

Voor een echt succesvol leven

Tom Luken



Voor een echt succesvol leven

Bas Haring

Nijgh & Van Ditmar, 2008

ISBN 978 90 388 9077 7

Waarom zou succes nu eigenlijk beter zijn dan geen succes? Dit is de wezenlijke vraag die filosoof Bas Haring aan de orde stelt.

Hij start vanuit de etymologie. Succes komt van het Latijnse *succedere*, dat opvolgen betekent. Een succesvol product wordt verkocht en gebruikt en krijgt navolging. Een succesvol boek wordt gelezen, geciteerd en bediscussieerd. Een succesvol leven is een leven dat iets in gang heeft gezet, een leven dat niet doodloopt.

We wensen elkaar gedachteloos heel vaak succes toe, maar Harings punt is dat succes lang niet altijd goed is. Hij onderbouwt zijn standpunt vanuit uiteenlopende perspectieven. Met heimwee herinnert hij ons bijvoorbeeld aan de 'kleine, bescheiden, prima' PK-kauwgom uit zijn jeugd. Deze bestaat niet meer, omdat andere kauwgomproducenten, bijvoorbeeld Sportlife, dankzij dure reclamecampagnes meer succes hadden. *"Reclames van skiërs en snowboarders die per helikopter naar afgelegen bergtoppen vervoerd werden en dan stoer naar beneden gleden. Daar zetten ze hun dure zonnebrillen af en na-*

men ze een kauwgompje.” (33) Maar is Sportlife beter dan PK? Zullen de hoge reclamekosten op een of andere manier niet ten koste gaan van de prijs die de consument betaalt of van de kwaliteit van de kauwgum?

Andere voorbeelden ontleent Haring onder meer aan de evolutiebiologie en zijn eigen leven. Succesvolle, overgeërfde eigenschappen zijn lang niet altijd voordelig of aangenaam voor individuen van een soort. Mannetjes vioolkrabben hebben bijvoorbeeld enorme sierscharen. Dat maakt ze aantrekkelijk voor de vrouwtjes, waardoor ze via hun nakomelingen kunnen overleven. Zelf hebben de mannetjes echter geen leven: hun scharen zijn een ware handicap. In zijn studententijd heeft Haring geroeid. *“Alles voor het team! Ik was superfanatiek. Tot kotsens roeide ik me regelmatig helemaal te pletter.”* (149) Mede dankzij zijn inspanningen won het team veel medailles. Maar op gegeven moment was Haring uitgerangeerd. Net als alle andere teamgenoten vroeger of later gebeurt. Het team blijft bestaan, wie had nu uiteindelijk gewonnen?

Het punt dat Haring maakt, is dat succes een autonome dynamiek in zich bergt, die in onze cultuur nog eens wordt versterkt. *“Het willen halen van succes lijkt wel een nieuw soort religie. En de media lijken dan haar*

kerk.” (123) Succes overleeft, maar is vaak niet beter (behalve in de kunst van het overleven) dan wie of wat geen succes heeft. Zijn sympathie gaat uit naar wezens die ontkomen aan de drang tot succes. Bijvoorbeeld het eendje, dat *niet* 28 dagen op het nest blijft zitten broeden en zichzelf *niet* uithongert. Of de homo die kiest voor kinderloosheid, wat niets afdoet aan de mogelijke betekenisvolheid van zijn leven.

Jammer is, dat Haring niet dieper gaat in zijn analyse waarom hij zelf inconsequent is en ondanks alles ervoor kiest om met zijn boeken en optredens van alles in gang te zetten. Hij bewondert en benijdt de mensen die een leven leiden dat nergens toe leidt, die niets nalaten. Maar op de vraag waarom hij zelf toch succes blijft nastreven, blijft Haring het antwoord schuldig. Regelmatig probeert hij in zijn boek het de lezer al te makkelijk te maken en trapt hij open deuren in. Maar als het echt spannend wordt (hoe ontkom je aan de drang tot succes?), laat hij de lezer in de steek. Dit alles neemt niet weg dat zijn boek een wijze boodschap herbergt en, mede dankzij de tekeningen van Gumbbah, leuk is om te lezen.

Tom Luken is onderzoeker en adviseur op het gebied van loopbaanvraagstukken en redactielid LoopbaanVisie

