

Agata GAWLAK*, Adriana CHODZYŃSKA**

WPLYW TEORII ORGANIZACJI PRACY NA PRZESTRZEŃ BIUROWĄ. PROJEKTOWANIE WYSOKOSPECJALISTYCZNYCH WNĘTRZ BIUROWYCH W OPARCIU O WYNIKI BADAŃ NAUKOWYCH

Badania partycypacyjne ukierunkowane, wykorzystujące metodę *user experience*, pozwalają na kreowanie bardzo precyzyjnych rozwiązań projektowych w szczególnie specyficznych funkcjonalnie wnętrzach architektonicznych, w tym biurowych. Artykuł prezentuje wyniki badań przeprowadzonych w 2023 r., których celem była ocena preferencji oraz potrzeb przestrzennych pracowników branży *gamedev* w środowisku ich miejsca pracy, obejmujących również aspekty personalizacji oraz stylu pracy. Jako obszar badań wskazano sektor *gamedev* (*game development*), zajmujący się produkcją oraz dystrybucją gier wideo na różne platformy. Badanie było realizowane w oparciu o autorski formularz sondażowy wśród międzynarodowej grupy respondentów. Efektem przeprowadzonych badań był projekt koncepcyjny architektury wnętrz przestrzeni biurowej dla wieżowca Silver w Poznaniu, co stanowi o aplikacyjnym charakterze przeprowadzonych badań. Nowe technologie wpływają na intensywny rozwój nowych branż, które z kolei katalizują rozwój nowych potrzeb przestrzennych wymagających zidentyfikowania i opisanie. Biorąc pod uwagę wszystkie wyniki badań, jak również wcześniejsze studia literaturowe, należy zauważyć wyraźną zależność pomiędzy kreatywnością pracownika a przestrzenią, która go otacza.

Słowa kluczowe: architektura wnętrz, obiekty biurowe, branża kreatywna, metody sondażowe, partycypacja, *user experience*, POE

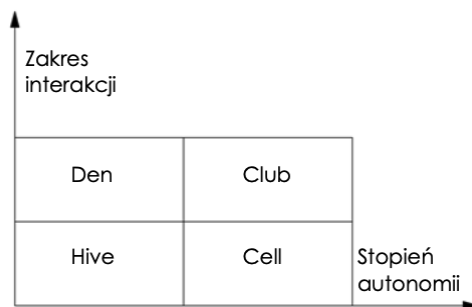
* Politechnika Poznańska, Wydział Architektury, Instytut Architektury Urbanistyki i Ochrony Dziedzictwa. ORCID: 0000-0002-6234-7953.

** Politechnika Poznańska, Wydział Architektury, Instytut Architektury Urbanistyki i Ochrony Dziedzictwa. ORCID: 0009-0000-2434-4316.

1. WPROWADZENIE

1.1. Obiekty biurowe

W Polsce dynamiczny wzrost powierzchni biurowych odnotowano w latach 90. XX w. Po okresie PRL-u zasoby biurowe nie były niestety zbyt liczne oraz niepozbawione wad. Budynki były na niskim poziomie technicznym, miały standard zbliżony do Europy Zachodniej z lat 50. Symbolem nadrabiania tych zaległości stał się tzw. warszawski Mordor. W czasach PRL-u istniała tam dzielnica przemysłowo-składowa o powierzchni ok. 260 ha. Zakończenie działalności ówczesnych przedsiębiorstw spowodowało na rynku nieruchomości wysyp atrakcyjnych, uzbrojonych terenów w bardzo dobrej lokalizacji. Duży wzrost budowlany doprowadził do powstania zagłębia biurowego. Francis Duffy, jeden z najbardziej znanych i cenionych brytyjskich architektów, zaprezentował w latach 70. w swojej książce *The New Office*, która odbiła się szerokim echem, koncepcję stylów pracy charakterystycznych dla przedstawicieli poszczególnych grup zawodowych. Jego zdaniem każdemu z wymienionych stylów powinno towarzyszyć właściwe ukształtowanie powierzchni biurowej. Punktem odniesienia, który przyjął, jest schemat macierzy zawierającej dwie zmienne. Pierwsza zmienna to stopień autonomii analizowanej grupy osób, natomiast druga to ich zakres interakcji ze współpracownikami. Poszczególne zmienne odnoszą się do czterech rodzajów przestrzeni, które określił jako: Den, Hive, Cell oraz Club. Celem jest zapewnienie pracownikom typu przestrzeni odpowiadającego ich specyfice pracy.



Rys. 1. Macierz przestrzeni biurowych Francisa Duffy'ego [Sidor-Rządkowska 2021]

Den jest strefą, której cechy charakterystyczne stanowią dostosowanie do działań z dużą ilością interakcji pomiędzy pracownikami oraz dość niski poziom autonomii poszczególnych członków zespołu. Jest to strefa przeznaczona dla takich osób, jak: projektanci, architekci czy niektórzy przedstawiciele branży związanej z mediami. Istotna jest swoboda komunikacji, czemu mają pomagać otwarte przestrzenie

z dużymi stołami, przy których można praktykować pracę grupową. Oprócz tego Duffy podkreśla konieczność zaplanowania mniejszych pomieszczeń, w których odbywają się swobodne dyskusje w mniejszym gronie.

Hive to strefa, która charakteryzuje się jednocześnie niskim stopniem autonomii, jak i niewielką liczbą interakcji. Zdaniem autora jest to strefa przeznaczona np. do pracy typu *call centers*, polegającej głównie na wprowadzaniu danych do systemu. Istotne jest podzielenie przestrzeni, wydzielenie tzw. podprzestrzeni, co będzie sprzyjało niezakłóconej realizacji zadań.

Cell – w tej strefie mamy do czynienia z dużym stopniem autonomii oraz niewielką ilością interakcji. Przestrzeń ta sprzyja skupieniu oraz koncentracji, co świetnie sprawdzi się dla takich specjalizacji jak np. pracownicy księgowi lub naukowci. Nazwa *cell*, oznaczająca komórkę, oczywiście nie jest przypadkowa. Nawiązuje ona do możliwości pracowania w spokoju w prywatnej, przeznaczonej dla każdego pracownika przestrzeni.

Club – ostatnia ze stref zaproponowanych przez autora – wyróżnia się zarówno wysokim stopniem autonomii, jak i dużą liczbą interakcji pomiędzy pracownikami. Wybierając nazwę strefy, Duffy sugerował się porównaniem jej do angielskiego klubu dla dżentelmenów, który charakteryzuje się różnorodnymi pomieszczeniami zamkniętymi, jak i otwartymi. Pozwalają one na zapewnienie pracownikom różnych form aktywności. Zaprojektowana w ten sposób przestrzeń jest świetnym rozwiązaniem dla pracowników branży kreatywnych.

Na początku XXI w. mocno skupiono się na odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób można stworzyć przestrzeń pracy, która będzie przyjazna dla coraz bardziej mobilnych pracowników wiedzy. To sformułowanie rozumiane jest jako wykonywanie obowiązków poza biurem. Jeremy Myerson i Catherine Greene wychodzą z założenia, że poszczególne jednostki różnią się pomiędzy sobą jedynie stopniem wspomnianej mobilności. Dochodząc do takich wniosków, autorzy wyróżnili cztery rodzaje pracowników: *the anchors* (kotwice), *the connectors* (łącznicy), *the gatherers* (zbieracze), *the navigators* (żeglarze).

W Polsce istotne znaczenie w procesie przygotowania przestrzeni biurowych do pracy w czasie nowej normalności mają wytyczne Bezpieczeństwo i ochrona zdrowia osób pracujących w czasie epidemii COVID-19, które opracowane zostały przez Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy (CIOP-PIB). Wspomniane wytyczne przygotowano w maju 2020 r. w porozumieniu z Głównym Inspektorem Pracy z wykorzystaniem materiałów Komisji Europejskiej, Europejskiej Agencji Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy (EU-OSHA) oraz Federalnego Ministerstwa Pracy i Spraw Socjalnych.

Osoby odpowiedzialne za przygotowanie wytycznych podzieliły środki ograniczające ryzyko związane z narażeniem na SARS-CoV-2 na kilka rodzajów różnych grup. Biorąc pod uwagę bezpieczny powrót do biur, szczególnie ważne są trzy z nich:

1. Zapewnienie dystansu fizycznego.
2. Ograniczenie kontaktów bezpośrednich z osobami spoza organizacji.
3. Przestrzeganie zasad higieny w miejscu pracy.

Pośród zasad, które zapewniają bezpieczeństwo i minimalizują ryzyko zakażenia w przestrzeni biurowej, wskazano m.in.:

- indywidualne rozkłady czasu pracy przy podziale pracowników na mniejsze grupy,
- rotacyjne godziny przerw,
- umiejscowienie stanowisk w odległości wynoszącej minimum 2 m, przy czym zalecane jest, aby w miarę możliwości pracownicy byli odwrócenii do siebie plecami,
- wprowadzenie zasad dotyczących korzystania z ciągów komunikacyjnych (schody, windy itp.), np. przez wprowadzenie ruchu jednokierunkowego czy ograniczenie liczby osób równocześnie korzystających z windy,
- zasady postępowania w przestrzeniach, w których gromadzą się duże skupiska osób,
- zastosowanie przezroczystych przegród ze szkła lub tworzywa sztucznego, które oddzielają pracowników od klientów,
- stosowanie środków ochrony indywidualnej (np. maseczki, płyny do dezynfekcji itp.).

1.2. User experience

Zjawisko *design user experience* jest częścią ogólnego nurtu o nazwie *design thinking* (DT). Należy go identyfikować z ujmowaniem procesu projektowego w sposób kompleksowy, stawiający na pierwszym miejscu potrzeby oraz zachowania przyszłego klienta / użytkownika. Tego typu podejście stanowi idealny przykład dla wyzwania, intensyfikowania i podtrzymywania kreatywności niemal we wszystkich dziedzinach życia ludzkiego. Pojęcie *design thinking* skoncentrowane jest na procesie intelektualnym, niezbędnym do rozwiązania istniejącego problemu, stanowiącym podstawę działań projektowych. Za twórcę sposobu rozumienia zjawiska DT jako kreowania procesu myślowego w pracach projektowych uznaje się Davida Kelleya. Ten profesor Stanford University w 2005 r. powołał do życia firmę IDEO, która w swoich działaniach realizuje założenia opracowanej metody, czego efektem było jej rozpowszechnienie. Na samym początku zjawisko *design thinking* skupiało się przede wszystkim na rozwoju produktu. Z czasem jednak zostało ono poszerzone o różne formy projektowania od usług, przez kreowanie strategii, aż po tworzenie innowacji mających charakter społeczny. Można uznać, że bardzo trafną definicją opisywanej filozofii myślenia projektowego jest ta stworzona przez Thomasa Lockwooda, który postanowił porównać je ze skoncentrowanym na człowieku procesie innowacji, który kładzie nacisk na obserwację, współpracę, szybkie uczenie się, wizualizację pomysłów, szybkie prototypowanie koncepcji połączone z równoczesną analizą biznesową.

Kolejnym krokiem było wyodrębnienie z procesu myślenia projektowego kilku poszczególnych etapów. Procesowi rozwiązywania zastanych problemów nadano strukturę nazwaną „Stanfordzkim modelem DT”, która ujęta została w kilku fazach:

- Empatyzacja, czyli wnikliwe i uważne rozpoznanie potrzeb, które oparte jest na obserwacji zarówno samych zachowań, jak i ich kontekstów oraz przyczyn. Pełni ona funkcję procesu poznawczego.
- Generowanie pomysłów, które w zamyśle polega na tworzeniu szerokiej gamy potencjalnych rozwiązań zauważonego problemu.
- Budowanie prototypów ma na celu zmaterializowanie pomysłu, co jest pomocne w ocenie jego przydatności i funkcjonalności oraz pozwala poddać je wszelakim testom.

Na chwilę obecną jesteśmy w stanie wyróżnić kilka tego typu modeli. Wszystkie mają wspólną cechę, jaką jest strukturyzowanie pracy intelektualnej. Odbywa się to na podstawie psychologicznych uwarunkowań procesu kreatywności. Patrząc z tej perspektywy, zjawisko *design thinking* jest świadomym wprowadzeniem reguł, które diagnozowano jako typowe dla naszego procesu kreatywności. Dzięki temu możemy z nich korzystać podczas rozwiązywania niemal wszelkiego rodzaju problemów.

Zasady przyjęte dla *design thinking* są możliwe do zaaplikowania również w przypadku *user experience* (UX). Specyfika UX polega na poszukiwaniu rozwiązań danego problemu w taki sposób, aby naszą uwagę skierować na kreowanie doświadczeń, które są efektem interakcji z danym przedmiotem czy otoczeniem, takim jak np. wnętrze biurowe. *User experience* to *design thinking*, którego cel to wykreowanie konkretnego doświadczenia użytkownika, czego efektem jest zachowanie stanowiące rozwiązanie napotkanego problemu. Istotą *user experience* stanowi oddziaływanie na użytkownika i docieranie do niego na poziomie wszystkich warstw percepcji. Projektanci zajmujący się UX wskazują, że stosowanie tych założeń w praktyce zmusza do dbałości o wszystkie możliwe wymiary doświadczenia wynikające z użytkowania, czyli rozpoznanie istotnych cech interakcji i optymalizowanie efektów tego oddziaływania. Opisany sposób rozumienia zjawisk DT oraz UX sprawia wrażenie interesującego w kontekście kreowania relacji w sektorze kreatywnym. DT jako metoda uniwersalna daje możliwość zastosowania w przypadku niemal każdego napotkanego problemu. Natomiast zarówno *design thinking*, jak i *user experience* odtwarzają schemat intelektualny, który jest typowy dla procesu kreatywnego, więc w wielu przypadkach można korzystać z obu tych metod bądź stosować je naprzemiennie.

1.3. Gamedev. Projektowanie kreatywności

Gamedev, a w zasadzie *game development*, jest dziedziną zajmującą się produkcją oraz dystrybucją gier wideo na różne platformy. Z pozoru mogłoby się wydawać, że jest to branża niszowa, jednak dane opublikowane przez The Game Industry of

Poland – Report 2021 wskazują, iż aktualnie na naszym rynku funkcjonuje ponad 470 studiów, zatrudniających ponad 12 000 pracowników, z czego ok. 25% stanowią kobiety. Co ciekawe, Polska jest drugim krajem, zaraz po Wielkiej Brytanii, z najwyższym odsetkiem kobiet zatrudnionych w tym sektorze. Ze względu na fakt, iż rozrywka, jaką jest granie w gry wideo, staje się coraz bardziej popularna, powstają nowe studia, a te już istniejące zaczynają się rozrastać, w efekcie czego potrzebne są kolejne, dostosowane do tego typu przestrzenie. Branża *gamedev* skupia w sobie zarówno pracowników odpowiedzialnych za kwestie czysto techniczne, informatyczne, jak i tych, których zadaniem jest kreowanie i tworzenie zupełnie odrębnych światów, w których gracz będzie mógł spędzić długie godziny. Pracownicy stosują bardzo zróżnicowany system pracy w zależności od powierzono- go im zadania, w efekcie czego mają różne potrzeby i oczekiwania względem swojego stanowiska pracy. Jest to również branża, w której dominują ludzie młodzi oraz bardzo kreatywni, którzy potrzebują nie tylko przestrzeni do pracy, ale jednocześnie również tych do rozrywki i odpoczynku, które będą wspierać ich proces twórczy. Zgodnie z danymi przedstawionymi przez Instytut Opinii Badań Społecznych Gallup zaledwie 13% pracowników jest zaangażowanych w swoją pracę. To zjawisko doprowadza do swego rodzaju efektu domina, ponieważ mniejsze zaangażowanie prowadzi ostatecznie do niezadowolenia pracodawcy. To z kolei skutkuje zwolnieniami oraz większą rotacją pracowników w firmie, przez co ciężko jest zbudować stały, mocny zespół, a przez stanowiska pracy przewijają się kolejne osoby o zróżnicowanych potrzebach i oczekiwaniach dotyczących przestrzeni pracy. Aby zwiększyć motywację w firmie, pracodawca może posłużyć się standardowymi, popularnymi rozwiązaniami, jakimi są m.in. awans czy stabilność zatrudnienia. Niestety, efekt nie zawsze jest taki, jakiego można by się spodziewać. W tej sytuacji warto skorzystać z niestandardowych rozwiązań, jakimi są procesy grywalizacyjne, które według danych Instytutu Gallupa oznaczają wzrost produktywności pracowników o 43% oraz zmniejszoną ilość odejść z firmy o 87%.

Przestrzenie biurowe zmieniały się cyklicznie z biegiem lat na zasadzie kontrastów: otwartość kontra prywatność, interakcje kontra autonomia. Analizując historię projektów przestrzeni biurowych, można więc wskazać:

- Taylorowskie biuro, które łączy otwartą przestrzeń dla pracowników i prywatne biurka przeznaczone dla kierownictwa.
- Bürolandschaft, będące otwartą przestrzenią kładącą nacisk na interakcje pomiędzy pracownikami.
- Action Office, oparte na systemie mebli, które zapewniają, w zależności od potrzeb użytkownika, autonomię oraz interakcję, a także względną prywatność.
- Cube Farm, będące przestrzeniami skrajnie zamkniętymi do małych pudełek, czego zadaniem był nacisk na prywatność, nie interakcje.
- Biuro wirtualne, będące otwartą przestrzenią bez biurek.
- Networking, który poszukuje balansu pomiędzy otwartością a kreatywnością, interakcjami a autonomią.

Adam Dzikowski w książce *Architektura organizacyjna. Pomiedzy strukturą a przestrzenią organizacji* zwraca uwagę na następujące zjawisko: przestrzeń organizacyjna (terytorium) ewoluowała wraz z koncepcjami Taylorowskiego naukowego zarządzania, przez socjaldemokratyczny *Bürolandschaft*, adaptacyjno-efektywnościowe *Action Office* i wynaturzone *Farmy Kubików*, aż po przestrzenie otwarte, czy wręcz nieformalne, co odzwierciedlało zmieniające się podstawy kultury organizacyjnej oraz zmienną istotę pracy biurowej. Na przekształcenie pracy wpływa bezpośrednio rozwój nowych technologii, usług, produktów, ale również samych kompetencji pracowników. W dzisiejszych czasach coraz wyraźniej dostrzega się wzrost znaczenia pracy kreatywnej, zarówno grupowej, jak i indywidualnej. Obserwuje się zwiększenie liczby pracowników działających w elastycznych i bardzo dynamicznie rozwijających się zespołach. Czynności uznane za rutynowe czy też powtarzalne, które możemy wyrazić za pomocą algorytmu lub specjalnie zaprogramowanych aplikacji, przekazywane są bardzo często komputerom oraz specjalnie stworzonym do tego programom. Rolą człowieka jest pierwiastek kreatywny polegający na wykreowaniu czegoś nowego, świeżego i niepowtarzalnego, czego nie jest w stanie zrobić (przynajmniej na ten moment) sztuczna inteligencja, posługująca się już istniejącymi obrazami czy rozwiązaniami. Istotny w odniesieniu do kreatywności pracowników jest fakt, że przekształcono naukowe myślenie o niej, co spowodowało kreatywność do miana powszechnej kompetencji, a nie cechy szczególnej danej jednostki. W analizie przeprowadzonej przez A. Basińską oraz A. Jeran w ramach publikacji *Czy można zaprojektować kreatywność pracownika? Refleksje nad relacjami designu i zarządzania* wskazane zostały elementy wspólne wielu różnych, porównanych ze sobą, przestrzeni biurowych, które zdaniem ich projektantów mają stymulować kreatywność pracowników oraz zwiększyć ich efektywność. Wspomnianymi elementami są: wielofunkcyjność przestrzeni, tematyczność, work & play oraz eklektyzm. Opierając się na koncepcji Activity Based Working, pracownicy mają pełną dowolność. Przestrzeń biurowa jest tak dostosowana, że mogą pracować, gdzie i jak chcą. Sprawia to, że tego typu wnętrza coraz częściej dzielone są na różne strefy poświęcone konkretnym czynnościom, takim jak miejsce do pracy zespołowej, odpoczynku lub wyciszenia się. Założeniem jest, aby przestrzeń biurowa była wielofunkcyjna i elastyczna, ponieważ firma oferująca pracownikom autonomię i wybór rozwija się cztery razy szybciej niż firmy, które tego nie robią.

- **Tematyczność**

Popularne stało się, aby w przestrzeniach biurowych przewidywano strefy tematyczne, kojarzące się z konkretnym miejscem, zjawiskiem czy obiektem. Jest to rozwiązanie już znane, które możemy spotkać np. w parkach rozrywki czy hotelach tematycznych właśnie. Motywy przewodnie przewidziane do konkretnej przestrzeni bardzo często nawiązują do dziedziny, którą zajmuje się dana firma, jej położeniem geograficznym lub produktu, który wytwarza, dzięki czemu przestrzeń staje się jeszcze bardziej spersonalizowana.

- **Work & play**

Trend ten polega na wplataniu do przestrzeni pracy funkcji, których celem jest rozrywka, gry planszowe, hamaki, strefy rekreacji. Takie rozwiązania mają na celu urozmaicenie pracownikom czasu wolnego, tzw. czasu niepracy.

- **Eklektyzm**

Wizerunek nowoczesnego biura przez bardzo długi czas kojarzony był z minimalizmem, który do tej pory jest stosowany w części tego typu przestrzeni. Istnieją jednak badania, które wskazują, że minimalistyczny wystrój wnętrza wpływa niekorzystnie na efektywność, głównie poprzez swoją kolorystykę i ilość elementów wyposażenia meblowego. Z biegiem czasu do projektowania obiektów biurowych zaczęto podchodzić z większą odwagą. Pojawiły się kolorowe ściany, designerskie meble, nietypowe formy, szeroka i niejednokrotnie dość mocna paleta barw. W taki sposób do projektów przedostał się eklektyzm. Tego typu bodźce kolorystyczne oraz wizualne wpływają pozytywnie na odbiór przestrzeni oraz sprawiają, że staje się ona oryginalna i bardziej zindywidualizowana.

2. BADANIA WŁASNE

2.1. Metoda

W badaniu wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego. Przygotowano autorski formularz ankietowy w języku polskim oraz angielskim. Badanie przeprowadzono w 2023 r. na grupie 88 pracowników czynnych zawodowo, zajmujących się na co dzień pracą w tym sektorze. Grupa badanych osób to zarówno pracownicy polsko-, jak i anglojęzyczni, zatrudnieni w firmach działających na rynku lokalnym oraz międzynarodowym. Badaniem objęto bardzo młody sektor, uzyskana liczba respondentów stanowi źródło danych istotnych statystycznie. Z uzyskanych danych wynika, że najczęściej występująca grupa wiekowa wśród badanych to przedział pomiędzy 26. a 35. rokiem życia (43%). Drugi z kolei jest przedział 18.-25. rok życia (32%).

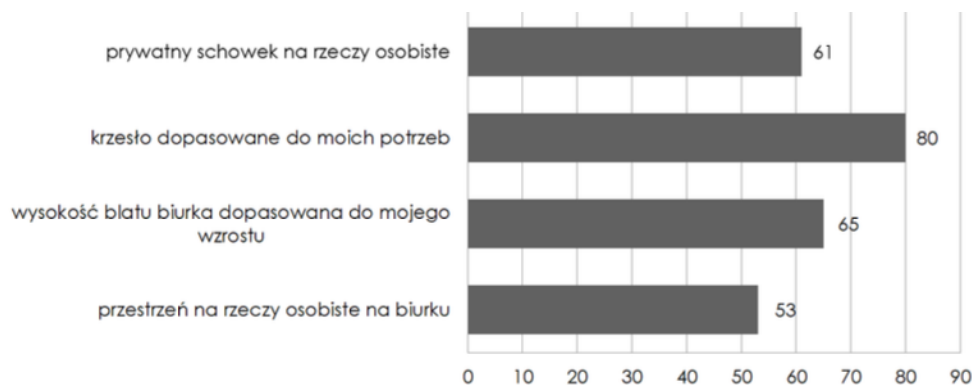
2.2. Wyniki

Większość (69%) badanych osób – pracowników sektora *gamedev* – realizuje swoją pracę w trybie hybrydowym, co wskazuje, że projektowane miejsca pracy powinny mieć charakter rotacyjny. Wyniki wskazują, że ilość czasu spędzonego na pracy zdalnej i stacjonarnej jest bardzo zbliżona. Ponad połowa badanych (54%) wskazała, że utożsamia się ze swoim miejscem pracy, co z kolei podkreśla wagę rozwiązań funkcjonalno-przestrzennych.

Aż 81% ankietowanych jest zdania, że odpowiednio zaprojektowana przestrzeń pracy może przełożyć się na efekty wykonywanych zadań, zwiększyć kreatywność oraz produktywność. Ten wynik świadczy o dużej świadomości tego, że wnętrze, w którym pracujemy, może przełożyć się na efekty naszej pracy zarówno w sposób pozytywny, jak i negatywny.

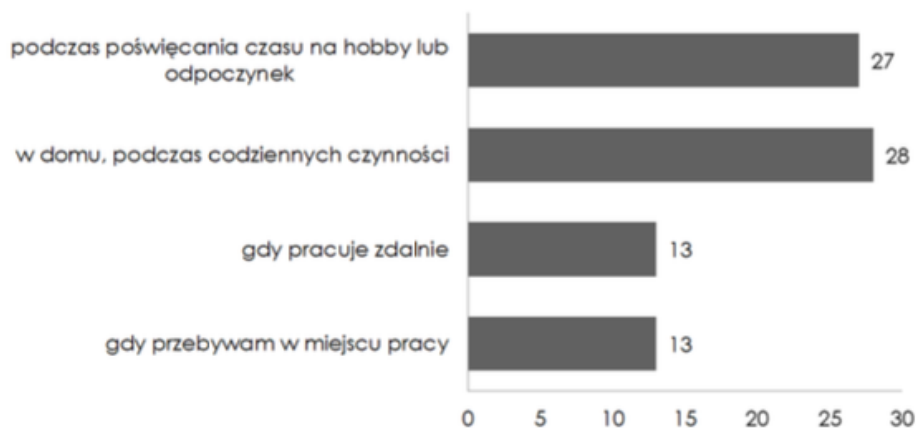
Podczas projektowania przestrzeni do pracy bardzo istotne jest uwzględnienie tego, w jakiej formie użytkownicy danej przestrzeni najczęściej wykonują swoje obowiązki. Wyniki wskazują, że zdecydowana większość pracowników powierzonych im zadania wykonuje w sposób indywidualny. Nie zmienia to jednak faktu, że grono osób pracujących w zespołach jest naprawdę duże. Jak wynika z odpowiedzi, zespoły te zazwyczaj nie są zbyt liczne, ponieważ w ich skład najczęściej wchodzi od dwóch do pięciu osób. Jest to jednak wyraźny sygnał, że strefy umożliwiające wygodną i komfortową pracę zespołową są w tego typach przestrzeniach biurowej również bardzo istotne.

Z uzyskanych odpowiedzi ponadto jasno wynika, że pracownicy branży *gamedev* w zdecydowanej większości nie są zwolennikami otwartej przestrzeni typu *open space* (81%). Aby rozpoznać aktualny poziom zadowolenia lub niezadowolenia z przestrzeni, w której przebywają ankietowani, poproszono ich, aby wskazali swoje odczucia względem aktualnego miejsca pracy pod kątem jakości przestrzeni. Ponad połowa ankietowanych określiła swój poziom satysfakcji jako wysoki, tj. „zadowolony” lub „bardzo zadowolony”.



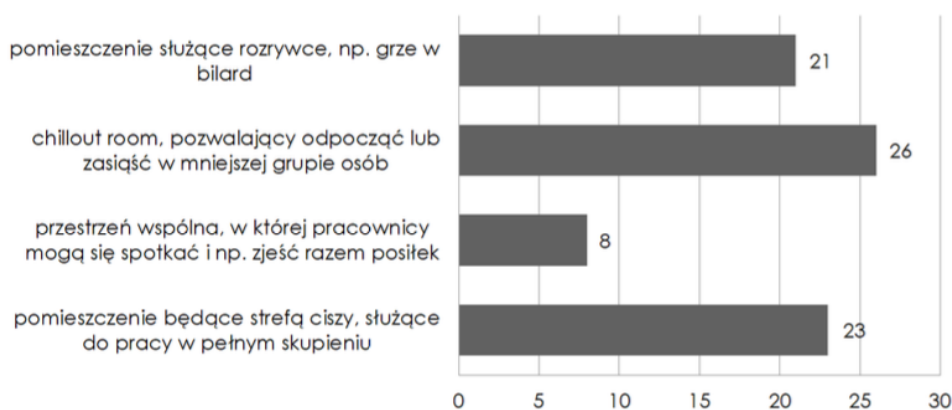
Rys. 2. Odpowiedzi na pytanie: Jakie metody personalizacji preferujesz? [A. Chodzyńska]

W celu lepszego zbadania rozumienia personalizacji miejsca pracy przez grupę ankietowanych zadano pytanie wielokrotnego wyboru, w którym zasugerowano cztery podstawowe rodzaje personalizacji. Wyniki wskazują, że pracownicy przede wszystkim zwrócili tu uwagę na kwestię ergonomii: wysokości blatu biurka oraz krzesła dopasowanych do indywidualnego wzrostu i potrzeb.



Rys. 3. Odpowiedzi na pytanie: Kiedy przychodzi Ci do głowy najlepsze pomysły?
[A. Chodzyńska]

Ankietowanych poproszono o wskazanie sytuacji, w której przychodzi im do głowy najlepsze pomysły. W domyśle o określenie przestrzeni, która w ich odczuciu sprzyja kreatywności. Jak widać na przedstawionym wykresie, badane osoby największą kreatywnością i pomysłowością wykazują się, gdy spędzają czas poza miejscem pracy, poświęcając swoją uwagę codziennym lub ulubionym czynnościom. Dodatkowo ankietowani mieli możliwość zasugerowania własnych odpowiedzi, były to np.: „Podczas jazdy samochodem” czy „Podczas kąpieli pod prysznicem”.



Rys. 4. Odpowiedzi na pytanie: Gdyby istniała możliwość wprowadzenia do Twojego aktualnego miejsca pracy jednej, dowolnej przestrzeni sprzyjającej relaksowi, odpoczynkowi lub rozrywce, jaka byłaby to przestrzeń? [A. Chodzyńska]

Następnie zadano pytanie o to, jaką, dowolną strefę ankietowani dodaliby do swojej przestrzeni pracy, gdyby mieli taką możliwość. Najczęstszym wskazaniem był tzw. *chillout room*, czyli miejsce przeznaczone na rozrywkę oraz odpoczynek. Innymi sugerowanymi przez grupę ankietowanych odpowiedziami były: „Przestrzeń do ćwiczeń fizycznych, gdzie mogłabym np. uprawiać jogę w przerwach od pracy” oraz „Przestrzeń z wygodną kanapą, na której można się rozsiąść i np. w coś zagrać”.

Przeprowadzona ankieta pozwoliła lepiej poznać potrzeby oraz oczekiwania, jakie mają pracownicy branży *gamedev* względem swojej przestrzeni pracy. Pokazała, że są to osoby ceniące sobie pracę w ciszy i spokoju, które potrzebują do tego własnej, indywidualnej przestrzeni. Nie stronią oni jednak od kontaktów ze współpracownikami, natomiast dość jasno komunikują, że w tym celu preferują korzystanie z osobnych, przeznaczonych do tego stref. Są to ludzie młodzi, świadomi swoich potrzeb i mający konkretne oczekiwania względem wnętrza, w których wykonują zawodowe obowiązki.

3. PODSUMOWANIE

Cały czas powstają coraz to nowe miejsca pracy zajmujące się projektowaniem gier wideo, a ich użytkownicy mają bardzo sprecyzowane wymagania dotyczące przestrzeni pracy. Sama kadra pracownicza często jest bardzo młoda, więc zdobycie najbardziej aktualnych informacji u samego źródła było kluczowe. To, na co powinno się zwrócić uwagę, to trafność zaproponowanych rozwiązań. Istotna jest wnikliwa analiza potrzeb oraz oczekiwań grupy docelowej. Nietrudno przewidzieć, że w firmie zatrudniającej głównie osoby w podeszłym wieku przestrzeń na gry planszowe oraz gry wideo, a także strefy z hamakami czy siłownie, mogą nie zdać egzaminu. Można wtedy odnieść wrażenie próby infantylizacji pracowników. Często może się również zdarzyć, że do konkretnej firmy lub jej polityki oraz zatrudnianych przez nią osób tego typu rozwiązania mogą zwyczajnie nie pasować. Ważne jest, aby przestrzeń biurowa nie została przeprojektowana. Należy dobrze zapoznać się z potrzebami grupy docelowej, co pozwoli stworzyć przestrzeń niepowtarzalną, jednocześnie zachowując wspomniany wcześniej balans i pamiętając, że nadal mamy do czynienia z miejscem pracy.

W części badawczej przeprowadzono badania ankietowe na grupie 88 osób pracujących we wspomnianej wcześniej branży. Takie badanie pozwoliło zgłębić temat oraz spojrzeć na potrzeby użytkowników przestrzeni biurowych z ich perspektywy. Celem pracy było stworzenie projektu odpowiadającego na potrzeby pracowników, wspomagając się metodą *user experience*, oraz stworzenie przestrzeni, która stanie się pomocna w procesie twórczym i będzie wspierała kreatywność przebywających w niej osób. Efektem przeprowadzonych badań była aplikacja ich wyników do projektu koncepcyjnego wnętrza w najwyższym obiekcie biurowym Silver w Poznaniu.



Rys. 5-6. Wizualizacje koncepcji przestrzeni biurowej *gamedev* w oparciu o przeprowadzone badania partycypacyjne [A. Chodzyńska]



Rys. 7-10. Wizualizacje koncepcji przestrzeni biurowej *gamedev* w oparciu o przeprowadzone badania partycypacyjne [A. Chodzyńska]

Biorąc pod uwagę wszystkie wyniki badań, jak również wcześniejsze studia literaturowe, należy zauważyć wyraźną zależność pomiędzy kreatywnością pracownika a przestrzenią, która go otacza. Dobrze i ciekawie zaprojektowana przestrzeń biurowa ma szansę wygenerować w pracownikach więcej energii oraz doprowadzić do sytuacji, w której chętniej będą chodzić do pracy ze względu na fakt, że biuro będzie kojarzyć się z miejscem spełniającym ich potrzeby, spersonalizowanym i dopa-

sowanym. Oczywiście finalnie wpłynie na to również wiele innych czynników, takich jak chociażby atmosfera między pracownikami, powierzone zadania czy sposób zarządzania. Jeżeli w tych aspektach praca będzie spełniała oczekiwania pracowników oraz pracodawców, odpowiednio zaprojektowane biuro może być kropką nad i. Istotne jest, aby został zachowany balans. Nie należy doprowadzać do sytuacji, w której pracownik będzie czuł się przebodźcowany lub rozproszony przez zbyt dużą ilość atrakcji zaplanowanych w jego miejscu pracy. Skrajnym przykładem bywają pracownicy Google, na których temat padły słowa: *Googlersi nie zabierają zatem pracy do domu – oni przynoszą dom do miejsca zatrudnienia*. Nie tylko bowiem sami aranżują swoje stanowiska pracy, ale przychodzą do pracy z dziećmi i zwierzętami oraz zapraszają do firmy znajomych. Oczywiście tego typu skrajności wynikają nie tylko z warunków miejsca pracy, ale również z ludzkiej mentalności, która bardzo różni się chociażby pomiędzy narodowościami.

LITERATURA

- Basińska A., Jeran A., 2017, *Czy można zaprojektować kreatywność pracownika? Refleksje nad relacjami designu i zarządzania*, „Kultura i Edukacja”, nr 1(115), s. 224-233.
- Dolot A., 2020, *Wpływ pandemii COVID-19 na pracę zdalną – perspektywa pracownika*, „E-mentor”, nr 1(83).
- Dzidowski A., 2015, *Architektura organizacyjna. Pomiędzy strukturą a przestrzenią organizacji*, „Rocznik Lubuski”, t. 41, cz. 1.
- Neufert E., 2016, *Podręcznik projektowania architektoniczno-budowlanego*, Arkady, Warszawa.
- Niedziółko J., Ząbroń A., Adamus E., 2016, *Zeszyt Architekta. Projektowanie przestrzeni biurowej*, Małopolska Okręgowa Izba Architektów RP, Kraków.
- Niezabitowska E., 1997, *Projektowanie obiektów biurowych. Cz. 1, Historia: rodzaje obiektów biurowych*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Osika G., 2019, *Design user experience jako podstawa budowania relacji w sektorze kreatywnym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 388.
- Sidor-Rządkowska M., 2012, *Kształtowanie przestrzeni pracy. Praca w biurze, praca zdalna, coworking*, Wolters Kluwers, Warszawa.
- Solecka E., 2017, *Powrót do biur, czyli dlaczego przestrzeń biurowa jest niezastąpiona?*, „Personel Plus”, nr 12.
- Stachowiak K., Tomczak P., 2015, *Przestrzenny wymiar sektora kreatywnego*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Stankiewicz K., 2016, *Postawy pracowników wobec zróżnicowania wiekowego w zespołach i organizacjach*, „Edukacja Ekonomistów i Menedżerów”, nr 1(39).
- Urbanowicz B., 2011, *Wpływ teorii organizacji pracy na przestrzeń biurową*, „ARCHITECTURAE et ARTIBUS”, nr 4.
- Warzecha K., 2018, *Rozwój sektora gier komputerowych – jako przykład sektora kreatywnego w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie”, z. 131.
- Witoszek A., 2019, *Dobór mechanizmów gier do zwiększania zaangażowania i motywacji pracowników*, „Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance”, vol. 17, no. 1.

Akty prawne

- Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. z 2019 r. poz. 1696, z późniejszymi zmianami).
- Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (Dz. U. 2021 poz. 2351, z późniejszymi zmianami).
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. z 2019 r. poz. 1065, z późniejszymi zmianami).
- Rozporządzenie Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (Dz. U. 2016 r. poz. 124, z późniejszymi zmianami).
- Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 7 czerwca 2010 r. w sprawie ochrony przeciwpożarowej budynków, innych obiektów budowlanych i terenów (Dz. U. 2010 nr 109 poz. 719, z późniejszymi zmianami).

Źródła internetowe

- Andersia Silver, 2023, *Andersia Silver*, <https://andersiasilver.com/> (dostęp: 15.03.2023).
- Bolshakova Interiors, 2023, *Projects AB GAMES Kiv Studio*, <https://bolshakova-interiors.com/project/ab-games-kyiv-studio/> (dostęp: 15.03.2023).
- Strefa Inwestorów, 2023, *Gaming*, <https://strefainwestorow.pl/artykuly/gaming/20211005/raport-the-> (dostęp: 15.03.2023).
- Studio 11, 2023, *Vizor games*, <https://studio11.by/vizor-games-vol-4-en> (dostęp: 15.03.2023).

DESIGN OF HIGHLY SPECIALIZED OFFICE INTERIORS BASED ON SCIENTIFIC FINDINGS

Summary

Participatory research using the user experience method allows for the creation of very precise design solutions in particularly functionally specific architectural interiors, including offices. This article presents the results of a study conducted in 2023, which aimed to assess the preferences and spatial needs of gamedev workers in their workplace environment, including aspects of personalisation and working style. The gamedev (game development) sector, which produces and distributes video games for various platforms, was identified as the research area. The research was carried out using a proprietary survey form among an international group of respondents. The research resulted in a conceptual design for the interior architecture of an office space for the Silver skyscraper in Poznań, which demonstrates the applied nature of the research. New technologies influence the intensive development of new industries, which in turn catalyse the development of new spatial needs that require identification and description. Taking all the findings of the research into account, as well as previous literature studies, a clear relationship should be noted between the creativity of the employee and the space that surrounds them.

Keywords: interior design, office buildings, creative industry, survey methods, participation, user experience, POE