

Mike Rucker

**Het**  
plezier  
**plan**

Vertaling Anna Livestro

HarperCollins



Voor het papieren boek is papier gebruikt dat onafhankelijk is gecertificeerd door FSC® om verantwoord bosbeheer te waarborgen.  
Kijk voor meer informatie op [www.harpercollins.co.uk/green](http://www.harpercollins.co.uk/green).

HarperCollins is een imprint van Uitgeverij HarperCollins Holland, Amsterdam.

Copyright © 2022 Michael Rucker  
Oorspronkelijke titel: *The Fun Habit*  
Copyright Nederlandse vertaling: © 2023 HarperCollins Holland  
Vertaling: Anna Livestro  
Omslagontwerp: Villa Grafica  
Zetwerk: Mat-Zet B.V., Huizen

ISBN 978 94 027 1041 0  
ISBN 978 94 027 6604 2 (e-book)  
NUR 770  
Eerste druk januari 2023

Alle rechten voorbehouden  
Uitgegeven in samenspraak met de oorspronkelijke uitgever, Atria Books, a Division of Simon & Schuster, Inc.  
HarperCollins Holland is een divisie van Harlequin Enterprises ULC.  
\* en ™ zijn handelsmerken die eigendom zijn van en gebruikt worden door de eigenaar van het handelsmerk en/of de licentienemer. Handelsmerken met ® zijn geregistreerd bij het United States Patent & Trademark Office en/of in andere landen.

[www.harpercollins.nl](http://www.harpercollins.nl)

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Het e-book is beveiligd met zichtbare en onzichtbare watermerken en mag niet worden gekopieerd en/of verspreid.

# Inhoud

Noot van de auteur	7
Inleiding	9
1 Plezier is het tegengif	14
2 Tijd voor play	37
3 Geniet van elk moment	68
4 Genieten na het moment	91
5 Ontsnap!	105
6 Het mysterie	123
7 Vriendschap is iets vreemds	140
8 Plezier en ouderschap	155
9 Een plezierplan voor je werk	179
10 De lol van serieus plezier, of hoe je bijna alles kunt bereiken	206
11 Plezier helpt je het roer om te gooien	227
Conclusie - Op zoek naar Ultima	245
Dankwoord	256
Eindnoten	264
Register	281

## Hoofdstuk 1

# Plezier is het tegengif

*Er was een tijd in mijn leven dat ik dacht dat ik alles had:  
miljoenen dollars, grote huizen, auto's, mooie kleren,  
mooie vrouwen en alle andere materialistische dingen  
die je je maar kunt voorstellen. Nu vecht ik voor vrede.*

- RICHARD PRYOR

Op een winterse dag in het dorre Phoenix, Arizona, ontving een man genaamd Will Novak een e-mail waarin hij werd uitgenodigd voor een vrijgezellenfeest. Het klonk geweldig: een losbandig skiweekend in Vermont. Het thema was de eighties, er was een barbecue en Italiaans eten, bier, en mooie verse sneeuw. Er was alleen één probleempje: Will had nog nooit gehoord van de bruidegom, Angelo, noch van een van de andere vrijgezellen. Een van hen had hem per ongeluk de uitnodiging gestuurd. (Niet geheel toevallig was er wel een vrijgezel bij die Bill Novak heette.) Toch werd Will helemaal vrolijk van het lezen van de e-mail. Hij was vader van een tien maanden oude baby, en dit soort luchtigheid was wel welkom.

Dus reageerde hij grinnikend op het miltje: 'Echt wel dat ik erbij ben! Zo te lezen is die Angelo een geweldige vent en ik help graag om hem in stijl het huwelijk in te sturen. Ik hoop dat zijn aanstaande bruid (of bruidegom) een geweldige type is.' Hij voegde zijn kledingmaat toe.

Hij had nooit verwacht iets terug te horen. Maar hij had een rimpeling het universum in gestuurd: de bruidsjonkers vonden Will hilarisch, zo hilarisch dat hij een geweldige aanwinst voor hun feest zou zijn. Al snel kreeg hij antwoord van ze: 'Als jij het meent, menen wij het ook, dus kom vooral.'

Will was stomverbaasd. Meende hij het inderdaad wel echt? De reis zou hem bijna duizend dollar kosten. Ondertussen had hij een vrouw en een baby en voelde hij de financiële pijn van het opknappen van een huis dat, nou ja, opgeknapt moest worden. En... hij kende deze gasten helemaal niet. Aan de andere kant, hij had al sinds zijn veertiende niet meer geskied. Hij had een druk leven, maar zoals bij de meeste ouders met een eerste kind bestonden zijn avonturen op dat moment voornamelijk uit luiers verschonen en korte nachten.

Dus in plaats van de uitnodiging af te wijzen verdubbelde hij zijn inzet. Hij startte een GoFundMe-campagne: 'Wie helpt me zodat ik naar het vrijgezellenfeest van een wildvreemde kan gaan.' Dat een jonge vader met slaapttekort en een stel kerels die een feestje aan het plannen waren zich aan zoiets krankzinnigs waagden was één ding, maar nu raakten er eerst tientallen, en uiteindelijk honderden mensen bij betrokken die hun serieuzere bezigheden van die dag onderbraken om in te loggen op GoFundMe en een paar dollar te schenken. Voor het einde van de dag was de reis van Will volledig gefinancierd. Uiteindelijk hebben 224 mensen 4.615 dollar bijgedragen, en de campagne is 6.300 keer gedeeld. (Het extra geld ging naar het studie-voedsel-speelgoed-wat-de-baby-verder-zoal-nodig-heeft-fonds voor de bruidegom en zijn toenmalige verloofde, die een kind verwachtten.)

Als je dit allemaal belachelijk vindt, verplaats je dan eens even in Will. Bedenk eens hoe die ervaring moet hebben gevoeld:

*Het lachen om een goede grap.*

*De adrenaline bij het nemen van een risico.*

*De pure vreugde om van het leven van alledag in iets bijzonders te kunnen springen.*

*De sensatie van een spontaan reisje en lol te kunnen maken.*

*De bonus van het sluiten van nieuwe vriendschappen.*

*De kans op eens gezond uit de band te kunnen springen.*

Wills verhaal, teruggebracht tot de kern, draait op puur, onvervalst plezier. Met de zegen van zijn partner stapte hij in het vliegtuig en had hij een

geweldige tijd. Hij maakte herinneringen die hem zijn hele leven zullen bijblijven. Voor anderen werd hij een legende. Op een dag zullen zijn kinderen de foto's bekijken en vol ongeloof lachen dat hun vader zo iets spontaans deed.

Ik vertel je dit verhaal niet omdat ik wil dat je Will Novak gaat nadoen of je agenda omgooit om eens iets heel gek te doen. Dat is helemaal niet waar dit boek over gaat. Uiteindelijk draait het verhaal helemaal niet eens om Will, maar om al die mensen die zijn avontuur vanaf de zijlijn hebben toegejuicht. Hun aanstekelijke enthousiasme is veelzeggend. Er is een reden waarom mensen Wills campagne hebben gesponsord, net als zoveel andere leuke (maar aantoonbaar 'zinloze') sponsorcampagnes op het internet:

**We leven in een wereld waarin mensen een fundamenteel gebrek aan plezier hebben. In plaats van zelf plezier te hebben klikken we op een paar knoppen en geven jongens als Will de kans op een leuke ervaring.**

Plezier is een van de fundamentele dingen die ons allemaal ter beschikking staan – althans, dat zou zo moeten zijn. Er zullen in het leven altijd periodes van teleurstelling, pijn en verlies te doorstaan zijn. Plezier is de magische balsem die dat allemaal draaglijk maakt.

Vanaf de geboorte is plezier essentieel voor de ontwikkeling van het menselijk brein; in een simpel spelletje als 'kiekeboe' ligt de kiem voor het leren begrijpen van de wereld. Als kind helpt plezier ons om sociale en motorische basisvaardigheden te ontwikkelen, grenzen vast te stellen en te testen en onze plek in verhouding tot de rest van de wereld te leren kennen. In onze puberteit en vroege volwassenheid gebruiken we plezier om het leven te verkennen, om te ontdekken wie en wat we leuk vinden, en om verschillende identiteiten te verkennen door middel van rollenspel, wat uiteindelijk leidt tot een volwassen besef van wie we precies zijn. (Met de wijze woorden van Chef uit het tekenfilmserie *South Park*: 'Er is voor alles een tijd en een plaats, en die heet "je studietijd".')

Op volwassen leeftijd, wanneer het leven wat doelbewuster wordt geleefd, wordt plezier zowel een middel tot verrijking als een manier om aan

de druk van het leven te ontsnappen. Ook houdt het ons gezond: het lachen en de humor die vaak gepaard gaan met plezier verminderen angst en stress, verbeteren het gevoel van eigenwaarde en verhogen de zelfmotivatie. Plezier verbetert de ademhaling en bloedsomloop, verlaagt de polsslag en bloeddruk, en zorgt voor de aanmaak van endorfine. Plezier verlicht eenzaamheid en verveling. Plezier is een van de sleutels tot vitaliteit als we ouder worden.

Dat is wat plezier voor je zou kunnen, of althans zou moeten, betekenen. Maar de trieste werkelijkheid is dat de meesten van ons na de vroege volwassenheid bijna nooit meer plezier maken, want ‘we moeten toch een keer volwassen worden?’. In een stuk voor *The Wall Street Journal*, ‘An Overlooked Skill in Aging: How to Have Fun’, zegt Clare Ansberry dat velen van ons in de loop van ons volwassen leven vergeten hoe dat moet, plezier maken. We houden deze belangrijke vaardigheden niet bij in de valse overtuiging dat ze weinig waarde hebben, terwijl de waarheid is dat ‘lachen, lichtheid, plezier en afleiding kunnen werken als tegengif tegen stress, depressie en spanning’.<sup>1</sup>

Je hebt dit boek gekocht, dus je had waarschijnlijk al het vermoeden dat ons leven een schandelijk tekort aan plezier kent. Nou, lezer, jij bent bijzonder. Veel mensen doen plezier af als kinderachtig, onbelangrijk, afleidend, of zelfs gevaarlijk. Dat weet ik, omdat ik ze bedenkelijk heb zien kijken toen ik ze vertelde dat ik een boek aan het schrijven was dat mensen weer op het pad naar plezier zet. Sommigen kijken nerveus over hun schouder. Anderen gniffelen en beginnen snel over iets anders. Weer anderen knikken enthousiast, maar vooral omdat ze niet kunnen wachten om me te vertellen waarom zij gezien hun situatie geen prioriteit kunnen geven aan plezier.

In een maatschappij waarin die productiviteit boven alles gaat hebben we ons laten wijsmaken dat plezier een ‘leuk extraatje’ is. In plaats van dagelijks tijd aan plezier te besteden beperken we dat tot één keer per jaar vakantie en misschien af en toe een weekendje weg, als we geluk hebben. In de Verenigde Staten hebben we het laagste aantal betaalde vakantiedagen van alle ontwikkelde landen, volgens het hr-bedrijf Zenefits,<sup>2</sup> en toch moeten veel Amerikaanse werknemers door hun werkgever worden aange-

## HET PLEZIERPLAN

spoord om die dagen op te nemen. Dag in, dag uit besteden we het grootste deel van onze wakkere uren aan werk, terwijl we een steeds grotere hekel aan onze to-dolijstjes krijgen. En in deze toestand beginnen we plaatsvervangend te leven via maffe buitenbeentjes zoals Will die we tegenkomen op de feeds op onze socials in plaats van elke dag weer te kiezen voor ons eigen avontuur.

Als ik zeg ‘kiezen voor je eigen avontuur’ bedoel ik niet door het land reizen om met vreemden te feesten, of zoiets radicaals. **Ik heb het over bewust leven, te beginnen met een bewuste keuze om elke dag plezier te maken – in het leven dat je nu leidt, niet in een fantasie voor morgen. Noem het een plezierplan.**

Dit plan begint met een nieuw idee over wat plezier is en waarom het veel essentiëler is voor onze gezondheid, geluk en succes dan men ons wil doen geloven.

### Altijd maar werken en nooit lol

Hoe is het zover gekomen? In de Verenigde Staten en Europa zijn de meesten van ons doordrenkt van het ouderwetse protestantse arbeidsethos, de spirituele onderbuik van de Amerikaanse droom: hard werken is een deugd. Voor de puriteinen was succes niet alleen bepalend voor hun eigenwaarde maar ook voor hun spirituele waardigheid. Je ziel stond letterlijk op het spel. In die context worden hard werken en het resultaat daarvan ernstige zaken!

En als werk heilig is, maakt dat afleiding van het werk – oftewel plezier – niet alleen waardeloos, maar ook *slecht*.

Uitgaande van ditzelfde evangelie is hard werken het enige wat nodig is om rijkdom te verwerven en de Amerikaanse droom te realiseren – hoewel de moderne sociologie stelt dat de relatie tussen armoede en het individu mogelijk veel complexer is. Dit werd duidelijk aangetoond door de journaliste en sociaal critica Barbara Ehrenreich in haar boek *Nickel and Dimed*, waarin ze vertelt wat er gebeurde toen ze probeerde rond te komen van het minimumloon dat ze verdiende met een aantal verschillende baantjes. Het kwam erop neer dat hard werken niet genoeg was als



je niet van dag tot dag wilde leven, zonder spaargeld of een goed sociaal vangnet.<sup>3</sup>

En toch ligt het idee dat we door te werken (in alle opzichten) beter worden nog altijd diep in ons verankerd. Ons gevoel van eigenwaarde stijgt en daalt met onze productiviteit. Auteur Rahaf Harfoush merkt in *Hustle & Float* op dat de nadruk op werk als een deugd – zelfs als het niets te maken heeft met plezier, betekenis of de vruchten van de arbeid – heel erg nuttig was toen de industriële revolutie werk onderverdeelde in steeds nauwer afgebakende taken waarvan de output kon worden gemeten en geoptimaliseerd.<sup>4</sup> Dit zogenaamde *algorithmische werk* – werk dat in een herhaalbaar steeds openvolgend patroon wordt verricht – is de manier waarop veel mensen vroeger in hun levensonderhoud voorzagen.<sup>5</sup> Mijn grootvader, bijvoorbeeld, had een metaalgietery in Oklahoma. Hij en zijn medewerkers gingen elke ochtend op hetzelfde tijdstip aan de slag. Elke dag wist iedereen precies wat er van hem verwacht werd. Het werk was fysiek zwaar, dus laat naar bed gaan was geen optie. Je wist wat je moest doen, je deed je werk, en je kreeg betaald. Wat je verder buiten het werk met je tijd deed, mocht je zelf bepalen.

De jaren zeventig luidden het informatietijdperk in. Veel arbeiders gingen zich nu toeleggen op het opkomende terrein van ‘kenniswerk’. Nu intellectueel eigendom en innovatie het eindproduct van ons werk zijn geworden, zijn we niet langer arbeiders die machines met tandwielen en radertjes bedienen. We zijn nu *zél*f de tandwielen en radertjes en ons vermogen om te presteren wordt uitgebuit en overgeoptimaliseerd, net als de apparatuur aan een lopende band. Wij zijn zelf de machines geworden die de goederen produceren waarmee winst gemaakt wordt door een ander.

Wat het plaatje nog ingewikkelder maakt, is dat productiviteit de laatste jaren steeds moeilijker te meten is. In tegenstelling tot lopendebandwerk wordt creatief werk gedreven door niet-lineair denken en processen en het werk volgt niet langer een vast patroon. Daardoor heeft ons werk nu een minder helder gedefinieerde eindstreep. Zonder de welomlijnde doelen die algorithmisch werk ons biedt, weten we niet meer precies of we een productieve dag hadden op kantoor. Omdat we het geld dat we verdienen ook graag echt willen verdienen, staan we altijd ‘aan’. Intussen wordt het

probleem nog verergerd door nieuwe vormen van communicatie waardoor we bijna overal en op praktisch elk moment bereikbaar zijn. Nu zovelen van ons thuiswerken lijkt er geen einde te komen aan ons werk. We werken, eten en slapen in dezelfde fysieke ruimte, dus er is geen tastbare overgang die onze geest vertelt dat we ‘vrij’ zijn van werk. In plaats daarvan beantwoorden we e-mails tot we ons hoofd op het kussen leggen.

In de afgelopen jaren hebben de tentakels van de *gig economy* het evenwicht nog verder verstoord. Voor wie de kost verdient op platformen als Uber en Werkspot is werk in alle mogelijke hoeken en gaten van het leven gepropt. Mensen die werken via dat soort platforms, en ze zijn er op elk denkbaar gebied, worden aangetrokken door de valse belofte van autonomie, maar ze zijn zich er vaak niet van bewust dat er sterke krachten aan het werk zijn die ervoor zorgen dat een groot deel van de waarde die zij creëren naar iemand anders gaat. Erger nog, de gamemechanismen van deze platforms zijn zo opgezet dat ze gigwerkers ertoe verleiden steeds meer te werken voor steeds minder loon. Een snelle zoekopdracht op het internet levert talloze bekentenissen van softwareontwikkelaars op die geteisterd worden door schuldgevoelens omdat hun skills werden gebruikt om die game in het nadeel van jou als gigwerker te laten spelen.

De illusie van controle en bewuste manipulatie van werknemers in de app-geactiveerde *gig economy* is extreem, maar niet uniek. Tenzij je voor jezelf werkt, zijn maar weinig werkgevers volkomen transparant over hun topprioriteit: zoveel mogelijk zien te persen uit al hun resources, inclusief hun mensen. Dergelijke zakelijke trucjes werden aan de kaak gesteld in het artikel ‘My Disturbing Stint on a Corporate Wellness App’ in *Slate*. Schrijfster Ann Larson meent dat de wellnessapp van haar bedrijf bedoeld was om de schuld voor de nadelige gevolgen van slechtbetaald, slopend werk van de werkgever af te schuiven op de werknemer, terwijl die app het haar ook juist mogelijk maakte om langer dat slopende werk te doen.<sup>6</sup> Bedrijven die er een missie van maken om de rijkdom te delen met hun werknemers zijn er wel, maar ze zijn niet de norm.

Zonder grenzen tussen werk en privéleven krijgt ‘Geef je 110 procent!’ een nieuwe, snode betekenis. Een recordaantal werknemers in de Verenigde Staten lijdt aan een burn-out. Bedrijven huren populaire sprekers als Gary

Vaynerchuk in (die beweert dat je moet ‘hosselen’<sup>7</sup>)\* en Grant Cardone (die verkondigt dat de glorie altijd gaat naar degenen die ‘10X’ werken<sup>8</sup>). Dit soort boodschappen doen het goed op het podium, maar een toenemend aantal empirische bevindingen maakt duidelijk dat degenen die zich door die boodschappen laten inspireren daar waarschijnlijk een aanzienlijke prijs voor zullen betalen. In zijn boek *Dying for a Paycheck* schetst Jeffrey Pfeffer, een professor in organisatiegedrag aan de Stanford Graduate School of Business, de mate waarin de ‘altijd-aan-staan-eisen’ van de moderne werkplek ons schade berokkenen.<sup>9</sup> In een interview met *Insights by Stanford Business* beschuldigt Pfeffer Nuria Chinchilla van de IESE Business School van het bedenken van de term ‘sociale vervuiling’ om onaangepast gedrag aan te duiden.<sup>10</sup> De schade van deze vervuiling – verregaande werkprioriteiten – gaat verder dan alleen het kapotmaken van vriendschappen en familiebanden; voor sommigen van ons is het letterlijk dodelijk. Uit bevindingen van de Wereldgezondheidsorganisatie en de Internationale Arbeidsorganisatie blijkt dat in 2016 lange werkdagen tot 745.000 sterfgevallen hebben geleid, een stijging van 29 procent ten opzichte van soortgelijke gegevens uit 2000.<sup>11</sup>

Werknemers meer laten produceren voor de organisaties waarvoor zij werken is geen nieuw concept. Frederick Winslow Taylors opus uit 1911, *The Principles of Scientific Management* – waarin Taylor het beroemde verhaal vertelt van hoe hij de dagproductie van een ijzerhandelaar van 12 ton naar 47 ton kreeg door de lonen te verhogen en de werksnelheid nauwgezet te reguleren – is nog steeds de leidraad voor managementtheorie en -praktijk. En dat ondanks alle eerder beschreven dramatische verschuivingen in onze economie. (En ondanks Taylors onverhulde minachting ten opzichte van minstens één arbeider, ‘zo dom en flegmatisch dat hij geestelijk meer weg heeft van de os dan van iets anders’.)<sup>12</sup> Ik herinner me dat ik als promovendus leerde over de theorie van het stellen van doelen.<sup>13</sup> Edwin Locke en Gary Latham (sinds het midden van de jaren zestig dé denkers

---

\* Ik heb Gary ontmoet en ik denk dat zijn intenties zuiver zijn (en naar ik aanneem die van Grant ook). Gary heeft de afgelopen jaren zijn houding ten opzichte van het ‘hosselen’ verzacht en ik vind het belangrijk om dat hier te noemen.

## HET PLEZIERPLAN

op het gebied van de studie van organisatiegedrag) hebben naam gemaakt met hun methoden waarbij ambitieuze bedrijfsdoelen worden gebruikt om de productie van werknemers te verhogen. Waarmee ik maar wil zeggen dat de evolutie om ons te optimaliseren tot werkende machines een lange geschiedenis kent, maar dat meer recent bedrijven ons de boodschap proberen te verkopen dat ‘de sleur’ iets is om trots op te zijn. In werkelijkheid is het een gif.

Laten we eerlijk zijn, als je niet aan het hosselen bent, als je niet je e-mails aan het beantwoorden bent op het toilet, als je niet je tienduizend stappen per dag zet, dan ben je toch zeker een luiwammes? Eerlijk gezegd is het verbijsterend hoe we in de luren zijn gelegd. Die opoffering komt ons duur te staan. Voor ons welzijn hebben we ook plezier, spel en vrije tijd nodig en het moderne leven heeft onze mogelijkheden om van deze essentiële bestanddelen van onze vitaliteit te genieten uitgehold.

### Loop niet in de geluksval

Zoals ik in de inleiding al stelde, ben ik een van de velen die van ‘gelukkig zijn’ een constant doel had gemaakt als reactie op de snelkookpan die mijn werk was. Daarbij ben ik, zoals zovelen, in de geluksval gelopen. Ik wilde het streven naar geluk kwantificeren voor alle aspecten van dingen die ons blij maken. Een voorbeeld: ik mediteer graag. Omdat ik mijn meditatie-ervaring wilde ‘optimaliseren’ kocht ik een apparaat dat neurofeedback geeft, zodat ik kon zien hoe ‘goed’ ik mediteerde. Daardoor werd het mediteren zelfs al snel niet meer zo leuk, want de software van het apparaat bleef me aansporen om méér te mediteren in plaats van me gewoon van de ervaring te laten genieten. En zo gaat het tegenwoordig met zoveel activiteiten. We worden aangemoedigd om apps en gadgets te gebruiken om bijna elk aspect van ons leven bij te houden, van slaap tot lichaamsbeweging tot iets intiems als het aantal dagen dat we samen zijn geweest met degene van wie we houden.<sup>14</sup>

In plaats van te genieten van activiteiten zoals we dat zelf graag willen maken we er statistieken van om die te analyseren. We vergelijken de huidige versie van onszelf met die van gisteren, terwijl we onszelf ook vergelij-

ken met andere mensen. We fixeren ons op de kloof tussen onze huidige toestand en de verlangens die ons weleens overvallen, terwijl we ook gewoon zinvolle ervaringen kunnen hebben waar we ons echt door kunnen opladen en die ons helpen groeien. Geluk wordt een fata morgana die we alleen van een afstand kunnen zien; als we er eenmaal zijn, ontdekken we dat er eigenlijk niet veel te zien valt en beginnen we de horizon opnieuw af te tasten, en dat gaat steeds maar zo door.

Het is niet onze schuld: de wetenschap beweert dat we nu eenmaal zo in elkaar zitten. Onze hersenen zijn in feite *geprogrammeerd* om zich te fixeren op het gat tussen waar we nu zijn en waar we denken gelukkig te zullen zijn. Het jargon dat academici gebruiken om aan te geven dat iets te maken heeft met plezier is het woord *hedonistisch*. Als we het hebben over een hedonistische ervaring heeft die meestal twee componenten: anticiperend en consumptief genot. De wetenschap meende ooit dat we primair gedreven werden door het nastreven van consumptief genot – een deftige manier om te zeggen dat we dingen doen om ons goed te voelen. De wetenschap is inmiddels tot het inzicht gekomen dat velen van ons eigenlijk genot nastreven, niet om dat genot op zich, maar om de mogelijke beloning of positieve uitkomst, en om hoe goed we ons voelen als we dat goed gezien hebben. Daar zijn drie redenen voor:

1. **We zijn goed in anticiperen.** Als je al meer hebt gelezen over geluk, heb je waarschijnlijk al gehoord van dopamine. Dopamine kreeg zijn bijnaam, het ‘gelukshormoon’, omdat het oorspronkelijk werd beschouwd als de neurotransmitter die ons helpt genot te ervaren. Maar zoals de neurowetenschapper dr. Blake Porter het uitdrukte toen ik hem interviewde, ‘het verhaal over dopaminegenot is wat de neurowetenschap betreft achterhaald’. Toen wetenschappers dopamine begonnen te bestuderen, viel hun iets verrassends op: het piekt vaak *voordat* we iets leuks doen. Terwijl we eerst dachten dat dopamine een integraal onderdeel was van het ervaren van iets leuks en aangenaams, weten we inmiddels dat de verhoogde sensatie waarmee het verbonden is hem voornamelijk zit in de *anticipatie*.<sup>15</sup> En die anticipatie is dan weer niet noodzakelijk verbonden met genot. Wetenschappers denken inmiddels dat het evolutionaire doel

van dopamine was om de mens voor te bereiden op iets onverwachts door zijn opwinding te verhogen. De kwaliteit van dat ‘iets’ zelf? Dat maakt de dopamine niets uit. Men denkt nu ook dat dopamine verband houdt met het nastreven van doelen, en dat het ons een motivatiestoot geeft om de eindstreep te halen.

Dus aangespoord door dopamine jagen we lukraak geluk na, in plaats van dat we echt genieten van het geluk zelf.<sup>16</sup> Het verlangen om dit verlangen planmatig te vervullen is onverzadigbaar. En zo bevinden we ons in een hamsterwiel dat de wetenschap treffend de ‘hedonistische tredmolen’ noemt. Je zou het ook hedonistische aanpassing kunnen noemen, of hedonistisch relativisme of het *gelukssetpoint*. Al deze concepten verwijzen doorgaans naar onze neiging om de impact die veranderingen en gebeurtenissen in ons leven op ons geluk zullen hebben te overschatten. Dat zodra we vertrouwd raken met zo’n verandering ons geluk terugkeert naar ons unieke ‘setpoint’: hetzelfde geluksniveau dat we voelden vóór die verandering. We zijn niet gelukkiger dan voorheen, dus gaan we weer op zoek naar meer.

Uit de hedonistische tredmolen volgen nog twee ‘rare menselijke trucjes’ die geluk ongrijpbaar maken.

**2. We zijn goed in aanpassen.** Elk resultaat in het leven – positief of negatief – heeft over het algemeen slechts een beperkte en tijdelijke invloed op ons subjectieve geluk. Geluk begint te verdwijnen zodra we het proberen te grijpen. De wetenschap past al decennialang de adaptatieniveauteorie toe om te proberen te begrijpen waarom goede dingen niet lijken te beklijven, maar het was een artikel van Philip Brickman, Dan Coates en Ronnie Janoff-Bulman over loterijwinnaars dat in 1978 pas echt de aandacht trok.<sup>17</sup> Deze onderzoekers ontdekten dat we verbazingwekkende, onverwachte ervaringen kunnen beleven – zoals het winnen van de loterij – en dat het leven dan even helemaal geweldig is, maar dat we de neiging hebben ons aan te passen. Uiteindelijk passen we ons aan onze nieuwe realiteit aan en keren we terug naar het standaard geluksniveau dat we oorspronkelijk gewend waren. Sterker nog, als we niet weloverwogen zijn in onze benadering van onze veranderende omstandigheden, lopen we het risico juist minder gelukkig te worden vanwege nieuwe complicaties (bijvoorbeeld, in het geval

van de loterijwinnaars, de druk van vrienden en familie die willen delen in het geluk) en nieuwe verantwoordelijkheden (zoals The Notorious B.I.G. zou zeggen: *'Mo' money, mo' problems'*). Het goede nieuws is dat recenter onderzoek aantoonde dat we de hoop niet helemaal moeten opgeven, zelfs niet als we de loterij hebben gewonnen. We kunnen inderdaad tevredener worden met ons leven, als we in staat zijn om doeltreffend met ons geluk om te gaan.<sup>18</sup> We kunnen allemaal ons aanpassingsvermogen te slim af zijn, als we daar de juiste hulpmiddelen voor krijgen.

3. **We zijn goed in vergelijken.** Ons gelukkig voelen heeft niet zozeer te maken met onze eigenlijke ervaring als wel met hoe we denken dat die zich verhoudt tot die van iemand anders.

Hoe we ons geluk waarnemen is grotendeels gebaseerd op gedeelde ervaringen. In die zin is ons geluk bijna een massahallucinatie. We vergelijken onszelf met anderen in welke consensusrealiteit we op dat moment ook leven.

In een Frans sociodemografisch onderzoek werd bijvoorbeeld vastgesteld dat mensen, als zij de keuze hebben, meestal niet 'meer' willen hebben in abstracte zin. Ze willen gewoon meer hebben dan de mensen om hen heen. Toen aan de deelnemers aan de studie gevraagd werd of zij liever een IQ van 110 hadden terwijl anderen een gemiddeld IQ van 90 hadden, of een IQ van 130 terwijl anderen een IQ van 150 hadden, kozen veel deelnemers voor de eerste optie, ook al zou dat betekenen dat zij over het geheel genomen een lager IQ zouden hebben. Zo ook gaven velen de voorkeur aan vier weken vakantie als anderen er twee hadden, in plaats van zes weken vakantie als anderen er acht hadden.<sup>19</sup>

We hebben allemaal diepgewortelde evolutionaire mechanismen die ons voorbestemd maken voor de hedonistische tredmolen. Eindelijk ga je op die ene vakantie, maar je wordt er niet zo gelukkig van als je dacht omdat het niet aan je verwachtingen voldoet. Je krijgt eindelijk die promotie, maar je blijdschap verdwijnt zodra je aan je nieuwe functie bent gewend. Erger nog, je ontdekt dat het niet is wat je ervan verwachtte. Je kind is dolblij met zijn kerstcadeaus, maar zijn wereld stort in als hij zijn geluk

## HET PLEZIERPLAN

vergelijkt met dat van zijn neefje of nichtje dat toevallig iets leukers heeft gekregen. De positieve aspecten van deze ervaringen blijken vluchtig, en we keren terug naar onze oorspronkelijke staat (dat vervelende geluksset-point) of voelen ons soms nog slechter.

### Stap in het Niets

Heb je ooit de film *The Neverending Story* gezien? Daarin verslindt een almachtige, kwaadaardige kracht genaamd het Niets de magische wereld van Fantasia om een duistere leegte achter te laten, die het totale gebrek aan verbeeldingskracht in de ‘echte’ wereld verbeeldt. Zo ben ik gaan denken over hersenloze mediaconsumptie en andere zielloze activiteiten: als een schijnbaar onstuitbaar Niets wat in staat is plezier en betekenis uit het leven te zuigen... als wij dat laten gebeuren.

Laten we bijvoorbeeld eens kijken naar social media. Socialmediaplatforms kunnen soms best leuk zijn, helpen ons om met anderen in contact te komen en om te genieten van leuke herinneringen. Zelf vind ik het ook erg leuk om met mensen in contact te komen en online dingen te delen, dus ik wil deze hulpmiddelen helemaal niet in een kwaad daglicht zetten. Maar het is wel belangrijk om te onthouden dat deze apps speciaal zijn ontworpen om onze vrije tijd binnen te dringen en op te eisen. Ze dwingen onze aandacht af door middel van geforceerde betrokkenheid. Terwijl de software ons eraan herinnert dat bepaalde gebeurtenissen door anderen met likes worden beloond, leren we langzaam onze herinneringen te ordenen op basis van andermans comments en likes en niet op basis van de intrinsieke waarden van die ervaringen.

Dit soort spelmechanismen – die ervoor moeten zorgen dat we het platform blijven gebruiken – kunnen leiden tot onbedoelde gedragsverandering omdat we beetje bij beetje dingen doen om de ‘Gram’ tevreden te stellen in plaats van onszelf. We gaan niet meer voor echt contact maar voor plaatsvervangende schijncontacten. Naarmate we meer volgers krijgen komt de bevestiging steeds meer van buitenaf, van een Niets-leger van vreemden die weinig of geen oprechte belangstelling hebben voor ons of ons welzijn.