

Er staat iets op het spel

Alleen dat, wat geen doel meer dient en daardoor niet nuttig is, is zinvol. Zinvol is slechts dat, wat alleen om zichzelf wordt gedaan. Hoe kunnen we deze prikkelende stelling van filosoof Moritz Schlick (1882-1936) toepassen op organisaties en bedrijven, en persoonlijker nog: op hun werkgevers?

In commerciële organisaties staat marktdenken centraal. In de non profitsector geldt dit ook steeds vaker, maar voor organisaties is hier vooral de missie leidend, omdat die het bestaansrecht rechtvaardigt. Marktaandeel en missie fungeren hierbij als doel, als een juk waaronder het handelen van de organisaties gebukt gaat. En volgens Schlick (in navolging van Nietzsche) is alles wat onder een juk gaat, per definitie zinloos. Werkgevers die deze gedachtegang willen volgen, moeten dus op zoek naar zin, gericht op doelloosheid en nutteloosheid. En wat is de meest doelloze en zinloze bezigheid die we ons kunnen voorstellen? Spel.

Om een mogelijke misinterpretatie weg te nemen: organisatiespel is niet het plaatsen van een pingpongtafel in de kantoorkelder, een speels teamuitje om elkaar beter te leren kennen, of een heidag met spelvormen om een betere missie te verzinnen of een groter marktaandeel te pakken. Onder spel verstaan we, wat om zichzelf wordt gedaan, wat geen doel heeft buiten het spel om, en wat we ook niet als vorm van ontspanning kunnen stellen tegenover doelgericht werk.

Want wat is spel? Hier is het onderscheid relevant, dat de Scandinavische talen (en ook het Fries!) maken tussen twee soorten spel: tussen 'at spille/å spille/att spila/spylje' en 'at lege/å leke/att leka/boartsje'. De eerste spelvorm geldt voor alle gevallen waarin er regels zijn waaraan je als speler moet houden. Het spel heeft structuur en een doel – als eerste de overkant bereiken, de meeste punten verzamelen – en daarmee zijn er winnaars en verliezers. 'At spille' geldt voor sport, muziek, toneel, en voor andere vormen van afgesproken en gestructureerde culturele, sociale en maatschappelijke rituelen. De tweede spelvorm, 'at lege', kent geen structuur en heeft geen extern doel zoals winnen, maar slechts interne doelen: plezier, bijvoorbeeld, verbeelding, ontwikkeling, oefening in meesterschap, vrijheid en experiment. Hier bestaat spelzin zolang er gespeeld wordt, en is het spel voorbij, dan is deze weg.

Dikwijls kijken we neer op 'at lege'. Op zijn minst bagatelliseren we het als kinderspel, als een letterlijk zinloze bezigheid. Maar het is precies deze speelzin, waarop werkgevers die op zoek zijn naar zingeving, zich dienen te richten. Want hier staat letterlijk iets op het spel: iets, wat verder gaat dan gelukkige werknemers of een goede werk- en privébalans. Het gaat om waarden, om betekenis, om ruimte voor persoonlijke beleving, om verbeelding en ervaringen. Werkgevers die in de organisatie ruimte en gelegenheid bieden voor doelloos, zinloos, en tegelijkertijd waardevol spel, bieden hiermee ruimte en gelegenheid voor vertrouwen, zingeving en vrijheid – voor persoonlijke 'purpose and mission', zogezegd.

Willen toekomstige organisaties waardevol zijn voor werknemers, dan zullen toekomstige werkgevers scherp moeten worden op spel. Niet in termen van de markt, missie, geld of aandeelhouders, maar van een zinvolle aansluiting van organisatiewaarden op die van (toekomstige) werknemers. In de organisatiefilosofie wordt deze ruimte en tijd gewoonlijk ingevuld met socratische gesprekken, ethische reflectie en dialoog in de 'Plek der Moeite'. Maar nu wordt het tijd om te spelen.

Het is aan toekomstige werkgevers ruimte en tijd vrij te maken voor spel. Want alleen dat, wat geen doel meer dient en daardoor niet nuttig is, is zinvol. En zinvol is slechts dat, wat alleen om zichzelf wordt gedaan.