

Verklas kaip žaidimas: tarp kompetencijos ir kūrybiškumo

VALDAS PRUSKUS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius

El. paštas: politologija@vv.vgtu.lt

Verklas įpareigoja jo dalyvius laikytis nustatytų taisyklių ir kartu būti pasirengus konkurencijos sąlygomis laiku priimti nestandartinius sprendimus, t. y. rizikuoti ir improvizuoti. Būtent šie momentai ir skatina pažvelgti į verslą kaip veiklos būdą, pasižymintį ne tik kompetentingumu, bet ir kūrybiškumu bei žaidybiškumu, o į verslininkus kaip į savotiškus žaidėjus rinkos aikštelėje, siekiant nustatyti to žaidimo, kurį jie žaidžia, ypatumus. Straipsnyje nagrinėjamas verslo kaip žmogiškosios veiklos būdo ryšys su žaidimu. Remiantis žaidimo teorijas puoselėjančių kultūros filosofų G. H. Gadamerio, J. Huizinga'os ir E. Finko darbais, atskleidžiamas žaidimo fenomenas. Parodomas verslo kaip veiklos būdo sąsajos su žaidimu, ryškinami kūrybiškumo ir gebėjimų versle aspektai. Svarstoma, kaip verklas yra suderinamas su žaidimo prigimtimi ir kokių mastu ši veikla nėra žaidybinė.

Raktažodžiai: žaidimas, kūrybiškumas, rizika, konkurencija, laisvas pasirinkimas, kompetencijos, veikimo motyvas, nauda, *homo faber*, *homo ludens*

ĮVADAS

Verklas kaip žmogiškosios veiklos būdas tenkina egzistuojantį visuomenėje poreikį, teikdamas prekes ir paslaugas, ir tuo sudaro materialines prielaidas visuomenės egzistavimui ir savo plėtrai. Ir kuo sėkmingiau tai jam pavyksta padaryti, tuo labiau jis vertinamas kaip atliekantis savo misiją. Tačiau reikalas tas, kad apsiimdamas ją vykdyti verslininkas neišvengiamai pasineria į rinkos – žaidimo erdvę. Neretai pasiektas rezultatas verslininko netenkina, siekiama vis daugiau ir daugiau. Taip atsiranda azartas – noras veikti, rizikuoti ir improvizuoti. Ilgainiui ne tiek pats veikimo rezultatas, kiek galimybė dalyvauti kuriant numatomą rezultatą tampa svarbiausiu jo veikimo motyvu. Tokiu būdu verklas tampa savotišku žaidimu, kuriame žmogus atsiskleidžia pats ir pasiekia rezultatą, t. y. realiai veikia ir tuo veikimu demonstruoja tikrovės pažinimo būdą, kuriame atsispindi akseologiniai ir praksiologiniai tos veiklos pasirinkimo kriterijai veiksmė.

Taigi dalyvavimas verslo erdvėje tampa daugiau nei paprasta veikla. Tai veikla, reikalaujanti ne tik tam tikrų gebėjimų, bet ir kūrybiškumo; ji negali egzistuoti ir be tam tikro žaidybinio turinio.

Bene pirmasis į tai atkreipė dėmesį amerikiečių verslo tyrėjas Tonny Killickas, kuris itin pabrėžė susitarimų, t. y. tam tikro elgesio taisyklių tarp partnerių, laikymosi svarbą verslo žaisme (Killick 2000). Kiti tyrėjai (Берн 1992; Novak 2001; Anderson 2003) žaidimo elementus versle įžvelgia pačioje verslininko laikysenoje, ypač akcentuodami tokius jo bruožus, kaip azartas ir polinkis rizikuoti.

Kitokį požiūrį dėsto Ch. Handy (Handy 2002) teigdamas, kad verslas nesąs joks žaidimas, o pirmiausia – tai žiauri konkurencija, siekiant išlikti. Todėl jokių griežtų taisyklių čia nėra ir būti negali, nes tai kova už išlikimą. Panašios nuomonės laikosi ir R. Fridman (2001).

Taigi požiūryje į verslą kaip žaidimą egzistuoja dvi priešingos nuomonės. Nors abi pusės pateikia savus argumentus, kurie nėra vienareikšmiškai priimami, tačiau tai tik parodo būtinumą nuodugniau aiškintis šį fenomeną (žaidimo ir verslo kaip veiklos būdo sąsajas).

Žaidimo fenomeną yra tyrinėję ir rusų mokslininkai. A. Demidovas (1999), S. Averincevas (1969) ir G. Tavrizian (1989) – iškiliausiu J. Huizinga'os žaidimo kaip kultūros reiškinio sampratos tyrinėtojai. Meno kaip žaidimo santykius yra gana detalai aptaręs L. Stolovičius (1997). Tačiau pasigendama darbų, skirtų verslo kaip veiklos būdo ryšiui su žaidimu, išskyrus pavienius epizodus tekstuose, nagrinėjančiuose atskiras problemas (Bakštanovskij, Sokolov 1992).

Lietuvoje šiai problematikai skirtų darbų lig šiol taip pat neturime. Reikia pripažinti, kad Lietuvoje žaidimo samprata apskritai menkai tyrinėta. Tiesa, filosofinius jos aspektus „Meno filosofijoje“ yra aptaręs A. Andrijauskas (1990). Pabirus labai įžvalgių stebėtojų – F. Schillerio, H. Spencerio, I. Kanto, J. Ortega y Gasseto požiūrių fragmentus pateikė K. Maniokas (1993). Hermeneutikos atstovo H. G. Gadamerio estetinio žaismo sampratą yra nagrinėjusi K. Sabaliauskaitė (1998).

Tačiau neturime darbų, kuriuose būtų aiškiai įvardytos ir aptartos žaidimo ir verslo kaip veiklos būdo sąsajos, išskirtos jų savybės ir raiškos savitumas. *Problema* tai, kad nebuvimas tokios aiškiai įvardytos skirties ir panašumų, viena vertus, gerokai susiaurina verslininko veikimo specifikos supratimą, kita vertus, nuskurdina verslo kaip veiklos būdo patrauklumo, kuris nemaža dalimi glūdi ir jo žaismėje, supratimą.

Šio *straipsnio tikslas* – išryškinti verslo kaip veiklos būdo ryšį su žaidimu, įvardijant esminius jų panašumus ir skirtumus.

ŽAIDIMO SAMPRATA IR JOS AIŠKINIMAI

Norint geriau suvokti verslo kaip veiklos būdo žaismę, dera susipažinti su pačiu žaidimo fenomenu ir jo platesniais aiškinimais. Žaidimas remiasi tam tikrų struktūrų kūrimu, tikrovės įvardijimu, suteikiant jai gyvybingą formą. Jis yra būties, duotybės įvardijimas, tad jos raiškos forma, kaip ir būtis, lieka mums uždara ir į nieką neatremiama. Už žaidimo jau nieko nėra. Žaidimo dvasia nesileidžia sąlygojama nei biologiškai, nei logiškai.

Žaidimas, anot J. Huizinga'os, „yra savanoriškas veiksmas arba užsiėmimas, vykstantis apibrėžtuose laike ir erdvėje, pagal savanoriškai priimtas, bet visuotinai būtinas taisykles, kurias lydi įtampos ir džiaugsmo jausmas, „kitokios būties“ supratimas negu „kasdienis gyvenimas“ (Хейзинга 1992: 41).

Nuo J. Huizinga'os neatsilieka ir H. G. Gadameris. Jis žaidimą įvardija ne veiksmu, o judesiu. Pasak H. G. Gadamerio, žaidimas visų pirma reiškia nuolat besikartojantį judesį šen ir ten. „Posakiai „šviesos žaismas“, „bangos žaismas“ reiškia tokį nepaliojamą artėjimą ir tolumą šen ir ten, t. y. judėjimą, nesusietą su kokiu nors tikslu“ (Gadamer 1997: 32).

Tokiam judėjimui reikia laisvos erdvės. Jis turi būti savaimingas. Savaimingas judėjimas yra pagrindinis viso, kas gyva, bruožas. Tad ir „žaidimas yra savaimingas judėjimas, nesiekiantis jokių tikslų, tiesiog judėjimas – kaip pertekliaus fenomenas, kaip gyvybės saviraiška“ (Gadamer 1997: 33). Tai kyla iš elementaraus gyvybei būdingo pertekliaus, besiveržiančio

būti išreikštam. Žmogiško žaidimo ypatybė tai, kad jis gali įtraukti ir intelektą – išskirtinę žmogaus savybę numatyti tikslus bei sąmoningai jų siekti. Žaisdamas žmogus pats disciplinuoja ir tvarko žaidimo judesius. Šis betikslis žmogaus žaidimo protingumas padeda mums žengti toliau. „Būtent kartojimo fenomenas rodo, kad čia siekiama tapatybės, „tapatumo“. Nors tikslas, į kurį visa tai veda, ir yra betikslis veikimas, tačiau pats šis veikimas kaip toks ir turimas omenyje. Jį ir reiškia žaidimas“ (Gadamer 1997: 33).

Tačiau žaidime H. G. Gadameris aptinka anaipol ne subjekto, o paties žaidimo taisyklių, taigi savitos žaidimo sąrangos lemiamą ypatingą vyksmą. Dalyvavimas žaidime išreiškia ne tiek asmens subjektyvumą, „vidų“, kiek patį žaidimą. Tikrasis žaidimo subjektas, teigia H. G. Gadameris, yra ne žaidėjas, o pats žaidimas.

Visai kitokią nuomonę žaidimo teorijos klausimu turi E. Finkas. Jis vysto žaidimo teoriją filosofinės antropologijos rėmuose. E. Finkas skiria 5 esminius žmogaus egzistavimo fenomenus: darbas, meilė, mirtis, viešpatavimas ir žaidimas (Финк 1988: 360). Pastarasis savaip apgaubia visus. Jis apima visą žmogišką gyvenimą, užvaldo jį ir žymiai apibrėžia būtišką žmogaus būdą, jo būties supratimą. Žaidimas išraizgo visus pagrindinius žmogaus egzistavimo fenomenus. Žaidimas neturi jokio tikslo, jo tikslas ir prasmė slypi jame pačiame. Žaidimas – ne dėl ateities palaimos, jis jau pats sau yra „laimė“, neturintis visuotinio „futurizmo“. Tai dovanojanti palaimą tikrovė.

Kuo mažiau supiname žaidimą su kitais gyvenimo troškimais, tuo žaidimas beprasmiškesnis, tuo anksčiau mes surandame jame visišką palaimą. Iš čia pateiktų autorių – J. Huizinga's, H. G. Gadamerio, E. Finko – žaidimo sampratų pabandysime išskirti konkrečias žaidimo savybes (principinių skirtumų šiuo klausimu tarp šių mąstytojų nėra). Galima išskirti šias pagrindines žaidimo savybes:

Pirma, Žaidimas yra laisvas, jis yra laisvė. Laisvė čia yra suprantama keliais aspektais. „Žaidimas pagal įsakymą“, rašo J. Huizinga, „jau ne žaidimas. Jis blogiausiu atveju gali būti kažkokia primetama žaidimo imitacija, reprodukcija“ (Хейзинга 1992: 17).

Antra, Žaidimas nėra tikras gyvenimas. Bet koks žaidimas nuneša žmogų į magišką erdvę. Tai laikina erdvė, kuri yra tarp kasdienio gyvenimo. Čia žaidimas pasireiškia dvejopai: kaip veikimas realiame pasaulyje ir kartu išivaizduojamame, iliuziniame pasaulyje. Žaidimas skrajoja virš tikrovės kaip nepagaunama regimybė. Šių realybės ir žaidimo pasaulių nesumaišo net ir mažas vaikas.

Trečia, Žaidimo apibrėžtumas erdvėje ir laike. Tai vienas svarbiausių žaidimo bruožų. Kaip teigia J. Huizinga, žaidimas yra uždaras, ribotas, vyksta tam tikroje erdvėje ir laike, jis prasideda ir baigiasi. Čia viešpatauja judėjimas aukštyn ir žemyn, kaita tam tikra eilės tvarka.

Su žaidimo apibrėžtumu laike tiesiogiai yra susijusi kita žaidimo savybė – pasikartojamumas. Žaidimas iš karto yra fiksuojamas kaip kultūros forma. Kaip pastebi J. Huizinga, „jei jis nors kartą yra sužaistas, tai jis lieka atmintyje kaip kažkoks dvasinis kūrinys ar vertybė ir yra perduodamas toliau kaip tradicija ir gali būti pakartotas bet kada“ (Хейзинга 1992: 20). Šis pasikartojamumas irgi yra viena esmingiausių žaidimo savybių. Pasikartojimo, kaitos elementų aptinkama kiekviename žingsnyje – beveik visų paplitusių formų žaidimuose.

Be žaidimo apibrėžtumo laike, egzistuoja ir jo apibrėžtumas erdvėje. Bet koks žaidimas vyksta savo žaidybinės erdvės – materialios arba idealios, sąmoningos arba menamos – viduje. Tokia erdvė gali būti cirko arena, stebuklingas ratas, scena, kino ekranas.

Ketvirta, Žaidimas kuria tvarką, nes jis pats yra tvarka. Netobulame pasaulyje ir chaotiškame gyvenime žaidimas sukuria laikiną, ribotą tobulybę. Tvarka, nustatyta žaidimo, yra

neginčijama. Bet koks nukrypimas nuo jos nuliūdina žaidimą, jis praranda savo charakterį ir nuvertėja.

Penkta. Žaidimo priemonių „gyvybiškumas“: Žaidimo metu žaisluose tarytum įsikūnija kažkokia dvasia, kurios buvimą jaučia tik žaidimo dalyviai ar jo žiūrovai. Bet kuris vaikiškas žaislas gali būti bet kuo. Tai priklauso nuo žmogaus ir žaislo santykių: iš pradžių žaislai yra bedvasiai daiktai ir tik žaidimo tikrovė padaro juos žaislais, atgaivina juos, suteikia „magiškų“ savybių.

Šešta. Įtampos išgyvenimas žaidime. Šis įtampos elementas užima žaidime ypatingą ir svarbią vietą. Įtampa reiškia netikrumą, netvirtumą, kažkokią galimybę arba šansą. Joje siekiama išsikrauti, atsipalaiduoti. Kad kažkas pasisektų, reikia pastangų. Įtampos elementas labiausiai pastebimas vikrumo arba nuovokumo žaidimuose. Azartiniuose žaidimuose ir sportinėse varžybose įtampa pasiekia kraštutinę ribą. Būtent įtampos elementas parodo žaidybinės veiklos, kuri nepriklauso nei gėrio, nei blogio sričiai, etinį turinį. Žaidimo įtampa patikrina žaidėją: jo fizinę jėgą, ištvermę, atkaklumą, sumanumą, narsą, drąsą ir dvasines žaidėjo jėgas.

Žaidimo įtampa skiriasi nuo kasdienių gyvenimo sunkumų. Kasdieniame gyvenime mes priversti visada siekti būsimo pasitenkinimo, paslaptingos ir neapibrėžtos „laimės“ ir šitaip esame „išguiti“ iš dabarties momento. Visą gyvenimą lakstydami paskui „laimę“ mes niekada galutinai jos nepavejame. Nors žaidimas taip pat ragina siekti sėkmės, jo „laimė“ yra jame pačiame, ji mums žinoma kaip aiškiai apibrėžtas tikslas. Žaidimas su savo jauduliu ir įtampa neišeina už savo ribų. Žaidimas dovanoja žmonėms „dabarties malonumą“.

Septinta. Žaidimas – galimybė ir rizika. Kaip pažymi H. G. Gadameris, „žaidimo „pavieniui“ nebūna. Kad žaidimas įvyktų, „kitas“ nebūtinai turi jame tikrai dalyvauti, bet visada turi būti kažkas, su kuo žaidėjas žaistų ir kas atsakomuoju žingsniu atsakytų į žaidėjo žingsnį“ (Гадмер 1988: 151).

Žaidimas egzistuoja tik esant rizikai. Būtent rizika suteikia žaidimui žavesį. Tokie išgyvenimai pažįstami tiems, kurie „pavieniui“ žaidžia kompiuteriu, bando piešti ar kurti eiles. Visuose šiuose atvejuose egzistuoja rizika, susijusi su norimų rezultatų gavimu. Iš čia kyla susižavėjimas, azartas, viltis pasiekti sėkmę.

Taigi, apibendrinant žaidimo savybes, galima jį traktuoti kaip laisvą veiklą, kuri patiria ma kaip nereali, esanti už įprastinio gyvenimo ribų, sugebanti visiškai sužavėti žaidėjus; su ja nesusijęs joks materialus interesas, ji neduoda naudos ir vyksta apibrėžtame laike ir erdvėje, tvarkingai, pagal tam tikras taisykles. Kita vertus, žaidimas, kaip veiklos būdas, turi ir tikslus. *Skirtini dvejetainiai žaidimo tikslai: imanentiniai ir išoriniai.*

Imanentiniai žaidimo tikslai. Veiksmas ir jo tikslas gali tiesiogiai derintis – kai pats veiksmas teikia malonumą, gali ir nederėti tarpusavyje. Pirmo tipo veiksmas yra tenkinamas biologinių poreikių; antro tipo veiksmas tiesiogiai netenkina poreikių, tik yra sąlyga pasitenkinti. Taigi žaidimas nėra biologinių poreikių tenkinimas ir tik teikia malonumą. E. Finkas pabrėžia: „žaidimas neturi „tikslų“, jis niekam netarnauja. Jis nenaudingas ir nereikalingas: jis nesusietas su galutiniu – žmogaus gyvenimo tikslu. Tikras žaidėjas žaidžia dėl to, kad žaistų. Žaidimas sau ir savyje, jis daugiau nei viena prasme yra „išimtis““ (Финк 1988: 365).

Taigi žaidimo tikslai, vis dėlto neišeina už žaidimo struktūros ribų. Žaidimui būdingi tik imanentiniai tikslai. Jei žaidžiamo dėl to, kad žaisdami pasiektume kokį nors kitą tikslą, žaidžiamo dėl kūno grūdinimo, dėl sveikatos, dėl karinių įgūdžių įgijimo, žaidžiamo, kad išsivaduočiau iš nuobodulio ir praleistume tuščią, beprasmišką laiką, – tada nežinome

tikrosios žaidimo reikšmės. Bet kuris žaidėjas žaidžia pirmiausia prisiimdamas tam tikrą prasminę funkciją.

Kaip matyti, E. Finkui žaidimo tikslai yra imanentiniai. Jie slypi pačiame žaidime. J. Huizinga eina toliau ir išskiria tokius imanentinius žaidimo tikslus – „žaidimas yra kova už kažką arba yra kieno nors vaidinimas“ (Хейзинга 1992: 24). Žaidimo tipai skirstomi į *rungtyniavimą ir vaidinimą*. Kaip pažymi J. Huizinga, žaidimas, viena vertus, pavaizduoja kovą už kažką arba yra varžymasis, kas geriau už kitus kažką pristatys. Šie du tikslai išsiskverbia vienas į kitą ir numato vienas kitą. Tačiau konkrečiu atveju vyrauja tik vienas iš jų.

Išoriniai žaidimo tikslai. Nors žaidimo, kaip minėta, tikslai slypi jame pačiame, vis dėlto jis gali būti panaudotas siekiant kitokių tikslų.

Išoriniai žaidimo tikslai gali būti atlygis, garbė, mokymas, likimo, dievų valios išaiškinimas, mistinių jėgų užtikrinimas, laisvalaikio praleidimas, išisvirtinimas.

Pažvelkime įdėmiau į garbę ir atlygį. Žmonės žaidžia dažniausiai dėl pergalės, kurią įvairiai mėgaujamosi. Pirmiausia ja mėgaujamosi kaip triumfu, ją grupė mini džiugiais šūksniais ir liaupsinimu. Viso šito pasekmė – įgaunama garbė, pagarba, prestižas. Taigi, jau apibrėžiant žaidimo sąlygas, laimėjimas yra siejamas su kažkuo daugiau, nei vien su garbe. Bet kuriame žaidime yra atlygis. Jis gali būti simbolinis ar reali materialinė vertybė. Tačiau šis atlygis nėra pajamos, kurios gaunamos už atliktą darbą. Galima pasakyti ir taip: atlygis skiriasi nuo pajamų tuo, kad dėl pastarųjų ne žaidžiama, o dirbama.

Susipažinus su skiriamaisiais žaidimo bruožais ir jo tikslų ypatybėmis, kyla klausimas: kurie žaidimo elementai būdingi verslui ir kiek ši veikla nėra žaidybinė. Kas sieja verslą kaip veiklos būdą su žaidimu, kokie verslo ir žaidimo panašumai ir skirtumai?

VERSLŲ KAIP VEIKLOS BŪDO IR ŽAIDIMO PANAŠUMAI IR SKIRTUMAI

Galima būtų išskirti keturis žaidimo elementus, kuriais verslas siejasi su žaidimu.

Pirma. Taisyklės. Verslininkas kaip *homo faber* (darantis, veikiantis žmogus) turi visų pirma praktinius tikslus, kurių siekdamas privalo paisyti galiojančių taisyklių. Jo naudojamos priemonės ir būdai praktiniams tikslams pasiekti yra matuojamos ne tik ekonominio efektyvumo, įstatymų, teisėtumo, bet ir etinių standartų laikymosi požiūriu. Todėl moralinio pasirinkimo ribose verslininkas (*homo faber*) veikia kaip *homo morale* (su moraliniais bruožais) ir kaip *homo ludens* (iniciatyvumo ir kompetentingumo bruožais).

Tokiu būdu jis tampa žaidėju, turinčiu etinį žymenį. Žaidimas pagal taisykles (galiojančių įstatymų paisymas) verslininkui naudingas: padeda pasiekti rezultatą ir išsaugoti gerą įvaizdį. Tuo tarpu žaidimas ne pagal galiojančias taisykles nėra patikimas – nors jis kartais padeda gauti didesnės trumpalaikės naudos, tačiau neužtikrina saugumo. Įsitraukęs į žaidimą be taisyklių, verslininkas imasi kurti savas taisykles. Tačiau jos tinka mažumai, todėl negali būti priimtinos visiems. O pats žaidimas negali būti laisvas.

Verslo bendruomenėje priimtose elgesio taisyklės – tai lyg savotiški ženklai, rėmai, rodantys jų laikymosi būtinumą, ir kartu stimulai siekti sėkmės, žinant, kad būtent toks veikimas yra palaikomas ir skatinamas. Tačiau realybė tai, kad verslininkas, nors ir žinodamas galiojančias taisykles, įstatymus, neretai ieško būdų, kaip juos apeiti. Juolab, kad tobulo įstatymo nėra, kiekvienas turi savo ne tik stipriąsias, bet ir silpnąsias puses, kuriomis ir stengiamasi pasinaudoti.

Tokiu būdu jis įsilieja į žaidimą („žaidžia“) su žaidimo taisyklių kūrėjais, versdamas juos kartkartėmis peržiūrėti ir keisti taisykles. Tuo tarpu žaidimo dalyvis nesiekia keisti taisyklių, priešingai, jis stengiasi, kad jų būtų griežtai laikomasi (būtent žaidimas pagal taisykles

jam yra svarbiausias dalykas – laimėti žaidžiant pagal taisykles yra garbinga (tuo tarpu versle taip nėra – nugalėtojų neteisìa). Todėl žaidžiantis asmuo stengiasi griežtai laikytis nustatytų žaidimo taisyklių, priešingu atveju, pasikeitus žaidimo taisyklėms, pasikeičia ir pats žaidimas (jo turinys ir esmė).

Antra. Laisvas pasirinkimas. Dalyvaui versle ar ne renkasi pats individas. Tas jo dalyvavimas rodo savarankišką apsisprendimą ir laisvą pasirinkimą. Žaidimo (dalyvavimo versle) žavesys – būtent jis apima ir įtraukia žmogų. Įsitraukusiam į verslo žaidimą individui vėlgi tenka rinktis iš kelių galimų pasirinkimų, *kurių vertingumas moraliniu požiūriu nėra vienas* (pvz., kas geriau – pirkti akcijas pačiam ar per dukterines firmas kelti jų kursą, siekiant pelno sau, ar tai daryti per tarpininkus)? Taigi esmė tai, kad verslininkas pasirinkti gali ne pats tiesiogiai, bet per tarpininkus, žmones iš šalies. Tuo tarpu žaidėjas – sprendimą priima pats ir pats jį vykdo.

Be to, pasirinkimai versle gali būti lemtingi, turėti neigiamas pasekmes didelei žmonių grupei (pvz., firmos akcininkams, investuotojams, darbuotojams ir kt.) ir nieko pakeisti negalima. Kitaip tariant, realiame verslo pasaulyje negalima atšaukti įvykdytus sprendimus ir priimti geresnius.

Tuo tarpu žaidimo nesėkmės atveju pasekmės paliečia tik pralaimėjusįjį (iš dalies jo artimuosius). Be to, žaidimo pasaulyje visada galima vėl sugrįžti ir pradėti žaidimą iš naujo. Realiame verslo pasaulyje to padaryti negalima: sugrįžimas į verslą po nesėkmės – tai bus visai naujas verslas, numatantis jau visai kitas taisykles. Tuo tarpu išsivaizduojamajame žaidimo pasaulyje galima vėl sugrįžti į pirminę būseną ir pradėti žaidimą iš naujo. Kitaip tariant, paties žaidimo taisyklės nesikeičia.

Trečia. Rizika. Verslo žmogui nei viena galimybė nėra per menka, nei viena arena – neperprasta. Patirtis rodo, kad daugelis sėkmingų operacijų – tai avantiūristinių sprendimų ir veiksmų rezultatas. Kitaip tariant, ne standartiniai sprendimai neretai atneša sėkmę, bet priešingai. Būtent tai ir skatina polinkį į riziką.

Kiek ta rizika yra moraliai pateisinama? Pagrindinis kriterijus, vertinant veiksmą, – ar yra alternatyva rizikai, ar galima be rizikos atlikti darbą. Dažnai vienintelė alternatyva rizikai yra baimė: a) netekti turto, b) netekti gero vardo. Pasak J. Henry, polinkis rizikuoti – bene svarbiausia savybė, kuri apibūdina verslininką. (Henry 2001: 252–254). O polinkis į riziką – tai elementas, kuris būdingas žaidimui.

Tiesa, žaidime rizikos pasekmės nėra tokios paveikios kaip versle – juk tai tik žaidimas. Tuo tarpu padaryti nesėkmingi sprendimai versle gali sužlugdyti ne tik asmenį, bet ir firmą, turėti neigiamos įtakos daugelio žmonių likimui. Todėl verslininkų priimami sprendimai įdėmiai ir su nerimu stebimi visuomenės.

Ketvirta. Rungtyniavimas (konkurencija). Rinkos sąlygomis visi lygūs kaip prekių ir paslaugų teikėjai. Taigi kiekvienas turi galimybę laimėti. Tačiau vien galimybės buvimo neužtenka. Galimybę paversti rezultatu būtinos pastangos ir kompetencija. Rungtyniavimas (konkurencija) – neišvengiamas bet kokios veiklos palydovas. Ji skatina kūrybiškumą ir verčia ugdytis laiko iššūkius atliepiančias kompetencijas. Ne visi turi vienodus gebėjimus ir pasirengę tai daryti. Todėl visada buvo ir bus laimėjusieji ir pralaimėjusieji. Pastarieji visada jausis nuskriausti ir manys, kad gyvenimas jų atžvilgiu pasielgė neteisingai.

Tuo tarpu žaidimo situacijoje pralaimėjusieji nelinkę peikti žaidimo ar piktintis jo taisyklėmis. Žaidime svarbu ir nugalėtojo pasiekimai, nors laimėjo ir kitas. Tai ne priešininko sunaikinimas, o varžybos, sportas, ir tiek. Šių varžybų pasekmės nėra tokios lemtingos ir paveikios kaip konkurencijos tarp verslo subjektų.

IŠVADOS

Verslas kaip veiklos būdas turi daug bendrų sąsajų (bruožų) su žaidimu. Abiem būdinga tokie žaidybiniai elementai, kaip konkurencija (rungtyniavimas), rizika, laisvas pasirinkimas, ir tam tikros taisyklės, tačiau jų vaidmuo skirtingas, kaip ir skirtinga individų laikysena veikimo (žaidimo) akivaizdoje.

Verslas kaip veiklos būdas ir žaidimas skiriasi savo savybėmis ir tikslais. Žaidimas yra laisva veikla, kuri patiriama kaip nereali, kaip esanti už įprastinio gyvenimo ribų, sugebanti žaidėjus visiškai sužavėti, su ja nesusijęs joks materialinis interesas, ji neduoda naudos ir vyksta savitai apibrėžtame laike ir erdvėje, tvarkingai, pagal tam tikras taisykles. Žaidimo tikslas – rungtyniavimas yra imanentinis (ne išorinių veiksmų sąlygotas), visada lieka įsivaizduojamos tikrovės rėmuose (žaidimo pasaulyje). Tuo tarpu verslas yra realiai patiriama laisva veikla, atsakas į realaus pasaulio iššūkius, aktyvus veikimas, kurio tikslas yra naudos (pelno) gavimas. Bet kuriame žaidime yra atlygis (simbolinis arba reali materialinė vertybė), tačiau jis vienkartinis. Tuo tarpu verslininko pagrindinis veikimo tikslas nėra išorinis tikslas, bet esminis, vidinis. Atlygis už pastangas čia pirmiausia materialinis, o ne simbolinis. Pajamų maksimizavimas yra nuolatinis verslo veikimo motyvas. Tačiau dėl pajamų nežaidžiama, o kryptingai ir racionaliai dirbama. Tam reikalingos atitinkamos kompetencijos.

Nepaisant esamų tarp verslo kaip veiklos būdo ir žaidimo skirtumų, jie gana patrauklūs, nes abu atliepia žmogaus prigimties polinkius į laisvą pasirinkimą, riziką ir rungtyniavimą, šitaip skatindami kūrybiškumą ir gebėjimų raišką. Žaidimo atveju šie polinkiai realizuojami uždaroje erdvėje (žaidimo pasaulyje), tuo tarpu verslo atveju – realiame gyvenime. Savo azartą ir riziką verslininkas stengiasi įrėminti racionaliais ir pamatuotais sprendimais, nes jų pasekmės paliečia kur kas daugiau žmonių, nei žaidimo nesėkmės atveju. Tokiu būdu būtent žaidimo elementai versle, viena vertus, suteikia jam žaismės patrauklumo, kita vertus, įpareigoja atsakingai laikysenai veikimo (žaidimo) rinkoje.

Literatūra

1. Anderson, C. R. 2003. *Management Skills, Functions and Organization Performance*. New York: Chapman and Hall.
2. Andrijauskas, A. 1990. *Meno filosofija*. Vilnius: Mintis.
3. Fridman, M.; Fridman, R. 2001. *Free to Choose*. Chicago: The Chicago University Press.
4. Gadamer, H. G. 1997. *Grožio aktualumas*. Vilnius: Baltos lankos.
5. Handy, Ch. 2002. *The Hungry Spirit*. London: Kogan Page.
6. Henry, J. 2001. *Creative Management*. London: Sage.
7. Killick, T. 2000. *The Adaptive Economy*. New York: Springer.
8. Maniokas, K. 1993. „Filosofinė žaidimo samprata“, *Metai Balandis*: 108–114.
9. Novak, M. 2001. *Business as a Calling*. New York: The Free Press.
10. Sabaliauskaitė, K. 1998. „Menas kaip žaidimas, struktūra, kalba“, in *Seminarai*. Vilnius: Atviros visuomenės kolegija.
11. Аверинцев, С. С. 1969. „Культурология Й. Хёйзинги“, *Вопросы философии* 3.
12. Бакштагановский, В. Ю.; Согонов, В. А. 1992. *Честная игра: философия и этика предпринимательства*. Томск: Издательство Томского университета.
13. Берн, Э. 1992. *Игры, в которые играют люди*. Москва: Прогресс.
14. Гадамер, Х. Г. 1988. *Истина и метод*. Москва: Прогресс.
15. Демидов, А. Б. 1999. *Феномены человеческого бытия*. Минск: Издательский центр „Экономпресс“.
16. Столович, Л. Н. 1997. *Искусство и игра*. Москва: Знание.
17. Тавризян, Г. Н. 1989. *Шпенглер и Хёйзинга: две концепции кризиса культуры*. Москва: Искусство.
18. Финк, Э. 1988. „Основные феномены человеческого бытия“, в *Проблема человека в западной философии*. Москва: Прогресс.
19. Хёйзинга, Й. 1992. *Ното ludens. В тени завтрашнего дня*. Москва: Издательская группа „Прогресс“.

VALDAS PRUSKUS

Business as game: between competition and creativity

Summary

In the article, connection between business, as a kind of human activity, and game is examined. With reference to the works of culture philosophers G. H. Gadamer, J. Huizinga and E. Fink, the theories of game, its phenomena, main features and objectives are revealed. Connections of business with game are highlighted, their similarities and differences are revealed.

It is shown that business as a way of activity has much in common with game. To both of them are common such elements of game as competition (rush), risk, free choice and certain rules, but their roles are different as is different also the individuals' attitude in the course of activity (game).

At the same time, business and game differ in their features and objectives. Game is a free activity which is experienced as unreal, being outside of common life, activity that is capable of charming the players totally; no material interests are connected with it, it does not give benefit and happens in a distinctly defined time and space according to certain rules. Competition is the objective of a game and is immanent to it (it is not influenced by external elements), it always remains in the frame of imaginable reality (the world of a game), whereas business is a free activity experienced as real, as a response to the challenges of the real world, an active activity whose objective is to gain benefit (profit). In every game there is a reward (a purely symbolic or a real material value), but it is one-off as the price which is won, whereas in the businessman's activity the main goal is not an external but an internal, substantial objective. Here the reward for endeavor is first of all material, not symbolical. The maximization of profit is the permanent motive of running business. But it is not playing for profit, but working purposefully and rationally. The businessman tries to frame his venture and risk with rational and well-grounded decisions, because their consequences involve more people than in the case of failure in a game. Thus, it is game elements in business, on the one hand, that give it the attraction of a game; on the other hand, business obligates to keep a responsible position in the presence of the market.

Key words: game, creativity, risk, competition, free choice, acting motive, benefit, *homo faber*, *homo ludens*