

Werk, corona en de zin van het bestaan

Max Wildschut

Wat is de zin van het bestaan? Soms lijkt het luxegemijmer, maar wetenschap en geschiedenis leren dat zingevingsvragen een grote invloed kunnen hebben op zowel het persoonlijke leven als op maatschappelijke ontwikkelingen. In dit essay pas ik deze inzichten toe op twee belangrijke vraagstukken van dit moment: zingeving in werk en de betekenis van de corona crisis.

Laat ik beginnen met mijn kaarten op tafel te leggen: ik geloof niet in een hogere macht die onze levens stuurt of in een kosmisch doel dat verborgens ligt in het weefsel van het universum. Zingeving benader ik als een subjectieve ervaring die het product is van een (fysiek) brein. De vraag is daarbij hoe inzicht in de relevante mentale mechanismen ons kan helpen een meer betekenisvol leven voor onszelf en onze medemens te creëren. Hiermee sluit ik overigens niet uit dat er “meer” bestaat. Ik leg deze kaarten op tafel om duidelijk te maken dat ik nergens iets magisch of metafysisch binnen zal smokkelen en mij beperk tot wat de huidige wetenschap ons kan vertellen over zingeving.

Mijn doel in dit essay is een visie op zingeving te formuleren vanuit de evolutionaire psychologie, om vervolgens deze visie te gebruiken om een licht te werpen op zingevingsvraagstukken in werk en op de coronacrisis. Het essay bestaat uit vier delen:

1. De biologische fundamenteën van zingeving
2. De grote verhalen die inspireren
3. Zingeving in het werk
4. De zin van corona

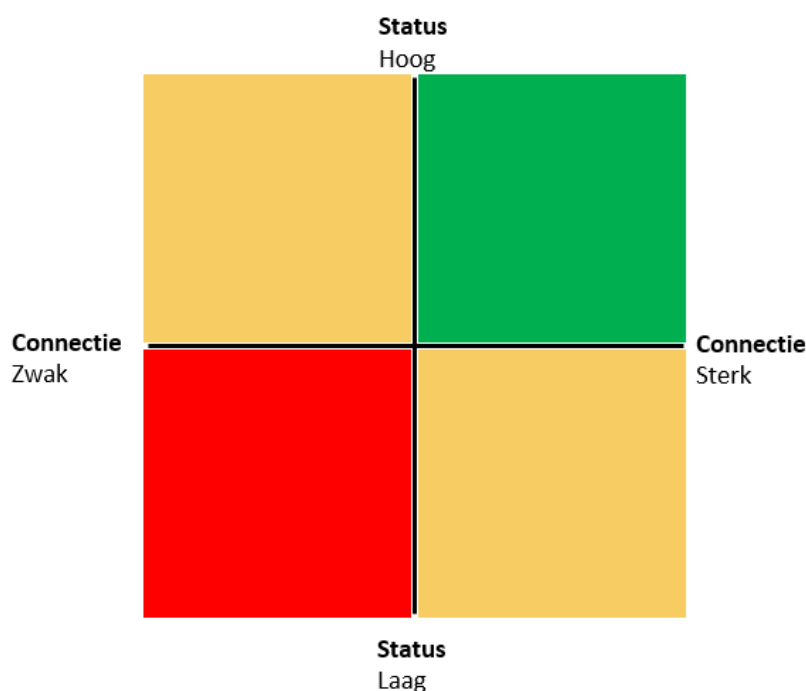
De biologische fundamenteën van zingeving

Zingeving is het antwoord op de grote vragen in het leven. Waarom doen wij dit? Waarom ben ik hier? Wat is de zin van dit alles? De antwoorden vinden we in verhalen, de persoonlijke verhalen die we anderen en onszelf vertellen en de grote verhalen die wij als samenleving vertellen. Al deze verhalen zijn geen willekeurige verhalen, maar geven uitdrukking aan een diepere biologische realiteit. De subjectieve ervaring van zin en betekenis is het product van een brein dat zelf weer het product is van biologische evolutie. Waarom heeft evolutie ons brein geprogrammeerd om dit te ervaren? Elk biologisch systeem is geoptimaliseerd voor het realiseren van een duidelijk doel: genen in de toekomst. Het brein is als orgaan geëvolueerd om gedrag te produceren dat bijdraagt aan dit ultieme doel. Dus als wij lief zijn voor onze kinderen, is dit uiteindelijk omdat dit bijdraagt aan genen in de toekomst. En als we met collega's roddelen bij het koffiezetapparaat doen we dit omdat het uiteindelijk bijdraagt aan de projectie van genetische informatie in de toekomstige generaties. Dit is mogelijk een weinig zingevend verhaal en het wet werk van Charles Darwin zal ons waarschijnlijk niet helpen om moeilijke tijden door te komen. Het evolutionair perspectief helpt ons echter wel het hoe en waarom van zingevingsvragen te begrijpen.

Evolutie spreekt tot ons via onze emoties. We reageren op zaken die direct of indirect bijdragen aan het ultieme doel van genen in de toekomst. De twee belangrijkste dimensies in het dagelijks leven zijn status en connectie. Status heeft betrekking op positie in de sociale rangorde. In elke diersoort, ook de mens, heeft status een directe impact op voortplanting. Meer status betekent meer seks en/of (genetisch) betere partners. Status is een van de belangrijkste drijfveren van mensen in werk,

ookal ontkennen we dit graag (je wilt gewoon een nieuwe uitdaging). De tweede dimensie is connectie. Connectie heeft betrekking op het hebben van hechte en positieve sociale relaties. Hoeveel vrienden heb je? Hoe veilig voel je jezelf in je team? De mens onderscheid zich van andere dieren vooral door de mate waarin wij samenwerken en het is aan samenwerking dat wij onze positie bovenaan de voedselketen hebben te danken. Meer dan voor elk ander zoogdier is de mens afhankelijk van de groep voor overleven en connectie is voor de mens daarom evolutionair gezien extreem belangrijk. Connectie speelt ook een centrale rol in zingevingsvragen. Een van de grondleggers van de positieve psychologie Martin Seligman beschrijft zingeving als het product van "being part of and contributing back to something larger and more permanent than themselves (e.g., nature, social groups, organizations, movements, traditions, belief systems)". Zin ervaar je wanneer je onderdeel uit maakt van een groter geheel en hier op een betekenisvolle wijze aan kan bijdragen.

Figuur 1



Rechtsboven (groen) ervaren mensen een diepe connectie in combinatie met waardering en respect. Hier ontstaan in de regel weinig zingevingsvragen. Linksonder is problematisch: je uitgesloten en ondergewaardeerd voelen is een sterke voorspeller voor depressie. Linksboven kan optimaal lijken, maar kan evengoed diepe frustratie creëren (zoals veel status, maar toch eenzaam).

Belangrijk hier is dat de mens verschillende vormen van sociale status kent, die meer of minder compatibel zijn met connectie. Status gaat over positie in de hiërarchie, niet waar die positie op is gebaseerd. Status kan worden verkregen door macht en intimidatie, maar dat levert in de regel weinig vrienden op. In natuurlijke groepen (jager-verzamelaars, maar ook vriendengroepen) is status in de regel gebaseerd op sociale bijdrage. Iemand die bijvoorbeeld heel goed in iets is (meesterschap heeft), heeft veel waarde voor de groep en krijgt status (geniet aanzien, wordt gerespecteerd). Hetzelfde kan bijvoorbeeld gezegd worden van goed leiderschap. Wanneer je waarde hebt voor de groep en daarvoor waardering (status) krijgt, dan kan die status ook gepaard gaan met diepe connectie. Heb je zowel status als connectie, dan is de kans dat je wakker ligt met existentiële vragen klein (maar zeker niet afwezig!). Zingeving is zo primair afhankelijk van twee zaken:

1. **Relatie:** je maakt deel uit van een groter geheel en wordt hierin als uniek individu geaccepteerd (met al je kwaliteiten en gebreken). De relatie kenmerkt zich door warmte en vertrouwen.

2. **Bijdrage:** je hebt een wezenlijke bijdrage aan de groep en wordt (naar waarde) gewaardeerd voor die bijdrage.

Reflectie zingeving werk: in welke mate ervaar je relatie en bijdrage in je werk? Geef een cijfer van 1 tot 10 aan beide componenten. In het onderdeel over zingeving in werk komen we hier op terug.

Wanneer de componenten van relatie en bijdrage goed zijn ingevuld in jouw sociale omgeving of werk (voor onze voorouders hetzelfde) zal dit in de regel een bron van zingeving zijn. De subjectieve beleving van zin en betekenis valt hier samen met een situatie waarin het evolutionaire belang van genen in de toekomst optimaal is afgedekt. Toch kan ons persoonlijk verhaal ook fundamentele problemen creëren in zingeving. Een eenzijdige en expliciete focus op status (winnen, de beste willen zijn) gaat vaak ten koste van de kwaliteit van connectie. De strijd tegen andere groepen kan de connectie in de eigen groep verdiepen (band of brothers) en opoffering voor de groep leid tot status en zingeving (martelaarschap en heldendom). Competitie binnen de groep, zoals we vaak op kantoor zien, kan daarentegen de sfeer en kwaliteit van samenwerking ernstig verstoren. Het stimuleren van ambitie kan zo zingeving creëren (status), maar tegelijkertijd ook ondermijnen. Op dit punt kom ik terug in het onderdeel van dit essay over zingeving in werk.

Een belangrijk punt dat wij in onze individualistische cultuur nog wel eens over het hoofd zien is dat het persoonlijke verhaal nooit los gezien kan worden van het grotere culturele/collectieve verhaal. Er is een groter verhaal over wie wij als groep zijn en wat wij als groep belangrijk vinden. Dit grotere verhaal bepaald hoe we relateren aan de groep, wat acceptatie oplevert en wat als een echte bijdrage wordt gezien. Het persoonlijke verhaal is zo afhankelijk van het grotere verhaal. Wanneer sociale status in de groep afhankelijk is van hoeveel mensen je weet te onthoofden (zoals tot recent bij de Ifugaos, koppensnellers uit de Filipijnen), dan draagt hoofden afhakken bij aan zingeving. Om individuele zingeving beter te begrijpen moeten we daarom eerst naar het grotere verhaal kijken.

De grote verhalen die inspireren

Menselijke groepen hebben sinds onze soort de savanne heeft verlaten, in de meest uiteenlopende omgevingen overleefd. Elke omgeving stelt groepen weer voor andere uitdagingen, wat weer andere vormen van samen werken en samen leven vereist. De normen, waarden en gebruiken van een groep vormen de software voor die samenwerking. Het zijn de impliciete afspraken, verwachtingen en prioriteiten die maken dat Inuit zich anders gedragen dan Ifugaos. In de grote verhalen van een groep liggen de normen en waarden van de groep besloten. Soms gaat het hier letterlijk om een groot verhaal, wat soms dagen kost om te vertellen. In onze moderne context is het meer figuurlijk een groot verhaal, meer de manier waarop we betekenis geven aan zaken. We kunnen het opmaken uit hoe de waarom vraag vaak beantwoord wordt.

Grote verhalen die inspireren zijn altijd morele verhalen, ze dragen een waardeoordeel in zich over wat meer of minder belangrijk is en wat goed en fout is. Ze drukken daarmee de morele emoties uit die evolutie in ons brein heeft gebouwd. De functie van morele emoties is het reguleren van gedrag in de groep. Elke groep heeft sociale normen en groepsleden zijn altijd alert op hoe anderen zich gedragen met betrekking tot die normen. Bij normafwijkend gedrag reageren we met negatieve emoties als boosheid, verontwaardiging of zelfs walging. Je staat bijvoorbeeld in de supermarkt en iemand piept voor. De sociale norm in Nederland is dat je netjes in de rij gaat staan (dit is lang niet in alle culturen zo). Schend iemand die norm, dan roept dit op z'n minst enige irritatie op. De negatieve emotie motiveert ons de ander aan te spreken of zijn of haar gedrag met anderen te bespreken. Dit laatste heet ook wel roddelen. Roddel is het belangrijkste middel voor gedragsregulatie in natuurlijke groepen. Iemand die zich niet aan de gedragsnormen houdt (normoverschrijdend gedrag vertoont) is

een onbetrouwbare samenwerkingspartner en een mogelijk risico voor de groep. Roddel stelt de groep in staat om consensus te creëren over iemands gedrag en coalities te vormen om een normoverschrijder te corrigeren (dit alleen doen is een risico). Al dit geroddel maakt het voor mensen uitermate belangrijk hoe er over hen gesproken en gedacht wordt in de groep. Je wilt een goede reputatie.

Je reputatie is bepalend voor hoe anderen je vertrouwen en waarderen, met andere woorden je sociale connectie en je sociale status. Mensen die zich goed gedragen (het goede doen) genieten aanzien en acceptatie (figuur 1, rechtsboven), zij die zich niet gedragen worden steeds meer uitgesloten uit het groepsproces (figuur 1, linksonder). Veel menselijk gedrag kunnen we begrijpen vanuit de noodzaak onze reputatie te beschermen of te verbeteren. Onze persoonlijke verhalen gaan over reputatie en identiteit: wie ben ik in relatie tot de groep. De mate waarin jouw verhaal betekenisvol en waardevol is wordt in de basis bepaald door de morele matrix van de groep. Vaak is het niet direct duidelijk dat dit het geval is, omdat we blind zijn voor die morele matrix. De evolutionair psycholoog Jonathan Haidt stelt op basis van zijn onderzoek dat “morality binds and blinds”. Dit wil zeggen dat een specifiek (moreel) verhaal de gemeenschap verbindt, maar ook verblind voor het feit dat hun (morele) perspectief slechts een perspectief is. Wat voor een Ifugao jongere evident goed is (zoals hoofden afhakken), is voor de gemiddelde student bedrijfskunde onbegrijpelijk. Deze blindheid maakt dat ons verhaal zuiver persoonlijk lijkt en losstaat van grotere verhalen. Dit is echter een illusie, het persoonlijke verhaal is altijd een variatie op het grotere verhaal. Willen we ons eigen verhaal goed begrijpen, dan moeten we het grotere verhaal ook begrijpen.

Morele fundamenten

Jonathan Haidt is een van de grondleggers van de moral foundations theory, een evidence based theorie die inzicht geeft in menselijke moraliteit. De theorie beschrijft zes morele fundamenten die in elk moreel systeem terugkeren:

1. Zorg/bescherming van de zwakken/kwetsbaren (negatief: schaden/kwetsen)
2. Eerlijkheid/rechtvaardigheid (negatief: uitbuiting/misbruik)
3. Loyaliteit naar de groep/vrienden (negatief: verraad)
4. Respect voor autoriteit (negatief: ondermijning, disrespect)
5. Zuiverheid (negatief: degradatie, besmetting, dat wat walging oproept)
6. Vrijheid (negatief: dwang)

De eerste drie fundamenten hebben betrekking op connectie. Zonder loyaliteit (3) is er geen groep om op te bouwen. Eerlijkheid/rechtvaardigheid (2) is een voorwaarde voor stabiele samenwerking. Alleen wanneer de lasten en lusten eerlijk verdeeld worden heeft het voor het individu waarde om te blijven bijdragen in de groep. In zorg/bescherming (1) ligt veel van de meerwaarde van de groep. Het betekent er voor elkaar zijn wanneer dit echt nodig is. Het vierde fundament, respect, raakt het evolutionaire belang van status. Hiërarchie kan veel toegevoegde waarde hebben voor de groep. Wanneer iemand een goede leider is of waardevolle kennis heeft, dan is het in het belang van de groep dat die persoon meer invloed krijgt (mits deze persoon eerlijk en rechtvaardig is uiteraard). Het niet erkennen van deze (vaak impliciete) verhoudingen in de groep is problematisch voor de groep en daarom hebben groepen gedragsnormen rond respect (en horen we ouderen klagen over de jeugd die geen respect meer heeft).

Het fundament zuiverheid hangt nauw samen met wat ook wel het gedragsimmuunsysteem wordt genoemd. Besmettelijke ziekten en epidemieën zijn altijd een constante geweest in de menselijke geschiedenis. Walging is bijvoorbeeld een typisch menselijke emotie die ons afstand doet houden van potentiële infectiehaarden (zoals zaken die naar rotting ruiken en uitwerpselen). Sociale normen rond hygiëne en voedingspatronen blijken een belangrijke rol te spelen in het voorkomen van infecties. In Azië is er bijvoorbeeld een sterke norm dat je nooit iets aangeeft met je linkerhand, deze

hand gebruik je op de WC om jezelf schoon te maken. Zuiverheid heeft een sterk morele dimensie, zoals een vriend van mij ooit heeft mogen ervaren toen hij met zijn linkerhand eten pakte. De groep reageerde direct met afkeer en afkeuring.

Grote verhalen zijn gefundeerd in deze morele fundamenten. Laat ik een negatief voorbeeld nemen om dit te illustreren. Het nationaal socialisme was bij uitstek een groot verhaal dat verschillende morele knoppen indrukte bij volgers. Zuiverheid speelde bijvoorbeeld een belangrijke rol in de nazi ideologie. Inferieure rassen werden ook vaak vergeleken met parasieten en Hitler zelf was geobsedeerd met hygiëne (het schoonmaken van fabrieken was een van zijn eerste beleidspunten). Nazisme raakte niet alleen het thema van zuiverheid, maar ook de morele fundamenten van loyaliteit (aan het ras) en respect (voor de Führer). Zorg en bescherming was niet onbelangrijk, maar ondergeschikt aan andere prioriteiten. De meest kwetsbaren in de samenleving (gehandicapten) werden vermoord om de zuiverheid en vitaliteit van het ras te waarborgen.

Ik gebruik het voorbeeld van het nationaalsocialisme vooral om het punt te maken dat een groot en inspirerend verhaal niet noodzakelijk een verhaal is dat wetenschappelijk gezien klopt of dat (vanuit ons perspectief) moreel hoogstaand is. Het punt is dat een groot verhaal door het indrukken van de juiste knoppen mensen kan inspireren en zieltjes kan winnen. Dit is temeer het geval wanneer er een grote behoefte aan zingeving is. Dit zien we bijvoorbeeld in tijden van crisis. De economische crisis in de jaren 30 in Duitsland creëerde een vruchtbare voedingsbodem voor het grote verhaal van Adolf Hitler. Het succes van de nazi ideologie wordt vaak verklaard vanuit het feit dat zij een zondebok (de joden) aanwezen, maar dit was slecht een element in een veel groter verhaal.

In onze moderne samenleving zijn er vaak verschillende grote verhalen die met elkaar concurreren, waardoor ook verschillende visie op goed en kwaad ontstaan. Mensen stellen hun persoonlijke verhaal samen op basis van de grote verhalen die hen aanspreken. Welke verhalen je aanspreken heeft weer te maken met leeftijd, persoonlijkheid en situatie. Voor jonge mensen kan het aantrekkelijk zijn een duidelijke vijand te hebben, zodat ze door “de goede strijd” hun plek kunnen veroveren (m.a.w. status verkrijgen door opoffering en heldendom). Voor jonge mannen was oorlog vroeger altijd een uitgelezen kans om iets “zinvols” met hun leven te doen. Zij die bereid zijn het hoogste offer te brengen valt de hoogste eer ten deel. Persoonlijkheid heeft daarbij impact op de morele fundamenten die leidend zijn in het denken. Mensen die hoger scoren op de big 5 dimensie consciëntieus houden meer van orde en zijn meer gevoelig voor het morele fundament van zuiverheid. Dit kan zich ook uiten in obsessies met fysieke zuiverheid (smetvrees) of bijvoorbeeld obsessies met dieet. Zo zien we veel “grote” verhalen rond voeding en een groeiende populariteit van vormen van “zuiver” eten, zoals veganisme (Hitler was vegetariër).

De meeste populaire religies en ideologieën zijn grote verhalen die op effectieve wijze de juiste knoppen weten in te drukken. Veel van de grote oude verhalen hebben aan populariteit verloren en sommige denkers spreken over een “religion shaped hole” in onze cultuur. Ongemerkt is echter een nieuw verhaal op de voorgrond getreden dat dit gat vult en ook wel de religie van de 21^e eeuw wordt genoemd: het werkisme.

Zingeving in Werk

Werk is altijd een van de belangrijkste manieren geweest om zin en betekenis te vinden in het leven. Werk is dat waarmee iemand onderdeel wordt van de maatschappij en zijn of haar bijdrage levert. Mensen die leven zoals onze voorouders vernoemen we ook naar het werk dat ze doen: jager-verzamelaars. Je vaardigheid in jagen of verzamelen was ook een bron van status en genetisch

onderzoek laat zien dat betere jagers meer nageslacht hebben. Mannen ontwikkelden status en connectie in jagen, vrouwen in verzamelen. Ook voor ons moderne mensen is werk een belangrijk middel om status en connectie te ontwikkelen, al lijkt zingeving niet meer voor iedereen weggelegd. Onderzoek laat zien dat zeker 25% van werkenden in Nederland niet de zin van het eigen werk ziet. Ik vermoed dat wanneer we de vraag zouden formuleren in termen van relatie en bijdrage (zie reflectie zingeving en werk in het eerste deel) dit percentage kan oplopen naar de 50% die de antropoloog David Graeber beargumenteert in zijn boek *Bullshit Jobs*. In het boek beschrijft Graeber hoe een groot deel van banen werknemers niet het gevoel geeft iets wezenlijks bij te dragen. Het werk voelt als bullshit. Graeber maakt hier een onderscheid tussen shitty jobs en bullshit jobs. Wc's schoonmaken kan een shitty job zijn, maar schone wc's zijn wel belangrijk voor mensen en in die zin kan een schoonmaker zijn of haar werk als nuttig ervaren. Veel bullshit jobs zijn volgens Graeber juist goedbetaalde banen met status. Veel middenmanagement functies beschrijft hij als bullshit jobs. Het zijn banen met status en een goede beloning, wat ze aantrekkelijk maakt. Wat een baan volgens Graeber een bullshit job maakt is het gevoel van de professional zelf dat het werk niets zinnigs bijdraagt aan de wereld of aan het leven van anderen. Bullshit jobs zijn zo banen die geen zingeving bieden.

De wereld bestaat uiteraard niet uit bullshit jobs en zingevend werk. Banen zullen in meerdere of mindere mate bullshit zijn, of in sommige aspecten bullshit en andere niet. Mensen in de meest zinvolle beroepen, zoals zorg of politie, hebben soms het gevoel dat een deel van hun werk (de praktijk) zeer zinvol is, terwijl een ander deel (administratie) complete bullshit is. Wanneer werk je niet het gevoel geeft iets wezenlijks bij te dragen, dan mist de grond voor zingeving. Jagen en verzamelen kan die grond bieden, zelfs wc's schoonmaken kan dit. Soms is het echter zelfs voor een CEO moeilijk die grond te vinden. Ik kan mij herinneren hoe ik als jonge consultant ooit met enige jaloezie keek naar de bouwvakkers die acht verdiepingen lager kabels aan het sjouwen waren. Zij deden echt werk! Ik was vers van de universiteit en werkte voor een grote en gerenommeerde consultancy club. Dikke rapporten schrijven die nooit gelezen worden. Diep in mijn hart voelde het als zinloos werk, maar ik zat mentaal gevangen in het grote verhaal van werk.

De ratrace

Een belangrijke verandering in werk in de 20^e eeuw was de mogelijkheid carrière te maken. Uiteraard waren er altijd klimmers in de wereld, mensen die van krantenjongen krantenmagnaat werden, maar dit zijn uitzonderingen. Pas in de tweede helft van de 20^e eeuw werd carrière toegankelijk voor de "gewone man". Dit veranderde "het grote verhaal" van werk fundamenteel. Terwijl je vroeger gewoon bij de bakker werkte, is deze baan nu slechts een eerste stap naar iets groters, zoals regiomanager van een bakkerijketen. Slechts weinigen zijn nog tevreden met gewoon bakker zijn. Er is zo een groter gewicht komen te liggen op de statuscomponent van zingeving. Bakker zijn kan zin geven in dat je een nuttige dienst voor de gemeenschap levert. Jij bent degene die de mensen van twee maaltijden per dag voorziet. Je kunt daarbij trots zijn op de kwaliteit van je brood. Maar je bent natuurlijk niet zo belangrijk als de regiodirecteur bakkerijproducten van een multinational. Het evolutionair belang van status maakt dat carrière perspectieven een sterke motivationele kracht uitoefenen. Vaak gaat dit toenemende gewicht van deze statuscomponent echter ten koste van het component van connectie. Heeft de regiodirecteur bakkerijproducten hetzelfde gevoel een nuttige dienst voor de gemeenschap te leveren? De structurering van werk langs carrièrepaden kan bijdragen aan het verlies van connectie. Performance pay en beperkte carrière mogelijkheden (niet iedereen kan regiodirecteur worden) maken bijvoorbeeld dat medewerkers met elkaar concurreren, wat weer sociale cohesie en psychologische veiligheid kan ondermijnen. Werk wordt daardoor minder een vervulling van connectie. De sterke focus op carrière (de ratrace) kan er daarbij ook voor zorgen dat er minder mentale ruimte is voor connectie buiten het werk (familie en vrienden). Onderzoek laat bijvoorbeeld zien dat mensen steeds minder goede vrienden hebben.

Zingeving in werk gaat niet meer over bijdragen aan iets groters, maar over iets groters worden. De sectie business en zelfhelp boeken geeft ons een duidelijk antwoord op de grote waarom vraag: succesvol zijn, verder komen, een leider zijn. Het grote verhaal in werk is het grote succes verhaal. Ben je succesvol, dan verdien je natuurlijk ook meer geld. Alles wat je dankzij dit succes kunt kopen is het bewijs van je succes en de beloning voor je inspanning. Het is ook het signaal naar anderen dat je succesvol bent, wat bijdraagt aan je reputatie. Zingeving ligt in een mooi huis en een stukje beleving (met alle instagramfoto's als bewijs). De vraag is uiteraard of deze stenen en dit stukje beleving invulling geven aan de fundamentele vragen van relatie en bijdrage. Vaak is het alleen vermaak. En wanneer er geen diepere grond in zingeving is, laat dit vermaak je uiteindelijk met een leeg gevoel achter. Een bijkomend probleem hierbij is dat mensen erg goed zijn zichzelf voor de gek te houden. Dit is een van de redenen waarom ik denk dat het percentage mensen dat het werk als zinloos ervaart hoger ligt dan de 25% die in onderzoek wordt gevonden. Wanneer je afhankelijk bent van je werk of veel hebt geïnvesteerd in een carrière is de kans groter dat je jouw keuzes rationaliseert. Je verteld jezelf dat het toch allemaal heel belangrijk is wat je doet. Je creëert verhalen terwijl je op een ander niveau voelt dat het allemaal bullshit is. Dergelijke zelfdeceptie is op termijn slopend. Het vreet op een fundamenteel niveau aan je gevoel voor eigenwaarde en maakt het steeds moeilijker de inspanning te leveren om aan dit succes te blijven werken. Dit leidt uiteindelijk tot emotionele uitputting, vervreemding of zelfs depressie.

Bovenstaande is uiteraard een vrij eenzijdig negatieve kijk op zaken. Veel mensen ervaren wel degelijk zin en betekenis in hun werk en hebben daarnaast ook een gezonde dosis lol van hun geld. Toch is het gevoel van leegte voor veel mensen herkenbaar. Met het hoge percentage mensen dat hun werk als bullshit ervaart valt het ook moeilijk te ontkennen dat er een probleem is met zingeving in werk. Ruim 17% van de werknemers ervaart daarbij burn-outklachten, dit is ruim 1 op 6 werknemers. Interessant is dat het percentage burn-out toeneemt met opleidingsniveau. De schade lijkt zo het grootst onder werknemers die het vaakst bullshit jobs hebben en die het meest geïnvesteerd hebben in het grote succes verhaal. Het grote succesverhaal creëert hoge verwachtingen waar de gelovige aan moet voldoen. Daarbij zien we de laatste jaren een verschuiving van verantwoordelijkheden naar de medewerker. Hij/zij moet eigenaarschap nemen, zelf sturen en zijn eigen feestje organiseren. Een belangrijk geloofsartikel in het grote succes verhaal is dat jij de sleutel tot jouw succes bent, dus falen ligt altijd bij jou. De druk komt zo meer en meer op de medewerker te liggen. Deze verschuiving zien we ook terug in burn-out percentages, die in 2007 nog op 11% lagen (tegen 17% in 2019).

Heb je een diep gevoel van zingeving in je werk, dan is de kans een stuk kleiner dat je opbrand. Interessant hier is de observatie van de joodse psychiater Viktor Frankl. Hij was gevangene in onder meer Auschwitz en merkte daar op dat de gevangenen die een duidelijke reden hadden om te leven, een veel grotere overlevingskans hadden. Zij die hoop en zin verloren, verloren ook snel het leven. Draagkracht is in hoge mate een functie van zingeving. Sterk stijgende burn-out cijfers zouden kunnen wijzen op een crisis in zingeving.

Een van de belangrijkste misverstanden over zingeving is dat dit een soort persoonlijk sausje over het werk is. Persoonlijke zingeving is echter altijd gerelateerd aan collectieve zingeving en aan de realiteit van wat je doet. Is wat je doet niet zinvol, dan is het moeilijk jezelf lang te blijven overtuigen dat je toch iets zinvol doet. Wanneer je als organisatie zingeving serieus wilt nemen, dan moet het daarom ook echt gaan over wat mensen doen en over het grotere verhaal van de organisatie. De organisatie zal dan zijn bijdrage aan de samenleving en verantwoordelijkheid naar werknemers serieus moeten nemen. Dan kunnen medewerkers ook echt betekenisvolle persoonlijke verhalen kunnen maken.

Met de komst van het corona virus in maart 2020 zijn veel van onze verhalen op losse schroeven komen staan.

De Zin van Corona

Onze reactie op de corona pandemie is in essentie een morele. Dit is niet direct evident omdat onze morele oriëntatie vaak ongemerkt onze perceptie van de wereld vormt, waardoor die perceptie als de objectieve realiteit gezien wordt (morality blinds). Ons verhaal lijkt vooral een objectief verhaal, dat dagelijks verteld wordt met harde cijfers. Niets subjectiefs aan! Zetten we echter een stap terug, dan duikt een fundamenteel menselijk thema op. Het thema gaat zo: er is het gevaar dat ons als groep bedreigt (een vijand), alleen wanneer we samen offers brengen voor de groep kunnen we die vijand verslaan. Wie dit offer brengt is goed (held), zij die het niet brengen zijn fout. We kunnen en moeten de “fouten” moreel veroordelen, want anders wint de vijand. In de context van de pandemie is de vijand het virus en onze gezamenlijke strijd en ons gezamenlijk offer is specifiek gericht op het beschermen van de kwetsbaren in onze groep (de ouderen die het slachtoffer van dit virus zijn – de gemiddelde sterfteleeftijd van slachtoffers is 83 jaar). Hier komt een van de morele fundamenten sterk naar voren: zorg/bescherming. Het fundament van zorg/bescherming is zoals we zagen een diep menselijk thema. Opgravingen laten zien dat onze verre voorouders zelfs gehandicapten groepsleden lange tijd in leven hielden. Ben je een echte gemeenschap, dan zorg je voor elkaar. Uiteraard is dit niet het enige morele fundament en in andere culturen kunnen andere fundamenten meer voorrang krijgen in het grote verhaal. In de VS zien we bijvoorbeeld dat veel mensen meer gewicht geven aan het morele fundament van vrijheid en niet bereid zijn hun vrijheid in te laten perken voor het bestrijden van een virus. Wij kunnen dit verwerpelijk of onbegrijpelijk vinden, maar dit is alleen zo vanuit onze eigen morele matrix. Ook voor onze voorouders was het morele fundament van zorg/bescherming niet als enige fundament leidend. Wanneer een ouder groepslid een last op de groep wordt, dan wordt hij of zij bijvoorbeeld op een ijsschots gezet en afgedreven of, zoals bij de Yanomami, doodgeslagen. Dit is voor ons misschien een afschuwelijke gedachte, voor sommige van onze voorouders was dit echter het enige juiste om te doen. Morele perspectieven verschillen.

Het dominante narratief rond de bestrijding van het virus is in essentie een “groot verhaal”, een verhaal dat ons als groep mobiliseert om samen effectief te zijn. Het verhaal werkt omdat het resoneert met onze morele matrix en helpt richting en betekenis te vinden in deze tijd. Het maakt het voor ons evident wat we moeten doen. We houden afstand, werken thuis en dragen een mondkapje. Het is het juiste om te doen voor onze kwetsbare medemens en je kunt je goed voelen over jezelf dat je het doet. Je hiervoor inzetten (het offer brengen) kan zelfs een bron van zingeving vormen. Dit is uiteraard interessant in de context van de eerder beschreven crisis in zingeving, een punt waar ik later op zal terugkomen.

Niet iedereen kan zich ons Nederlandse verhaal permitteren. In Portugal waar ik zelf woon zijn op het moment van schrijven alle winkels en horeca open nog. Het aantal slachtoffers in Portugal is verhoudingsgewijs veel hoger dan in Nederland en ruim zeven keer hoger dan tijdens de eerste golf in het land. De cijfers lopen nog steeds hard op en de ziekenhuizen lopen over. Pas nu (10 januari) wordt een korte lockdown overwogen. Waarom die afwachtendheid? De reden is eenvoudig: Portugal heeft amper de middelen om haar burgers te compenseren. In maart 2020 ging wel alles dicht. De steun voor zelfstandigen was al in 3 dagen op en veel zelfstandigen moesten bankleningen afsluiten om eten te kunnen kopen. Een harde lockdown zoals in noord-Europa is hier rampzalig voor grote delen van de bevolking. Lockdowns zijn een luxe, een punt dat goed werd geïllustreerd in een rapportage over Jemen. Bij de beelden van een drukke markt merkte de journalist vol ongeloof op dat niemand de pandemie serieus lijkt te nemen. Deze opmerking is wereldvreemd. De realiteit voor het grootste deel van de wereld is dat niet werken niet eten betekent (wat uiteindelijk een groter risico voor je gezondheid is dat corona). Ook in delen van Europa. In het dorp in Portugal waar ik

woon staat sinds enkele maanden een grote kast op het dorpsplein. Mensen kunnen hier eten achterlaten voor dorpsgenoten die geen eten hebben. Bij mijn kinderen in de klas zitten kinderen wiens enige maaltijd van de dag de gesubsidieerde schoollunch is. Wat zou uw verhaal zijn als de keuze is tussen het eten van je eigen kinderen of de gezondheid van oma?

In Nederland zijn wij bereid het offer te brengen voor de zwakkeren, maar ook omdat we dit offer kunnen permitteren. Maar ook als we het offer kunnen brengen, is het nog steeds een morele keuze. Zweden, een land dat het zich prima kan permitteren, heeft er bijvoorbeeld voor gekozen geen lockdown op te leggen. Er zijn wel een aantal maatregelen doorgevoerd, zoals een verbod op massabijeenkomsten, maar verder is alles normaal door gegaan. In de reactie op de pandemie lag het gewicht meer op eigen verantwoordelijkheid (morele knop: vrijheid). Critici wijzen er op dat het hogere dodental in Zweden (889 per miljoen inwoners in Zweden tegen 705 in Nederland). Dit is echter alleen een relevant argument wanneer die doden ook veel zwaarder wegen (morele knop: zorg/bescherming) dan het verlies aan vrijheid. Voor veel mensen zal dit een absurde afweging lijken, maar het is nog steeds een morele afweging. Onze keuze in beleid is zo gebaseerd op een specifieke morele visie en economische realiteit, niet een objectieve epidemiologische realiteit. Dit is een kritiek onderscheid. Een ander moreel perspectief zou er bijvoorbeeld toe kunnen leiden dat je accepteert dat mensen doodgaan en volledig inzet op tijdelijke capaciteitsuitbreiding voor ziekenhuizen (dit is echter een veel minder inspirerend verhaal).

Voorgaande wil niet zeggen dat wij in Nederland een uniforme morele realiteit hebben. Mensen verschillen in morele voorkeuren, verschillen die weer samenhangen met persoonlijkheid. Voor sommige mensen weegt zuiverheid zwaarder, voor andere respect. Daarbij raakt de crisis mensen anders. Voor veel zelfstandigen en ondernemers weegt het morele fundament van vrijheid gemiddeld zwaarder, om die reden zijn ze vaak ook voor zichzelf begonnen. Deze groep wordt daarbij hard geraakt door de lockdowns. Velen zijn alles kwijt geraakt of zijn nog jaren bezig schulden af te betalen of te herstellen wat ze zijn verloren. Het is uiteraard niet onbegrijpelijk dat juist in deze groep vaker een afwijkende visie op de maatregelen naar voren komt. Hier vinden we vaak de dissidenten, de mensen die niet met het grote verhaal meegaan en kritische vragen stellen. In deze groep is ook veel morele verontwaardiging. Ze hebben het gevoel dat zij kapot worden gemaakt terwijl al die mensen met hun vaste inkomens lekker kunnen thuiswerken (morele knop: rechtvaardigheid). Zij voelen geen samen (knop: loyaliteit – verraad). Andersom worden de dissidenten weer als immoreel gezien. Wie vraagtekens bij het overheidsbeleid zet ondermijnt de overheid (schending fundament respect), zaait tweedracht (schending fundament loyaliteit) en draagt bij aan onnodige slachtoffers (schending fundament zorg). Dit zijn geen dissidenten, dit zijn moreel verwerpelijke individuen!

Een mogelijk nog grotere groep die door de pandemie geraakt wordt is de 25 tot 50% van werknemers die geen zin en betekenis in het werk ervaren, of mogelijk zelfs een bullshit job heeft. Welk effect heeft de crisis op deze mensen? Hier is geen onderzoek naar, dus alles wat ik hier over zeg is op basis van persoonlijke observaties. Terwijl de mensen met de shitty jobs vaak doorwerken (de WC's moeten nog steeds schoon), kunnen de mensen met bullshit jobs vaker thuiswerken en hebben ook vaker een stabiel inkomen. Deze crisis kan zo zelfs voordelen voor hen bieden. Wanneer je een baan hebt die je op een fundamenteel niveau slecht doet voelen over jezelf, kan het perspectief van langdurig thuiswerken best aantrekkelijk zijn. Daarbij kan het grote verhaal van onze gezamenlijke strijd een nieuwe bron van zingeving worden. Tel deze twee op en het is niet onwaarschijnlijk dat in deze groep sommige van de meest fanatieke voorstanders van harde maatregelen opstaan. Iedereen moet thuisblijven voor de goede zaak! De crisis in zingeving die ik in de voorgaande sectie beschreef, maakt een grote groep mensen ontvankelijk voor dit grote verhaal van crisis en zelfopoffering. Dit punt werd ook gemaakt door de Belgische hoogleraar psychologie Mattias Desmet. Desmet interpreteert de groeiende burn-out cijfers en het toenemend gebruik van antidepressiva en angstremmers in de jaren voor de pandemie als een indicatie van een groeiende psychologische crisis. Hij wijst er op dat historisch gezien een dergelijke crisis mensen ontvankelijker

maakt voor het grote verhaal (de massabeweging). Dit is uiteraard positief voor de strijd tegen het virus. De strijd tegen het virus is echter geen oplossing voor de crisis in zingeving. Wanneer de strijd over wacht velen mogelijk een nare kater.

Gebrekkige zingeving leidt uiteraard niet automatisch tot het omarmen van overheidsbeleid. Het kan zelfs volledig tegengesteld uitpakken, zoals in het omarmen van complotdenken. De overheid spant samen met Bill Gates om via vaccins nanorobots te implanteren en zo ons gedrag te controleren. Zij die zich kwetsbaar en machteloos voelen zijn ontvankelijk voor grote verhalen over boze machten die ons willen knechten (zoals de joden die volgens de nazi's aan alle touwtjes trekken). In tijden van crisis doen complottheorieën het altijd goed. Let wel dat deze complottheorieën in essentie ook morele verhalen zijn die een vorm van zingeving bieden. Een probleem hier is dat complottheorieën vaak op een hoop worden gegooid met kritische geluiden. Deze verwarring is logisch, wanneer het eigen morele perspectief als het enige logische en realistische wordt gezien (morality blinds). Zij die anders denken worden als irrationeel gezien. Er is echter een groot verschil tussen dissidenten en complotdenkers. Onder ondernemers kom ik veel dissidenten tegen, maar vrijwel nooit complotdenkers.

De corona pandemie drukt veel van onze morele knoppen in. We zijn in een situatie waarin de zwakkeren in onze samenleving bedreigt worden. Wij als Nederlanders moeten samen (knop: loyaliteit) de strijd aan gaan tegen het virus om zo de kwetsbaren te kunnen beschermen (knop: zorg/bescherming). Het feit dat we dit ook echt doen is iets om trots op te zijn. We moeten daarbij vertrouwen op onze experts, waaronder de virologen (knop: respect voor autoriteit). Alleen dan, als we de hier met z'n allen voor gaan (knop: loyaliteit) en ons houden aan de regels (knop: respect) kunnen we ons bevrijden van dit virus (knop: zuiverheid). Dit is ons grote verhaal en het is voor de meerderheid van Nederlander een objectief en rationeel verhaal. Het verhaal werkt ook, de meerderheid van de bevolking steunt de maatregelen en houdt zich aan de regels. Er zijn echter ook mensen met een ander (maar niet noodzakelijk fout) moreel perspectief en mensen die deze crisis door hun persoonlijke omstandigheden anders ervaren. Hierdoor zal onvermijdelijk discussie ontstaan over het grote verhaal. Wanneer we de ander tegemoet treden met morele veroordeling raken wij als samenleving steeds verder verdeeld. Vanuit het moreel perspectief is de ander slecht en moet bestreden worden. We hebben in Washington in het Capitool kunnen zien waar dit toe leidt. Onze grootste uitdaging als samenleving is het stimuleren van een constructieve dialoog waarin we tot betere gezamenlijke verhalen kunnen komen. Evolutionair gezien is dit de basis voor elke succesvolle groep.

Meer weten?

Neem contact op met de auteur **Max Wildschut** via wildschut@nimep.nl