Heidegger M., *Budować, mieszkać, myśleć*, [w:] *Budować, mieszkać, myśleć. Eseje wybrane*, Heidegger M., Czytelnik, Warszawa 1977.

12. Jacobi J., *Psychologia C.G. Junga*, Wydawnictwo Wodnika, Warszawa 1993.
13. Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa 2000.
14. Konecki K., *Zapomniani aktorzy społeczni. Interakcje z przedmiotami, interakcje z naturą, czyli kilka słów o nowym „przedmiocie/podmiocie” analizy socjologicznej*, [w:] *Ludzie i nie ludzie. Perspektywa socjologiczno-antropologiczna*, Mica A., Łuczeczko P. (red.), Wydawnictwo Orbis Exterior, Pszczółki 2011.
15. Lisek-Michalska J., Daniłowicz P., *Zogniskowany wywiad grupowy. Studia nad metodą*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2007.
16. Lutyński J., *Nauka i polskie problemy. Komentarz socjologa*, PIW, Warszawa 1990.
17. Maison D., *Jakościowe metody badań marketingowych*, PWN, Warszawa 2010.
18. Maison D., *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, PWN, Warszawa 2001, s. 56.
19. Morgan G., *Obrazy organizacji*, PWN, Warszawa 1997.
20. Schutz A., *The Structures of the Life-World*, [in:] *Studies in Social Theory, Collected Papers*, Vol. III, Schutz I. (ed.), Nijhoff, The Hague 1970, pp. 120 i nast.
21. Strauss A., Corbin J., *Basics of Qualitative Research*, Sage, London 1990.
22. Urbanowicz B., *Wpływ teorii organizacji pracy na przestrzeń biurową*, „Architecturae et Artibus”, 2011, Nr 4.

Dr **Waldemar Dymarczyk**, socjolog, adiunkt w Katedrze Socjologii Organizacji i Zarządzania, Uniwersytet Łódzki.

Mgr **Rafał Kowalczyk**, Uniwersytet Łódzki.