

Het
zinnigste
boek dat
je ooit
zult lezen

Hoe we weer
zin kunnen maken
van de toekomst

Ben Kuiken



Voorwoord(en)

ZIN

Zo'n klein woordje, en toch zo ZINvol, zo vol ZIN.

ZINnig

De ZINtuigen

WaanZINnig

ZINsbegoocheling

OnZINnig

Een klein ZINnetje

De ZINnen verzetten

Het je naar je ZIN maken

Je ZIN afmaken

Een bijZIN

Geen ZIN? Dan maak je maar ZIN!

ReukZIN

ZINvolle volZINnen

GeZIN

ZINnenstrelend

GemeenschapsZIN

Je moet er maar ZIN in hebben

Buiten ZINnen zijn

De ZIN van het leven

BaZIN

In welke ZIN bedoel je dat?

BurgerZIN

ZINgevend

VerZIN eens wat anders!

ZINnelijk

BeZINt eer ge begint

Van ZINs zijn

Dat ZINt me maar niks

ZINhoudsopgave

Een ZINleiding 12

ZIN 1: De ZINmaker 24

In het eerste hoofdstuk beginnen we bij het begin (voor zover er sprake kan zijn van een begin, waarschijnlijker is dat we ons altijd al ergens middenin bevinden): ZIN. Wat is dat eigenlijk, zin? Waarom maken we zin, en hoe doen we dat?

ZIN 2: Over ZIN en onZIN 42

Nu wordt het even doorbijten, want nu moeten we het hebben over het verschil tussen zin en betekenis. Daarvoor ontkomen we er niet aan een filosofisch uitstapje te maken naar de logica en de paradox, oftewel zin en onzin. Misschien voel je je tijdens het lezen van dit hoofdstuk een beetje zoals Alice in Wonderland: wat is alles toch raar vandaag! Maak je maar geen zorgen. Duik dat konijnenhol in en laat alles maar een beetje over je heen komen.

ZIN 3: Gemeenschappelijk ZIN maken 66

Voel je je al een beetje licht in je hoofd? Geen nood, want nu gaan we het wat gestructureerder aanpakken. We gaan het namelijk hebben over hoe we samen dagelijks betekenis geven (zin maken), in en door de conversaties van gebaren waarin we met elkaar verwickeld zijn. Daarmee spinnen we voor onszelf webben van betekenis, waarin we het ons misschien wel iets te gemakkelijk hebben gemaakt.

ZIN 4: De ZIN van organisatie 88

Heb je de organisatie weleens vergeleken met een rij voor de kassa? Waarschijnlijk niet, maar heel gek is die vergelijking toch niet. Hetzelfde proces ligt eraan ten grondslag, namelijk het proces van organiseren, ofwel het reduceren van meervoudigheid. En dat betekent dat net als een rij ook organisaties voortdurend uit elkaar vallen en daarom continu herstelwerk nodig hebben. Daarom praten we ook zoveel, in organisaties. Leuk, hè!?

ZIN 5: De waanZIN van organisatie 108

Elk nadeel heb z'n voordeel, zoals een groot filosoof ooit zei. Dat geldt ook voor organiseren: er zit een keerzijde aan, namelijk geweld van organisatie. Ja, je leest het goed: organisaties zijn in essentie gewelddadige instituten. Door mensen en dingen te reduceren tot één ding of één label, doen we ze geweld aan. Bijvoorbeeld in de Toeslagenaffaire, waar mensen die totaal van elkaar verschillen werden gereduceerd tot 'fraudeur'. En dan zit je plotseling gevangen in een kafkaësk labyrint zonder uitgang.

ZIN 6: Het verlangen naar de ZIN van de markt 132

Nu komen we (eindelijk) bij de centrale stelling van dit boek, namelijk dat de zin in de ban is geraakt of overwoekerd is door de zin van de markt. Daardoor verlangen wij voortdurend naar wat de mark(e)t(ing)machines produceren, zoals een fijne vakantie, een nieuwe auto en likes op social media. En willen we alles zo efficiënt en doelgericht mogelijk organiseren. In en door deze producties worden wij voortdurend geproduceerd en gereduceerd tot toerist, consument of influencer.

ZIN 7: Opnieuw ZIN (en nieuwe ZIN) maken 154

En wat nu? Hoe kunnen we de zin van de markt en van organisatie weerstaan? Het begint in elk geval bij bewustwording: het besef dát we voortdurend worden verleid om ZIN te maken in termen van geld en de markt. Maar omdat ZIN een krachten- en waardenspel is, zijn er ook altijd tegenkrachten aanwezig, die we in stelling kunnen brengen tegen de dominante ZIN van de markt. We slaan daarom nog wat harder op onze trommel, net als kleine Oskar uit *De Blikken Trommel*.

Voor dit boek ben ik geïnspireerd door ZINnen uit...

175

ZIN:

Een ZIN-
leiding

Geluk is te koop. Als je voldoende geld hebt, dan koop je die nieuwe elektrische auto, dan boek je dat weekendje New York of die relaxvakantie naar een zonnig eiland, dan schaf je dat designmeubel aan waar iedereen op Instagram het over heeft...

En echt waar, je voelt je dan best even blij en tevreden. Even dan toch. Maar gelukkig is er dan altijd wel weer een nieuwe *betekenisvolle ervaring* die je over dat dipje heen kan helpen. En anders neem je toch gewoon een pilletje?

Maar waarom voelt het dan toch zo leeg?
Zo zin- of betekenis-loos?

De zinmakers

De mens is een *zinmaker*, schreef ik in een van mijn eerdere boeken.¹ Aangezien dé zin van het leven niet gegeven is, moeten we die zin zelf maken. De vraag naar de zin van jouw leven of van wat je doet tijdens je leven moet je op een of andere manier wel beantwoorden, want waarom zou je anders nog je bed uit komen?²

Zonder een antwoord op de vraag naar de zin kun je niet aan een onderneming beginnen, niet aan een gezin, niet aan werk, en ook niet aan een relatie met anderen.

Volgens de Vlaamse psychiater Dirk De Wachter heeft de zin van het leven sterk te maken met de ander, en met iets betekenen voor de ander.³ Dat is niet puur altruïstisch, maar ook in ons eigen belang: we zijn een sociaal dier, en hebben anderen nodig om te overleven. Als we ons verbinden met anderen, als we iets kunnen betekenen voor de ander, dan geeft ons dat een goed en bevredigend gevoel. De zin van ons leven is dus altijd een *twee-richtingen-verkeer*, van het Ik naar de Ander, en van de Ander naar het Ik.

Dat is ook de oorspronkelijke betekenis van zin: je weg of richting vinden.⁴ Dat onderscheidt zin van betekenis: dingen kunnen altijd meerdere betekenissen hebben, afhankelijk van de zin (de richting of het perspectief) vanwaaruit ze worden beschouwd. Dat is de kern van de filosofie van Nietzsche, die zin in verband bracht met krachten of *waarden* die voortdurend op dingen inwerken.

Dat betekent dat er sprake is van een krachtenspel, en dat er een zeker evenwicht moet bestaan in de richting van de zin: als het te veel van binnen naar buiten gaat, dan verliest het zijn verbinding. Als het te veel van buiten naar binnen komt, verliest het zijn eigen zin (zijn eigenzinnigheid).

De zin van de markt

De stelling die in dit boek verdedigd wordt is dat deze betekenisgeving steeds meer in de ban is geraakt of overwoekerd is door de *zin van de markt*, ofwel de kapitalistische ordening van de maatschappij. Daardoor zijn we voor onze *eigen-waarde* (onze eigen-zin)⁵ steeds meer afhankelijk geworden van een goede beoordeling op Facebook, van welke auto we rijden, van waar we naartoe gaan op vakantie, van wie of wat we (denken te) zijn op het werk, van hoe succesvol we (denken te) zijn. Maar daarmee raakt de eigen zin (de eigenzinnigheid) steeds meer op de achtergrond, en lijkt het eigen leven steeds zin-lozer.

We raken letterlijk uitgeput. Zinloos. Buiten Zinnen.

Om onze eigen zin (weg of richting) te her-vinden, dienen we ons eerst bewust te worden van hoe dat eigenlijk werkt, de overwoekering van betekenis door de zin van de markt. Welke krachten zijn hier aan het werk, en hoe werken ze? Waarom hebben ze zo'n sterke invloed op ons gedrag, en waarom vinden we het zo moeilijk om er weerstand aan te bieden?

Organiseren is het reduceren van meervoudigheid

Om alvast een schot voor de boeg te geven: dit is inherent aan het proces van *organiseren* (zie hoofdstuk 4) waarmee we de sociale orde vormgeven. 'Organiseren is het reduceren van meervoudigheid,' schrijft Karl Weick,⁶ en dat betekent dat wanneer we organiseren, we de meervoudig te interpreteren werkelijkheid reduceren tot één betekenis of één verklaring. We reduceren bijvoorbeeld mensen die totaal van elkaar verschillen en een totaal ander

verhaal hebben tot 'fraudeur' in de Toeslagenaffaire, tot 'human resource', 'manager' of 'klant' in organisaties, tot 'consument' in het economische verkeer. Voor dit proces gebruikt Weick de term *sensemaking*, wat je het beste kunt vertalen als *betekenisgeving*.⁷

Met en door deze processen van organiseren/sensemaking vormen we organisaties, maar ook de rij voor de kassa, de Belastingdienst, de postbode (niet de persoon, maar de functie), de samenleving en al die andere sociaal-symbolische objecten (hoofdstuk 3) die ons sociale leven vormen en waaromheen wij ons vormen. Het interessante van deze *sociaal-symbolische* objecten is dat ze een paradoxaal karakter hebben: aan de ene kant zijn ze zeer vluchtig en veranderlijk, maar aan de andere kant hebben ze een zekere vanzelfsprekendheid, een *common sense*, waardoor ze wel degelijk invloed hebben op ons gedrag.⁸ Ze zijn *werkelijk* voor ons, en daarmee hebben ze werkelijke consequenties, zoals het Thomas-theorema uit de sociologie voorspelt.⁹

Hierdoor zijn we de bestaande orde (of organisatie) van de maatschappij als vanzelfsprekend en de enig juiste gaan beschouwen. We kunnen ons eigenlijk niet goed voorstellen dat er een andere ordening mogelijk is. En eigenlijk vinden we het ook wel prima zo, ondanks de nadelen en de problemen die het veroorzaakt. Denk daarbij aan de verschillende crises, zoals de klimaatcrisis, de vertrouwenscrisis, de ongelijkheid in de wereld, de Toeslagenaffaire... Maar hoe vervelend ook, wij zitten (vooralsnog) aan de goede kant van de streep, en hebben (nog) weinig te klagen. Dat is ook het verleidelijke en verraderlijke van het marktdenken: dat heel veel mensen er baat bij hebben dat alles bij het oude blijft, en dat zij die dat niet hebben tenminste de belofte krijgen dat dit ook voor hen bereikbaar is.

Voor het bestaande marktdenken zijn deze crises slechts weeffouten die we ook wel weer zullen oplossen. Het enige antwoord dat vanuit het bestaande kapitalistische systeem op deze crises wordt gegeven is daarom meer van hetzelfde: om de klimaatcrisis aan te pakken zoeken we het vooral in technologische oplossingen, zoals het elektrificeren van transport en productie; om de ongelijkheid in de wereld aan te pakken moeten arme landen hun economie hervormen; om een volgend Toeslagenschandaal in de toekomst te voorkomen worden er commissies ingesteld die ons lessen leren over wat er fout is gegaan, worden de schuldigen gestraft en moet de Belastingdienst beter georganiseerd worden. Beter, continu ver-beteren, dat is ook het mantra van de moderne economie en organisatie.

Daarmee ontkennen we echter de fundamentele zinsvraag die aan deze crises ten grondslag ligt. We laten de onderliggende waarden op basis waarvan de maatschappij georganiseerd is ongemoeid. Deze ordening wordt zoals gezegd tegenwoordig voornamelijk gestuurd door de zin van de markt, die op haar beurt wordt gestut door de waarden of idealen van nuttigheid, rationaliteit, antropocentrisme en technologische beheersbaarheid. Zolang deze waarden niet ter discussie worden gesteld, zal er niet wezenlijk iets veranderen aan de manier waarop de moderne mens zichzelf en zijn omgeving uit-put.

Filosofie: herwaardering van waarden

De taak van de filosofie is sinds Nietzsche een herwaardering van alle waarden, en vooral van de waarden of krachten die ons denken over-heersen. Zij kiest per definitie de kant van de parasense, voorbij (para) de gegeven of common sense, en formuleert onze problemen op een geheel nieuwe manier.¹⁰ Zij stelt ons in staat om over de wereld na te denken in termen van concepten die niet vanzelfsprekend zijn. Daarmee is filosofie een kunst, en wel een kunst van het creëren van concepten. Met deze nieuwgevormde concepten zijn we in staat om voorbij (para) de heersende opinie (doxa) te gaan: paradoxa.

Zo kan bijvoorbeeld door het onderscheid te maken tussen betekenis en zin, waarbij de laatste in verband gebracht wordt met waarden of krachten, het beeld ontstaan van de samenleving, een organisatie of de rij voor de kassa als een dynamisch krachten- of waardenspel. De samenleving wordt bijvoorbeeld gevormd en continu her-vormd door een dynamische strijd van krachten of waarden die voortdurend vanuit alle richtingen (zin) op elkaar inwerken. Daardoor ontstaat er zoiets als een samenleving, de rij voor de kassa, de politicus, manager of schooljuf. Niemand heeft de controle over dit krachtenspel, aangezien iedereen net zo goed heen en weer wordt geslingerd door de verschillende krachten die op hen inwerken, waardoor zij worden wie hij/zij/hen zijn. In dit krachtenspel wordt iemand bijvoorbeeld man/vrouw/non-binair, manager, medewerker, huisvrouw, postbode of minister.

Dit beeld van een dynamisch krachtenspel vormt een mogelijk antwoord op de vraag hoe we het tij kunnen keren. Binnen elke bestaande ordening, of dat nu een samenleving is, een organisatie of een rij voor de kassa,

zijn er altijd tegenkrachten te vinden die tegen de heersende stroming ingaan. Het is de kunst om deze krachten te vinden, te bundelen met andere tegenkrachten¹¹ en te mobiliseren tegen het heersende krachtenveld. Met andere woorden: het is de kunst om nieuwe zin te maken, andere waarden of richtingen te vinden die meer recht doen aan de zorg voor de ander en voor het zelf, waarbij die ander wordt begrepen in de ruimste zin van het woord, dat wil zeggen aan alles wat leeft (inclusief de bloemetjes en de bijtjes, de wolf en het schaap, de slak en de haas...).

Dat is de opdracht waarmee (de zin of richting waarin) we dit boek op pad sturen.

Laten we gaan: down the rabbit hole.

ZIN 1:

De ZIN-
maker

In dit hoofdstuk beginnen we bij het begin (voor zover er sprake kan zijn van een begin, waarschijnlijker is dat we ons altijd al ergens middenin bevinden): ZIN. Wat is dat eigenlijk, zin? Waarom maken we zin, en hoe doen we dat?

'Zin' is dit wonderlijke woord dat in twee verschillende betekenissen wordt gebruikt. Aan de ene kant verwijst het naar het orgaan van de onmiddellijke waarneming, maar aan de andere kant bedoelen we ermee de zin, de betekenis, de gedachte, het universele dat aan het ding ten grondslag ligt. En dus is zin aan de ene kant verbonden met het onmiddellijke externe aspect van het bestaan, en aan de andere kant met zijn innerlijke essentie. – Hegel.'

Heeft het leven zin?

Of is dat misschien de verkeerde vraag?
Te groot, te on-gericht? Onzinnig?

Wat is bijvoorbeeld *het*? Wat is *leven*? Hoe definiëren we dat? En wat is *zin*?

Drie kleine woordjes, waarin we nu al bijna verdrinken.

En toch heeft het zin 😊 om de vraag te stellen: heeft het leven zin? Of beter nog: heeft *mijn* leven zin? Of beter nog: welke zin (of zinnen) geef ik aan de dingen die ik onderneem, doe, ervaar? Of beter nog...

De zinmaker

Voor een gelukkig en vervullend leven hebben we *een verhaal* nodig, en over de bijdrage die we leveren aan de maatschappij en aan een betere toekomst voor onze kinderen. Iets waar we met trots op terug kunnen kijken. We hebben bovendien een reden nodig (we moeten er letterlijk zin in hebben) om elke dag maar weer ons bed uit te komen, en om überhaupt 'iets' te ondernemen: een gezin starten, een bedrijf oprichten, naar je werk gaan, een boek lezen, een filmpje posten op TikTok...

Als je niet gelovig bent, in welke zin dan ook, dan is deze zin (je) niet gegeven. En dus zullen we zelf aan de bak moeten, zoals de voormalige Denker des Vaderlands René Gude het stelde:

Zin aanbrengen waar die tevoren niet was, een zin bepalen in het onbepaalde, betekenis geven aan het onbegrijpelijke, doelen stellen in een doelloze wereld, zin krijgen in wat je doet. Dat is niet alleen de letterlijke betekenis van 'zingeving', het is ook de oorspronkelijke.²

Zin is volgens Gude iets wat je moet maken, en dit dien je ambachtelijk ter hand te nemen. Want voor een goed leven moet je de vraag naar de zin van het leven wel beantwoorden:

*Als je daar niet op de een of andere manier een formulering aan geeft, kun je niet aan een gezin, een onderneming of een politieke carrière beginnen, niet aan wetenschap en ook niet aan filosofie, misschien wel nergens aan; als je geen antwoord kunt geven op de vraag of het allemaal zin heeft, waarom zou je je dan waar dan ook voor inspannen?*³

Gelukkig lijken de meeste mensen daar redelijk in te slagen, concludeerde Gude monter, 'want we komen toch maar mooi elke ochtend opnieuw ons bed uit. We gedragen ons in elk geval alsof het leven zin heeft'.⁴ Dat is een prestatie op zich, zeker in deze verwarrende tijden.⁵

Ik werk dus ik besta?

Maar wat is die zin?
En waar komt zij vandaan?

Vroeger leek de zin (een) gegeven te zijn. De pastoor, de dominee, zij vertelden dat de zin van het leven niet in dit leven lag, maar dat het in een hiernamaals gevonden moest worden. Maar nu zij het zwijgen ertoe doen of hun wijze raad aan dovemansoren is gericht, is het de mens zelf die de zin van het leven (en de maat der dingen) bepaalt. God is dood, maar zijn plaats is inmiddels ingenomen door een zeer met zichzelf ingenomen Mens.

Dat betekent wel dat we zelf onze eigen zin moeten maken. Jij je zin, ik mijn zin, ieder zijn eigen zin.

Gelukkig biedt het moderne leven uitkomst. We kunnen onszelf verliezen in consumptie, in werk, in vermaak, in betekenisvolle ervaringen, en dat alles in veelvoud en

overvloed. We vermaken ons kapot, zoals de socioloog Neil Postman de tijdgeest ooit duidde, en dat was nog voor de tijd van streamingdiensten, internetnieuws en social media.

Altijd en overal worden we overspoeld door boodschappen, nu niet van boven, maar uit de kelders van de social network- en marketingmachines: likes, swipes, breaking news, e-mail, pings, push, vind ik leuk, duimpje, smiley, sad, LOL...

Ook putten we onze zin in toenemende mate uit werk, en wie we (denken te) zijn in de organisatie. Vanuit werkgevers wordt er daarom alles aan gedaan om werknemers gelukkig te maken op het werk, want, zo zeggen ze, gelukkige werknemers zijn productiever, minder vaak ziek, soci-aler en gewoon leukere mensen om mee samen te werken.

Veelzeggend is bijvoorbeeld hoe tijdens de coronacrisis ouders met kinderen zich vertwijfeld afvroegen hoe ze hun werk nog konden doen met een paar kleuters om zich heen. Alsof dat op dat moment het grootste probleem was. We zaten nota bene in een van de grootste crises van de afgelopen decennia. Zo belangrijk is ons werk inmiddels kennelijk geworden. Wat zegt dat over ons? En wat zegt dat over de zin van ons leven, en de betekenis die wij aan werk geven? Waarom is werk zo belangrijk voor ons geworden?

Is dat dan de zin van het leven: je werk? Ik werk, dus ik besta?

Waarom ook niet?