

Budowanie wizerunku jako element roli społecznej pracownika IT

Agnieszka Postuła, Dominika Latusek-Jurczak

Celem artykułu jest analiza badań terenowych przeprowadzonych wśród informatyków oraz klientów firm IT, dotyczących budowania wizerunku swojej profesji przez informatyków. Zaprezentowane wyniki pokazują, że informatycy jako szczególna grupa profesjonalna pozornie nie przywiązują dużej wagi do swojego wizerunku. Skupiając się na pracy i zadaniach, wysyłają konkretny sygnał do otoczenia, sugerujący, że własna wiedza i codzienne wyzwania w ramach projektów są dla nich najcenniejszym źródłem satysfakcji zawodowej. Szczególny jest stosunek informatyków do klientów, często traktowanych z pozbłażaniem. W artykule staramy się pokazać złożoność relacji z klientem jako element roli ogólnospołecznej informatyków, jak również rolę profesjonalną, która pokazuje wartości wyznawane i odzwierciedlane w ramach swojego środowiska zawodowego.

1. Wstęp

W prezentowanym artykule łączymy zagadnienia roli społecznej oraz budowania wizerunku, posługując się wynikami badań etnograficznych przeprowadzonymi w polskich przedsiębiorstwach IT. Zawód informatyka jako profesja, zarówno w ujęciu ogólnym, jak i w odniesieniu do poszczególnych specjalizacji, jest przedmiotem rozległych badań socjologicznych (np. Kunda 1992; Shenhav 1999; Strannegård i Friberg 2001; Barley i Kunda 2004). W badaniach tych informatycy są postrzegani jako grupa społeczna charakteryzująca się specyficznym podejściem do pracy i otoczenia, reprezentująca określone normy i wartości. Budowanie wizerunku jest natomiast uważane za jeden z kluczowych elementów konstituowania się roli zawodowej (Jemielniak 2008).

Obecnie powstaje wiele opracowań akademickich poruszające wybrane zagadnienia pracy informatyków, przybliżające specjalizacje i zawody w ramach tej grupy profesjonalnej (Jemielniak 2007; Latusek 2007; Postuła 2010, Czar-kowska 2010). Skupiają się one głównie na relacjach informatyków z klientami, relacjach wewnętrznych w organizacji lub ogólnym kontekście kultury profesjonalnej. Brakuje jednak tekstów, które skupiałyby się na wizerunkowym aspekcie kreowania roli zawodowej. Poprzez przedstawienie badań empirycznych w tym obszarze chcielibyśmy przyczynić się do wypełnienia tej luki.

2. Role społeczne

Pojęcie roli społecznej, aktora społecznego w naukach społecznych przypisuje się E. Goffmanowi (1959). Wskazuje on, że role społeczne można rozpatrywać z dwóch odmiennych perspektyw: osób, które na co dzień wcielają się w rolę, np. informatyków, oraz tych, którzy tę rolę odbierają, oglądają i poddają ocenie (Goffman 1959) – w tym przypadku mogą być to, na przykład, klienci firm IT albo menedżerowie kierujący pracą informatyków (Jemielniak i Latusek 2007).

Informatycy, podobnie jak przedstawiciele innych profesji, działają zgodnie z tzw. skryptami, czyli według wytyczonych w miejscu pracy procedur i ogólnie przyjętych norm, a także według niepisanych kulturowych norm i oczekiwań.

Podjęcie pracy nakłada obowiązki, odpowiedzialność i zobowiązania, które związane są z rolą zawodową, którą się przyjmuje (Bowie i Duska 1990, cyt. za: Kostera 1996: 124).

Definicja roli społecznej wykorzystywana w badaniach zbliżona jest do poniższej:

(...) ustalony wcześniej wzór działania, ujawniający się w czasie występu (wykonania roli) (...), deklarację praw i obowiązków przypisanych danej pozycji społecznej (...), obejmujące jedną bądź więcej ról odgrywanych przy kolejnych okazjach przez wykonawcę przed publicznością tego samego rodzaju lub przed publicznością złożoną z tych samych osób (Goffman 1959: 45).

Role informatyków są zatem definiowane wciąż na nowo w procesie konstruowania rzeczywistości organizacyjnej i społecznej. Wykonywanie codziennych czynności, np. w ramach projektu, pozwala na nowe interpretacje zasad, zachowań i procesów zachodzących w miejscu pracy. Współtworząc relacje, aktorzy społeczni budują nierozzerwalną sieć znaczeń, która określa ich jako grupę zawodową z przypisaną do niej specyfiką. Na tę pojedynczą rolę społeczną składają się trzy przenikające się wymiary:

- oczekiwania społeczne (dominujące scenariusze),
- konstruowanie roli przez informatyków (wymiar profesjonalny),
- kontekst instytucjonalny (organizacje, w których informatycy odgrywają swoje role).

3. Budowanie wizerunku

Zgodnie z klasycznym spojrzeniem Parsonsa (Parsons i Shils 1951) role stanowią zbiór oczekiwań kierowanych pod adresem określonych grup. Definiują one, jakie normy powinny zachowywać (przestrzegać) jednostki, aby być legitymizowanymi członkami określonych grup. Wymiary roli społecznej zaproponowane przez Kosterę (Kostera 1996) zwracają uwagę na dwa elementy, które w sposób szczególny składają się na wizerunek grupy zawodo-

wej. Wymiar ogólnospołeczny roli określa oczekiwany wizerunek, który mogliśmy nazwać *zewnętrznym* – określa on, jak informatycy są widziani przez innych członków społeczności, w których funkcjonują, np. przez klientów. Istotnymi czynnikami dla budowania pozytywnego wizerunku na zewnątrz mogą być: umiejętność budowania autorytetu, pozyskiwanie przychylności osób z otoczenia zawodowego, wzbudzanie zaufania i sympatii, tworzenie charyzmy, pozyskiwanie współpracy i lojalności klientów. Wymiar profesjonalny określa natomiast wizerunek *wewnętrzny* grupy zawodowej, czyli mówi, w jaki sposób informatycy są widziani przez kolegów po fachu. Nie jest rzadkością, że te wymiary roli przedstawiają wymagania będące ze sobą w konflikcie, np. oczekiwania wobec informatyków ze strony menedżerów albo klientów mogą być diametralnie inne niż oczekiwania „profesjonalnego” zachowania ze strony kolegów. Może powodować to problemy we współpracy i rosnącą nieufność realizacji wspólnych projektów (Latusek 2008).

Informatycy są dość szczególną grupą profesjonalną, która przywiązuje mało uwagi do rzeczywistości poza swoją profesją (Postuła 2010). Skupiając się na swojej pracy, zdobywaniu wiedzy oraz na rozwiązywaniu codziennych zadań, informatycy zapominają o aktywnym kreowaniu swojego wizerunku na zewnątrz. Nieświadomie przekazują pewne wrażenie na zewnątrz organizacji, w których pracują, co niekoniecznie musi być zgodne z ich oczekiwaniami. Powodują, że kreowanie wizerunku własnej grupy zawodowej odbywa się poza ich kontrolą i często jest negatywne w skutkach. Odbiorcy systemów informatycznych (klienci) to jeszcze bardziej różnorodna grupa. Oni z kolei kierują swoje oczekiwania pod adresem informatyków. Dlatego reakcje kontrahentów w odniesieniu do informatyków są bardzo zróżnicowane: od bardzo pozytywnych do jednoznacznie negatywnych. W artykule przedstawimy opinie klientów i dostawców na temat przesłanek podjęcia przez obie grupy współpracy. Opiszemy także stosowane przez dostawców, i uznawane przez klientów, sposoby na budowanie wizerunku wiarygodnego dostawcy systemów IT, czyli – jak wskazują nasze badania – w potocznym rozumieniu klientów „firmy informatycznej”.

Najpierw przedstawimy zatem perspektywę informatyków (przybliżając definicje, wyjaśniając specjalizacje) oraz ich spojrzenie na składających zamówienia, czyli klientów. Dokonamy krótkiej analizy grupy pracowników branży IT, biorąc pod uwagę ich rolę profesjonalną – czyli wizerunek wewnętrzny. W dalszej części opiszemy relacje z klientami oraz opinie informatyków na ich temat, co stanowi element roli ogólnospołecznej – czyli wizerunek zewnętrzny.

4. Metoda

Materiał zaprezentowany w artykule jest wynikiem dwóch projektów etnograficznych prowadzonych w Polsce przez dwa lata. Analiza i wnioski oparte zostały na materiale pochodzącym z badań dwóch niezależnych bada-

czek. W obu przypadkach jednym z głównych aspektów badań była tematyka roli społecznej informatyków. Podstawową metodą zbierania danych był wywiad antropologiczny – niestrukturalizowany i niestandardyzowany (Fontana i Frey 1994). Badaczki łącznie przeprowadziły 43 wywiady, które po transkrybowaniu dały 808 stron maszynopisu. Drugą metodą była obserwacja bezpośrednia, która zezwala na luźny kontakt z uczestnikami terenu (Kostera 2003), co zajęło badaczkom około 10 godzin. Dobór rozmówców odbywał się za pomocą dwóch metod: „osoby kontaktowej”, która pomaga zlokalizować ważne osoby w granicach jednej organizacji oraz „kuli śnieżnej”, która pozwala na poszerzenie kręgu interlokutorów i pogłębienie badanych obszarów (Hammersley i Atkinson 1995). Ogólny profil interlokutorów został przedstawiony w tabeli 1. Pomocniczą metodą zbierania danych była analiza zebranych w terenie dokumentów oraz literatury i prasy branżowej.

Rozmówcy	Pierwszy etap badań	Drugi etap badań	Łącznie
Łączna liczba	39	15	54
Programiści ogółem w tym m.in.:	27	11	38
testerzy	6		6
kierownicy projektu	15	5	20
Konsultanci	0	3	3
Dokumentaliści		1	
Inni pracownicy	9		9
Prowadzący własną działalność gospodarczą	0	4	4

Tab. 1. Profil rozmówców. Źródło: opracowanie własne.

Obie badaczki trzymały się podstawowych założeń etnograficznej tradycji metodologicznej, pamiętając o „antropologicznym nastawieniu umysłu” (Czarniawska-Joerges 1992), dobierając rozmówców metodą „osoby kontaktowej” oraz „śnieżnej kuli” (Hammersley i Atkinson 1995), a następnie prowadząc rozmowy w możliwie otwarty sposób (Whyte i Whyte 1984). Badania odbyły się zgodnie z zasadą triangulacji metodologicznej (Konecki 2000), gdyż wykorzystano w nich 3 metody eksploracji terenu: wywiad, obserwacje oraz analizę dokumentów organizacyjnych. Analiza zebranego materiału została przeprowadzona za pomocą narzędzi kodowania i kategoryzowania danych inspirowanych teorią ugruntowaną (Glaser i Strauss 1967).

W dalszej części artykułu prezentujemy materiał empiryczny z przeprowadzonych badań.

5. Kim jest informatyk?

Z naszych badań bezpośrednio wynika, że spójna definicja zawodu nie istnieje, a przez wiele osób jest pojmowana zupełnie przeciwnie. Zaledwie kilku rozmówców nie protestowało, kiedy nazywani byli informatykami, zdecydowana większość używała bardzo specjalistycznego nazewnictwa, mówiąc o swojej profesji. Zapewne ta reakcja była spowodowana zbyt słabym uściśleniem terminu „informatyk”, który funkcjonuje raczej w otoczeniu informatyków niż w środowisku fachowym. Niewykluczone, że geneza pojęcia „informatyk” pochodzi z kręgów osób niezwiązanych bezpośrednio z tym zawodem. Ponadto jest to stosunkowo nowa profesja, której nomenklatura wciąż ulega przemianom i dopasowaniu do rzeczywistości społecznej. Stąd wynika ogromne zróżnicowanie wypowiedzi respondentów na ten temat.

Pierwsza podstawowa sprawa polega na tym (...), że trzeba powiedzieć w ten sposób: niestety polski język został zaśmiecony słowem informatyk i, generalnie, jakby powiedzieć, kto jest informatykiem, to można by powiedzieć tak, że najbardziej ogólna definicja, która pasuje do każdego informatyka, to informatyk to jest taka osoba, która szybciej pisze na klawiaturze niż przeciętny użytkownik. To jest informatyk (LMI).

Część rozmówców twierdzi, że według obiegowej definicji funkcjonującej w społeczeństwie, a która powstała i utrwaliła się ich zdaniem mniej więcej 10 lat temu, informatykiem jest „człowiek, który szybciej klika myszką albo pisze na klawiaturze niż przeciętny obserwator”. Większość interlokutorów zgodnych jest co do tego, że informatykiem może być osoba z wykształceniem informatycznym lub matematycznym, która zajmuje się czysto matematycznymi operacjami, a konkretyzując, osoba, która obrabia czy automatyzuje przepływ informacji lub danych. Jednak nadal pozostaje to trudne do dokładnego ustalenia, ponieważ problem polega na tym, że termin informatyk, podobnie jak informatyka, został skonstruowany dla potrzeb rynku polskiego i nie znajduje odwzorowania w słowniku anglojęzycznym, z którego częściowo pochodzi:

W języku angielskim jest pierwsza sprawa jest *computer science*, czyli nauki komputerowe, czyli (...) to jest programowanie, języki programowania takie, śmiecie. Programiści, (...) jest *IT expert*, czyli *information technology expert*, nie ma czegoś takiego (jak informatyk) (LMI).

Uściślając powyższą wypowiedź, faktycznie istnieje w języku angielskim termin *computer scientist* na określenie osoby zajmującej się informatyką (raczej w sensie naukowym) i *IT technician (IT expert)* jako zawód. Najczęściej używany termin na określenie profesji informatyka to *software engineering* (inżynieria oprogramowania, o której mówili respondenci) bądź *software developer* jako odpowiednik starszego *programmer*. Te rozbieżności mogą być bezpośrednią przyczyną trudności w identyfikacji polskiego odpowiednika informatyka oraz jednolitego obrazu profesji.

Rozmówcy często mówili o braku powagi w traktowaniu własnej profesji. Ich zdaniem trudno mówić o osobie, która opanowała podstawowe czynności w obsłudze komputera, jako o informatyku:

(...) osoba, która jest po szkole w Pcimiu Dolnym przy szkoleniu takim półrocznym, umie obsługiwać Worda i coś tam, i to też może być informatyk nazywany. Taki informatyk w firmie, bardzo często jest coś takiego, że mamy informatyka w firmie i to jest osoba, która umie podpowiedzieć pani Zosi, jak odpalić Worda. I to jest informatyk w firmie. I on też tylko tyle wie. To jest bardzo szerokie (LHG).

Interlokutorzy twierdzili, że taka szeroka definicja jest najprawdopodobniej pomysłem osób spoza ich profesji, pragnących identyfikować się z wysokiej klasy profesjonalistami. Z kolei zwolennicy wąskiej definicji jako informatyków określają programistów, analityków i projektantów. Z tego powstał podział osób pracujących z komputerami na informatyków i nieinformatyków, pomiędzy którymi granica jest tak cienka, że dla osób spoza branży IT wręcz prawie niewidoczna.

6. Wizerunek pracownika IT – rola ogólnospołeczna (pracownicy IT o klientach)

Grupą mającą wpływ na pracę informatyków, zwłaszcza na jej jakość i tempo, mają klienci firm sprzedających oprogramowanie biznesowe. Dość często relacje te układają się niezbyt korzystnie dla obu stron. Decyduje o tym szereg czynników, z których o wielu wspominali w wywiadach interlokutorzy. Jak twierdzą, istnieje kilka poziomów relacji z klientem:

To znaczy, to są różne jakby poziomy tych kontaktów z klientem. W sumie taki najwyższy, to [są prezesi], to oni kontaktują się, w ogóle szukają klientów (NLL).

Drugi poziom, obejmujący szeroko rozumianą realizację postanowień kontraktu, właściwy jest dla szefów projektów, którzy kontynuują współpracę z klientem w czasie trwania całego projektu. Interwencje najwyższego kierownictwa są sporadyczne, tylko w razie wystąpienia poważnych problemów, np. zagrożenia zerwania kontraktu:

Szef projektu (...) tam sobie ma jakąś koncepcję. Stwierdza, co jest potrzebne, co będzie powstawało, (...) prosi o zespół (SPI).

Ten drugi poziom ma także dwie fazy ze względu na występowanie działania, których natura jest mocno zróżnicowana. Ostatnim poziomem jest monitorowanie systemów wdrożonych u klienta, czym zajmują się już różne osoby, zwykle szeregowi programiści, którzy uczestniczyli w realizacji danego projektu.

Relacje z klientami na różnych etapach układają się inaczej. Zwykle naturalną kolejnością współpracy jest złożenie zamówienia przez klienta na konkretny system, następnie podpisanie umowy, a dopiero w dalszych eta-

pach realizacja kontraktu, czyli projektowanie zamówionego systemu. Obecnie proces ten odbywa się w bardziej ryzykowny sposób, gdyż podpisywanie umowy przez zarząd firmy programistycznej następuje równoległe z powstawaniem systemu. Wszystko to spowodowane jest wymogami rynku i chęcią wyprzedzenia konkurencji.

Większość projektów tutaj powstaje tak, że robimy to, co jest potrzebne, a ten kontrakt się w trakcie podpisuje i dogaduje. I to jest taka rzecz.... trochę mniej bezpieczna z naszego punktu widzenia, bo jeżeli klient nie będzie zadowolony, to on tak naprawdę nie ma... Nie można go pozwać. Ja nie wiem, jak to prezesi załatwiają, w każdym razie dla nas – dla mnie – też jest to takie, że ja muszę napisać coś, co jest dla tamtej strony użyteczne i co tamta strona zaakceptuje, więc jest potrzebna dobra wola dogadania się obu stron. Czyli tutaj jedna strona i druga jest bardzo ważna (LHS).

Kolejnym poziomem budowania relacji z klientem w ramach realizacji projektu jest analiza potrzeb i zmiana osób kontaktowych w firmie informatycznej. Odpowiedzialność za kontakt z klientem przechodzi na kierowników projektów, którzy kontynuują rozpoczętą przez zarząd współpracę.

Ciekawe jest, jak człowiek przychodzi do takiego klienta, wydaje mu się, że klient bardzo dużo wie, a w życiu! Klient tak naprawdę nic nie wie. Nie wie, co jest potrzebne.... Zdarza się, że wie, ale z tymi, co ja byłem, to oni akurat nie wiedzieli. I to my musimy zaproponować. My musimy zaproponować i to tak, żeby on się jeszcze na to zgodził i żeby mu to odpowiadało. Nakierować jego myślenie na właściwe tory. I to też nie chodzi o to, żeby go tam oskubać (...) czy coś takiego, tylko żeby wszystko dobrze działało, żeby on był zadowolony, żebyśmy my byli zadowoleni, żeby jeszcze się wszystko dało zrobić (NLL).

Już podczas pierwszego widzenia się z klientem należy ustalić termin ponownego spotkania, na które powinien być przygotowany wstępny projekt. Może zawierać pewne kwestie bez rozwiązań ostatecznych, ale prototyp systemu już powinien działać. Ważne, aby klient widział, że bardzo szybko nastąpiła realizacja wstępnych ustaleń z pierwszej rozmowy.

Jedziemy do klienta na umówione spotkanie. Pokazujemy – bardzo dobrze jest jak klient jeszcze sam może poruszać, coś poklikać, bo to też jest fajne. Najczęściej się boi i nie klika [śmiech] (...) My też boimy się, żeby on za bardzo nie klikał, bo tam coś może zepsuć [śmiech] (NLL).

Ogromną satysfakcję informatyków wywołuje pozytywna reakcja klienta na przedstawiony projekt. Jest to realna nagroda za dotrzymanie wyśrubowanych terminów i sumienne wykonanie pracy.

(...) jedziemy do klienta. Klient patrzy na to, mówi jakieś poprawki itd. Najczęściej jest zachwycony, że „O, już gotowy projekt”. To działa na klientów [śmiech]. I tak się zaczyna pierwsze spotkanie. Jeżeli klient to zaakceptuje, my mówimy, jak sobie wyobrażamy, że jak tu się wciśnie, to co się dzieje, że jaki obieg dokumentów itd. Klient, jeżeli to wszystko akceptuje, to wracamy do firmy, ustalamy na początku, jakie są elementy składowe tego programu [...], kto czym ma się zająć mniej więcej, na zasadzie ile osób jest potrzebnych (NLL).

Bardzo newralgiczny z punktu widzenia współpracy z klientem jest moment tzw. okołowdrożeniowy, podczas którego występuje mnóstwo spieć, nieporozumień i wzajemnych oskarżeń. Nierzadko jest to wynik częściowo błędnie przeprowadzonej fazy analizy potrzeb klienta, jednak respondenci oceniają te sytuacje inaczej:

I teraz jest problem, bo tak naprawdę teoretycznie ich *callcenter* w tej chwili zajmują się dwie osoby, a oni chcą rozszerzyć do 30 osób. Teoretycznie nic by nie stało na przeszkodzie, żeby zrobić trochę inną tą formatkę, wygodniejszą, powiedzmy, czy coś w tym stylu, ale nie, ona musi być taka sama, bo szef *callcenter* wymyślił sobie pod całą tę formatkę, jak to ma wyglądać i on jest z niej bardzo dumny i jak my żeśmy to nieładnie trochę określili, to znaczy ja to określiłem w ten sposób, że niektórzy kupują drogie samochody, żeby sobie skompensować. Bo to na to wychodzi, bo on naprawdę się czepia już tak drobnych szczegółów, że są nieściste, że mógłby sobie darować, ale nie, bo to on to wymyślił. I tak ma być. I tak musi być, bo klient sobie życzy (SPI).

Informatycy pytani o to, co im w pracy sprawia największe trudności, odpowiadali niekiedy krótko: „Klienci”. Wprawdzie odpowiedź ta miała w zamyśle mieć wydźwięk nieco ironiczny, jednak kryje się za tą ironią także fragment rzeczywistości zawodowej. Jakość relacji z klientem wynika przede wszystkim ze wzajemnego niezrozumienia stron oraz dużej przepaści w pojmowaniu zawodów reprezentowanych przez pracownika firmy informatycznej i klienta.

Po prostu ludzie, którzy nie rozumieją specyfiki i o co w tym wszystkim chodzi. Jemu się czasem wydaje, że jakaś rzecz jest z kolei trudna, co nam daje bonus w postaci, a dla nas to jest tak [i pstryknął palcami], to nam daje bonus w postaci, że „no tak, to trzeba będzie tu trochę porobić”. Powiedzmy, że w ten sposób się równoważą te dwie rzeczy. Ale naprawdę najwięcej problemów jest z klientem, do którego pewne rzeczy nie docierają, jak łopatologicznie by mu tego nie tłumaczyć (RSR).

Informatyków niecierpliwi i drażni zachowanie klienta, który w ostatniej chwili potrafi zmienić pewne specyfikacje projektu. Zdarzają się sytuacje, że po roku wdrażania programu klient życzy sobie jakiejś małej, jego zdaniem, zmiany. Oczywiście firma informatyczna dokłada wszelkich starań, by system został zoptymalizowany według zaleceń klienta, a jednocześnie, żeby działał szybko i sprawnie (według wielu interlokutorów są to czynniki praktycznie niemożliwe do jednoczesnego spełnienia). Klientowi wydaje się, że zmiana jest mało istotna, ale w rzeczywistości wymusza reorganizację dużej części tego systemu.

Pracownicy firm informatycznych nie są jednak pozbawieni empatii. Zdają sobie sprawę, że klient może mieć wiele wątpliwości dotyczące kupowanego systemu. Często nie potrafią sobie wyobrazić, jak będzie wyglądała współpraca z nowym systemem, co powoduje zbędny stres przy wdrożeniach.

(...) to jest zazwyczaj rewolucja w firmie, w której jest wdrażane nowe oprogramowanie. Ludzie muszą się nauczyć, jak to obsługiwać, jak różne rzeczy robić, pozbyć się dawnych przyzwyczajeń. (...) I to się rozrasta, zaczyna przybywać funkcjonalności,

których klient się musi nauczyć, które trzeba przetestować, które potem się zazwyczaj okazuje, że to niedokładnie, „to może jeszcze poprawcie” i rozjeżdża się projekt z zapotrzebowaniem klienta (LHS).

Sytuacje stresogenne po obu stronach prowadzą często do spięć. Jedna z interlokuterek tak wspomina sytuację, która przydarzyła jej się w trakcie realizacji projektu i uczucia, które temu zdarzeniu towarzyszyły:

Jak pojedę i się pokłócę z klientem i niestety nie zrobię tego na zimno, (...) znaczy: mimo że się pokłócę w sposób kontrolowany, tzn. wymyślę, że ja powinnam się pokłócić, to niestety nie potrafię zrobić tego na zimno, potem chodzę zdenerwowana i tego nie lubię (LHS).

Są osoby, które się wręcz nie nadają do kontaktów z klientem. Można być narażonym na nieprzyjemne wymiany słowne, do których trzeba mieć szczególne predyspozycje. Szefowie projektów, z którymi rozmawialiśmy, twierdzą, że są wśród nich osoby, które ewidentnie nie powinny jeździć na spotkania z klientem, gdyż znacznie lepiej sprawdzają się w innych sytuacjach. Rolą szefa projektu jest zatem umieszczenie tych osób w najdogodniejszym dla nich miejscu. Ważne, aby pracownicy mogli unikać sytuacji, które są dla nich skrajnie niekomfortowe.

Ja tu przychodzę z przyjemnością, ja tu nie przychodzę jak do pracy, że ja tu muszę... Znaczący nie zawsze oczywiście, bo jak wiem, że dzisiaj zadzwoni do mnie klient, to każda praca ma te minusy, nie? I będzie mi tam przez pół godziny czy tam godzinę truć o czymś tam, ja mu będę tłumaczyła, że ja tu zrobię jednak tak, a on mówi, że jednak będzie lepiej inaczej. Albo czasem jest tak, że mnie pogania na przykład i dzień wcześniej mi powie, że mam coś zrobić i ja mam na to np. 2 czy 3 dni i on zaraz następnego dnia pyta „Jak tam praca?”. To mnie to tak wkurza, że ja mam ochotę powiedzieć: „Słuchaj, jak będziesz do mnie dzwonił co chwila, to ja nic nie zrobię, bo ja będę marnowała czas na te rozmowy”, ja mu nie mogę, ja nie mogę tak klientowi powiedzieć. I znów tam za kilka godzin „No jak tam? Czy coś tam się posunęło?” – po prostu jak dziecko w szkole odpytuje (BTK).

Pracownicy niepytani potrafią dawać swoim przełożonym bezpośrednie znaki mówiące o tym, co najbardziej interesuje ich w pracy. Naszym zdaniem te sygnały nie powinny być ignorowane, tylko wykorzystywane przez kierowników do właściwego obsadzenia osób na stanowiskach bądź przy odpowiednich zadaniach. Dlatego rolą szefa projektu bądź najwyższych władz w organizacji jest budowanie i utrzymywanie dobrego kontaktu z pracownikami, którzy często przyznają wprost:

(...) wolałbym się nie spotykać z klientem. (...) Dlatego, że po prostu wolałbym jednak projektować to, co będzie wymagał klient (SPT).

Rolą szefa projektu jest także umiejętne prowadzenie rozmów z klientem podczas trwania całego projektu. Ten ostatni często ma nierealne, a czasem wręcz niespójne wyobrażenie na temat problemu, który potem informatykom ciężko jest przełożyć na propozycję sprawnie działającego

systemu. Tutaj potrzebne są umiejętności kierownika projektu, który wie, jak wydobyć od klienta tę wiedzę i ewentualnie, jak mu wyperswadować nierealne pomysły.

Paradoksalnie, zdarzają się również sytuacje, kiedy klientowi nie zależy na prawidłowym wykonaniu projektu. Powodów może być kilka. Czasem „całemu klientowi”, jak mówią informatycy, czyli firmie klienta jako całości, nie zależy na szybkiej realizacji projektu, gdyż z powodu własnych wewnętrznych terminów planuje późniejsze wdrożenie nowego systemu. Może również zdarzyć się tak, że w firmie po stronie klienta jest osoba, w której interesie jest przeszkodzenie we wdrożeniu nowego programu, gdyż obawia się, że przez implementację nowoczesnych systemów straci posadę (może to być jedna osoba lub grupa ludzi wyrażająca sprzeciw). Czasem powodem nieporozumień i złych relacji jest konflikt pomiędzy działami wyłącznie po stronie klienta. Członkowie działów stwarzają interakcje uniemożliwiające przeprowadzenie prawidłowego wdrożenia, np. próbują wytykać sobie nawzajem niekompetencję i brak umiejętności, co opóźnia terminową realizację projektu. Wszystkie te sytuacje zdecydowanie utrudniają poprawne relacje z klientem. Dlatego kluczowym czynnikiem jest chęć porozumienia z obu stron.

I jak takie dwie osoby się umieją dogadać, to już potem wszystko zależy od tych pracowników niżej, z którymi przeważnie już nie ma takich problemów. Jakoś się udaje ich znaleźć. Natomiast chyba ważne jest, żeby zarówno po stronie jednej, jak i drugiej w miarę rozsądny człowiek się znalazł, który się w miarę zna na tym, co trzeba zrobić, żeby chciał to zrobić i żeby wiedział co chce, bo z tym jest strasznie ciężko tak naprawdę, żeby jedna i druga strona wiedziała, czego oczekuje od drugiej strony i co tak naprawdę można uznać za sukces, że powiedzmy, do jakiegoś tam momentu warto coś robić i można już uznać, że to jest sukces, a bez jakiegoś elementu to w ogóle można wyrzucić wszystko (RBL).

Większość informatyków zgodnie stwierdza, że jednym z najgorszych i zarazem najbardziej frustrujących momentów w kontaktach z klientem jest zmiana warunków w trakcie wykonywania projektu. Zwroty w kierunku prac nad systemem wymagają ogromnych nakładów pracy i czasu ze strony informatyków. Dodatkowo wywołują konflikty na linii klient–firma programistyczna. Wiele jest sytuacji podobnych do przedstawionej przez współautorkę systemu dla dużej korporacji:

I później stwierdzili, że są im potrzebne nowe funkcjonalności, że (...) chcieliby mieć gotowe wyliczone takie jakieś współczynniki finansowe. (...) Później się zmieniły warunki, bo stwierdzili, że to nie do końca odpowiada ich potrzebom, że jeszcze w jakiś tam sposób [chcą] określić, czy klient jest dobry czy zły. Takich wersji warunków było kilka. Później [kilka firm] stwierdzi[-ło], że chcą się wymieniać informacjami. (...) Później stwierdzili, że to za mało (...), więc stwierdzili, że chcieliby interakcyjnie. Więc przyszła wersja, że mamy teraz interakcyjnie. Później stwierdzili, że interakcyjnie to chcą przy innych warunkach. (...) I to się zmienia (ILR).

Ostatni etap kontaktów z klientem to obsługa gotowych, wdrożonych u klienta systemów, które pracują nierzadko całą dobę bez przerw. I tu

pojawia się kolejne zagrożenie. W razie wystąpienia awarii systemu nie ma często jasności, kiedy powinno się dokonać napraw. Zwykle wtedy użytkownicy systemów muszą ten moment przeczekać. W pewnego rodzaju systemach jest to bardzo trudne do zrealizowania, jak np. w bankach, gdzie przeliczanie danych trwa prawie bez przerw. Zwykle jako czas napraw wybiera się okres nocy, wtedy informatycy monitorujący uszkodzony system muszą przystąpić do pracy.

U klienta, na żywych ludziach, którym się faktury co miesiąc obliczają, których, jak ja zrobię jakiś błąd, to komuś tam policzy się 15 000 do zapłacenia zamiast 150 złotych, a jak jeszcze to jest pojedyncza osoba, jakiś tam indywidualny klient, to on zgłosi reklamację, może nie jest to problem. Natomiast kiedyś był taki problem, że zgłosił się jakiś facet, firma się zgłosiła, która miała tam ponad 300 tych telefonów, że mają jakiś błąd, że im się jakieś upusty nie policzyły i to był jakiś kolega dyrektora, i on nie zgłosił do reklamacji, do działu reklamacji, tylko zgłosił od razu do swojego kolegi, który był dyrektorem. No i wtedy to rzeczywiście już był problem (BTK).

Podsumowując relacje z klientem, należy stwierdzić, że nie przy każdym projekcie występują sytuacje kontrowersyjne, w których klient staje się głównym wrogiem informatyka. Oczywiście są też osoby, które wiedzą, jak sformułować problem, z którym przychodzą do firmy programistycznej, i jaki produkt spełnia ich wymagania. Niestety z wywiadów wynika, że takich klientów jest jednak znacznie mniej.

Są bardzo różni klienci. Niektórzy wiedzą czego chcą i ponadto nie zmieniają zdania co 5 minut, a niektórzy wręcz przeciwnie: najpierw nie wiedzą czego chcą i jak już coś powiedzą, to po tygodniu już uważają inaczej. Ja akurat mam to szczęście, że pracuję u klienta, u którego zespół merytoryczny jest również silny i mamy partnera do rozmowy i do ustaleń, i do tego, że jak ustalimy, że coś ma być zrobione jakoś i ma działać (...) i ma realizować jakieś określone funkcje, to jak to dostarczymy, to klient nie mówi, że „ale przecież to miało być całkiem inaczej”. Także tu akurat mam szczęście. Natomiast to różnie bywa (BLA).

7. Wizerunek pracownika IT – rola profesjonalna

Z badań dość jednoznacznie wynika, że pracownicy IT jako wyznaczniki profesji cenią sobie wykształcenie, doświadczenie, a także dalsze zdobywanie wiedzy i umiejętności. Rozmówcy zajmują wspólne stanowisko w kwestii czerpania wiedzy z praktyki. W organizacjach, której są uczestnikami, wciąż podnoszą swoje kwalifikacje zawodowe. Jest to niezbędny warunek umożliwiający utrzymanie wysokiego poziomu w danej specjalizacji. Dlatego najbardziej liczą się wiedza wyniesiona ze studiów oraz umiejętności zdobywane w codziennej pracy. To połączenie daje możliwość zdobycia statusu specjalisty.

Szczególnie dużo nowinek technologicznych dostrzegają w swojej pracy programiści, którzy dzięki stałej wymianie informacji w swoim środowisku fachowym mogą nadążyć za bardzo dynamicznym rozwojem swojej profesji.

Jak twierdzą, nie jest to zadanie bardzo trudne, choć aby je dobrze wykonywać, niezbędne są predyspozycje do myślenia analitycznego. Dzięki temu można w stosunkowo krótkim czasie zgłębić tajniki programowania i stosować nabytą wiedzę w praktyce.

Umiejętności programistyczne na przykład. To jest bardzo proste, mi się wydaje, to każdy umie. Tę można się nauczyć bardzo szybko. Jest do tego podręcznik. Z takiego doświadczenia, wydaje mi się, że jak ktoś dobrze sobie radził w podstawówce z matematyką, to raczej nie będzie miał problemów później z takim samym, takim kłopotem w klawiaturę. Więc to akurat każdy może się [nauczyć] (NLL).

Zdecydowanie najważniejsze są dla informatyków doświadczenia zdobywane przez lata praktyki w zawodzie. Do najbardziej istotnych zagadnień należy obycie w kontaktach z klientem, czego nie można nauczyć się z książek, lecz wyłącznie poprzez doświadczenie zdobywane w codziennej pracy.

Taka wiedza już na wyższym poziomie: kontakty międzyludzkie, takie doświadczenie to jest niesamowicie cenna sprawa. To się zdobywa, według mnie, tylko właśnie już pracując w firmie. Jeżeli jest ogłoszenie, że „firma [chce] studenta z doświadczeniem”, to już jest niestety kiepska sprawa (NLL).

Najskuteczniejszym rozwiązaniem dla firmy jest zatrudnianie zdolnych młodych informatyków, niekoniecznie absolwentów, mogą to być także studenci, którzy szybko poznają sposób pracy w danej organizacji i przejmą obowiązujące standardy. Pozwala to osiągnąć firmie dość niskie koszty zatrudnienia w zamian za pozyskanie profesjonalnego pracownika w stosunkowo krótkim terminie. Jak mówią interlokutorzy:

(...) dzięki temu [prezes] może przyjmować po prostu każdego. Po prostu z ulicy, pierwszego z brzegu. [Prezes] i tak w to inwestuje, bo trzeba osobę [wyznaczyć], która będzie się też takim gościem zajmowała, ale w każdym razie to nie są już takie szalone pieniądze, a bardzo często jak już po takiej pierwszej rozmowie kwalifikacyjnej można wyluskać osoby, które mogą się przydać. Później trzeba je tylko doszlifować (NLL).

Do najbardziej pożądanых umiejętności profesjonalnych informatyka należy programowanie i zdolność ogólnego myślenia analitycznego. Dlatego najbardziej cenionymi pracownikami w zawodzie są osoby, które czynnie programują lub praktykowały programowanie w przeszłości. Brak tych umiejętności nie tylko utrudnia współpracę w zespołach informatycznych, ale także znacznie zawęża rolę zawodową.

Informatyk musi umieć programować. Ja myślę, że zdecydowanie. A z kolei musi być dobry, żeby był w stanie pojąć składnię języka i jakoś to wykorzystać. Ale to już takie pojęcie metaanalizy, w sensie tego, że coś należy rozwiązać bardziej ogólnie, żeby móc to potem zastosować (NZA).

Część informatyków musi się wykazać innymi dodatkowymi umiejętnościami w pracy zespołowej, aby móc zasłużyć na opinię dobrego współpracownika.

cownika. Jednak nawet bardzo specyficzna wiedza czy zdolności nie zastąpią, zdaniem informatyków, programowania.

Więc programowanie zdecydowanie tak, jakaś taka umiejętność postrzegania rzeczy z góry. Też myślę, że np. [Leszka], tego prowadzącego projekt, też uważam za informatyka, ale już pewnie z programowaniem miałby ostre problemy (NZA).

Jak wymieniają interlokutorzy, programowanie to nie tylko umiejętność istotna sama w sobie. Pociąga za sobą kształtowanie innych zdolności, które respondenci wymieniają jednym tchem:

W sensie programowanie to umiejętność spojrzenia analitycznego na coś. Takiego, że się widzi całościowo i szczegółowo, a nie że się patrzy na problem i przenoszę bezpośrednio. To nie. Chodzi o taką umiejętność dostrzegania czegoś, jakichś związków itd. (NZA).

Czasem rozmówcy rozróżniali wiedzę czysto matematyczną od informatycznej, określając precyzyjnie, w jakich organizacjach każda z dziedzin znajduje większe zastosowanie. Informatykom nie zawsze przydaje się konkretna wiedza matematyczna, chociaż pewne specjalizacje zawodowe tego wymagają.

[Wiedza] matematyczna rzadko się przydaje. (...) W naszym przypadku nie robimy jakichś skomplikowanych obliczeń, ale pewnie informatyk, który będzie pracował w firmie farmaceutycznej nie w Polsce, przedstawicielstwo zachodnie, tylko takie, która robi jakieś faktyczne obliczenia w aptekach, myślę... Jakichś skomplikowanych analiz (LHG).

Ten, co programuje samoloty, musi znać matematykę (BHN).

Informatycy podkreślali, że czynnikiem decydującym o ich umiejętnościach nie jest jak największa ilość przyswojonej wiedzy z różnych dziedzin, ale zgłębianie jednego konkretnego fragmentu w celu uzyskania statusu specjalisty. Sztuką w ich profesji nie jest pobieżna znajomość wielu zagadnień, tylko wąska znajomość wybranej dziedziny. Dlatego współpraca pomiędzy przedstawicielami poszczególnych etapów projektu jest kluczem do tworzenia sprawnie funkcjonujących systemów informatycznych. Każdy z zespołów zajmujący się opracowywaniem innej części projektu ma bardzo szczegółową specjalistyczną wiedzę. Jedynie sprawna komunikacja pomiędzy twórcami poszczególnych części systemu może być skuteczna w dłuższym okresie. Jak twierdzą rozmówcy, taka silna specjalizacja nie jest łatwa do osiągnięcia:

Nie tak trudno jest zacząć. Natomiast później wejść w jakieś specyficzne rzeczy i dowiedzieć się dużo z danej dziedziny, to już się robi spora wiedza o dziedzinie. (...) Na poziomie pisania jakichś procedur czy pakietów, to nie trzeba mieć dużej wiedzy dziedzinowej, tylko wystarczy mieć dobrze zdefiniowany swój katalog (ILR).

Informatycy zaznaczają, że istotna jest również ogólna znajomość wszystkich procedur projektowych, gdyż ułatwia to pożądaną poziom współpracy

w zespole i rozumienie celów strategicznych danego systemu. W razie potrzeby pomocą zwykle służą kierownicy projektów, których zadaniem jest sprawne koordynowanie prac nad danym projektem. W szczególnych sytuacjach powinni dzielić się swoją wiedzą i umiejętnościami z podwładnymi, aby ci lepiej mogli wykonać swoją pracę.

Dodatkową dziedziną wiedzy, w której sprawnie powinni poruszać się informatycy wchodzący w skład zespołu projektowego, są informacje dotyczące specyfiki projektowanego systemu oraz branży, w której ten system ma funkcjonować. Nie jest to zadanie proste, gdyż nierzadko zdarzają się pracownicy projektujący i programujący systemy w kilku branżach równocześnie. Muszą wtedy nadążać za zmianami nieobejmującymi bezpośrednio ich fachu i pozostać biegłymi w wykorzystywaniu tej wiedzy w pracy. Może to być wiedza z zakresu funkcjonowania systemów bankowych, szczegółowych telekomunikacyjnych zagadnień, służby zdrowia czy innych systemów finansowych. Czasem dochodzi do sytuacji, w której profesjonalni użytkownicy systemów w określonej branży mają mniejszą wiedzę na ich temat niż twórcy oprogramowania. Zdaniem interlokutorów sytuacja powinna wyglądać odwrotnie. Jednak rzeczywistość pokazuje, że informatycy posiadający szeroką wiedzę nie tylko z zakresu swojej dziedziny mogą pomagać użytkownikom w różnych trudnych sytuacjach.

Różne są takie fragmenty tego wszystkiego, że my z racji tego, że musieliśmy je bardzo dogłębnie przestudiować, to my się znamy trochę lepiej. W związku z czym też zachodzi takie zjawisko, że my w pewnym sensie stajemy się też użytkownikami naszego software'u, ponieważ różnego rodzaju analizy, które ktoś powinien wykonywać, klient zrzuca na nas, ponieważ tak jest szybciej i na pewno tak jest lepiej, bo my to zrobimy lepiej od tych ludzi (NKI).

Przykładem na szeroką wiedzę informatyków są opisy tworzenia systemów dla konkretnej branży:

Na przykład, jeśli w poprzedniej firmie szliśmy do gazety, to musieliśmy wiedzieć jak proces [wygląda], bo ta firma też produkowała systemy do składu gazet (NNI).

Wielu informatyków zaznacza, że chcieliby poznać procesy produkcyjne w różnych branżach czy inne zachodzące w organizacjach, dla których tworzą systemy. To daje przewagę na rynku pracy w postaci znajomości zjawisk dość rzadkich i niedostępnych dla szerokiej rzeszy specjalistów. Pozwala także firmom software'owym na szybszy i bardziej intensywny rozwój.

Znaczy ja na przykład tej chwili nie mam pojęcia, co gdzie potrzebne jest, w tym przypadku w [gazecie], jak ten system działa w ogóle. Chciałbym się tego nauczyć, jakie są systemy już w tej chwili funkcjonujące na rynku, jakie są potrzeby i co w kontekście tego, co jest na rynku, my oferujemy i możemy przedstawić i sprzedać (NNI).

Konkretna wiedza jest więc kluczem do zawodu informatyka, a także elementem dzielącym pracowników na określone specjalizacje. Posiadanie

dużej wiedzy z danego zakresu stanowi o statusie informatyka w organizacji i jego wartości na rynku pracy. Podziały często funkcjonujące w organizacjach na programistów i nie-programistów najlepiej oddają wagę problemu i opisują zależności pomiędzy pracownikami ze względu na wiedzę czy umiejętności. Jednak, jak pokazują przytoczone cytaty, informatycy najbardziej cenią sobie wiedzę praktyczną, zdobytą w pracy, a nie wyniesioną ze studiów. Mimo że wykształcenie daje poważne podstawy do pracy w tym zawodzie, to doświadczenie informatyka jest czynnikiem decydującym o jego wartości w organizacji. Dlatego tak często informatycy podejmują pracę jeszcze w trakcie studiów, a w dalszej karierze zawodowej największy nacisk kładą na uczenie się.

8. Wnioski – na styku roli profesjonalnej i ogólnospołecznej

Interakcja pomiędzy środowiskiem fachowym informatyków a ich kontrahentami różnego rodzaju jest interesująca z punktu widzenia najbliższego otoczenia informatyków. Próba wniknięcia w specyfikę tej relacji może przynieść odpowiedź na pytanie często zadawane przez klientów – o trudności w kontaktach z informatykami. Jest to relacja w której występuje najwięcej konfliktów i najczęściej można spotkać punkty zapalne do ich powstawania. Charakter tej relacji w zasadzie jest jedyną wspólną cechą łączącą specjalistów – informatyków. Pozostałe analizowane cechy raczej są właściwe dla poszczególnych grup specjalistów lub uczestników jednej organizacji i nie powinny być raczej omawiane w szerszym kontekście całej profesji.

W definiowaniu analizowanych wymiarów roli – profesjonalnym i ogólnospołecznym – biorą zatem udział dwie strony: informatycy i ich klienci. Informatycy czerpią korzyści materialne ze sprzedaży stworzonych przez siebie produktów. Zgodnie z klasycznym punktem widzenia nauk o zarządzaniu powinni oni zatem dbać o jak najlepszy kontakt z odbiorcami. Jednak praktyka tej profesji często jest taka, że informatycy starają się unikać kontaktów z klientem, co więcej często kłopoty w tych kontaktach stają się przeszkodą w podążaniu wybraną ścieżką kariery. Przykładem może być przypadek informatyka zaczerpnięty z naszych badań, którego relacje z klientem układały się w stopniu na tyle niekorzystnym, że postanowił on zrezygnować z wysokiego stanowiska kierownika projektu na rzecz niższej pozycji w organizacji – programisty, który nie jest obciążony obowiązkiem współpracy z odbiorcą. Kontakt z klientem był dla tego informatyka jedynie obciążeniem i przeszkodą w wykonywaniu zawodu przy pożądanym poziomie satysfakcji.

Wielu autorów (np. Vollmer i Mills 1966; Freidson 1994) zgadza się co do faktu, że dwoma najważniejszymi elementami definiującymi profesję są wiedza oraz jej przeznaczenie. Zatem kluczowym elementem powinna być relacja z klientem, co umożliwia sprzedaż wytworzonych produktów. Jak

pisze Freidson (1994), różnice pomiędzy profesjonalistą i amatorem stanowi efektywna „dobra praca”, za którą ten pierwszy otrzymuje wynagrodzenie. Zależność ta jest powszechna i nieunikniona, a w naszym społeczeństwie stanowi normę. Obecnie relacja ta istotnie zyskała na znaczeniu. Schyłek wieku XIX zaowocował powstaniem nowych profesji, które szybko zdobyły zasłużoną wysoką pozycję we współczesnej ekonomii. Zgodnie z tendencją, celem informatyka, przedstawiciela nowej profesji, powinna być dbałość o stosunki z potencjalnym nabywcą wytworów jego pracy.

Tymczasem, jak sugerują przeprowadzone badania, informatycy nie tylko nie wykazują zainteresowania klientem, ale czasem nawet potrafią go zniechęcić do współpracy. Jest to zastanawiające z punktu widzenia satysfakcji z pracy, a także niekorzystne dla funkcjonowania firmy. Z wywiadów wynika, że informatycy nie lubią sytuacji, kiedy ich projekty odstawiane są na półkę i nie służą klientowi do poprawy jakości jego funkcjonowania. Wśród najmniej przyjemnych momentów w pracy rozmówcy wymieniali brak przydatności, ponieważ użyteczność projektów wydaje się pełnić ważną rolę z punktu widzenia satysfakcji z pracy. Dodatkowo w dużym stopniu, co jest szczególnie widoczne wśród młodych adeptów profesji, informatycy traktują swoją pracę jak zabawę (Strannegård i Friberg 2001; Hjorth 2004). Stanowi ona dla nich wyzwanie nie zawsze w kontekście przydatności, ale często jest narzędziem dla pokonania pewnych barier rozwoju, co daje jedynie osobistą satysfakcję. Również owoce tej twórczej pracy przynoszą satysfakcję głównie informatykowi, a nie uczestnikom najbliższego otoczenia (odbiorcom usług).

Wydaje się, że powodem tych, jak można by je nazwać, zaniedbań w stosunku do otoczenia jest istota profesji, która opierając się na nowych technologiach, pozostaje niezbędna dla sprawnego funkcjonowania społeczeństw. Implikuje to określoną postawę całej grupy zawodowej wobec szerokiego otoczenia. Informatycy, niezależnie od firmy, którą reprezentują, zwykle nie muszą się poczuwać do budowania swojego pozytywnego wizerunku, gdyż ich profesja broni się sama. Gwarantuje to sytuacja zarówno na rynku pracy (wysoce korzystna dla informatyków), jak i ciągły postęp technologiczny. Informatyka staje się niezbędna dla prawidłowego funkcjonowania współczesnych społeczeństw (Drucker 1993). Profesja informatyka na stałe wpisała się już zatem w nowoczesną cywilizację, jednak sami jej przedstawiciele niezbyt dbają o swój wizerunek i popularność. Informatycy często nie próbują nawet stosować celowych technik, aby przekonywać najbliższe otoczenie o przydatności ich zawodu i wadze oferowanych usług. Stąd nastawienie całej grupy zawodowej może być odbierane przez osoby jako ignorancja. Dotyczy to także klientów, którzy tworzą najbliższe otoczenie informatyków.

Dodatkowym powodem takiego podejścia do tworzenia swojego wizerunku może być styl pracy informatyka, który przy wielu specjalizacjach bardziej zbliżony jest do twórczości artysty niż opiera się na narzędziowym

wykorzystaniu pewnej wiedzy (choć jest to ważny element zawodu). To warunkuje podejście do prac składających się na istotę wykonywanych zadań. Bynajmniej, nie oznacza to lekceważącego stosunku informatyków do pracy, lecz określa pewną swobodę zachowań, która w innych profesjach może być niemile widziana. Dotyczy to np. stroju informatyków, który z punktu widzenia klasycznych zasad ubioru biznesowego pozostawia wiele do życzenia. Natomiast dla informatyków jest to ich strój zawodowy¹. Niektórzy informatycy zwracali uwagę na standard obowiązujący w branży, który znacznie odbiega od znanego biznesowego ubioru w postaci kostiumu czy garnituru oraz stosownych dodatków, czasem nawet ściśle opisanych w regulaminach firm. Zdaniem osób z zewnątrz zbyt swobodny strój informatyków powoduje obniżanie profesjonalnej wartości specjalisty, gdyż jako element wizerunku nie przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności czy wiarygodności przedstawiciela firmy. Należy jednak podkreślić, że dowolność stroju jest elementem budowania roli przez informatyków. Podkreślanie indywidualizmu oraz odrębności w profesji wyrażane jest właśnie przez sposób ubierania się i jest częścią manifestacji poglądów tej grupy zawodowej. Ponadto w tej grupie zawodowej, wykorzystującej strój do przekazania innych komunikatów otoczeniu, wygląd pełni inne funkcje psychologiczne i społeczne. Strój jest dla nich elementem komunikacji z otoczeniem, na którym nie chcą zrobić złego wrażenia, ale pragną jedynie zmanifestować swoją odrębność, oryginalność, indywidualizm, wyjątkowość itp. (Barthes 1967/2005). Część osób z zachodu Europy twierdzi, że Polacy nie potrafią dobrze się ubierać, co może wynikać z faktu, że polski styl korporacyjny nie ma na celu wywołania dobrego wrażenia na otoczeniu, ale jest jedynie odmianą uniformizacji (Gustavsson i Czarniawska 2004). Informatycy nie poddają się temu trendowi i dzięki temu pozostają wolni od narzucania obowiązku noszenia „mundurków” pracownikami. Zdecydowana większość nie chce przyjmować reguł gry, które im nie odpowiadają, i rezygnuje z podejmowania pracy jako niewolnicy korporacji. Mimo że problem może wydawać się błahy, jest jedną z najczęstszych przyczyn sporów w ramach roli ogólnospołecznej. Dwie strony – informatycy i otoczenie – nie przyjmują wzajemnych argumentów, co nieuchronnie prowadzi do ostrych dyskusji społecznych lub przyjmowania stanowczych postaw. Niezależnie od pozytywnych pobudek informatyków, często postrzegani są jako przedstawiciele profesji relatywnie zamkniętej, a strój jest jednym z czynników mających wpływ na taki wizerunek. Funkcjonują bowiem w społeczeństwie, które dość negatywnie ocenia ich odrębność. Zaletą zatem jest swoboda wyboru, wadą stosunek osób z zewnątrz.

Charakterystyczne dla profesji informatyka jest także pozostawianie w tylnych rzędach reprezentacji firmy. Oprócz kierowników projektu, do których zadań należy kontakt z klientem, większość pracowników działów informatycznych w organizacjach o różnym profilu nie kontaktuje się bezpośrednio z osobami z szerszego otoczenia. W wypowiedziach naszych

interlokutorów pojawiły się refleksje na temat miejsca informatyków w organizacjach, w których opisują swój zawód jako mało zauważany na zewnątrz. Sami mówią o sobie jak o „trybikach organizacji”, które nie są i nie potrzebują być dostrzegane w codziennym życiu firmy.

Informacje o autorkach

Agnieszka Postuła – Uniwersytet Warszawski, Wydział Zarządzania.

E-mail: apostula@mail.wz.uw.edu.pl.

Dominika Latusek-Jurczak – Akademia Leona Koźmińskiego.

E-mail: latusek@kozminski.edu.pl.

Przypisy

- ¹ Podobnie jak np. czarny golf był w latach 50. XX w. strojem zawodowym artysty plastyka.

Bibliografia

- Barley, S.R. i G. Kunda 2004. *Gurus, hired guns, and warm bodies. Itinerant experts in a knowledge economy*, Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Barthes, R. 1967/2005. *System mody*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Czarkowska, L.D. 2010. *Nowy profesjonalizm Kultura profesjonalna informatyków – antropologia organizacji*, Warszawa: WAIp.
- Czarniawska-Joerges, B. 1992. *Exploring complex organizations: A cultural perspective*, Newbury Park: Sage Publications.
- Drucker, P.F. 1993/1999. *Spółeczeństwo pokapitalistyczne*, Warszawa: PWN.
- Fontana, A. i J.H. Frey 1994. Interviewing: The art of science, w: N.K. Denzin i Y.S. Lincoln (red.) *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: Sage.
- Freidson, E. 1994. *Professionalism reborn. Theory, prophecy and policy*, The University of Chicago Press.
- Glaser, B.G. i A.L. Strauss 1967/1999. *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*, New York: Aldine de Gruyter.
- Goffman, E. 1959/2000. *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa: Wydawnictwo KR.
- Gustavsson, E. i B. Czarniawska 2004. Web woman: The on-line construction of corporate and gender images. *Organization*, nr 5 (11), s. 651–670.
- Hammersley, M. i P. Atkinson 1995. *Metody badań terenowych*, Poznań: Zysk i S-ka.
- Hjorth, D. 2004. Creating space for play/invention – concepts of space and organizational entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, nr 16, s. 413–432.
- Jemielniak, D. 2007. Managers as lazy, stupid careerists? Contestation and stereotypes among software engineers. *Journal of Organizational Change Management*, nr 4 (20), s. 491–508.
- Jemielniak, D. i D. Latusek 2007. Trust in software projects: Thrice Told Tale. *The International Journal of Technology, Knowledge and Society*, nr 10 (3), s. 117–125.
- Jemielniak, D. 2008. *Praca oparta na wiedzy: Praca w przedsiębiorstwach wiedzy na przykładzie organizacji high-tech*, Warszawa: WAIp.
- Konecki, K. 2000. *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Kostera, M. 1996. *Postmodernizm w zarządzaniu*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kostera, M. 2003. *Antropologia organizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kunda, G. 1992. *Engineering Culture. Control and commitment in a High-Tech corporation*, Philadelphia: Temple University Press.
- Latusek, D. 2007. *Zaufanie i nieufność w relacji sprzedawca – nabywca w polskim sektorze IT*, praca doktorska, Warszawa: WSPiZ.
- Latusek, D. 2008. Trustworthiness as an impression: A field study of relationships between solution providers and their clients in IT industry in Poland, w: D. Jemielniak, J. Kociatkiewicz, *Management Practices in High-Tech Environments*, s. 151–164. Hershey: Idea Group.
- Parsons, T. i E. Schils 1951. *Toward a general theory of action*, Cambridge: Harvard University Press.
- Postuła, A. 2010. *Informatycy i organizacje*, Warszawa: WAiP.
- Shenhav, Y. 1999. *Manufacturing rationality. The engineering foundations of the managerial revolution*, Oxford University Press.
- Strannegård, L. i M. Friberg 2001. *Already elsewhere. Play, identity and speed in the business world*, Raster Forlag: Sweden.
- Vollmer, H.M. i D.L. Mills 1966. *Professionalization*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Whyte, W.F. i K.K. Whyte 1984. *Learning from the field: a guide from experience*, Beverly Hills: Sage Publications.