

## RECENZII

---

### **Harald Warmelink**

### **Online Gaming and Playful Organization, 2013,**

### **New York, Routledge, 248 p.**

---

ANDA IORGULESCU

Prin anii '90 au început să apară o serie de jocuri pe calculator care erau extrem de captivante. Scenariul cel mai des întâlnit era acesta: un personaj trebuia să parcurgă un traseu plin de pericole, care oferea mici recompense pe parcurs (bănuți, vieți etc.) dar și o recompensă mai mare la final: deblocarea unui nou nivel. De atunci, industria jocurilor online s-a diversificat și a luat mare amploare. Astfel, psihologii au ajuns astăzi să se confrunte cu o nouă problemă: dependența de jocuri pe calculator. Au fost tratate pe larg consecințele negative ale acestui fenomen, apărând în anul 2010 chiar un top al cazurilor extreme de dependență (<http://listverse.com/2010/11/07/top-10-cases-of-extreme-game-addiction>). În Coreea, o fetiță de 3 ani a murit fiind neglijată de părinții care erau ocupați să crească o fetiță virtuală.

Pe de altă parte, de obicei duminica sau luni dimineața, apar pe rețelele de socializare o serie de imagini care ilustrează dorința oamenilor de a mai prelungi sfârșitul de săptămână, de a nu trebui să meargă iar luni la locul lor de muncă.

În acest context, Harald Warmelink, cercetător olandez, a ales să își pună următoarea întrebare pentru teza lui de doctorat în filozofie: putem aplica în organizații principiile pe care se bazează jocurile online, astfel încât angajații să vină la locul de muncă la fel de motivați cum sunt atunci când deschid calculatorul? Pe parcursul anilor de studiu, a încercat să își răspundă la

această întrebare, rezultatul fiind lucrarea "Online Gaming and Playful Organization".

Ca în majoritatea cercetărilor științifice, dimensiunea cea mai valoroasă a acestei lucrări este întrebarea de mai sus, ideea. Cu atât mai mult cu cât are o dimensiune interdisciplinară (combină studiul jocurilor cu cel al organizațiilor) și intră într-o zonă nouă, în care nu există foarte multe eforturi de cercetare anterioare. După citirea cărții sau a unei părți a ei, cititorului nu i se oferă o soluție finală (formula magică de atragere a angajaților la locul de muncă precum în World of Warcraft), ci mai degrabă puncte de plecare către alte cercetări pentru a se ajunge la această formulă.

După citirea întrebării, am putea fi tentați să ne așteptăm la analiza jocurilor și a principiilor prin care sunt atrase online milioane de persoane, apoi aplicarea lor în organizație. Ceea ce face autorul este puțin diferit.

În primele 3 capitole își definește jocul și organizația și creionează o imagine ideală și utopică a unei organizații bazate pe joc (capitolul 2), folosind lucrări care descriu 16 organizații în cadrul cărora unele procese au dimensiuni ludice (printre care Google, Pixar, Disney). Această primă parte are un caracter pur teoretic.

În următoarele 4 capitole încearcă să șlefuiască modelul conceptual obținut anterior, prin compararea lui cu jocurile online (autorul joacă timp de 1.5 ani un joc online) și cu companiile reale (folosind un eșantion de 76

de angajați în companii olandeze), urmând ca ulterior să analizeze rezultatele cercetărilor. Această a doua parte are un caracter aplicativ.

Astfel, un aspect negativ al lucrării ar putea fi această comparație indirectă între jocuri și organizații, printr-un al treilea element (modelul conceptual al organizației bazate pe joc extras de autor din reviste și lucrări științifice).

În cazul în care, însă, demersuri științifice viitoare ar ajunge la un model viabil și ar putea demonstra creșterea performanțelor organizaționale atunci când acesta este aplicat, câștigurile ar fi imense. Autorul unui asemenea model ar putea, de exemplu, să vândă patronului unei multinaționale o structură aplicabilă, care să ducă la creșterea profiturilor.

Formatul teoretic la care a ajuns Warmelink pentru organizația bazată pe joc (capitolul 2), ar putea părea o glumă pentru orice patron de companie. Dar autorul pretinde din start că este un model extrem și utopic, încercând ulterior să îl modeleze conform realității. Ideea centrală a acestui concept este de libertate; aproape în nici o situație, angajatul nu poate fi îngrădit. În primul rând, nici măcar patronul companiei nu va ști încotro se îndreaptă aceasta, pentru că scopurile sunt foarte generale, oricine având ocazia să contribuie la ele. O asemenea companie elimină complet procedurile de selecție, iar noțiunea de preaviz nu are nici un sens, pentru că oricine poate intra și ieși liber din ea, considerându-se de folos orice contribuție. Organigrama ar trebui să fie una extrem de flexibilă pentru că un angajat nu își păstrează pentru mult timp nici poziția în ierarhie (nu există șef al unui departament, ci șefi ai anumitor proiecte, în funcție de cunoștințele pe care le au în contextul respectiv) dar nici poziția într-un anumit domeniu (oamenii sunt liberi să aleagă orice funcție dacă li se pare că li se potrivește într-un anumit moment). Dacă am intra în holul companiei ar trebui să observăm o atmosferă veselă, persoane dinamice și entuziaste pentru că lucrează la propriile proiecte, au ocazia să își pună în aplicare ideile. De asemenea, am observa cele mai moderne tehnologii necesare pentru comunicare. Un regulament intern foarte strict în ceea ce privește confidențialitatea informațiilor vehiculate de

angajați nu ar putea fi aplicat aici, pentru că toată lumea este încurajată să discute despre proiectele la care lucrează atât cu colegii, cât și cu specialiști din exteriorul companiei, pentru a obține cele mai bune rezultate. Cineva care s-ar gândi să avanseze în carieră manipulându-și superiorul ierarhic, ar trebui să nu se angajeze aici, pentru că avansarea depinde de părerea tuturor colegilor cu care o persoană intră în contact. Procesul ar putea arăta așa: se crează avataruri pentru fiecare angajat și colegii îi oferă bănuți virtuali în funcție de rezultatele pe care le-a obținut, pe domenii. Atunci când există un proiect, se alege persoana cu cele mai mari scoruri (sistem de micro-plăți sociale).

În a doua parte a lucrării, Warmelink vrea să descopere care din calitățile modelului utopic se potrivesc jocurilor online și care din ele se regăsesc în companiile reale. Ca punct forte, putem aduce aici în discuție comparația din dublă perspectivă a modelului utopic cu jocurile online: în primul rând, ea este făcută de autor, care își petrece 1.5 ani jucând un joc online și în al doilea rând prin sondarea părerilor unui eșantion mai vast de jucători.

Descoperim însă și o latură negativă a cercetărilor prezentate în partea practică a cărții: atunci când participanților la cercetări li se pun întrebări pentru a identifica dacă în viața reală lucrează într-o companie apropiată de modelul ideal, nu se folosește un instrument dezvoltat special în acest scop, ci un altul, care evaluează cultura organizațională (OCAI - Cameron & Quinn, 2006). Acest instrument conține 4 tipuri de culturi, dintre care despre două se consideră că sunt mai apropiate de modelul teoretic al lui Warmelink. Astfel, este posibilă apariția unor erori.

În total, capitolele 4-6 cuprind 3 cercetări. Prima (capitolul 4) compară jocurile online cu modelul teoretic ideal descris în capitolul 2. În mod normal, suprapunerea dintre cele două ar fi trebuit să fie de 100%, autorul dorind ca modelul să conțină tocmai principiile jocurilor și să le introducă în companii. Diferențele apar datorită faptului că modelul nu a fost extras direct din jocuri, ci din literatura despre companii reale. Pentru a estima totuși proporția în care cele două corespund, Warmelink analizează experiența lui de joc în EVE Online (folosește atât observația, aproximativ 400 de ore, cât și interviuri cu

ceilalți jucători). Alegerea jocului este una extraordinară de potrivită pentru acest context, el având o structură asemănătoare unei organizații multinaționale. Este vorba despre un număr de nave în spațiu formând micro-grupuri, care pun bazele unor industrii cu ajutorul resurselor disponibile și luptă între ele pentru aceste resurse. În proporție destul de mare, Warmelink a regăsit în EVE principiile din modelul teoretic: jocul nu are un scop bine definit (este dată doar o orientare generală către producție și vânzări), jucătorii comunică în cadrul grupurilor din care fac parte, dar și cu alte grupuri, de multe ori apărând prietenii reale, avansarea ierarhică se face pe baza experienței și a încrederii celorlalți. Utopice s-au dovedit a fi următoarele dimensiuni ale modelului ideal: intrarea și ieșirea liberă din organizație - în EVE s-a încercat aplicarea acestui principiu, dar o serie de jucători au intrat doar pentru a fura banii virtuali care erau folosiți în joc; din acest motiv, nu are aplicabilitate nici ideea ca fiecare jucător să își aleagă rolul dorit, funcțiile mai importante fiind acordate atunci când organizația capătă încredere în jucător.

Capitolul 5 prezintă comparația dintre modelul ideal și experiența cu jocurile online a 95 de olandezi, folosindu-se instrumentul OCAI. 50.5% au indicat că joacă un joc foarte compatibil cu modelul teoretic (adică încadrat perfect în cele două culturi organizaționale incluse în OCAI despre care autorul consideră că se suprapun modelului teoretic). Au existat și exemple concrete ale acestei potriviri: în unele comunități lipsa liderului, toți jucătorii având un cuvânt de spus în deciziile luate; o serie de jucători publicau informații interne pe site-uri publice, cum ar fi Twitter; uneori, jocurile permiteau alternarea rolurilor. Au existat și unele descoperiri noi: pe măsură ce vârsta jucătorilor crește, li se pare că fac parte dintr-o comunitate mai apropiată de modelul teoretic ideal; același lucru se întâmplă cu cât atașamentul lor față de joc este mai mare, comunitatea jucătorilor este mai veche și scopul general orientat mai degrabă către interacțiuni sociale. Jucătorii tineri erau mai atrași de comunități mai îndepărtate de modelul ideal, având scopuri mai clare și în care era prezentă competiția. Nici aici nu a putut fi aplicat cu succes principiul intrării și ieșirii libere.

În capitolul 6 sunt investigate locurile reale de muncă ale 76 de olandezi dintre cei incluși în studiul anterior, oferindu-li-se chestionarul OCAI. Acesta era și scopul principal al lucrării, de a compara modelul ideal cu organizațiile reale. Se observă totuși ca aspect negativ eșantionul relativ mic și compus în întregime din olandezi. Comparativ cu comunitățile formate pentru jocuri online, doar 34.2% dintre respondenți au declarat că firma în care lucrează în realitate se apropie foarte mult de modelul ideal. Cu cât similaritatea dintre cele două era mai mare, cu atât atașamentul organizațional era mai crescut. Cu cât firma era mai mică și mai tânără, cu atât se încadra mai bine în modelul ideal. În multe cazuri, s-a descoperit că lipsește scopul vag, incertitudinea, majoritatea companiilor fiind puternic orientate spre atingerea unui anumit obiectiv. Odată cu scopul bine definit, a fost inaplicabil și principiul intrării și ieșirii libere.

Nivelul de accesibilitate al cărții este relativ redus datorită prețului crescut cu care este livrată în România, dar și datorită structurii complexe și a modului de expunere. Un punct forte îl reprezintă, însă, rezumatele de la finalul fiecărui capitol.

Fiindcă nu prezintă o soluție funcțională și finită, "Online Gaming and Playful Organization" a lui Harald Warmelink se poate adresa unui grup de receptori format preponderent din cercetători, care să adâncească procesul de cunoaștere în acest domeniu, și mai puțin din manageri ai unor companii. Investigațiile științifice ar trebui să se îndrepte în primul rând spre construirea unui model viabil al organizației bazate pe joc (fie doar și adaptat unei singure țări/culturi), apoi spre punerea la punct a unui instrument de diagnostică, care ar putea să identifice măsura în care o anumită companie se suprapune modelului și care sunt zonele unde trebuie să existe îmbunătățiri, pentru creșterea performanțelor.

Una dintre cele mai importante concluzii ale cercetărilor lui Warmelink este că există o legătură între atașamentul angajaților față de companie și gradul în care aceasta folosește jocul în structură și cultură. Acest lucru pare cu atât mai plauzibil cu cât care o proporție însemnată din piața muncii este reprezentată de tineri născuți între 1980-1995, numiți de

sociologi generația Y și caracterizați de o preferință pentru un program de lucru flexibil, existența mijloacelor tehnologice variate la lucru, lucrul în echipă, testarea mai multor roluri pentru alegerea celui preferat.

Rămâne de văzut dacă jocul va fi încadrat mai mult în companiile viitorului, reușindu-se totuși menținerea sub control a dimensiunii haotice, în vederea atingerii performanțelor.