

Meer

dan

niets

doen

Madelon
van Hooff

De psychologie
van verveling
op het werk

Boom

Madelon van Hooff

Meer dan nietsdoen

De psychologie van verveling op het werk

Boom

Inhoudsopgave

	Inleiding	9
1	MEER DAN NIETSDOEN	13
	Een beetje geschiedenis	14
	Verveling op het werk: wat is het?	20
	Verveling: van acuut tot bore-out	25
	Is verveling zichtbaar in onze hersenen?	28
	Bestaan er verschillende soorten verveling?	29
	Heeft verveling een functie?	31
	Wat is verveling niet?	34
2	DE EEN IS DE ANDER NIET	37
	Demografische factoren	38
	Persoonlijkheid	42
	ADHD	46
	Hoogbegaafdheid	47
	Carrièregerelateerde verschillen tussen personen	50
3	WERK ZONDER WAARDE	55
	Hoe ontstaat verveling?	55
	Werkkenmerken en verveling	63

4	DE WORTEL VAN ALLE KWAAD?	75
	Omgaan met verveling	75
	Gedrag met negatieve gevolgen voor jezelf	85
	Gedrag met negatieve gevolgen voor anderen	87
	Werkprestaties	90
5	IK VERVEEL ME DOOD	93
	Van verveeld naar vervelend	93
	Stress en burn-out	96
	Depressieve gevoelens	97
	Frustratie	99
	Motivatie	100
6	MAAR JE WORDT ER ZO CREATIEF VAN	103
	Creativiteit	104
	Altruïstisch gedrag	108
7	IETS DOEN AAN NIETSDOEN	111
	'Goed werk'	113
	De juiste diagnose	117
	Baanboetsen	118
	Werk als spel	125
	Arbeidsvitaminen	129
	Je dag plannen	131
	Compenseren in de thuissituatie	131
	Een andere baan zoeken	134
8	VERVELING DE BAAS	135
	Aanpassingen in het werk	135
	Bijdragen aan het vervullen van psychologische basisbehoeften	137
	Het faciliteren van baanboetsen	138
	Gamification	140
	Psychologisch veilig werkklimaat	142
	Organisatiecultuur	144

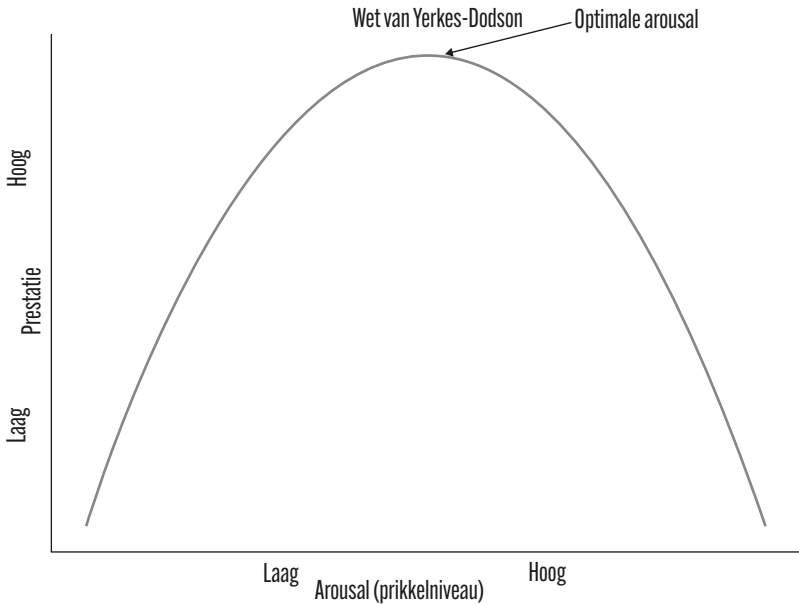
9	GEDRAGSVERANDERING - MOOI IN THEORIE, MAAR EEN RAMP IN DE PRAKTIJK?	147
	De ingrediënten voor gedragsverandering	148
	Capaciteit: Yes, I can!	149
	Gelegenheid: beperkingen of bevorderende factoren in de omgeving	151
	Motivatie vergroten	152
	TEN SLOTTE	159
	REFERENTIES	161

Inleiding

‘Is het leven niet duizendmaal te kort om je te vervelen?’, vroeg de Duitse filosoof Friedrich Nietzsche zich naar verluidt twee eeuwen geleden al af. ‘Blijkbaar niet’, is het antwoord op deze vraag, aangezien verveling een toestand is die onder diverse mensen in diverse omstandigheden ervaren wordt. Ook werkenden hebben te maken met verveling. Desondanks is er in de populairwetenschappelijke literatuur (nog) weinig aandacht voor dit fenomeen. Terwijl de boeken en andere media die aandacht besteden aan werkdruk, overbelasting en de stress die daarmee gepaard gaat inmiddels bijna niet meer te tellen zijn, moet de aandacht voor de andere kant van de medaille – verveling en onderbelasting – met een vergrootglas gezocht worden. Een mogelijke verklaring kan zijn dat verveling een ‘onzichtbare’ emotie is, waar bovendien een zweem van schaamte over hangt. Mensen die zich vervelen op het werk, zullen dit vaak niet direct laten merken en bijvoorbeeld juist doen alsof ze het druk hebben, uit angst dat het negatieve consequenties heeft als ze hun verveling kenbaar maken.

Uit verbazing over het gebrek aan kennis over en aandacht voor verveling op het werk, begon ik een jaar of tien geleden onderzoek te doen naar dit verschijnsel. Mijn interesse kwam mede voort uit het feit dat ik me in een eerdere baan zelf ontzettend had verveeld. Het is zelfs voorgekomen dat ik – terwijl ik op kantoor zat – vakantie-uren schreef in het urenregistratiesysteem, omdat de taken die ik moest doen zó saai waren dat ik me er niet toe kon zetten ze uit te voeren. Een ander deel van mijn belangstelling werd gewekt door de wet van Yerkes-Dodson waarmee ik tijdens mijn studie psychologie in aanraking was gekomen. Deze wet veronderstelt dat

de relatie tussen spanningsniveau (*arousal*) en prestatie de vorm heeft van een omgekeerde U (zie onderstaande figuur). Met andere woorden, de wet gaat ervan uit dat mensen optimaal presteren bij ‘middelmattige’ arousal. Prestaties nemen af bij te hoge arousal, zoals bij stress en overbelasting op het werk. Anderzijds laat de figuur ook zien dat mensen niet goed presteren bij te lage arousal. Volgens deze wet zouden onderbelasting en verveling dus net zo’n negatieve invloed op ons functioneren moeten hebben als stress en overbelasting. Ik was benieuwd of dit inderdaad het geval was, en wilde bovendien graag meer inzicht krijgen in de gevolgen van onderbelasting en verveling voor het welzijn en de gezondheid van werknemers.



In de afgelopen jaren heb ik deze vraagstukken onderzocht. De kennis en inzichten die door mijzelf en andere onderzoekers binnen het vakgebied van de psychologie over dit onderwerp vergaard zijn, wil ik nu graag met een breder publiek delen. Vandaar dit boek. Ik hoop bij te dragen aan het zichtbaar maken van het veelal onzichtbare fenomeen van verveling op het

werk, en bovendien (h)erkenning te bieden aan werkenden die hiermee te maken hebben.

Hoewel ik in de laatste hoofdstukken strategieën beschrijf die je kunt toepassen om verveling op je werk te verminderen, of er in ieder geval minder onder te lijden, is dit boek geen klassiek zelfhulpboek. Ik geloof in het idee van 'kennis is macht', en heb de overtuiging dat weten wat verveling is, hoe het ontstaat en waarom we er op een bepaalde manier mee omgaan, bijdraagt aan een begripvolle(re) houding naar mensen die zich vervelen op het werk – of je dit nu zelf bent, of een collega of medewerker aan wie je leidinggeeft.

De opbouw van het boek is als volgt. In hoofdstuk 1 staat het begrip 'verveling' centraal. Naast cijfers over hoe vaak verveling op het werk voorkomt, bespreek ik wat verveling precies is (en wat het niet is), en laat ik zien dat verveling evolutionair gezien een nuttige functie heeft. Ook komt kort de geschiedenis van de belangstelling voor verveling op het werk aan bod, van de industriële revolutie tot de 'bullshitbanen' in de huidige dienstenmaatschappij. In hoofdstuk 2 kun je lezen wie vooral risico loopt zich te vervelen op het werk. Ik ga onder andere in op demografische factoren, persoonlijkheid en kenmerken als ADHD en hoogbegaafdheid. Hoofdstuk 3 besteedt aandacht aan de oorzaken van verveling op het werk. Ik beschrijf hoe verveling ontstaat als er geen goede balans is tussen de moeilijkheid en de waarde van (de taken op) ons werk en ga in op het belang van betekenisvolheid. Ook bespreek ik verschillende specifieke kenmerken van het werk, die bijdragen aan het ontstaan van verveling. Je zult in dit hoofdstuk lezen dat verveling meer is dan nietsdoen. Hoe werkgerelateerde verveling ons gedrag beïnvloedt, staat centraal in hoofdstuk 4. Ik bespreek waarom het zo moeilijk is om de spiraal van verveling op je werk te doorbreken, en ga in op negatieve gevolgen als eetgedrag en gedrag dat schadelijk is voor de organisatie. Hoofdstuk 5 richt zich op de negatieve gevolgen van verveling voor ons welzijn. Je kunt hier lezen dat je je weliswaar niet daadwerkelijk kunt doodvervelen, maar dat verveling op het werk wel degelijk negatieve effecten heeft op ons welbevinden, van stress tot depressieve klachten en gebrek aan motivatie. Hoofdstuk 6 is het kortste hoofdstuk uit dit boek. Hier

bespreek ik het zeer beperkte onderzoek dat is uitgevoerd naar de mogelijk positieve gevolgen van verveling, met name creativiteit.

In de laatste drie hoofdstukken van het boek staan het verminderen van en omgaan met verveling op het werk centraal. In hoofdstuk 7 lees je over verschillende manieren om je werk aan te passen zodat het risico op verveling vermindert. Ook lees je hoe het toevoegen van spelelementen aan je werk hier een rol in kan spelen, en welke technieken je kunt toepassen om minder te lijden onder verveling als het veranderen van je werk geen optie is of niet genoeg soelaas biedt. Hoofdstuk 8 richt zich op de rol die leidinggevendenden spelen in het creëren van een werkomgeving waar de kans op verveling minimaal is. Hier bespreek ik onder andere het belang van een sociaal veilig klimaat. In hoofdstuk 9 bespreek ik tot slot hoe je je gelegenheid (ook wel: mogelijkheden), capaciteit en motivatie kunt versterken om op een constructieve manier verveling op het werk te verminderen.

HOOFDSTUK 1

MEER DAN NIETSDOEN

Als jonge onderzoeker leerde ik een belangrijke les van mijn toenmalige leidinggevende. Hij vond het namelijk belangrijk om bij het doen van onderzoek en het interpreteren van resultaten jezelf consequent de vraag ‘Nou, en?’ te stellen. Anders gezegd, je kunt wel onderzoek doen naar verveling op het werk, maar als vrijwel niemand er last van heeft, is dat misschien niet de beste manier om je tijd te besteden. Daarom laat ik aan het begin van dit eerste hoofdstuk graag zien dat verveling op het werk geen marginaal verschijnsel is.

Er zijn voor dit fenomeen helaas geen representatieve gegevens beschikbaar die inzicht geven in hoeveel werkenden in Nederland er last van hebben. In recent onderzoek binnen mijn eigen vakgroep vonden we dat slechts vier op de tien werknemers nooit verveling ervaren op hun werk, en dat bijna een op de drie werkenden zich minimaal af en toe verveelt. Cijfers afkomstig uit andere landen impliceren dat tussen de 25 en 87 procent van de werkenden zich op zijn minst soms verveelt op het werk (Van Hooft & Van Hooff, 2024). Bovendien laat Amerikaans onderzoek uit 2018 zien dat 33 procent van de werkenden die een andere baan zoeken verveling aanwijzen als belangrijkste reden voor de overstap (Korn Ferry, 2018). Ook een andere Amerikaanse studie is interessant in dit opzicht (Chin et al., 2017). In dit onderzoek rapporteerden ongeveer vierduizend deelnemers meerdere momenten per dag hoe ze zich voelden en wat ze aan het doen waren. De resultaten lieten zien dat 63 procent van de deelnemers zich minimaal één keer verveeld had gedurende de tien dagen dat het onderzoek duurde. In de situaties waarin mensen zich verveelden, stond werken op de derde plaats

(na studeren en nietsdoen). Ten slotte zijn er studies die vergelijkbare cijfers laten zien voor werkgerelateerde verveling en het ‘populairdere’ fenomeen burn-outklachten (Harju et al., 2022, 2023).

Hoewel een eenduidig getal ontbreekt, tonen deze cijfers wel aan dat verveling op het werk een ervaring is die een substantieel deel van de werkende bevolking in meer of mindere mate raakt, en dat het de moeite waard is om er aandacht aan te besteden. Dit hoofdstuk biedt een startpunt voor het begrijpen van dit fenomeen.

Een beetje geschiedenis

Technologische ontwikkelingen: de tweede, derde en vierde industriële revolutie

Lange tijd waren werkenden direct betrokken bij het eindproduct van hun arbeid. De boer zaaide, oogstte en verkocht zijn granen, groenten en fruit, de timmerman ontwierp en maakte meubels, en de schoenmaker maakte nog echt schoenen. Als gevolg hiervan had het werk een directe vorm van betekenis voor degenen die het uitvoerden. Niet alleen had je zicht op het eindproduct, je kon er trots op zijn, en misschien nog wel het belangrijkste: er was een vrij directe link tussen de arbeid die je leverde en de mate waarin je in je levensonderhoud voorzag.

Hoewel het niet ondenkbaar is dat enkele arbeiders toentertijd verveling ervoeren in hun werk, wordt het pas echt relevant tijdens de tweede industriële revolutie. Tijdens deze periode, die grofweg duurde van de tweede helft van de negentiende eeuw tot de Eerste Wereldoorlog, begon men naast stoomkracht en ijzer gebruik te maken van elektriciteit en staal. Dit leidde niet alleen tot diverse uitvindingen (zoals gloeilampen, de radio en de auto), maar ook tot massaproductie in fabrieken. Dit laatste had grote invloed op hoe mensen hun werk deden, en maakte verveling tot een relevant aspect van de werkbeleving.

Twee belangrijke namen in dit verband zijn Frederick Taylor (1856-1915) en Henry Ford (1863-1947). Frederick Taylor staat vooral bekend om zijn werk rondom de ‘wetenschappelijke bedrijfsvoering’. Zijn missie was

om het productieproces met behulp van wetenschappelijke principes efficiënter te maken en zo de productiviteit te verhogen. Hij was dan ook een voorstander van het opdelen van werktaken in gestandaardiseerde, eenvoudige ‘hapklare’ brokjes, die makkelijk en zo efficiënt mogelijk konden worden uitgevoerd. Ten behoeve van deze efficiëntie voerde hij allerlei ‘tijd-en-beweging-studies’ uit, waarbij hij gedetailleerd in kaart bracht hoe mensen hun werktaken uitvoerden, en gaf hij adviezen over hoe dit sneller en met minder onnodige bewegingen kon.

Hoewel zijn benadering inderdaad positieve effecten had op de productiviteit, wekte deze weerstand op bij werkenden. Een belangrijke oorzaak was onder andere dat de standaardisatie de keuzevrijheid van werknemers sterk beperkte, terwijl het opdelen van werk in kleine, beheersbare taken leidde tot bijzonder geestdodende en eentonige werkzaamheden.

Autofabrikant Ford implementeerde de ideeën van Taylor in zijn fabrieken. Door gebruik te maken van een lopende band werden werknemers bij Ford nog meer beperkt in hun vrijheid. De band bepaalde immers het werktempo.

Monotonie

Monotonie, dat geldt als een van de belangrijkste oorzaken van werkgerelateerde verveling, kon echter wel al op aandacht rekenen. Zo onderzocht psycholoog Hugo Münsterberg begin 1900 de invloed van monotonie op het functioneren en welbevinden van werknemers (Münsterberg, 1913). Hij stelde dat niet zozeer de aard van het werk zelf, maar de manier waarop werknemers het werk ervoeren bepalend was voor de impact van monotonie. Psychologische aspecten, zoals de mate van interesse en betrokkenheid bij het werk, speelden volgens hem een belangrijke rol in hoe monotoon werk wordt beleefd. Hij onderzocht hoe verschillende factoren, zoals variatie in taken, mentale stimulatie en een gevoel van doelgerichtheid, monotonie konden verminderen en zo de efficiëntie van werknemers konden verbeteren.

De veranderingen in de manier van werken die Taylor en Ford aanzwengelden, is goed te zien in een oud filmfragment.* Aan het begin van de video zie je een groep werknemers van autofabrikant Volcan aan het werk, in de tijd voordat Taylor en Ford hun intrede deden. Samen voeren ze alle taken uit die horen bij het assembleren van de auto. Ze kunnen zelf beslissen hoe ze hun werk doen en kunnen taken afwisselen. Bovendien hebben ze direct zicht op het eindproduct van hun werkzaamheden: de auto. Deze afwisseling en keuzevrijheid verminderen het risico op verveling in het werk. Daarnaast zorgt het zicht op het eindproduct ervoor dat werknemers hun werk als meer betekenisvol ervaren. Ook dat vermindert de kans op verveling, zoals ik in hoofdstuk 3 in meer detail beschrijf. Hoe anders is dat in de Fordfabrieken. In het tweede deel van de video zie je fabrieksarbeiders als ware zij onderdelen van de machines waarmee ze werken. Op het hoge tempo van de lopende band voeren ze de hele dag dezelfde opdracht uit. En die opdracht is bovendien zó klein (denk aan het keer op keer vastdraaien van een moer op een wiel) dat het moeilijk te zien is hoe hun werk in verbinding staat met het eindproduct: de uiteindelijke auto die wordt geproduceerd. Dus ondanks het moordende werktempo in de fabrieken van Ford is door het geestdodende karakter van het werk verveling een serieus risico.

Hoewel het percentage werkenden dat in fabrieken zijn brood verdient tegenwoordig een stuk lager is dan een (ruime) eeuw geleden, zijn de principes van Taylor en Ford – en de daarmee samenhangende risico's op verveling – nog steeds zichtbaar in hedendaags werk. Denk bijvoorbeeld aan het werk bij Starbucks waar het opnemen van bestellingen en het bereiden van de drankjes duidelijk gescheiden taken zijn, of McDonald's waar het maken en serveren van het eten in verschillende stappen zijn onderverdeeld. En wat te denken van de enorme *fulfilment centers* van grote bedrijven als Amazon, waar het werk niet alleen monotoon is, maar waar werknemers bovendien door middel van allerlei digitale technologie continu gemonitord worden.

Door de veranderingen die de derde (de opkomst van de computer, internet enzovoort) en vierde (AI, big data, robotica enzovoort) industriële revolutie in de manier van werken instigeerde, is het aandeel werkenden

* Je kunt dit filmfragment hier bekijken: youtu.be/8PdmNbqtDdI.

dat geestdodend repetitief productiewerk doet in fabrieken afgenomen. Dat betekent echter niet dat het risico op verveling ook verdwenen is. Wel heeft er een verschuiving plaatsgevonden in de oorzaken van deze gemoedstoestand. Waar werknemers tijdens de opkomst van de fabrieksarbeid nog zelf actief betrokken waren bij de productie, hebben technologische ontwikkelingen ervoor gezorgd dat handmatig werk steeds meer is vervangen door toezicht houden op grotendeels geautomatiseerde productieprocessen. Dit is een vrij eentonige en monotone bezigheid, die tegelijkertijd wel veel aandacht vergt. Je moet immers direct ingrijpen als het misgaat.

En hier stuiten we op een paradox, want juist de verveling die ontstaat door het monotone karakter van het werk maakt snel ingrijpen moeilijk. Een van de kenmerken van verveling (die verderop in dit hoofdstuk uitgebreider aan bod komt) is namelijk dat deze toestand ervoor zorgt dat we snel zijn afgeleid en ons minder goed kunnen concentreren op de taak. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor ons functioneren, of zelfs tot gevaarlijke situaties leiden. Zo werden ooit een luchtverkeersleider en zijn leidinggevende geschorst omdat de eerstgenoemde films zat te kijken in plaats van het luchtverkeer in de gaten te houden (Cummings et al., 2016). Waarschijnlijk is de saaie, onderstimulerende werkinhoud – er was naar verluidt sprake van weinig luchtverkeer op dat moment – een belangrijke oorzaak geweest van het gedrag van deze werknemer. Ook piloten blijken niet immuun voor verveling door de monitorende taken die tijdens een groot deel van de vlucht een belangrijk deel van hun werk uitmaken. Dit blijkt bijvoorbeeld uit een voorval tijdens een vlucht naar Minneapolis. De twee piloten waren zo afgeleid door hun laptops dat ze maar liefst 90 minuten voorbij hun eindbestemming vlogen (Cummings et al., 2016).

Nieuwe technologie kan echter ook positieve gevolgen hebben voor de inhoud van ons werk en daarmee het risico op verveling verkleinen. Zo kan het routinematige cognitieve taken, en ‘the dull, dangerous and dirty work’ (saaie, gevaarlijke en vuile werkzaamheden) in ieder geval deels van ons overnemen (Parker & Grote, 2022). Denk bijvoorbeeld aan geautomatiseerde data-analyse in administratieve beroepen, waarbij software grote hoeveelheden gegevens kan verwerken en samenvatten, zodat werknemers

zich kunnen richten op strategische beslissingen in plaats van repetitieve invoerwerkzaamheden. Ook in de industrie kan technologie het werk minder eentonig maken, zoals bij robots die in magazijnen zware dozen tillen, waardoor medewerkers zich kunnen bezighouden met meer afwisselende taken zoals kwaliteitscontrole of procesverbetering.

De overgang naar een dienstensamenleving

Waar tot halverwege vorige eeuw meer dan de helft van de werkenden in Nederland een baan had in de landbouw of industrie, is tegenwoordig bijna 80 procent van de bevolking werkzaam in de dienstensector (CPB, z.j.). Mensen zijn nu dus veelal in andere typen banen werkzaam dan vroeger, en bovendien zijn er functies bijgekomen die eerder niet bestonden.

In dit verband is het de moeite waard om aandacht te besteden aan het begrip ‘bullshitbaan’. Deze term werd bedacht door de Amerikaanse antropoloog David Graeber en heeft betrekking op een baan die eigenlijk geen nut heeft, maar toch blijft bestaan omdat het systeem eromheen deze in stand houdt. Zelfs de mensen die zo’n baan hebben, beseffen vaak dat hun werk weinig toevoegt, maar moeten toch doen alsof het belangrijk is (Graeber, 2018). Het gaat om banen die inherent betekenisloos zijn en de maatschappij meer schade berokkenen dan goeddoen. Zeker de helft van het werk zou onder deze definitie vallen. Belangrijk om te benoemen is dat het volgens Graeber aan de werknemer zelf is om te bepalen of hij in een bullshitbaan werkt, en dat dit oordeel dus subjectief is. Toch onderscheidt hij vijf typen bullshitbanen: lakeien, bullebakken, oplapwerkers, afvinkers en opzichters.

Lakeien werken in banen die erop gericht zijn anderen zich belangrijk te laten voelen, zoals persoonlijk assistenten, receptionisten of portiers. Het werk dat deze mensen doen, heeft vaak tot doel de status van anderen te bevestigen, zonder dat het werk concreet nuttig is voor de maatschappij. Een voorbeeld in deze groep zijn de netjes geüniformeerde portiers in de New Yorkse Upper East Side, die de bewoners van hun appartementencomplexen met alle egards begroeten.

Bullebakken werken in sectoren die eigenlijk niet hoeven te bestaan. Dit werk heeft regelmatig een agressief element, en bestaat vaak alleen maar

omdat andere organisaties ook dit soort typen banen hebben. Denk in deze categorie aan lobbyisten, marketingmedewerkers en bedrijfsjuristen. Een marketingafdeling is eigenlijk alleen nodig omdat andere bedrijven er ook een hebben – zonder deze afdeling zou een bedrijf achterlopen op de concurrentie. Graeber schaaft zelfs het leger onder deze categorie: als andere landen geen leger zouden hebben, dan hadden wij het ook niet nodig.

Oplapwerkers zijn er uitsluitend om problemen op te lossen die er eigenlijk niet zouden moeten zijn. Deze problemen ontstaan doordat het proces binnen een organisatie in eerste instantie al niet goed georganiseerd is. Dit soort werk vind je bijvoorbeeld in de softwaresector, waar programmeurs hun tijd besteden aan het corrigeren van slechte softwarecode in plaats van aan het oplossen van uitdagende technische problemen. Ook klantenservicemedewerkers die steeds excuses moeten aanbieden voor defecte producten vallen hieronder.

Afvinkers bestaan enkel of voornamelijk om ervoor te zorgen dat een organisatie kan claimen dat bepaalde taken worden uitgevoerd. Denk aan banen die bestaan uit het invullen ('afvinken') van formulieren om te zorgen dat er een *paper trail* bestaat van het werk dat wordt gedaan. Graeber merkt op dat het uitvoeren van dit soort taken niet alleen nalaat bij te dragen aan het doel van de organisatie, maar er juist in strijd mee is. Hij noemt het voorbeeld van een zorgmedewerker die bewoners moest interviewen en op een formulier moest aangeven welke recreatie-activiteiten hun voorkeur hadden. Dit formulier belandde in een computer, waar vervolgens niemand meer naar keek. De tijd die deze medewerkster aan het interviewen (de meeste bewoners vonden dit alleen maar irritant) en registreren besteedde, kon ze niet besteden aan dat wat feitelijk belangrijk was in haar werk, namelijk het zorgen voor een plezierige vrijetijdsbesteding van de bewoners.

Het werk van *opzichters*, ten slotte, bestaat uit het toewijzen van onzinnige taken aan andere medewerkers, het leidinggeven aan onzin of het creëren van nieuwe onzinbanen. Als zodanig zijn deze mensen het omgekeerde van lakeien, onnodige bazen in plaats van onnodige ondergeschikten. Voorbeelden van banen binnen deze categorie zijn middenmanagers, coaches en projectmanagers.

Het gemeenschappelijke kenmerk van deze verschillende categorieën bullshitbanen is het gebrek aan betekenis dat ermee gepaard gaat: ze dragen niets bij aan het goed functioneren van de organisatie, hebben geen betekenisvolle maatschappelijke bijdrage of allebei.

Omdat een gebrek aan betekenis een belangrijke oorzaak van verveling is, ligt het voor de hand dat de toename van bullshitbanen ervoor heeft gezorgd dat werkgerelateerde verveling nog relevanter is geworden. Toch is het te kort door de bocht om te veronderstellen dat alle werknemers in bullshitbanen hun werk als zinloos ervaren en/of zich vervelen. Sterker nog, veel werkenden in deze ogenschijnlijk zinloze banen ervaren hun werk als betekenisvol. Een onderzoek onder Europese werkenden liet zien dat veel mensen in bullshitbanen, zoals lobbyisten en hedgefundmanagers, heel tevreden waren met hun werk, terwijl werkenden in essentiële beroepen zoals schoonmakers en vuilophalers juist hun werk als zinloos ervoeren (Soffia et al., 2022).

Misschien valt het verschil te verklaren door verschillende impliciete definities van het woord ‘betekenis’: gaat het om de functie die een baan heeft als bijdrage aan de maatschappij, of gaat het om het subjectieve gevoel van de werkende? Een baan die in objectieve zin niet bijdraagt aan de maatschappij, en vanuit dat perspectief betekenis mist, kan door de werkende zelf nog steeds als voldoening gevend en betekenisvol gezien worden. Ook banen die in objectieve dan wel subjectieve zin heel betekenisvol zijn, kunnen overigens taken bevatten die als betekenisloos ervaren worden. Denk aan een verpleegkundige die veel tijd bezig is met het op bureaucratische wijze bijhouden van zijn tijdbesteding, of een docent die eindeloze formulieren moet invullen over lesdoelen en voortgang in plaats van zich op lesgeven te richten.

Verveling op het werk: wat is het?

Er zijn meerdere ideeën over wat verveling op het werk precies is, maar wat deze verschillende benaderingen gemeenschappelijk hebben, is dat ze het

zien als een negatieve emotionele toestand die ervaren wordt tijdens het werk, waarbij werkenden een gebrek aan interesse, betekenis en uitdaging ervaren (Fisher, 1993; Van Hooft & Van Hooff, 2024). Laten we eens wat dieper inzoomen op elke component van deze definitie.

Een negatieve emotionele toestand. Verveling wordt gezien als een emotionele toestand. Behalve uit gevoel bestaan emoties uit cognitieve, fysieke en motiverende aspecten: als we een bepaalde emotie ervaren, uit zich dat niet alleen in wat we voelen, maar ook in wat we denken, op lichamelijk gebied, en in wat we willen doen. Als je bijvoorbeeld verdrietig bent, vóél je niet alleen verdriet, maar heb je ook verdrietige gedachten (cognitief), huil je misschien wel (fysiek) en zoek je troost (motivatie). Deze aspecten zie je ook terug bij (werkgerelateerde) verveling.

Qua gevoelscomponent wordt verveling als iets negatiefs en onplezierigs ervaren, en aangezien mensen geneigd zijn onplezierige ervaringen zo veel mogelijk te vermijden, kun je verwachten dat dit ook voor verveling het geval is. Onderzoek geeft inderdaad aanwijzingen dat mensen ver willen gaan om verveling te voorkomen. In 2014 rapporteerden Wilson en collega's over hun studie waarin elke deelnemer gedurende 15 minuten alleen in een ruimte verbleef. Tijdens deze periode mochten ze zich alleen met hun eigen gedachten vermaken, een situatie die door de meeste mensen als saai en verveling-opwekkend wordt ervaren. Op het moment dat ze dat wilden, konden de deelnemers zichzelf een elektrische schok toedienen. De verbazingwekkende resultaten van dit onderzoek lieten zien dat 67 procent van de mannelijke deelnemers ten minste één elektrische schok verkoos te krijgen (met gemiddeld 1,47 schokken). Er was zelfs één deelnemer die zichzelf 190 (!) keer een schok toediende. Onder vrouwelijke deelnemers zagen de resultaten er iets anders uit: 25 procent gaf zichzelf minstens één schok (met gemiddeld 1,00 schok). Deze bevindingen suggereren dat veel mensen negatieve stimulatie verkiezen boven geen stimulatie, en bereid zijn vrij ver te gaan om verveling te voorkomen. Andere onderzoekers vonden vergelijkbare resultaten (Havermans et al., 2015): deelnemers die een saai video van 60 minuten keken, gaven zichzelf veel meer elektrische schokken dan deelnemers die gedurende dezelfde tijd een interessante video keken.

Meer dan 90 procent van de deelnemers gaf zichzelf een schok in de saaie situatie, gemiddeld 22 keer per persoon.

Op *cognitief* gebied zien we dat verveling zich kenmerkt door het feit dat je moeite hebt om je aandacht bij de taak te houden en je te concentreren. Je merkt dat je gedachten afdwalen, wat zich bijvoorbeeld uit in dagdromen, uit het raam staren of op andere manieren afleiding zoeken. Het gevolg is dat het afronden van je saaie werkzaamheden alleen nog maar langer duurt. Zo houd je als het ware zelf je verveling in stand. De relatie tussen verveling en aandachtstekort is overigens complex. Behalve als een kenmerkend aspect van de vervelingervaring zelf, kan het namelijk ook zowel een oorzaak als een gevolg zijn van verveling. Zo zien we dat het moeten uitvoeren van een saaie taak ervoor zorgt dat we onze aandacht liever op iets anders richten. Sommige onderzoekers zien dit als ‘aandachtsfalen’: we kunnen de aandacht niet meer bij de taak houden. Anderen zien dit niet als falen, maar juist als een nuttige functie van verveling. Doordat we onze aandacht niet meer bij de taak houden, ontstaat de mogelijkheid om naar meer interessante en stimulerende bezigheden te zoeken (zie ook wat ik verderop in dit hoofdstuk beschrijf over de evolutionaire functie van verveling).

Gebrek aan aandacht kan echter ook een oorzaak van verveling zijn. Bij te eenvoudige of repetitieve taken treedt dit relatief snel op, aangezien dit soort taken weinig mentale stimulatie opwekt. We vinden het niet meer de moeite waard om onze aandacht erbij te houden en gaan die ergens anders op richten. We denken bijvoorbeeld aan de leuke dingen die we na werktijd gaan doen, of gaan kletsen met collega’s. Ook bij potentieel interessantere taken kan gebrek aan aandacht optreden, bijvoorbeeld als we worden afgeleid door onze telefoons of een rumoerige werkomgeving. Dit gebrek aan aandacht voor ons werk maakt het moeilijker de interessante en waardevolle aspecten van ons werk waar te nemen, waardoor het risico op verveling toeneemt. Experimenteel onderzoek laat inderdaad zien dat verveling kan toenemen doordat we minder aandacht besteden aan de taak waar we mee bezig zijn (Damrad-Frye & Laird, 1989). De deelnemers in dit onderzoek moesten naar een opname luisteren van iemand die een artikel voorlas, terwijl ze op verschillende niveaus werden afgeleid: helemaal niet, matig of sterk. Deelnemers die afgeleid werden door een geluid dat te zacht

was om als afleiding te herkennen, voelden zich meer verveeld en vonden de taak minder leuk. Met andere woorden: als deelnemers afgeleid werden door een achtergrondgeluid zonder te beseffen dat dit de reden was, vonden ze de taak saai en onaangenaam. Het leek erop dat ze zich verveeld voelden, omdat ze merkten dat ze niet goed opletten (in plaats van andersom). En omdat ze geen andere verklaring hadden voor hun gebrek aan aandacht, gingen ze er automatisch van uit dat de taak gewoon heel saai was. Door de wederzijdse beïnvloeding van (gebrek aan) aandacht en verveling kan een vicieuze cirkel ontstaan. Het steeds minder aandacht besteden aan een taak zorgt ervoor dat verveling toeneemt, wat op zijn beurt de aandacht voor de taak nog verder verlaagt. Om verveling effectief aan te pakken, is het dus belangrijk deze dynamiek te herkennen en deze cirkel te doorbreken.

Een ander cognitief onderdeel van verveling, naast gebrekkige aandacht, is een veranderde tijdspceptie. Als we ons vervelen, hebben we het gevoel dat tijd maar langzaam voorbijgaat. Waar 'time flies when you're having fun', lijkt de werkdag eindeloos te duren als je je verveelt. De Duitse term voor het woord 'verveling' illustreert dit prachtig: 'Langeweile', een lange tijd. Interessant genoeg laat onderzoek zien dat ook het omgekeerde het geval is: we vervelen ons meer als we denken dat de tijd langzamer gaat. In de jaren zeventig werd een onderzoek uitgevoerd waarin alle deelnemers een taak moesten uitvoeren die 20 minuten duurde (London & Monell, 1974; in Damrad-Frye & Laird, 1989). Voor sommige deelnemers werd de tijd versneld door een aangepaste klok, waardoor het leek alsof er maar 10 minuten waren verstreken. Voor anderen werd de tijd juist vertraagd, zodat het leek alsof er 30 minuten voorbij waren in plaats van 20. De deelnemers die dachten dat er maar 10 minuten voorbij waren, vonden de taak veel saaier dan degenen die dachten dat er 30 minuten voorbij waren. De eerste groep had het idee dat ze lang met de taak bezig was, en omdat er maar 10 minuten waren verstreken, dacht de groep dat de taak wel heel saai moest zijn. De andere groep had het gevoel dat ze veel minder tijd aan de taak had besteed, en daardoor leek de taak juist interessanter.

Lichamelijk gezien uit verveling zich door een in elkaar gedoken bovenlichaam, en weinig en kleine lichaamsbewegingen. Het hoofd leunt achterover of steunt op de armen of handen (Wallbott, 1998). Ook zien we ver-

veling gepaard gaan met gapen of onrustig friemelen. Een weinig actieve houding zogezegd; denk aan het stereotiepe beeld van een ongeïnteresseerde student, hangend achter zijn tafel in de klas.

Op het gebied van *motivatie* kenmerkt verveling zich door de wens om de verveling veroorzakende situatie te veranderen of ontvluchten. Dit kan door afleiding te zoeken, bijvoorbeeld op je telefoon of door een praatje met een collega. Je kunt ook proberen de aard van het werk te veranderen, bijvoorbeeld door je leidinggevende om andere taken te vragen. Verder kun je ernaar streven tijd te besteden aan activiteiten die wél betekenis hebben, en dus – indien je werk het toestaat – de saaie taak te laten voor wat deze is en iets anders te gaan doen. In hoofdstuk 7 bespreek ik strategieën die je kunt toepassen om je werk interessanter te maken en verveling te verminderen.

Behalve als een emotionele toestand, wordt verveling gedefinieerd als een *activiteitgerelateerde gemoedstoestand*. Dit wil zeggen dat de verveling gekoppeld is aan een bepaalde situatie of activiteit. Zodra deze activiteit eindigt, stopt ook de verveling. Daarin verschilt verveling van andere gemoedstoestanden zoals boosheid of blijdschap. Als je op je werk boos bent geweest op een collega of blij bent met hoe je een klant geholpen hebt, kun je die gevoelens nog steeds ervaren als je thuiskomt na je werk. Bij verveling is het anders. Zodra de saaie taak achter de rug is, is het gevoel van verveling verdwenen. Je zou denken dat dit activiteitgerelateerde karakter van verveling mooie aanknopingspunten biedt om verveling op het werk te verminderen of voorkomen: gewoon iets anders gaan doen, dan ben je ervan af. Maar hierin schuilt juist het unieke karakter van verveling op het werk ten opzichte van verveling in andere domeinen (zoals tijdens het studeren of in je vrije tijd). De werkcontext maakt het moeilijk – en in sommige gevallen zelfs onmogelijk – om de verveling-opwekkende activiteit te verlaten en iets anders te doen. Het werk moet immers toch gedaan worden.

Een laatste kenmerk van verveling op het werk is dat zij gepaard gaat met een gevoel van *gebrek aan interesse, uitdaging en betekenis*. Wanneer je je verveelt op je werk, merk je dat het werk je niet interesseert, je weinig ruimte biedt voor groei en als weinig betekenisvol aanvoelt. Het begrip ‘betekenis’

gaat hier overigens over je eigen ervaring – de mate waarin je zelf je activiteit als betekenisvol ervaart – en niet op het mogelijke nut van je werk voor de maatschappij. Uiteraard bestaan er hierin verschillen tussen mensen. Waar de een het interessant en betekenisvol vindt om de hele dag met moeilijke formules bezig te zijn, is dat voor een ander totaal niet boeiend; en zelfs relatief eenvoudige routinetaken die op den duur voor de meeste mensen enorm saai worden, kunnen nog uitdagend en betekenisvol zijn wanneer je ze nog maar net aan het leren bent.

Verveling: van acuut tot bore-out

De mate van verveling kan verschillen in intensiteit en duur. Wat betreft intensiteit kan verveling variëren van je een beetje verveeld voelen tot het gevoel dat je je ‘dood verveelt’. Dit kan afhangen van de taak, maar dezelfde taak kan bij de een meer verveling opwekken dan bij de ander. Waar de een geboeid zit te luisteren en actief meedenkt tijdens een vergadering, kan een ander dezelfde bijeenkomst als eentonig ervaren en gevoelens van verveling ontwikkelen.

Minstens even belangrijk als verschillen in intensiteit zijn de verschillen in de duur van verveling. Verveling op het werk kan (*relatief*) kort en acuut zijn als zij ervaren wordt tijdens het uitvoeren van een bepaalde werktaak. Denk aan een docent die handmatig cijfers van studenten in een computersysteem moet invoeren. Deze docent zal zich wellicht vervelen tijdens het uitvoeren van deze taak, maar dit zal er niet toe leiden dat hij zijn baan als geheel als saai beschouwt. De negatieve gevolgen van verveling (zie hoofdstuk 4 en 5) zullen in dit geval dan ook beperkt zijn. Verveling kan zich ook ontpoppen tot een langduriger toestand in gevallen wanneer het werk in het algemeen, of wanneer vele werktaken als saai worden ervaren. Op dat moment kunnen allerlei negatieve gevolgen ontstaan, zoals depressieve gevoelens, verminderde tevredenheid met het werk, en stress.

Wanneer werkgerelateerde verveling zowel in een hoge intensiteit als gedurende een lange periode wordt ervaren, kan zij leiden tot wat in de

volksmond ‘bore-out’ genoemd wordt. Dit fenomeen kan de laatste jaren op steeds meer belangstelling rekenen in vooral populaire media, met koppen als: ‘Het schadelijke effect van bore-out op het werk’ (Brower, 2021), ‘Saaie baan? Hoe herken je de tekenen van een bore-out’ (GGZ nieuws, z.d.) en ‘Nieuwe werktrend bore-out schaadt de Amerikaanse werkvloer’ (Musto, 2023).

Ondanks de relatief frequente media-aandacht bestaat er geen eenduidige definitie van het fenomeen ‘bore-out’. De term werd bekend dankzij het populairwetenschappelijke boek van Rothlin en Werder (2009), waarin zij bore-out omschrijven als een toestand die wordt gekenmerkt door werkgerelateerde verveling, onderbelasting en desinteresse. Naast verveling beschouwen zij dus ook het feit dat iemand structureel minder werk heeft dan hij aankan, evenals een gebrek aan betrokkenheid bij het werk, als essentiële elementen van bore-out. Volgens hen ontstaat deze toestand geleidelijk wanneer werknemers langdurig en vrijwel dagelijks met deze drie factoren te maken hebben. Rothlin en Werder schatten dat maar liefst een op de zeven kantoormedewerkers risico loopt op een bore-out. In hun boek vergelijken ze bore-out en burn-out met twee broers die zowel overeenkomsten als verschillen vertonen. Bore-out beschrijven ze als het spiegelbeeld van burn-out: waar mensen met een burn-out door extreme werkdruk en stress uitgeput raken en zich volledig inzetten voor hun werk, ervaren mensen met een bore-out juist nauwelijks stress omdat hun werk hen onvoldoende uitdaagt. Toch zien de auteurs ook parallellen tussen beide verschijnselen, met name in de psychische en fysieke klachten die kunnen ontstaan als gevolg van een onbevredigende werksituatie. Ook een ander populairwetenschappelijk boek (Crombach, 2022) maakt een vergelijking tussen bore-out en burn-out en stelt dat de symptomen van burn-out en bore-out vergelijkbaar zijn. Crombach geeft echter aan dat bore-out in kaart gebracht kan worden met een vragenlijst die ontwikkeld is om verveling op het werk te meten, en lijkt dus vooral te focussen op de vervelingscomponent die Rothlin en Werder onderscheiden.

Wetenschappelijk onderzoek naar bore-out is zeer schaars. De weinige studies die er zijn, hanteren verschillende definities, die vaak afwijken van die in de populaire literatuur. Volgens Stock (2015, 2016) is bore-out een

negatieve mentale toestand die ontstaat door een gebrek aan uitdaging op het werk. Volgens hen bestaat bore-out naast verveling uit nog twee andere elementen. Het eerste is een gebrek aan zin en betekenis, wat betekent dat iemand het gevoel heeft dat zijn werk weinig bijdraagt – zowel voor zichzelf als voor de maatschappij. Werknemers zien geen duidelijke link tussen hun taken en de grotere doelen van hun organisatie of hun persoonlijke waarden, wat kan leiden tot een gevoel van nutteloosheid. Het tweede element is het gebrek aan groei mogelijkheden. Dit houdt in dat werknemers het idee hebben dat ze stilstaan in hun carrière, zonder kansen op promotie, het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden of uitdagendere taken. Deze stagnatie kan frustrerend zijn en het gevoel geven dat hun talenten onbenut blijven.

Een andere groep onderzoekers (Poirier et al., 2021) bekijkt bore-out vanuit een ander perspectief en onderscheidt vier dimensies: onvoldoende werkdruk, onderstimulatie, werkgerelateerde schuldgevoelens en een mismatch tussen persoonlijke werkwaarden en de organisatie. Opvallend aan deze benadering is dat verveling niet expliciet als onderdeel wordt genoemd. Onvoldoende werkdruk verwijst naar het hebben van te weinig taken of verantwoordelijkheden, waardoor werknemers regelmatig ‘niets te doen’ hebben. Dit kan hun het gevoel geven dat hun tijd niet effectief wordt benut en leiden tot een verlies aan betrokkenheid. Maar niet alleen de hoeveelheid werk speelt een rol; ook de inhoud is belangrijk. Onderstimulatie treedt op wanneer taken te weinig intellectuele, emotionele of creatieve uitdaging bieden. Werknemers voelen zich dan niet geprikkeld en ervaren hun werk als eentonig of zinloos. Met andere woorden: bore-out kan zowel ontstaan door te weinig werk als door werk dat simpelweg niet interessant of uitdagend genoeg is. Naast deze kwantitatieve en kwalitatieve onderbelasting speelt ook de psychologische impact een rol. Werkgerelateerde schuldgevoelens ontstaan wanneer werknemers zich schuldig voelen over hun lage productiviteit. Ze kunnen het idee hebben dat ze hun werkgever niet voldoende waarde leveren, zelfs als ze weinig invloed hebben op hun werklust. Dit kan stress en onzekerheid veroorzaken, waardoor ze zich nog ongemotiveerder gaan voelen. Tot slot benoemen Poirier en collega's de mismatch tussen persoonlijke werkwaarden en de organisatie als een belangrijke factor. Wanneer iemand zich niet kan vinden in de doelstel-

lingen of werkwijze van een bedrijf, kan dat het gevoel versterken dat hun werk zinloos is. Dit gebrek aan identificatie kan ervoor zorgen dat iemand zich steeds meer afsluit van zijn taken, wat bijdraagt aan het bore-out gevoel. Door deze vier dimensies te combineren, laat deze benadering zien dat bore-out meer is dan 'je simpelweg vervelen op het werk'. Het is een complex proces waarin onderbelasting, gebrek aan uitdaging, gevoelens van schuld en een verlies van zingeving samenkomen en langzaam de motivatie van werknemers ondermijnen.

Op basis van deze beschrijvingen wordt duidelijk dat er zowel binnen als buiten de wetenschappelijke wereld tot nu toe nog geen eenduidige definitie van het fenomeen bore-out is. Hierdoor blijft het onduidelijk wat het concept precies inhoudt. Wat echter wél duidelijk is, is dat het ervaren van langdurige en intense verveling op het werk behoorlijk negatieve gevolgen heeft voor het welzijn en de gezondheid van werkenden. Op deze negatieve gevolgen zal ik in hoofdstuk 4 en 5 verder ingaan.

Is verveling zichtbaar in onze hersenen?

Het staat buiten kijf dat mensen zich verveeld kunnen voelen, maar is dit puur een gevoel of is het ook zichtbaar in ons brein? Onderzoekers zijn bezig met het vinden van een antwoord op deze vraag, al staat dit werk nog in de kinderschoenen. Met fMRI-onderzoek is het mogelijk beelden van de hersenen te maken die laten zien hoeveel activiteit er aanwezig is in de in beeld gebrachte hersengebieden. Deze techniek gebruikten onderzoekers (Danckert & Merrifield, 2018) om bij gezonde deelnemers in kaart te brengen welke specifieke hersengebieden betrokken zijn bij het ervaren van verveling. Ze verdeelden hun participanten in vier groepen: een groep die rust had terwijl groepsleden in de scanner lagen, een groep die een cognitieve taak moest doen die veel aandacht vroeg, een groep die een interessante film keek (een stukje uit de BBC-documentaire *Blue Planet*) en ten slotte een groep die een film keek die verveling moest opwekken (acht minuten kijken naar twee mannen die bezig zijn de was op te hangen). De resultaten lieten zien dat alle groepen deelnemers –

behalve degenen die naar de interessante film keken – verveling en het afdwalen van gedachten ervoeren. Bij deze deelnemers was er bovendien verhoogde activatie in de DMN (*default mode network*), oftewel het ‘standaardnetwerk’ in ons brein – een complex netwerk van samenwerkende hersengebieden. Dit netwerk wordt bijvoorbeeld geactiveerd wanneer je rust, maar ook wanneer je je aandacht naar binnen richt, op je gedachten en gevoelens. Het is eveneens actief wanneer er in onze omgeving niets is wat het waard is om onze aandacht op te richten. Er zijn echter ook studies die laten zien dat dit netwerk geactiveerd wordt bij creativiteit (Scholing, 2022). Wellicht dat dit de populaire gedachte dat je van verveling creatief wordt kan verklaren. Of dit ook daadwerkelijk het geval is, is een vraag die ik in hoofdstuk 6 zal beantwoorden. Wat het onderzoek van Danckert en Merrifield (2018) ook interessant maakt, is dat bij deelnemers in de groep waarin verveling werd opgewekt een verminderde activiteit werd gemeten in de ‘insulaire cortex’. Dit hersengebied speelt een belangrijke rol bij het herkennen van relevante prikkels in de omgeving en helpt ons om onze aandacht daarop te richten.

Bestaan er verschillende soorten verveling?

Onderzoekers in Duitsland kregen op basis van interviews met studenten de indruk dat er verschillende typen verveling bestaan, en besloten te onderzoeken of dit inderdaad het geval is (Goetz et al., 2014). Ze deden dit door een groep studenten gedurende twee weken meerdere keren per dag te vragen wat ze aan het doen waren, hoe verveeld ze zich voelden, en hoe prettig (variërend van onaangenaam tot aangenaam) en geprikkeld (variërend van kalm tot rusteloos) ze zich daarbij voelden. De resultaten van hun onderzoek lieten zien dat er maar liefst vijf typen van verveling te onderscheiden zijn, al wordt deze indeling niet of nauwelijks gebruikt in het onderzoek naar verveling op het werk

Onverschillige verveling kun je omschrijven als een type verveling waarbij je nog enigszins aangename gevoelens ervaart en vrij relaxed bent. Je ervaart een gevoel van terugtrekking van en onverschilligheid ten opzich-

te van de omgeving. Dit type komt vooral voor in situaties waarin je niet hoeft te presteren en is het minst voorkomende type van verveling. Je kunt dit bijvoorbeeld ervaren wanneer je tijdens een lange treinreis uit het raam naar het voorbijrazende landschap staart. Je bent niet echt bij de wereld om je heen betrokken, maar voelt je wel redelijk ontspannen en kalm.

Bij *afstemmende verveling* ervaar je wél onaangename gevoelens en voel je je ook iets onrustiger. Bij dit type verveling dwalen je gedachten af, weet je niet wat je moet doen en sta je open voor dingen die je kunt doen om de situatie te veranderen – al onderneem je nog geen actie om dit ook echt te doen. Dit type verveling kun je bijvoorbeeld ervaren tijdens een saaie vergadering op je werk. In plaats van dat je je concentreert op de discussie, denk je bijvoorbeeld aan wat je 's avonds thuis gaat koken.

Zoekende verveling is nog een tandje onaangener en gaat gepaard met meer onrust dan de vorige typen verveling. Als je dit type verveling ervaart, ga je actief op zoek naar mogelijkheden om je verveling te verminderen. Op je werk kan dit zich uiten in het zoeken naar vacatures tijdens werktijd, het opzoeken van collega's voor een praatje of het nemen van extra pauzes om onder saaie taken uit te komen.

Reactieve verveling is erg onaangenaam en gaat gepaard met behoorlijke gevoelens van onrust. Je hebt een sterke wens om aan de situatie te ontsnappen (al zal dat niet in alle gevallen mogelijk zijn), waarbij je je boos en gefrustreerd kunt voelen. Dit type verveling kan bijvoorbeeld de kop opsteken tijdens een verplichte maar als nutteloos en saai ervaren training, waarbij je wel iets anders wilt doen, maar door het dwingende karakter van de situatie niet iets anders kúnt gaan doen.

Het vijfde en laatste type verveling is *apathische verveling*. In dit geval ervaar je zeer onaangename gevoelens, in combinatie met weinig onrust. Dit is het meest voorkomende type verveling en is vooral zichtbaar in situaties waarin je moet presteren. Dit type verveling zorgt ervoor dat je, ondanks de negatieve gevoelens, geen motivatie hebt om de situatie te veranderen. Je voelt je als het ware compleet vastgelopen. Het gaat vaak samen met gevoelens van hulpeloosheid en somberheid.

Voel jij je weleens nutteloos of ongeïnspireerd op je werk?

Je bent niet de enige. Terwijl we roepen dat we het ‘druk, druk, druk’ hebben, kampen verrassend veel mensen juist met het tegenovergestelde: verveling. Te weinig uitdaging, te weinig betekenis, te weinig écht werk. En dat knaagt – aan je energie, je motivatie en je gevoel van eigenwaarde.

Verveling op het werk is geen luxeprobleem. Het heeft grote gevolgen – voor jou én voor je organisatie. En nu AI het werk verandert en we door de stijgende pensioenleeftijd langer blijven werken, wordt dit onderwerp alleen maar relevanter. Toch praten we er nauwelijks over. *Meer dan nietsdoen* doorbreekt dit. Het laat zien hoe onderbelasting ontstaat, wat het met je doet, en ook wat je eraan kunt doen.

Gebaseerd op gedegen onderzoek en voorzien van herkenbare praktijkvoorbeelden biedt dit boek concrete handvatten om meer betekenis, uitdaging en plezier in je werk te brengen. Onmisbaar voor iedereen die weleens denkt: is dit het nou? En voor leidinggevers en HR-professionals die willen dat hun mensen weer met energie aan het werk gaan.



Madelon van Hooff is universitair hoofd-docent arbeids- en organisatiepsychologie aan de Open Universiteit. Haar onderzoek richt zich op het welzijn en de gezondheid van werkenden, met een bijzondere focus op werkstress en werkgerelateerde verveling.

