

М.М. Писарева

Пермский государственный технический университет

ОФИСНЫЕ СООБЩЕСТВА В КОНТЕКСТЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Офисные сообщества являются неотъемлемой частью городской среды. Институциональные характеристики офисных сообществ, анализ которых представлен в статье, демонстрирует их отличия от заводских цехов, торговых площадок и государственных учреждений. Офисные сообщества представляют собой сети, вписанные в институциональный контекст организаций, определяющий их организационно ориентированные функции. Социально ориентированные функции тесно связывают офисные сообщества с городской средой.

Новый социальный институт, офисные практики, коммуникативные сети, офисный актор, идентификационные стратегии.

Офисные сообщества являются неотъемлемой частью городской среды. Институциональные характеристики офисных сообществ, анализ которых представлен в статье, демонстрируют их отличия от заводских цехов, торговых площадок и государственных учреждений. Офисные сообщества представляют собой сети, вписанные в институциональный контекст организаций, определяющий их организационно ориентированные функции. Социально ориентированные функции тесно связывают офисные сообщества с городской средой.

Современный офис является неотъемлемой частью городской среды. Большинство новых рабочих мест появляются уже не на промышленных предприятиях и государственных учреждениях, а в офисах. Офисная работа становится наиболее привлекательным видом занятости для молодых специалистов. Источники формирования офисных сообществ различны. Одни выросли из отделов советских предприятий и учреждений, другие – формировались самостоятельно. И те, и другие, раз вступив на офисный путь развития, приобретают схожие черты.

Специфика офисного сообщества проявляется в деятельности акторов в поле производственных и межличностных отношений. Пространство офисных практик структурируют социальные нормы, признаваемые за естественные регуляторы действия, всеми участниками офисной жизни, включая руководство. Выявить и описать эти практики и значимые характеристики офис-

ного сообщества удалось в рамках социологического исследования, проведенное автором в 2007–2008 гг.¹.

Офисное сообщество динамично и обладает рядом институциональных особенностей. Производственно-экономический по своему функциональному назначению офисный мир часто приобретает черты семейной организации или дружеской компании. Сферы деятельности в рамках офиса тесно переплетаются, четкие границы между ними отсутствуют. Элементы частной жизни являются неотъемлемой частью офисного мира и в значительной степени влияют на производственную деятельность. В офисе может декларироваться принцип «Мы все большая семья». Коллеги – в первую очередь друзья, которые «умеют» понимать друг друга, «входить в положение», учитывать интересы других, даже если они не связаны напрямую с выполнением функциональных обязанностей: *«человек уже становится не просто работником, среди других работников, а именно частью коллектива, когда сближение происходит» (интервью № 1 1-й этап)*. От работников ожидают выполнения не свойственных им задач, например, уборки рабочего места, организации праздников, спортивных мероприятий и т.д. Такие обязанности не прописываются в должностной инструкции и не оплачиваются, зачастую они отнимают нерабочее время, но позволяют получить статус «хорошего человека». Частная жизнь часто становится предметом обсуждений. Более того, если сотрудник, особенно женщины, не участвует в разговоре о мужьях, детях, здоровье и меню на ужин, такого сотрудника могут отодвинуть на периферию коммуникаций или сделать изгоем.

Офисное сообщество представляет собой сеть, взаимоотношения в которой персонифицированы, выбор партнера для взаимодействия обусловлен прежде всего личностными отношениями, и только потом – производственной целесообразностью. Формирование персонифицированных коммуникационных сетей происходит, как правило, за пределами рабочего места: на корпоративных, спортивных мероприятиях, совместном отдыхе коллег по офису, во время чаепитий и перекуров в рамках рабочего дня. Чаепития – ритуал, участие в котором обязательно для выстраивания личностных коммуникаций. Чаепитие позволяет не только отвлечься от выполнения функциональных обязанностей, но и пообщаться с коллегами или руководителем в другом «режиме»: *«В такие моменты распоряжения начальника воспринимаются коллективом уже не как пустая инициатива сверху, а в облике разумных требова-*

¹ Основная часть исследования проводилась в два этапа, в рамках которых были опрошены 17 сотрудников (в том числе руководителей) офисов в фирмах различной численности и отраслевой принадлежности. Основная часть предварялась пилотным исследованием, в рамках которого был проведен анализ этнографических эссе студентов заочной формы обучения ПГТУ, работающих в офисах.

ний» (эссе № 37, 2006 г.). Досуговые мероприятия, спортивные и корпоративные праздники, соревнования, празднование Нового года и т.д. – проявления частной жизни. Но без них офисный мир представить невозможно. Отношение офисных сотрудников к таким мероприятиям существенно различается. От положительной оценки: *«Это всегда полезно, так как сплачивает команду и потом будет легче <...> обратиться к тому коллеге, кто сидит рядом»* (интервью № 6, 1-й этап) до резкого неприятия: *«Корпоративные вечеринки превращаются в ритуальные пляски. Ходим туда в добровольно-принудительном порядке, поскольку нашему самому большому начальству «очень приятно видеть там всех»* (эссе № 43, 2005 г.). Положительное отношение к таким мероприятиям преобладает, потому что в их рамках офисным сотрудникам доступен гораздо больший спектр практик для установления персонифицированного контакта как с коллегами, так и с руководством.

Персонифицированные отношения значимы и при разрешении сложных ситуаций. За советом обращаются к тому, с кем знакомы лично, с кем общаются и вне рабочего места. *«Если нужно получить совет, то, зная людей, которые в команде работали в таких же проектах, можно просто у другого человека спросить, не обязательно непосредственно у своего руководителя. Но, скорее всего, это выстроено все-таки личными отношениями»* (интервью № 6, 1-й этап). При распределении дополнительных благ или дополнительной работы существенную роль играет личная приязнь или неприязнь руководителя к подчиненному. Эффективность взаимодействий по производственным вопросам значительно возрастает при установлении персонифицированного контакта. Так, во многих офисах процедура обмена информацией между сотрудниками регламентирована и предполагает посредничество руководителя или официальных форм документов. Однако, при личном знакомстве достаточно зайти в соседний кабинет и попросить предоставить информацию или помочь решить вопрос. Персонифицированные отношения также оказывают существенное влияние на урегулирование противоречий в офисе.

Спорные и конфликтные ситуации, с точки зрения участников опроса, имеют принципиальные отличия. Более того, спорные ситуации воспринимаются большинством их них как неотъемлемый и конструктивный элемент жизнедеятельности организации. Офис-служащие строго разделяют спорные ситуации и конфликты. Первые относятся к профессиональной сфере, вторые – к межличностной. При появлении разногласий в решении спорного функционального вопроса ситуация не выходит за рамки нормальной для офиса. Организуется обсуждение, выработка общего решения. Спорные ситуации играют роль презентационной площадки. В процессе выработки ре-

шения сотрудник может проявить себя как профессионал, компетентный в сфере, которая напрямую не затрагивается в его функциональной деятельности. Таким образом, можно добиться внимания руководителя и рассмотрения собственной кандидатуры на повышение. Внесение в спор личностных моментов или проявление личной неприязни переводит ситуацию в разряд конфликтов.

Конфликты уже вызывают негативную оценку сотрудников офисов. Признаком конфликта может служить не только бурное выяснение отношений между коллегами, но и резкая формализация отношений: *«Там (в должностной инструкции) достаточно размытые фразы, а остальное определяет руководитель. Где-то устно... И пока конфликта нет, все прекрасно работает»* (интервью № 3, 1-й этап). А когда сотрудники начинают документировать каждый шаг, записывать дословно запросы и распоряжения, даты и фамилии тех, с кем взаимодействуют, ситуация воспринимается как конфликтная. Формализация взаимоотношений говорит об утрате доверия и разрушении межличностных отношений, составлявших до этого основу взаимодействия.

Стратегий выхода из конфликта может быть несколько, причем они универсальны для всех описанных офисов. На начальном этапе сотрудники стараются сами разрешить конфликтную ситуацию путем переговоров, уговоров, обращения к человеческим чувствам и качествам конфликтующих. Если это не удается и вопрос приходится выносить на уровень руководства, то это квалифицируется как «провал» сотрудников: *«Руководитель, это уже все. Это когда люди не могут найти общий язык, договориться между собой»* (интервью № 4, 1-й этап). В офисах стараются этого не допускать. Реакция руководителя в данном случае может быть разной и связана, возможно, с размером организации и, как следствие, со степенью формализации контактов между руководителем и подчиненными. В маленьких организациях, где в общую коммуникационную сеть включены все сотрудники, в том числе руководитель, он включается в решение межличностного конфликта. Его позиция может быть относительно нейтральной, основанной на убеждении, что, прежде всего – работа. В отдельных случаях руководитель берет на себя роль «родителя», старшего товарища, вплоть до организации посещения сотрудником психолога: *«Если вдруг это не получается у генерального директора, то стоит сходить к психологу именно этому человеку. И я думаю, что, например, генеральный директор может этому поспособствовать»* (интервью № 2, 1-й этап).

Крайний вариант тупикового развития конфликта – полное исключение человека из коммуникационной сети, попадание его в категорию изгоев. По-

этому в офисе можно встретить сотрудника, исключенного из коммуникаций, подвергающегося психологическому, реже физическому, насилию со стороны коллег или руководителей. Руководители предпочитают обходить вниманием такие ситуации, если они не влияют на эффективность деятельности, а сотрудники не спешат сообщать «наверх» о сложившейся ситуации, так как руководитель чаще всего не принадлежит к конкретному офисному сообществу.

Значимость межличностных контактов подкрепляется тем, что формализованы в офисах далеко не все варианты взаимодействия. Документы, призванные регламентировать деятельность на рабочем месте, признаются участниками опроса скорее как информационные, не имеющие прямого отношения к практической деятельности. Должностные инструкции зачастую содержат общие, размытые фразы. Фактический функционал каждого сотрудника, как правило, намного шире, чем то, что записано в документах. Поэтому нельзя однозначно сказать, что этот сотрудник должен заниматься конкретным узким вопросом. Чаще всего перед сотрудниками ставится некая задача, а как ее выполнять, каждый решает сам. Особенно, если задача не имеет прямого отношения к распределению финансов.

В рамках офисного сообщества дуализм норм проявляется как во внутренних взаимоотношениях, так и в отношениях с «чужими». К «своему» в офисе можно обратиться как сотруднику или как к другу, «просто человеку». В зависимости от ожиданий обратившегося реакция может быть соответствующей функциональным обстоятельствам, когда предлагаются варианты решения конкретной задачи. А может быть «душевной», когда от коллеги ждут скорее сочувствия, нежели профессионального совета, и в этом случае достаточно «по-человечески пожалеть». Коллеги, с которыми установлен личный контакт, идентифицируются как «свои». Чужими в данном случае будут руководитель, сотрудники других офисов, внешние для организации люди. С «чужими» офисные сотрудники выстраивают формализованные коммуникации, ограничивая их до необходимого минимума. В «чужих» видят угрозу как для себя, так и для офисного сообщества в целом. Руководитель может наказать, лишить премии, «подумать что-то не то», представители других офисов могут подвести, подставить и т.д. Часто встречаются и исключения. Руководитель может рассматриваться как патрон, как партнер: *«Если вопрос не решается очень долго, я выхожу на руководителя, и он решает его каким-то другим методом»* (интервью № 7, 2-й этап), а в отдельных случаях может быть включенным в офисную сеть. С коллегами из соседних офисов могут выстраиваться дружеские связи. Поэтому один и тот же сотрудник может принадлежать нескольким офисным сообществам. Это обеспечивает дополнительные коммуникации.

Дуализм ролей в офисном сообществе в значительной степени определяется характером властных отношений. Власть в офисе проявляется в двух аспектах: распределение финансов и принятие решений, значимых для функционирования и развития офисного сообщества. Обладающий формальным авторитетом руководитель, принимающий решения, вопреки потребностям и ожиданиям офисного сообщества, остается для него «чужим». Навязанная власть приводит к конфликтам в офисе, снижению эффективности деятельности, стремлению офисных сотрудников сменить место работы. Исключается из офисного сообщества и руководитель, необоснованно расширяющий свои властные полномочия. Превышение может быть как функциональным, так и личностным, когда руководитель начинает претендовать на роль распорядителя личной жизни и вне рабочего времени сотрудника. Согласованность интересов руководителя и офисного сообщества позволяет ему стать «своим», установить личный контакт: *«Просто захожу к директору и говорю: “Мне нужен твой совет. Вот такой вопрос, я считаю, что это так. Ты как на это смотришь?” Мне говорят: “Да, или давай вот тут вот так”* (интервью № 3, 1-й этап). Могут быть и негативные последствия. Руководитель может полностью «переключиться» на личный контакт и оценивать офис-служащего как человека, а не как работника.

Офисное сообщество немыслимо без взаимодействующих акторов, деятельность которых определяет институциональные свойства офиса. Офисные акторы обладают объективными характеристиками: возраст, пол, образование, выполняемые виды трудовых функций и т.д. В то же время существенную роль в коммуникациях играют образы, выстраиваемые в офисах и опосредующие как производственные, так и межличностные взаимодействия офис-служащих. Офисные акторы – молодые люди 23–35 лет, недавно получившие первое или второе высшее образование, либо люди среднего возраста 40–55 лет, освоившие новые практики и изменившие систему ценностей. Среди офисных сотрудников среднего возраста чаще можно встретить высококомпетентных специалистов, нежели среди молодых сотрудников. Так называемый «офисный планктон», сотрудники, выполняющие рутинные функции, имеет место в обеих возрастных категориях. Различия между специалистами и офис-служащими существенны. Они проявляются в объеме и содержании выполняемых работ, в степени использования полученного образования на рабочем месте, карьерных и профессиональных устремлениях, даже в повседневных трудовых практиках. Объективные характеристики преломляются в образах, используемых офис-служащими для коммуникации.

Анализ полученных в ходе исследования данных позволил выделить основные образы, проявляющиеся в нарративах офис-служащих: руководи-

тель, коллега (сотрудник офиса), офис. Описание этих образов можно обнаружить во всех сюжетах, представленных в интервью.

Офис-служащий – это инициативный, неконфликтный, отзывчивый человек, готовый помочь в решении личного и профессионального вопроса. Профессионалом сотрудник офиса сразу может и не быть. От вновь входящих сотрудников ожидается прежде всего желание разобраться в работе, научиться решать поставленные задачи. Однако наличие первоначальных профессиональных знаний приветствуется. Примерно те же самые качества ожидаются от коллеги. В первую очередь – человеческие: доброта, общительность, отзывчивость, несклонность к сплетням, чувство юмора. Коллегой сотрудник офиса может назвать любого человека, работающего в той же организации. Однако четко различаются люди, включенные и не включенные в коммуникационную сеть. Отношения в коммуникационной сети более тесные, более персонифицированные, поэтому при наличии неформальных контактов *«человек уже становится не просто работником, среди других работников, а именно частью коллектива, когда сближение происходит»* (интервью № 1, 1-й этап).

Образ сотрудника, формируемый у руководителя, иной. Особо привлекательными для руководителя качествами в офисном сотруднике являются лояльность, умение приспособиться к требованиям руководителя, профессионализм: *«Сотрудник <...> оценивается, если так все огрубить, по двум направлениям: это профессионализм и лояльность к руководству. Если выполняются оба эти условия, то остальные как бы второстепенные»* (интервью № 8, 1-й этап).

В повествованиях офис-служащих образ руководителя нельзя выделить как нечто целостное и универсальное. Характеристики руководителей значительно различаются в интервью. Однако некоторые общие моменты присутствуют. Так, всеми собеседниками подчеркивался демократизм руководителя как положительное качество, внимание к мнению сотрудников. Среди достоинств руководителя собеседники отмечают и открытость: *«Не нужно записываться на прием к директору – пришел и поговорил хоть о работе, хоть о личном. В любое время»* (интервью № 4, 1-й этап). Таким образом, доступность руководителя и его внимание к мнению сотрудников – те общие черты, которые присутствуют и отмечаются как положительные всеми интервьюируемыми. Различия можно зафиксировать прежде всего в отношении руководителя к межличностному взаимодействию с подчиненными. В одних организациях нормальными считаются исключительно рабочие отношения с руководителем. В этом случае начальник – объективная сторона при решении спорных ситуаций, при распределении обязанностей и ответственности за выполняемую ра-

боту. Большая часть ответственности, или вся ответственность, в этом случае лежит на руководителе. В личные отношения сотрудников, в том числе конфликты, такой руководитель не вмешивается, а при решении производственных вопросов имеет решающий голос. Такой руководитель видит в сотрудниках прежде всего носителей функциональных обязанностей.

Второй образ руководителя связан с воспроизведением домашних практик. Такой начальник вникает во все стороны жизни подчиненных, с ним можно поделиться сложностями и проблемами в личной жизни, попросить совета или помощи. Обращаться к руководителю можно на «ты». Процесс принятия решения становится менее жестким: *«Просто захожу к директору и говорю: “Мне нужен твой совет. Вот такой вопрос, я считаю, что это так. Ты как на это смотришь?”*. Мне говорят: *“Да или «давай вот тут вот так”* (интервью № 3, 1-й этап). Образы офисного мира схожи с образами из приватной жизни сотрудников. Руководитель в отдельных случаях может быть ориентирован только на рабочие отношения. Однако и он может быть включен в межличностные коммуникации, основанные на понимании, доверии и человеческом отношении.

Размытость образов, бытующих в офисных сообществах, их корреляция с образами из приватной жизни и компаний по интересам связана, очевидно, с несформированной профессиональной идентичностью офис-служащих. Для офисного служащего возможны два основных варианта профессиональной идентификации: на основе полученного образования и профессиональной принадлежности и корпоративная идентификация.

Под профессиональной идентификацией в данном случае понимается принятие человеком на рациональном и эмоциональном уровне нормативных, ценностных и атрибутивных характеристик, составляющих образ той или иной профессии и ее представителей. Совмещение сложившихся в образовательном процессе представлений о полученной специальности и опыта практической профессиональной деятельности вызывает кризис профессиональной идентичности. Офисные сотрудники практически не упоминают профессиональное сообщество, к которому принадлежат в силу полученной специальности бухгалтера, стюардессы, консультанта, программиста. Как правило, респонденты идентифицируют себя с коллегами по офису, игнорируя не только свои, но и чужие профессиональные характеристики. Решение о том, подходит эта работа для человека или нет, принимается с учетом выстроенных межличностных идентификаций: *«Проработав там один год, я ушла оттуда, так как поняла, что это не то рабочее место и не тот коллектив, в котором я бы хотела продолжать работу»* (эссе № 36, 2006 г.).

Таким образом, актуализируются идентификации внепрофессиональные, локальные, основанные на межличностных отношениях в офисном сообществе.

В некоторых случаях идентификации распространяются на организацию в целом: *«Мы не строим жилье, торговые и развлекательные центры. Наша специализация – промышленность. Капитальное строительство и ремонты»* (эссе № 21, 2006 г.). Автор цитаты является сотрудником управления данной компании, специалистом по техническому надзору, однако, говоря «мы», имеет в виду не профессиональное сообщество специалистов данного профиля и даже не только занятых в управлении, но коллектив организации в целом. Но и здесь идентификационные стратегии основаны на локально-территориальном, коллективном принципе построения. В случае, если организация достаточно большая и в ее работе заняты несколько представителей одной и той же профессии, возможна идентификация с внутренним профессиональным сообществом: *«Мы – бухгалтеры с целью расширения профессиональных знаний и навыков время от времени меняемся рабочими участками, помогаем друг другу освоить незнакомый материал»* (эссе № 19, 2006 г.).

Выбранные идентификации, базирующиеся на непосредственных контактах, являются неустойчивыми. Идентифицировав себя с коллективом по настоящему месту работы, многие офис-служащие артикулируют готовность перейти в другую организацию. Но на новом месте необходимо будет выстраивать новые идентификационные конструкции. Тем не менее респонденты готовы демонтировать имеющиеся идентификации и конструировать новые.

Офис может существовать в рамках большой организации, вписываясь в ее структуру и тесно пересекаясь с другими сообществами организации, либо быть самостоятельной структурной единицей, территориально или юридически вынесенной за пределы организации. Маленькая организация может представлять собой цельное офисное сообщество, либо делиться на небольшое количество офисов.

Структура офиса определяется формальными нормами и сложившимися сетевыми взаимодействиями. Формальная структура закреплена в нормативных документах и отвечает производственным потребностям. В нее, как правило, включен и руководитель. Традиционно сложившаяся структура офиса представляет собой коммуникационную сеть и может значительно отличаться от формальной. Традиционные офисные структуры ориентированы горизонтально, если отсутствует институциональный предприниматель – сотрудник, стремящийся занять доминирующее положение в офисном сообществе. Ядро офисного сообщества составляют сотрудники, обладающие функциональным либо личностным авторитетом. Функциональная структура офиса формируется вокруг специалистов, способных решить любой вопрос

в рамках деятельности офиса, дать профессиональный совет *«подойти к тому, кто опытнее тебя, необязательно начальнику отдела, посоветоваться»* (интервью № 5, 2-й этап). Место в этой структуре определяется той пользой, которую офисный служащий приносит в рамках своей трудовой деятельности. Персонафицированная структура складывается вокруг наиболее коммуникабельных сотрудников, являющихся «душой компании». Здесь определяющими являются личностные качества: отзывчивость, понимание, готовность участвовать в обсуждении любых вопросов, умение хранить секреты, активность в подготовке и проведении различных внерабочих мероприятий и т.д. Руководитель, как правило, исключен как из функциональной, так и из межличностной структур офиса.

Функции офиса можно рассматривать с двух позиций. Организационно ориентированные функции позволяют определить место офиса в структуре организации. Это могут быть обслуживающие функции либо основное производство. Обслуживающий офис ориентирован на некоторые или все структурные единицы организации и обязан создавать и поддерживать условия их деятельности. Офис, выполняющий основную производственную функцию в рамках организации, призван создавать прибыль и обеспечивать само существование организации.

Социально ориентированные функции тесно связывают офис с окружающим его сообществом. Производимые офисом товары или услуги могут влиять на изменение качества жизни, формирование новых потребительских пристрастий и стереотипов, задавать эталоны престижного потребления. С другой стороны, офисные сотрудники сами являются носителями норм, ценностей и стереотипов. В офисе регулярными и значимыми являются межличностные коммуникации, обсуждение как публичной, так и приватной жизни сотрудников вне офиса, достижений и неудач в различных сферах жизнедеятельности сотрудников. В рамках таких коммуникаций происходит обмен жизненными ценностями и установками, вырабатываются общие символы успешности, образы желаемых достижений и нормы поведения не только в офисе, но и за его рамками: *«Где-то на бытовые темы, где-то что-то интересное. Даже принято так, что интересными моментами ты делишься»* (интервью № 3, 1-й этап). Обсуждение на офисных презентационных площадках товаров и услуг, приобретаемых и используемых офисными сотрудниками, формирует офисный стиль потребления.

Существенное влияние офисное сообщество оказывает на городской рынок образовательных услуг. Офисные сотрудники воспринимают вузовское образование как интеллектуальный капитал: *«что-то такое, что дает университетское образование, что позволяет решать сколько угодно слож-*

ную задачу, даже не являясь по ней очень большим специалистом» (интервью № 1, 2-й этап). Это образование должно быть получено до трудоустройства. Высшее образование имеет абсолютное большинство сотрудников офисов. Отсутствие вузовского диплома допустимо только для ограниченного круга офисных должностей. Это секретари, бухгалтеры низших должностей и ряд других. Стоит отметить, что полученная специальность не всегда востребована в рамках профессиональной деятельности в офисе. Зачастую знания, приобретенные в вузе, не находят применения в функциональной деятельности. И наоборот, происходит освоение необходимых навыков и знаний непосредственно в процессе труда. Такие профессиональные стратегии характерны для «офисного планктона» – сотрудников, занятых на рутинной работе, связанной с составлением, оформлением документов, несложными финансовыми операциями, обеспечением процесса работы офиса. Специалисты, другая категория офис-работников, отличаются умением использовать в работе приобретенные в вузе знания, которые составляют основу их профессиональных компетенций.

Не требующие специального образования должности имеются в любом офисе. Работа сотрудников, занимающих эти должности, связана, как правило, с обслуживанием деятельности офиса, либо с выполнением рутинных операций, не требующих принятия решений. Освоение этих функций происходит в процессе деятельности *«когда я пришла, я вообще не понимала, с чем я столкнусь. Оказывается, как выяснилось, что я совсем не представляла весь объем и все направления этой деятельности, которую я для себя выбрала»* (интервью № 6, 2-й этап). При подборе сотрудника на такую должность значению имеют личностные характеристики – насколько внимателен человек, общителен, пунктуален и т.д., а также умеет ли обращаться с офисной техникой. Существенное значение имеет опыт работы именно на подобной должности.

К образованию, получаемому после трудоустройства в офис, предъявляются не содержательные, а коммуникационные требования, однако тематика обучения должна быть тесно связана с выполняемыми функциями в офисе. В рамках образовательного процесса офисный сотрудник прежде всего ожидает наладить новые коммуникации, обменяться опытом с коллегами из других организаций, получить документ. Поэтому наиболее востребованными являются кратковременные курсы, семинары по определенным темам, имеющим прямое отношение к функциональным обязанностям и не предполагающим каких-либо форм контроля знаний. Обучение в другом городе, за границей за счет организации воспринимается офисными сотрудниками как вид поощрения, а не способ получить новые знания, повысить квалификацию. Поэтому во многих случаях кроме обучающих мероприятий учебные

учреждения включают в перечень услуг фуршеты, экскурсии, развлекательные мероприятия и т.д. Такое образование редко влияет на уровень заработной платы или на карьерный рост сотрудника офиса: *«На уровень заработной платы у нас, наверное, не влияет вообще ничего. Потому что, если бы образование... У нас у всех практически оно высшее, это в любом случае. Поэтому влияет только опыт и личные какие-то качества»* (интервью № 5, 2-й этап). Однако все участники опроса подчеркивали необходимость постоянного повышения квалификации на своих рабочих местах.

Офисные сообщества представляют собой новый, но неотъемлемый элемент городской среды. Они существенно отличаются от промышленных предприятий и государственных учреждений. Эффективность функционирования офисного сообщества основана как на формализованных, так и на персонифицированных взаимодействиях. Многие офисные практики заимствованы из приватной сферы офисных сотрудников. По отношению к внешней среде офисные сообщества выступают как поставщики товаров, услуг, брендов, символов, поведенческих паттернов, так и потребители социальных практик из непроектных сфер жизнедеятельности акторов.

Эмпирическая база

1-й этап

Интервью № 1. Главный специалист стратегического отдела энергетической компании, мужчина;

Интервью № 2. Руководитель коммерческого отдела фирмы по производству и продаже охранных систем, женщина;

Интервью № 3. Главный специалист IT-управления энергетической компании, женщина;

Интервью № 4. Инженер по проектированию научно-исследовательской компании, мужчина;

Интервью № 5. Главный бухгалтер электромонтажной фирмы, женщина;

Интервью № 6. Консультант консалтинговой фирмы, женщина;

Интервью № 7. Бухгалтер-финансист финансово-консалтинговой фирмы, женщина;

Интервью № 8. Заместитель директора банка, мужчина;

Интервью № 9. Программист IT-фирмы, мужчина.

2-й этап

Интервью № 1. Заместитель директора по развитию бизнеса торговой IT-фирмы, мужчина;

Интервью № 2. Заместитель директора строительной-инвестиционной фирмы, женщина;

Интервью № 3. Начальник отдела эксплуатации технических средств инвестиционной компании, мужчина;

Интервью № 4. Менеджер строительной-инвестиционной фирмы, женщина;

Интервью № 5. Заместитель генерального директора научно-исследовательской конструкторской фирмы;

Интервью № 6. Менеджер туристической фирмы, женщина;

Интервью № 7. Начальник отдела эксплуатации технических средств инвестиционной компании, мужчина;

Интервью № 8. Заместитель директора банка, мужчина;

Пилотное исследование

Эссе № 37 (2006 г.). Секретарь, женщина;

Эссе № 43 (2006 г.). Сотрудница коммерческого банка;

Эссе № 36 (2006 г.). Бухгалтер промышленного предприятия. В цитате речь идет о работе в МВД в должности бухгалтера;

Эссе № 21 (2006 г.). Специалист по технадзору управления строительной организации;

Эссе № 19 (2006 г.). Бухгалтер ОАО «Железнодорожное управление».