

# Van zelfcontrole naar zelfexpressie

## Een analyse van de transformatie van de geest van het kapitalisme\*

Kobe De Keere

*Het belang om 'jezelf te zijn' en jezelf te kunnen uitdrukken wordt tegenwoordig hoog ingeschat. Ook werk wordt begrepen als een middel tot persoonlijke ontplooiing en zelfexpressie. Het werk dat iemand doet is een deel van zijn of haar identiteit en wordt daarmee een manier om zichzelf uit te drukken. Maar heeft deze visie op werk altijd bestaan? Werd werk ook vroeger gezien als een manier tot zelfexpressie? Dit artikel presenteert een theoretische en empirische analyse van de veranderende relatie tussen werk, zelfbeeld en het economisch productie- en consumptieproces.*

### Inleiding

In zijn roman *Freedom* laat Jonathan Franzen zijn ontgoochelde protagonist Walter Berglund tot de volgende sombere maatschappijanalyse komen:

'We can never sit down and have any kind of sustained conversation, it's all just cheap trash and shitty development. All the real things, the authentic things, the honest things are dying off. Intellectually and culturally, we just bounce around like random billiard balls, reacting to the latest random stimuli.'

Dit verlangen naar authenticiteit en oprechte expressie speelt een cruciale rol binnen de roman van Franzen. Door een gebrek aan richtlijnen lopen zijn personages stuk voor stuk verloren in een nagenoeg onhaalbare zoektocht naar zichzelf. Hiermee verwoordt en problematiseert Franzen, via zijn liberale middenklassenpersonages, een visie op het individu en zijn leefwereld die vandaag voor velen erg herkenbaar is geworden. Een visie waarbij de authenticiteit van het zelf en de andere steeds voorop staat en gekoppeld wordt aan een verlangen jezelf te ontplooiën. Het gaat om een hoogst therapeutische en subjectivistische kijk op het individu waarbinnen men het unieke 'zelf' ziet als de belangrijkste en enige bron van uitdrukking. 'Wees jezelf' wordt zo het hoogste morele imperatief. De dominantie van een dergelijk discours komt echter niet uit het niets maar houdt steeds verband met sociale, culturele en economische processen. Dit artikel

\* De auteur wil graag Mark Elchardus, Bram Spruyt en Julie Badisco bedanken voor hun nuttige commentaren en opmerkingen. Dit artikel kwam tot stand met een subsidie van het Fonds Wetenschappelijk Onderzoek (Vlaanderen, project FWOAL 583).

beoogt nu na te gaan hoe de opkomst van dit zelfbeeld gerelateerd is aan enkele sociaaleconomische ontwikkelingen en, in het bijzonder, de veranderingen die het kapitalistische productie- en consumptieproces gedurende de twintigste eeuw heeft ondergaan. De aandacht gaat hierbij vooral uit naar hoe kapitalisme steeds gebruikmaakt van een bepaald discours van individualisme of, in de woorden van Weber, geest van kapitalisme om producenten en consumenten te rekruteren. Op basis van een historische inhoudsanalyse van sollicitatie- en carrièreliteratuur zullen we trachten aan te tonen hoe deze geest van het kapitalisme een inhoudelijke transformatie heeft doorgemaakt waarbij de klemtoon verschoof van discipline, doorzettingsvermogen en zelfcontrole naar authenticiteit, uniciteit en expressiviteit.

## Theorie

### *Expressief individualisme*

Heel wat auteurs hebben reeds gesteld dat een geloof in zelfexpressie en authenticiteit erg typerend is voor hedendaagse samenlevingen, in tegenstelling tot vroegere of meer traditionele samenlevingen (Aupers, Houtman en Roeland 2010, Bell 1976; Elchardus en Lauwers 2002; Gergen 1991; Taylor 1991; Trilling 1971). Sommige van hen geven aan deze ontwikkeling een vrij positieve interpretatie en stellen dat dit nieuwe zelfbeeld wijst op een meer geëmancipeerd en reflexief individu (e.g. Giddens 1991), anderen stellen daarentegen dat de klemtoon op zelfexpressie en uniciteit aan de basis ligt van de opkomst van een egocentrisch of narcistisch individu (e.g. Lasch 1979). Nog anderen hebben, in de traditie van Parsons, een structureel-functionalistische kijk op het fenomeen en claimen dat dit vooral begrepen moet worden in relatie tot een verschuiving in sociale controle (e.g. Melossi 1990; Elchardus 2009; Elchardus en De Keere 2010). De stelling is dan dat een expressief zelfbeeld correspondeert met een nieuwe vorm van sociale controle die niet zozeer gebaseerd is op het beknotten van het ongewenste gedrag maar wel op het stimuleren van gewenst gedrag. Dus geen ‘*constraining*’ maar wel ‘*enabling*’ (Elchardus 2009: 154). Het is een controle die inwerkt op keuzes alvorens deze effectief gemaakt worden, waardoor het individu de indruk krijgt dat iedere handeling een expressie van het eigen ‘ik’ is (Melossi 1990).

Dat dit discours in onze huidige samenleving sterk aanwezig is, werd aangetoond op basis van empirische inhoudsanalyses (e.g. Beverland en Farrelly 2010; Aupers, Houtman en Van der Tak 2003; Lamont, Kaufman en Moody 2000, Rutherford 2009). Maar ook een ondervraging bij een representatieve steekproef uit de Vlaamse bevolking (Claeys, Sanctobin en Spruyt 2011) toont een massale steun voor dit authenticiteitstreven en zelfexpressieve gedachtegoed aan. Wanneer aan de respondenten werd gevraagd of ieder mens unieke kenmerken heeft en of het deze kenmerken zijn die de mens boeiend houden, ging ruim 83% hiermee akkoord. Ook de boude stelling dat men in alles de eigen persoonlijkheid moet nastreven en vooral geen kuddebeest mag worden, kan rekenen op een grote steun (68,2%) onder de bevolking. Daarbij is er nagenoeg niemand – minder dan 5% – die niet met deze stelling akkoord gaat. De populariteit van dit discours is

uiteraard geen louter lokaal fenomeen, maar doet zich voor binnen nagenoeg alle Westerse landen (Inglehart en Welzel 2005).

Deze klemtoon op uniciteit, zelfexpressie en authenticiteit is precies wat Bellah et al. in *Habits of the heart* (1985) expressief individualisme noemen. Zij onderscheiden dit individualisme van utilitair individualisme. Het utilitair individualisme legt evenzeer een klemtoon op zelfontwikkeling en autonomie, maar onderscheidt zich door een nadruk op soberheid, spaarzaamheid, beheersing en zelfcontrole. Dit individualisme wordt volgens Bellah et al. het best belichaamd door de figuur van Benjamin Franklin. Deze stelde in zijn achttiende-eeuwse bestseller *Poor Richard's Almanack* (1733) dertien waarden voorop die als leidraad tot een succesvol leven kunnen dienen: discipline, matigheid, stilte, orde, doorzetting, spaarzaamheid, nijverheid, oprechtheid, rechtvaardigheid, netheid, rust, kuisheid en nederigheid. Deze opsomming kan gezien worden als het semantische veld waarbinnen het utilitair individualisme vorm krijgt.

Bellah is ervan overtuigd dat er de laatste decennia een transformatie heeft plaatsgevonden van utilitair naar expressief individualisme als dominant discours binnen de samenleving. Binnen het opzet van hun onderzoek werd echter niet getracht deze historische transformatie op een empirische manier te duiden. Maar Bellah is niet de enige die heeft nagelaten om empirisch bewijs te leveren voor een ontwikkeling naar meer zelfexpressie. Want hoewel er een brede consensus bestaat over deze verschuiving, zijn historisch empirische onderzoeken ernaar eerder schaars. Daarbij gaan de weinige uitzonderingen vooral over verschuivingen binnen opvattingen over de privésfeer, zoals over opvoeding (Gullestad 1996; Rutherford 2004) en relatievorming (Buchmann en Eisner 1997), en zelden over de publieke sfeer (een uitzondering is Benton 1993). Hier willen we deze leemte in empirisch onderzoek verder opvullen en leggen de klemtoon op de publieke sfeer, in het bijzonder op het domein van werk en arbeid. In de volgende paragrafen stellen we ons tot doel aan te tonen dat het expressief individualisme dominant geworden is als een manier om over werk en arbeid te praten en hoe dit verband houdt met veranderingen in het productie- en consumptieproces.

### *Individualisme en kapitalisme*

Wanneer we het hebben over de relatie tussen individualisme en werk, komen we nagenoeg automatisch terecht bij Webers *Protestantse ethiek* (2005 [1930]). Bellah was niet de eerste die het utilitaire karakter van Franklins denken benadrukte. Zijn klemtoon op soberheid, spaarzaamheid en zelfcontrole was ook Weber opgevallen. Volgens hem was deze ethiek zelfs typerend voor, wat hij noemde, de geest van het kapitalisme. Het kapitalisme behoeft een bundeling van ethisch gegronde motivaties die mensen aanzet tot participatie binnen het economisch systeem. De geest van het kapitalisme zorgt ervoor dat mensen een anders zinloze en irrationele accumulatie van rijkdom, zonder er onmiddellijk plezier aan te beleven, toch als zinvol gaan beschouwen. Dit is enkel mogelijk wanneer men waarde hecht aan discipline, zelfcontrole en uitgesteld genot. Deze overtuigingen werden tot een coherent geheel gebundeld binnen de protestantse moraal, die volgens Weber dan ook de culturele voedingsbodem voor het kapitalisme was. De seculiere vorm van deze protestantse ethiek is het utilitair individualisme (Weber 2005 [1930]: 120)

en kent dus een innige relatie met het ontstaan en de uitbouw van het kapitalisme. Maar noch het individualisme, noch het kapitalisme zijn twee statische fenomenen, beide zijn immers sterk aan verandering onderhevig. De vraag die nu rijst is of het hedendaags kapitalisme zich nog steeds laat ondersteunen door een utilitaristische geest.

Volgens de Franse sociologen Boltanski en Chiapello is dit niet het geval. In hun *New Spirit of Capitalism* (2005) tonen ze aan hoe het kapitalisme sinds midden jaren zestig in een legitimiteitscrisis terecht kwam en gedwongen werd zich aan te passen. De tegencultuur van de jaren zestig, zo stellen de auteurs, formuleerde toen een sterke esthetische of artistieke kritiek<sup>1</sup> op het kapitalisme. Volgens deze esthetische kritiek brengt kapitalisme enerzijds de authenticiteit van objecten, emoties en mensen in gevaar en zorgt het anderzijds voor een erosie van de autonomie, vrijheid en creativiteit van zowel consument als producent. Deze kritiek, die we hier net zo goed kunnen begrijpen als een expressieve kritiek, werd waarschijnlijk het meest expliciet verwoord binnen de *Frankfurter Schule* (denk aan Adorno's cultuurkritiek en Marcuses *One-dimensional man*). Daarbij vond ze een bredere maatschappelijke basis binnen de hele '68-beweging en het latere nieuw-links. Waar het op neerkomt, is dat het expressief individualisme, dat aanvankelijk vooral een elite- of hogere middenklassendiscours was, onverenigbaar was met de logica die schuilging achter het 'traditionele' kapitalistische productie- en consumptiemechanisme (Boltanski en Chiapello 2005).

Deze spanning werd nog op een andere manier belicht door Daniel Bell (1965), want hij wijst erop dat het kapitalisme onvermijdelijk in een culturele paradox terechtkomt. De wereld van onderneming en productie, zo schrijft Bell, stelt nog altijd een ethos van zelfcontrole voorop, terwijl de wereld van consumptie vooral expressie en hedonisme promoot. Met andere woorden: de zelfactualiserende verlangens van het individu als consument staan haaks op de vraag naar discipline die het kapitalisme aan het individu als producent stelt. 'The consequence of this contradiction [...] is that a corporation finds its people being straight by day and swingers by night' (1965: xxv). Bell gaat dus een stap verder door te stellen dat kapitalisme zelf deels, via zijn consumptie, verantwoordelijk is voor een verspreiding van het expressief individualisme, dat door hem de cultuur van de zelfactualisatie wordt genoemd.

Die gespannen relatie met de tegencultuur, artistieke kritiek, zelfactualisatie of, kortom, expressief individualisme, betekende echter geenszins een ineenstorting van het kapitalisme aangezien dit systeem 'a constant tendency to transform itself' heeft (Boltanski en Chiapello 2005: 585). Zoals ook Marx al in *Grundrisse* (1973 [1858]) tracht aan te tonen, houdt een kapitalistisch systeem zich niet aan zijn grenzen, maar is iedere grens een barrière die overwonnen moet worden. Dit is enkel mogelijk door veranderingen in te voeren die strijdig zijn met het eigen-

1 Boltanski en Chiapello onderscheiden ook nog de sociale kritiek die vooral voor en kort na WOII dominant was en eigen is aan de meer 'traditionele' links-rechtsdiscoursen. Het zijn in de eerste plaats economische en sociale kritieken. Na de oorlog zorgden onder meer het Marshallplan, de uitbouw van de verzorgingsstaat en de zogenaamde 'derde weg' ervoor dat in West-Europa de scherpe kantjes van het kapitalisme werden weggeschuurd waardoor deze kritieken (tijdelijk) een deel van hun voedingsbodem verloren.

lijke karakter van kapitalisme (Harvey 2010). Dus werd ook de contradictie waar Bell op wees uiteindelijk omgevormd tot een te overwinnen barrière.

#### *Hervorming van het consumptie- en productieproces*

Dit gebeurde door twee concrete veranderingen die eigenlijk de esthetische of expressieve kritiek trachtten onschadelijk te maken. Ten eerste kregen we een verandering in de manier waarop men probeerde om consumenten aan zich te binden. Men deed er vanuit de aanbodzijde alles aan om het gevoel van 'eenheidsworst' te vermijden, weg van de massaconsumptie. Alles werd gericht op uniciteit, authenticiteit en originaliteit. Zo zien we een verschuiving in de manier waarop een advertentie wordt gebracht, waarbij steeds meer aandacht gaat naar uniciteit en authenticiteit (Lei et Al. 2005, Frank 1997; Potter 2010; Aupers, Houtman en Roeland 2010, Beverland en Farrelly 2010; Botrelli 2007). De hedendaagse consumptie 'aims to introduce 'authenticity' into capitalist production in the form of the 'personalized'" (Boltanski en Chiapello 2005: 99) en is er zo in geslaagd om de eis van de counterculture te incorporeren en terug aan de massa te verkopen.

Voor Bell is het echter zo dat de moderne cultuur van zelfontplooiing en zelfexpressie deels als een gevolg van consumptie begrepen kan worden. De culturele paradox is niet alleen een confrontatie tussen cultuur en economie, zoals bij Boltanski en Chiapello, maar is eigen aan kapitalisme zelf. De precieze causale relatie baart ons hier minder zorgen, hierin volgen we Weber wanneer hij stelt dat economie en cultuur steeds op een wederkerige doch autonome manier met elkaar in verband staan (2005 [1930]). Consumptie zorgt wel degelijk voor een verspreiding van een expressief vertoog maar is evenzeer afhankelijk van consumenten die, bewust of onbewust, geloven dat het kopen van spullen effectief kan bijdragen tot zelfexpressie.

Er was echter een tweede verandering waar Bell niet op anticeerde en die de contradictie binnen kapitalisme, zoals hij die omschreef, uiteindelijk elimineert. Het kapitalisme hervormde zich namelijk niet enkel aan consumenten- maar eveneens aan producentenzijde, en naar deze transformatie gaat onze verdere aandacht uit. Gezien het feit dat ieder productiesysteem afhankelijk is van arbeidskracht, moest ook hier aan de esthetische kritiek tegemoetgekomen worden. De werknemer voelt zich steeds, volgens deze kritiek, vervreemd van zijn of haar eigen arbeid en wordt gedwongen om tijdens de werkuren het ware en authentieke zelf aan de kant te zetten. Vooral de strikte tayloristische arbeidsorganisatie wordt herzien. Binnen zulke organisaties wordt de werknemer gereduceerd tot een verzameling van mechanische handelingen die op een rationele manier steeds beter op elkaar afgestemd kunnen worden.

Deze kritiek op een gerationaliseerde werkomgeving vond weerklank bij auteurs als Hannah Arendt (1956) en Peter Berger (1964). Beiden stelden vooral vraagtekens bij de verandering in scheiding tussen de publieke en private sfeer. Zo claimt Berger dat het echte of authentieke 'zelf' naar de privésfeer gebannen wordt terwijl de sfeer van het werk 'conversely apprehended [is] as the region in which one is 'not really oneself', or [...] one in which one 'plays only a role'" (Berger 1964: 217-18). Het individu wordt, als werknemer, gedwongen een rol te spelen en kan zo de persoonlijkheid niet binnen zijn of haar werk ontplooiën.

De kapitalistische arbeidsorganisatie zag zich voor de uitdaging gesteld om de kloof tussen de privé- en de werksfeer te dichten. Werk moest vooral zelfontwikkeling, -expressie en -ontplooiing inhouden zodat de vervreemding op de werkvloer geen kans meer zou krijgen. Werk, zoals Heelas schrijft, wordt privé: 'The self-work ethic, that is to say, treats work as something to be valued as the means to those ends espoused by expressive or therapeutic culture' (Heelas 2002: 80). Binnen deze *self-work ethic* mag de werknemer niet simpelweg gezien worden als een middel tot productie, het werk moet voor de werknemer een persoonlijk doel worden. Nikolas Rose spreekt binnen deze context van een 'humanization of work': 'Through work, the worker obtained psychological and social benefits: fulfillment and a feeling of belonging' (1990: 80). Men kiest een baan, niet om louter financiële redenen of op basis van technisch kunnen, maar omdat deze bijdraagt aan de individuele en psychologische ontplooiing. Bijgevolg verliest de traditionele en utilitaristische arbeidsethiek van discipline en zelfcontrole, die aansluit bij een tayloristische arbeidsorganisatie, haar legitimiteit.

Ook Boltanski en Chiapello toonden op basis van een analyse van managementliteratuur aan dat de kritiek op kapitalisme uiteindelijk werd geïncorporeerd in de nieuwe manier van management. 'No longer is there to be an antithesis between the motives of the individual and those of the organization. [...] The individuals produce themselves in work; the organizational culture is to be reshaped in the name of a new psychological image of man' (2005: 115). Het tijdperk van de hard werkende en gedisciplineerde werknemer lijkt ten einde en de zelfontplooiende en -expressieve medewerker treedt op de voorgrond. Zoals Fleming schrijft, krijgen we te maken met een *just-be-yourself* management dat gericht is op authenticiteit, want 'permitting employees to be themselves is presumed to result in higher motivation and productivity levels' (2009: 19-20).

## Methodie

Uit bovenstaande theoretische beschrijving kunnen we dus afleiden dat de utilitair individualistische geest van het kapitalisme, met een nadruk op discipline en zelfcontrole, verouderd is en zodoende haar motiverende kracht verloren heeft. Een nieuwe geest van kapitalisme, daarentegen, zou vooral engagement verkrijgen door een oproep aan het individu en zijn of haar zin voor zelfexpressie en geloof in authenticiteit. Maar als een dergelijke culturele evolutie heeft plaatsgevonden, moet dit op één of andere manier zijn sporen hebben nagelaten. Hier willen we deze historische transformatie op een empirische manier toetsen en daarvoor moeten we aan een soort archeologische sociologie doen. Wij moeten op zoek naar de ruïnes of sedimenten van een vroegere cultuur en deze vergelijken met de huidige situatie. Om dit te doen stellen we hier een historische inhoudsanalyse voor.

### *Corpus*

Aangezien we hier te maken hebben met een diachronische vraagstelling, moeten we op zoek gaan naar teksten die niet enkel de geest van het kapitalisme uitdra-

gen, maar tevens over de tijd heen vergelijkbaar zijn. Daarbij willen we, in tegenstelling tot Boltanski en Chiapello, niet kijken naar het discours van de leidinggevenden maar naar dat van de werknemers. Ons interesseert de manier waarop mensen, zowel vroeger en nu, worden overtuigd om deel te nemen aan het productieproces en wat daarbij als succesvolle deelname wordt gezien. Een corpus dat aan deze voorwaarden tegemoetkomt, is de literatuur die mensen advies geeft over hoe men moet solliciteren, een geschikte baan kan vinden en professioneel succes kan behalen. Deze literatuur leert mensen niet alleen welk discours gangbaar is binnen een bepaald economisch systeem, maar heeft ook een rekruterende functie. Het gaat om succesvol zijn in de samenleving en precies dat geeft de kenmerken van die samenleving weer. De boeken werden geïdentificeerd aan de hand van interbibliothecaire catalogi in België en Nederland (deze bevatten naast bibliotheken ook publieke archieven). De selectie gebeurde op basis van de trefwoorden 'solliciteren' (en afgeleiden), 'succes' en 'carrière'. Het oudste boek dat we identificeerden, was uit 1930 en het nieuwste uit 2009. Om onze analyses te structureren werd om pragmatische redenen deze periode van tachtig jaar opgedeeld in drie perioden die ook historisch van elkaar te onderscheiden zijn:

1. De eerste periode loopt vanaf 1930 tot 1960. Deze periode van dertig jaar typeert zich op economisch vlak door een traditionele industrie en een tayloristische arbeidsorganisatie. Op sociaal vlak kenmerkt dit tijdvak zich, in Europa, vooral door fragiele democratische staatsstructuren, de verzorgingsstaat stond overal nog in de kinderschoenen.
2. De tweede periode, van 1960 tot en met 1990, is een scharnierperiode. Niet enkel klonk de esthetische kritiek toen het luidst, maar tevens kregen we te maken met het begin van de kenniseconomie, de onderwijsexpansie, de wijde verspreiding van massamedia en de uitbouw van de verzorgingsstaat.
3. In de laatste periode, van 1990 tot vandaag, zijn de structurerende en socialiserende instellingen vooral onderwijs, massamedia, advertentie, consumptie en therapie. Dit gecombineerd met een uitgebouwde verzorgingsstaat en een meerderheid van de bevolking die werkt in de tertiaire sector.

Het idee was om voor iedere periode vijftien boeken te selecteren. Voor de eerste periode bleek dit echter niet mogelijk. We slaagden er uiteindelijk in om elf adviesboeken te identificeren, die dan ook allemaal in de selectie zijn opgenomen. Dit lage aantal boeken kan deels verklaard worden door slechte en beperkte archivering en deels doordat er toen eenvoudigweg minder adviesliteratuur werd gepubliceerd. In de loop van de twintigste eeuw vond echter wel een expansie plaats van de markt in zelfhulp literatuur (Starker 1989; Whelan 2004) waardoor de selectie van boeken uit de tweede en derde periode minder problematisch was. In de derde periode leverde de zoekactie op basis van de trefwoorden zelfs veel meer boeken op dan we konden analyseren. We kozen er uiteindelijk voor de tien meest uitgeleende boeken te selecteren (in de hoofdstedelijke bibliotheek van Brussel). Die selectie werd aangevuld met een willekeurige selectie van vijf boeken uit de

jaren negentig.<sup>2</sup> Op deze manier hebben we in de tweede en derde periode evenveel boeken en is ieder decennium (behalve de oorlogsjaren) met minstens een aantal boeken vertegenwoordigd (zie bijlage). Op deze manier slaagden we erin om een vrij omvangrijk corpus van 41 adviesboeken (circa 5.400 pagina's) samen te stellen.

Voordat we beginnen aan de eigenlijke analyse dienen we nog de vraag te stellen wie nu precies de auteurs en lezers zijn van dergelijke literatuur. Wanneer we de korte biografieën van de auteurs erop nalezen, merken we dat ze een nogal eenduidig profiel beschrijven. Over het algemeen gaat het hier over mensen die zelf afkomstig zijn uit het personeelsbeleid of een voorgeschiedenis hebben als manager of bedrijfsleider. Wat de lezers betreft is het zo dat, twee werken buiten beschouwing gelaten,<sup>3</sup> geen enkel boek expliciet op één bepaalde doelgroep gericht is. Bij het lezen van het corpus krijgen we echter wel aanwijzingen die doen vermoeden dat de boeken hoofdzakelijk bedoeld waren of zijn voor (toekomstige) werknemers uit de dienstensector. Dit merken we voornamelijk aan de voorbeelden die gebruikt worden om het advies te staven. Het gaat vaker over secretaresses, kantoorbediendes of vertegenwoordigers dan over arbeiders of technici uit de secundaire sector. Het blijkt daarbij dat het genre van zelfhulpboeken vooral gelezen wordt door hoger opgeleiden en bedienden (Whelan 2004 en zie tabel 1).

Met enige voorzichtigheid kunnen we dus wel stellen dat ook adviesliteratuur met betrekking tot professioneel succes grotendeels geraadpleegd zal worden door lezers uit de middenklasse. Dit maakt het echter moeilijk om de bevindingen te extrapoleren naar de gehele bevolking. Anderzijds valt te beargmenteren dat deze middenklasse een sleutelrol heeft gespeeld bij het articuleren en vooral verspreiden van een nieuw discours van individualisme. Volgens Bourdieu was vanaf de jaren zestig de nieuwe middenklasse van hoger opgeleide bedienden en managers (*nouvelle petit bourgeoisie*) gedoemd 'to play a vanguard role in the struggles over everything concerned the art of living' (1984: 366). Door de interne dynamiek van de middenklasse, waar sociale stijgers en dalers elkaar ontmoetten, probeerde deze nieuwe middenklasse zich te onderscheiden via een verzet tegen de plichtsethiek (*moral du devoir*) die eigen was aan de oudere middenklasse, dit door een ethiek van zelfexpressie en plezier (*moral du devoir de plaisir*) aan te hangen en te propageren (1985: 367)<sup>4</sup>.

- 2 Het was nagenoeg onmogelijk om retrospectief de meest populaire boeken van dit decennium te achterhalen.
- 3 'Maakt carrière als kantoorbedienden' (1956) en 'Solliciteren ... doe je zo' (2009) richten zich beide uitdrukkelijk op secretaresses of beleidsondersteunend personeel.
- 4 'The fear of not getting enough pleasure [...] is combined with the search for self-expression and 'bodily expression' and for communication with others [...], even immersion in others (consider not as a group but as subjectivities in search of their identity); and the old personal ethic is thus rejected for a cult of personal health and psychological therapy' (Bourdieu, 1985: 367).



**Tabel 1:** *Frequentie van het gebruik van zelfhulp literatuur naar beroepsklasse en opleiding*

	Nee, nooit	Ja	Ja, vaak
<b>Beroepsklasse</b>			
Ongeschoolde arbeider	72,2%	26,0%	1,8%
Geschoolde arbeider	76,0%	21,4%	2,6%
<b>Bediende</b>	<b>65,3%</b>	<b>33,2%</b>	<b>1,5%</b>
<b>Hoger bediende, managers, etc.</b>	<b>61,3%</b>	<b>36,0%</b>	<b>2,7%</b>
Kleine zelfstandigen	75,2%	23,1%	1,7%
Bedrijfsleiders, vrije beroepen, etc.	67,7%	29,0%	3,2%
<b>Opleiding</b>			
Geen	84,4%	15,6%	0,0%
Lager onderwijs	71,3%	24,2%	4,5%
Lager secundair	70,6%	26,1%	3,3%
Secundair onderwijs	72,8%	25,8%	1,4%
<b>Hoger onderwijs</b>	<b>60,7%</b>	<b>37,0%</b>	<b>2,3%</b>
<b>Universiteit</b>	<b>55,6%</b>	<b>41,7%</b>	<b>2,8%</b>
Totaal (n= 1779)	69,6%	28,3%	2,1%

Bron: SNEL databank (onderzoeksgroep TOR)

### *Analysetechniek*

Omdat we op zoek gaan naar de manifeste en latente inhoud, kozen we als methode een thematische inhoudsanalyse (Boyatzis 1998). De thema's werden gegenereerd op zowel een deductieve (theory-driven) als inductieve (data-driven) manier. We kiezen voor deze hybride vorm van thematische analyse (Boyatzis 1998) om twee redenen: enerzijds omdat we reeds, op basis van bovenstaande beschrijving, duidelijke theoretische verwachtingen hebben, anderzijds omdat we ook ruimte willen laten om nuances te ontdekken die de inhoud van de verschuiving bepalen. De analyse gebeurde in twee stappen. In de eerste fase werd een sub-sample getrokken uit het corpus. Uit iedere periode werden willekeurig drie boeken gekozen die aan een eerste analyse onderworpen werden. Dit leverde een groot aantal codes op. In deze fase werd alles wat betrekking kon hebben op een mogelijke 'geest van kapitalisme' op een inductieve wijze gecodeerd. Deze codes werden uiteindelijk op inhoudelijk gronden samengevoegd tot een beperkter aantal codes die, in een tweede fase, werden toegepast op het gehele corpus. Op basis hiervan kwamen we uiteindelijk tot een aantal dominante thema's. Hier geven we de belangrijkste weer.

## Bevindingen

### *Zelfkennis*

Een eerste advies dat auteurs al enkele decennia lang aan lezers geven, is dat, wil men professioneel succes bereiken, het uiterst belangrijk is dat men eerst zichzelf leert kennen. Een socratische zelfanalyse wordt al sinds 1930 voorgesteld als een voorwaarde om tot succes te komen. Men moet zichzelf vragen stellen als 'Wie ben ik?', 'Wat kan ik?' en 'Wat wil ik?'. In de eerste periode zijn er reeds vier boeken die melding maken van het belang van een gedegen zelfanalyse. Vanaf 1960 maken elf van de vijftien boeken hier een duidelijk thema van en sinds 1990 is dit thema niet meer weg te denken en vinden we het terug bij dertien van de vijftien boeken. We zien echter wel dat dit advies niet alleen steeds belangrijker wordt, maar ook dat de opvatting over wat een zelfanalyse inhoudt verandert. Tot en met de tweede periode hadden deze zelfanalyses vooral tot doel om enerzijds competenties te ontdekken en anderzijds kritisch te zijn voor gebreken. 'Hier is zelfkennis niet alleen een schone deugd, maar een noodzakelijke handelswaarde. U gaat er op uit om uw werkkraft te verkopen. Dan moet u, evenals een goed handelsreiziger, volkomen vertrouwd zijn met de aard van uw aanbidding' (1951, *Met succes solliciteren*: 51). De werkzoekende wordt aangemoedigd om een balans op te maken van zijn/haar 'persoonlijke activa en passiva' (1969, *Carrièreplanning*: 65).

Vanaf het einde van de tweede periode wordt er op een andere manier geschreven over deze zelfanalyses. Het zelf wordt minder gezien als verkoopwaar die aan een kritische reflectie onderworpen moet worden, de focus gaat vaker liggen op het ontdekken van persoonlijke voorkeuren, passies of drijfveren. Met andere woorden: de klemtoon verschuift van 'wat je zou kunnen' naar 'wat je zou willen': 'Nog andere behoeften en gevoelens zijn een stuk van jezelf, maar waarschijnlijk heb je ze nog nooit voor de geest gehaald. [...] Daarom stellen we voor alles systematisch op een rij te zetten: Wie ben je eigenlijk? Waaraan beleef je echt plezier? Waarmee kan men je gelukkig maken?' (1983, *Werk maken van werk zoeken*: 53).

Deze meer 'emotionele' benadering van zelfkennis wordt in de derde periode duidelijk dominant. De werkzoekende wordt aangemoedigd op zoek te gaan naar zijn 'innerlijke stem' (2009, *Het merk IK*: 97) want 'jij bent de enige die weet wat goed is voor jou' (1995, *Ik ben de beste*: 85). Het zelf wordt een maatstaf voor de baan en niet omgekeerd. Ook de opzet van de zelfkennistesten verandert hierdoor. Aanvankelijk ging het om een heel rationele en kritische analyse, terwijl vandaag het zelf vooral op een expressieve en emotionele manier ontdekt moet worden. De sollicitant dient zich aan zichzelf open te stellen. Dit komt goed tot uiting in het voorbeeld van de *non-stop-balpen-test*.

'U moet zonder nadenken op drie vragen antwoorden. Zonder nadenken, want het is niet uw verstand dat moet spreken, maar uw hart. U mag uw balpen dus niet opheffen. Anders hebt u immers de neiging om na te denken en bij uzelf te zeggen: 'Nee, dat antwoord is niet goed, ik ga het niet noteren.' Terwijl het juist de bedoeling is dat u noteert wat spontaan in u opkomt' (1999, *Solliciteren met succes*: 13).

Alles wat kritisch en rationeel is, wordt gebannen uit deze test. Niet het hoofd maar wel het hart moet onderzocht worden. Dit staat in groot contrast met hoe zelfkennis in de eerste periode werd opgevat. Toen moest men vooral de opwellingen en neigingen onderdrukken om de 'eigenlijke karaktertrekken' te ontdekken: "Mens, ken uzelf" is een wijze raad sinds de oudste tijden. Maar een mens heeft heel wat wijsheid nodig om zichzelf te kennen. Allerlei neigingen, opwellingen en tijdelijke reacties doorkruisen onze eigenlijke karaktertrekken' (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 11).

#### *Doorzetten*

Op de vraag hoe men succes nu precies moet bereiken, geven de auteurs van de eerste periode het eensgezinde antwoord dat dit er alleen komt met het nodige doorzettingsvermogen. Enkel de werkzoekende die blijft volhouden en iedere tegenslag overwint, zal een baan vinden en uiteindelijk de top bereiken. De literatuur van deze periode promoot dan ook een erg proactieve houding:

'De menschen die veel bereikten, deden dat om de eenvoudige reden, dat zij voor een belemmering niet stilstonden. De menschen, die het verst brengen, zijn zij bij wie alles kan, die overal een uitweg op verzinnen en nergens tegen opzien. Die mentaliteit kan men niet ineens veroveren. Men moet haar geleidelijk opbouwen. [...]Men moet zijn geest oefenen, op dezelfde manier waarop een gewichtheffer zijn spieren oefent' (1939, *Hoe werklozen aan de slag komen*: 54).

Men moet risico's durven nemen, niet treuzelen of hulp afwachten maar de zoektocht ijverig aanpakken en zelfvertrouwen opbouwen. Een geschikte baan vinden gebeurt nooit van de ene dag op de andere maar pas na lang doorzetten.

'De zaak is, dat een mislukking een zeer normale gebeurtenis is en victorie maar heel zelden voorkomt. Op den langen duur heeft een enkel succesje weinig waarde, maar de groote [sic], opbouwende kracht bestaat uit het doorzetten ondanks mislukkingen' (1930, *Twaalf wenken voor succes en geluk*: 47).

Er is daarbij geen schande in onderaan beginnen. Kleine baantjes, af en toe wat bijklussen, even gratis werken om jezelf te bewijzen, alles kan helpen om aan de top te komen.

'Volharding en ongeschonden vertrouwen, het besef dat geen werkzaamheden te min zijn, laten ons meestal toe het doel te bereiken dat wij ons zelf gesteld hebben' (1937, *Werk zoeken*: 77).

Uiteraard gaat er ook in de latere periodes nog steeds aandacht naar motiveren en blijft volharding daarbij een rol spelen, toch wordt het belang van dit doorzettingsvermogen sterk gerelativeerd. De toon verandert volledig aangezien in latere boeken een duidelijke grens gesteld wordt aan de maakbaarheid van succes.

‘Sterker nog: niet voor iedereen is er een baan weggelegd. Als je en baan zoekt, zul je regelmatig te horen krijgen dat je hem wel vindt – als je maar écht wilt. Dat is helaas onzin’ (2007, *Functie: Sollicitant*: 14).

De auteurs lijken er niet meer van uit te gaan dat we alles zelf in de hand hebben. Hierdoor valt de werkzoekende ook niets te verwijten als de zoektocht naar succes slecht afloopt. Het is beter dat de sollicitant zich niet te veel druk op de schouders legt.

‘Weet wat u wilt en kunt! Uiteraard binnen de grenzen van uw mogelijkheden. Probeer niet over uw eigen schaduw heen te springen, neem niet te veel hooi op uw vork. Uiteindelijk leidt dat alleen maar tot teleurstellingen’ (2000, *Het complete handboek solliciteren*: 18).

#### *De selfmade man*

Deze sterke waardering van het doorzettingsvermogen heeft uiteraard zijn weerslag op hoe, in de vroegste periode, een succesvol iemand wordt voorgesteld. Succes wordt behaald door het heft zelf in handen nemen, onderaan te beginnen en ondernemend te zijn. Dit correspondeert onmiskenbaar met Benjamin Franklins’ notie van de *selfmade man*. Deze beschrijving van de selfmade man is in de boeken van de eerste periode prominent aanwezig. Vooral de voorbeelden die de auteurs gebruiken gaan vaak over autodidacten die alleen en onafhankelijk aan hun weg naar succes timmeren. Het gaat daarbij over een cultivering van de capaciteit tot zelfverbetering.

‘Het is nog niet eens van zoveel belang, wat u uzelf hebt geleerd als wel, dat u uzelf het een of ander hebt weten bij te brengen. Het gaat om u vermogen uit uzelf iets op te pikken’ (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 13).

Een belangrijke voorwaarde om als een selfmade man gecategoriseerd te kunnen worden, is dat zijn sociale of economische achtergrond niet van belang is. Ooit onderaan de ladder hebben gestaan is nu eenmaal een onderdeel van succes. Niets is dan ook te min voor de selfmade man zolang het maar bijdraagt tot zijn succes. ‘Ieder baantje is een pas, dat naar boven leidt, voor wie er zich ernstig op toelegt en tracht zichzelf tot hoger ontwikkeling te brengen’ (1934, *Opklimmen*: 32). Deze idealisering van de selfmade man is echter wel ingebed in een breder mensbeeld met duidelijke ethische principes. Ten eerste betekent dit dat diegenen die succes niet aan zichzelf te danken hebben ook niet bewonderenswaardig zijn.

‘Geen mensch ter wereld is zoo belachelijk als de man, die plotseling een fortuin krijgt of erft en die zich voor die nieuwe verantwoordelijkheid niet ontwikkeld heeft’ (1930, *Twaalf wenken voor succes en geluk*: 53).

Daarbij wordt hulp van anderen geminimaliseerd of zelfs afgekeurd. Enkel de puur individuele prestaties tellen. Mensen die via familie of omgeving, de zogeheten ‘kruiwagens’, aan de top komen, geven enkel blij van gemakzucht.

‘Door middel van kruiwagens komen meer mensen op een voor hen verkeerde dan op de juiste plaats terecht. Eenmaal begonnen met zulk een gemakzuchtige methode, zal hij waarschijnlijk de bedrieglijke weg van de minste weerstand blijven volgen en maar voortsukkelen in de richting die hem eigenlijk niet ligt. Goed beschouwd is hij misplaatst’ (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 42).

Maar ook invloeden zoals het onderwijs worden geminimaliseerd. Een echte self-made man kan alles zelf, inclusief zichzelf onderwijzen.

‘Het is wat er in je zit! Niet een universiteitsdiploma maakt iemand tot een persoonlijkheid, maar dat wat hij is of kan! Het is wat je zelf bent en doet, dat telt, niet het geld of de naam van de ouders!’ (1956, *Maak carrière als kantoorbediende*: 127).

Een tweede morele veronderstelling die de selfmade man ideaal impliceert, is het geloof dat iedereen gelijke startkansen heeft. Ieder van ons heeft een talent en beslist zelf of hij of zij dit wil ontwikkelen.

‘In de menselijke pottenbakkerij komen geen mislukte exemplaren voor, behalve zij, die opgeven. Anders heeft ieder mens wel kwaliteiten, die andere mensen kunnen gebruiken’ (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 18).

Men gaat er dus van uit dat ‘ieder normaal mens’ (1939, *Hoe werklozen aan de slag komen*, 54) de top kan bereiken. Als men maar genoeg zelfdiscipline aan de dag legt, kan ieder gebrek, achterstand of zwakte overwonnen worden.

### *Sociaal darwinisme*

Deze twee veronderstellingen passen binnen een meer algemene maatschappijvisie die sterk aansluit bij een soort sociaal darwinisme<sup>5</sup>: ook in de maatschappij geldt het recht van de sterkste en enkel zij die doorzetten kunnen het overleven. Zoals één van de auteurs stelt ‘[n]iemand moest de luilakken helpen, de lijntrekkers, de jammeraars en de parasieten. [...] Wat niet deugt, moet verdwijnen. Dat is een natuurwet’ (1930, *Twaalf wenken voor succes en geluk*: 23). Zij die geen baan hebben of niet vooruitkomen in hun baan zijn diegenen met te weinig doorzettingsvermogen en zijn dan ook gedoemd om in de ‘massa’ te verdwijnen. Zij ondergaan de wet van de sterkste en lopen zo professioneel succes mis. De eisen die de professionele stelt zijn hard maar voor iedereen gelijk.

5 Sociaal darwinisme wordt hier vooral begrepen in de interpretatie van auteurs als Herbert Spencer (1851). De nadruk ligt hier niet zozeer op een genetische gedetermineerdheid maar vooral op een *survival of the fittest-logica*, waarbij de *fittest* vooral staat voor diegene met het meeste zelfcontrole en doorzettingsvermogen (Spencer, 1851: 185). Technisch gesproken gaat het hier in feite over een *sociaal lamarckisme*. Spencer werd dan ook meer beïnvloed door Jean-Baptiste Lamarck dan door Charles Darwin. Volgens Lamarck wordt de nek van een giraf langer omdat giraffen steeds harder proberen zich uit te rekken om bij de bladeren van de acacia te komen en niet, zoals het darwinisme stelt, door een toevallige mutatie.

‘Gij zijt een enkeling, een verloren iets in de onmetelijkheid van het maatschappelijk leven, een niet te bemerken punt in den wereldgang, en indien U den moed noch de kracht hebt om te strijden tegen het geweldige van het jagende zakenleven, dat U tracht neer te halen, u uit te schakelen, U te doen verdwijnen in de massa, dan wordt gij overwonnen en ondergaat gij het lot van alle zwakkeren’ (1937, *Werk zoeken*: 31).

Professioneel succes wordt enkel bereikt door diegene die voldoende zelfdiscipline heeft om net iets meer te doen dan de anderen. Hiervoor moet hij geen steun van andere verwachten, het getuigt zelfs van weinig ‘volwassenheid’ als men niet in staat is om deze weg alleen af te leggen.

‘Het is een vreemd en droevig feit, dat vele grote mensen trachten hun kinderen voort te zetten. Zij blijven passief en afhankelijk, altijd uitziend naar iemand, die hen wil helpen. [...]Maar, als ik mij richt tot gesalarieerde, schrijf ik niet voor deze zwakkelingen; zij zijn haast altijd hopeloos, zij zijn een, deel van de last, die normale mensen hebben te dragen’ (1934, *Opklimmen*: 50).

#### *Een baan die bij jou past*

Terwijl de eerste periode zich dus vooral laat kenmerken door een sterk geloof in de kracht van doorzettingsvermogen en zelfcontrole, zien we toch vanaf de tweede periode een verschuiving in hoe over werk en succes gesproken wordt. Zo gaat het steeds vaker over aspiraties, passies of drijfveren dan over talenten, potenties en vaardigheden. Deze nieuwe visie wordt voor het eerst expliciet verwoord in 1978:

‘Succes komt het snelst voor die mensen die plezier hebben in de gang van zaken. Om te slagen moet U leren Uw natuurlijke instincten en voorliefden te volgen, moet U Uzelf allereerst overtuigen van de gedachte dat wat U wilt juist is’ (1978, *Succes en carrière*: 11)

Uiteraard werd ook in boeken uit de eerste periode weleens aandacht gegeven aan de persoonlijke voorkeuren, verwachtingen of neigingen, maar deze waren toen eerder secundair ten opzichte van de vaardigheden die men zou kunnen ontwikkelen. Zoals in een boek uit 1951 staat:

‘maak [...]niet de fout neiging te verwarren met aanleg. Het kan bij voorbeeld zijn, dat u liefst van alles grote reizen zou maken en veel landen zou willen zien. Dat is een neiging, geen aanleg voor enige soort prestatie’ (1951, *Met succes solliciteren*: 10).

Het advies vanaf de tweede periode luidt steeds vaker dat men op zoek moet gaan naar een baan waar men plezier aan kan beleven, waar men voldoening in kan vinden of die zelfs gelukkig maakt. Of men deze baan ook werkelijk goed kan, lijkt eerder bijzaak. Bij de zoektocht naar de juiste vacature moet de sollicitant er dus vooral op letten dat de job aansluit bij zijn of haar persoonlijke aspiraties. Dit

advies wordt later dominant en wordt in elf van de vijftien boeken van de derde periode gegeven. Het gaat met andere woorden om een zoektocht naar een droombaan:

‘Het is niet altijd makkelijk om je droombaan te vinden, maar je moet er altijd naar streven. Je brengt een groot deel van je leven werkend door. Dan kun je maar betere plezier hebben in je werk. Bovendien is er geen zinvol alternatief. Niet streven naar een passende baan of streven naar een niet-passende baan is vragen op problemen’ (2007, *Functie sollicitant*: 37).

Zoals de auteur van bovenstaand citaat verder in zijn boek stelt, gaat het hier in feite om een ‘omgekeerde personeelsadvertentie’ (2007, *Functie sollicitant*: 37). Het gaat er niet om zich aan een vacature aan te passen maar wel om een vacature te vinden die bij de persoonlijkheid past. Het ‘passen’ van iemand bij zijn baan wordt in deze periode echter breed opgevat en slaat niet enkel op de inhoud van de baan maar evenzeer op de omkadering. Steeds vaker wordt er in deze adviesliteratuur aandacht gegeven aan de sfeer, de omgangsvormen of ‘cultuur’ van een bedrijf. Een goede werkomgeving wordt dan als volgt omschreven:

‘Het is de situatie waarin je je volledig op je gemak voelt, vol zelfvertrouwen bent en totaal in je element. De situatie waarin je tijd en ruimte om je heen verliest omdat je totaal opgaat in de dingen die je doet. Je zit helemaal lekker in je vel en kunt dingen doen vanuit een innerlijke rust die erg prettig en vertrouwd voelt’ (2009, *Het merk IK*: 88).

Een andere auteur stelt het zo:

‘Dit heeft betrekking op de omgeving waar je wilt werken. Bekijk jezelf eens als een bloem. [...]Elke bloem heeft een omgeving waarin hij het beste gedijt. Datzelfde geldt voor jou. Jij bent ook een soort bloem’ (2009, *Welke kleur heeft jouw parachute*: 33).

Men kiest dus een job, niet om financiële redenen noch op basis van louter technisch kunnen, maar omdat deze zou moeten bijdragen aan persoonlijke ontplooiing en welbevinden. Opvallend is dat de auteurs stellen dat dit niet enkel in het belang is van de werknemer maar evenzeer van de werkgever. Niet enkel de sollicitant moet zich in zijn toekomstige bedrijf als een vis in het water voelen, zijn opname binnen het bedrijf mag tevens het ‘ecosysteem’ van dit bedrijf niet uit balans brengen.

‘Uiteindelijk gaat het om een goede ‘P-E fit’, een goede ‘person-environment fit’: jij, de organisatie en de functie moeten goed bij elkaar passen. Verdiep je dus goed in die ‘environment’ probeer ook daarbij de regie te krijgen’ (2005, *100 vragen over solliciteren en maar 99 antwoorden*: 117).

*Blijf jezelf*

Een opvallende bevinding is dat, in tegenstelling tot de eerste periode waarin we een verheerlijking krijgen van de selfmade man, de tweede en vooral de derde periode gekenmerkt worden door een afwezigheid van een duidelijk ideaaltype. Hoewel we meer aandacht zien voor eigenschappen als flexibiliteit, stressbestendigheid en creativiteit, zijn deze hier niet te verbinden tot één coherent ideaaltype maar lijkt het eerder om een allegaartje aan mogelijke persoonlijkheidskenmerken te gaan. Een minder oppervlakkigere lezing van het corpus laat echter wel zien dat er toch een steeds terugkerend advies aan de lezer wordt gegeven: dit luidt dat de lezer vooral 'zichzelf moet zijn'. Het hedendaagse 'ideaaltype' is in feite een radicale afwijzing van een ideaaltype, want hij of zij moet geen specifieke eigenschappen hebben noch ontwikkelen. De raad die de werkzoekende steeds opnieuw te horen krijgt, is: '[B]lijf jezelf. Voer geen nummertje op maar probeer je natuurlijk en spontaan te gedragen' (1985, *Ik maak er werk van*: 79). Sinds de tweede periode (eerste expliciete vermelding in 1975, *Prisma sollicitatieboek*) komt dit advies in 21 van de 30 boeken voor.

'Je stijl en uitstraling moeten te allen tijde authentiek zijn. Je dient jezelf als uitgangspunt te nemen en je niet te laten beïnvloeden door wat gangbaar en wenselijk is in de buitenwereld. We zeggen dus nadrukkelijk niet: meet je andere stijl en uitstraling aan. Integendeel! Dit zal niet werken; bovendien zul je je niet prettig voelen, waardoor je onnatuurlijk overkomt' (2009, *Het merk Ik*: 65).

Vanaf 2000 is er, met uitzondering van één, geen enkel boek dat deze strategie niet uitdrukkelijk aanraadt. De auteur van dit ene boek die deze raad niet gaf, blijkt zich echter wel heel bewust te zijn van het feit dat 'jezelf zijn' vandaag het meest gangbare advies is. Zijn doel is dan ook om nadrukkelijk met deze trend te breken:

'Voorkom dat je persoonlijke overtuigingen gaat spuien onder het mom van 'jezelf zijn' of 'eerlijk zijn'. De maatschappij kan helemaal niet omgaan met volstrekt natuurlijk gedrag. En met onaangepast gedrag kom je geen enkel sollicitatiegesprek ongeschonden door' (2000, *Sollicitatiegesprekken voor dummies*: 33).

Dit advies om authentiek te zijn is volgens heel wat auteurs om twee redenen van belang. Enerzijds is het belangrijk omdat wanneer je een persoonlijkheid veinst, je na verloop van tijd door de mand zou kunnen vallen, aangezien je niet kunt waarmaken wat van jou verwacht wordt. Dit contrasteert sterk met de dominante visie van de eerste periode, waarin men ervan uitgaat dat je iedere baan aan moet kunnen zolang je maar voldoende doorzet. Anderzijds loop je ook, als je niet open en eerlijk bent, het risico in een baan terecht te komen die helemaal niet bij jou past, wat zonder meer nadelig is voor je persoonlijke ontwikkeling en psychologisch welbehagen.



‘Het is jouw leven en als je je te veel afschermt, loop je het risico dat je bij een bedrijf terechtkomt waar je je niet thuis zult voelen, simpelweg omdat je niet jezelf kunt zijn’ (2009, *Solliciteren ... Doe je zo*: 18).

Dit dubbel belang van jezelf blijven vinden we sinds 1970 expliciet terug in 10 van de 25 boeken.

### *Psychologisme*

Het psychologisch welzijn van het individu wordt dus vanaf de tweede periode in toenemende mate als onvoorwaardelijk vertrekpunt genomen. Om die reden krijgen we ook te maken met een toenemende ‘psychologisering’, een thema dat op drie verschillende manieren aan bod komt. Ten eerste krijgen we de intrede van de psycholoog als belangrijke schakel binnen de hele wervings- en promotieprocedures. Sinds de jaren zestig wordt er uitgebreid aandacht gegeven aan de rol van psychologische testen, rapporten en bureaus (eerste vermelding in 1962, *Levenskunst voor jonge mensen*). Vanaf de tweede periode geven 21 op 30 boeken uitleg over de rol van de psychologische testen. Deze auteurs doen vooral veel moeite om de lezers gerust te stellen over deze testen, omdat men er, zo stellen ze, eigenlijk niet voor kan falen.

Een tweede uiting van psychologisering zien we in de aandacht die vanaf de tweede periode uitgaat naar de psychologische druk die het werk op de werknemer kan leggen. Wanneer een job niet strookt met de drijfveren van de werknemer, kan dit volgens heel wat auteurs duidelijk psychologische repercussies hebben.

‘Je loopt het gevaar ernstige moeilijkheden te kennen, zowel op psychologisch als op het lichamelijk vlak, als je je werk niet (meer) graag doet, of als de stress te groot is. Je mag je eigen behoeften niet negeren, en situaties die geen rekening houden met die behoeften mag je niet al te lang dulden. Wees onverzetbaar wat dit principe betreft, want daar ligt het verschil tussen, werk en slavenarbeid’ (1989, *De knapste kandidaat*: 71).

Dat er meer aandacht uitgaat naar werkdruk zien we goed in het steeds vaker gebruiken van termen zoals ‘stress’. Het woord stress wordt voor het eerst vermeld in het boek *Succesvol solliciteren* uit 1981 en komt later in veertien van de twintig daaropvolgende boeken voor. Hierbij aansluitend zien we ook dat vanaf de jaren negentig stressbestendigheid wordt gepresenteerd als een erg belangrijke eigenschap bij het vinden van een succesvolle baan (in acht van de vijftien boeken van deze periode). Stress is echter niet het enige gevolg van te veel druk op het werk. Ook ernstigere uitingen van werkdruk, zoals burn-out en depressies, worden uitvoerig besproken (2009, *Jij bent aan Z*: 153; 2007, *Functie: sollicitant*: 48). Ook toenemende aandacht die uitgaat naar mentale druk die werkloosheid met zich meebrengt, kan gezien worden als een uiting van groeiende psychologisering. Werkloosheid wordt niet meer enkel begrepen als een materiële situatie die overwonnen moet worden, zoals wel het geval was in de eerste periode, maar ook als

een mentale conditie waar men als werkloze mee moet leren omgaan. Daarbij wordt professionele hulp niet zelden aangeraden.

‘Om de gewone, vaker voorkomende neerslachtigheid te verdrijven, raden we je aan om eens wat vaker aardig voor jezelf te zijn [...]. Als je echt depressief bent, ben je natuurlijk op professionele hulp aangewezen’ (2009, *Jij bent aan Z*: 226).

Uiteraard was er ook vroeger aandacht voor de mentale druk die werkloosheid met zich meebrengt, toch werd hier op een andere manier op gereageerd. Fases van weemoedigheid en neerslachtigheid moesten vooral overwonnen worden door zich er zo weinig mogelijk in te laten meeslepen. Afleidingen zoals wat vriendschappelijke gezelligheid (1951, *Een betrekking veroveren*: 83) of een stevige wandeling moeten helpen om ‘uw zwaarmoedigen [sic] gedachten op zij te zetten.’ (1941, *Succesvol solliciteren*: 12). Want, ‘[a]ls u [sic] geest altijd naar dezelfde kant leunt, gaat hij scheef hangen en blijft ten slotte niet meer evenwichtig’ (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 83).

## Besluit

Een eerste conclusie heeft vooral betrekking op de afwezigheid van een bepaald thema, namelijk de rol die geld of materieel gewin kan spelen bij het zoeken of kiezen van een carrière. In nagenoeg alle geanalyseerde literatuur worden materiele en financiële factoren niet gepresenteerd als een belangrijke drijfveer om deel te nemen aan het economische systeem. Het omgekeerde advies werd echter wel gegeven: ‘Het is een ernstige fout een betrekking alleen maar te beschouwen als een bron van inkomen en betrekkelijk onverschillig te blijven voor het werk, dat die betrekking vergen zal’ (1951, *Een goede betrekking veroveren*: 25). Een advies dat in de meest recente boeken nog steeds duidelijke weerklank vindt:

‘Stel ook geen vragen over salaris, of promotie- en doorgroeimogelijkheden: in dit stadium kan dat gemakkelijker als te extrinsiek gemotiveerd ervaren worden, als te veel geïnteresseerd in geld en te weinig in de baan zelf. Organisaties zoeken mensen die intrinsiek gemotiveerd zijn, dat wil zeggen mensen die hard werken omdat ze het werk zelf leuk vinden’ (2005, *100 vragen over solliciteren en maar 99 antwoorden*: 45).

Webers stelling dat ‘Unlimited greed for gain is not in the least identical with capitalism, and is still less its spirit’ (2005 [1930]: xxxi) lijkt gedurende de gehele twintigste eeuw op te gaan. Wat wel steeds als belangrijke motivatie naar voren geschoven wordt, is hoe arbeid of werk een manier kan zijn van zelfontwikkeling. Werk wordt in die zin niet vaak gepresenteerd als een doel op zich, maar meestal als een middel tot meer persoonlijke ontwikkeling. Het is in die zin dat kapitalisme gepaard gaat met een discours van individualisme. Al deze adviesboeken, van Franklins *Almanack* tot de huidige varianten, mobiliseren in de eerste plaats

de individuele zin voor zelfontwikkeling. Dit merken we onder meer aan hoe een thema als zelfkennis altijd al belangrijk is geweest. Toch toont de historische inhoudsanalyse ons dat er gedurende de laatste decennia een duidelijke transformatie heeft plaatsgevonden in de manier waarop deze zelfontwikkeling en het individu begrepen wordt.

In de vroegste periode betekende zelfontwikkeling het cultiveren van discipline, doorzettingsvermogen, zelfredzaamheid, kortom: zelfcontrole. Dit zijn eigenschappen die de kern bepalen van het utilitair individualisme zoals het door Bellah werd omschreven (1985) en werden gesymboliseerd door het ideaal van de *selfmade man*. Het onvoorwaardelijke geloof in de kracht van het doorzettingsvermogen en de mogelijkheid om zonder externe hulp op te klimmen, hangt echter samen met een sociaal-darwinistische moraal. De consequentie die sommige auteurs hier namelijk aan koppelen, is dat individueel falen in de eerste plaats voortkomt uit een gebrek aan discipline of zelfcontrole en dat degene die faalt dan ook niet op veel medeleven hoeft te rekenen. Binnen de zoektocht naar succes geldt nu eenmaal de wet van de sterkste en alleen de doorzetters stijgen boven de anderen uit, de rest verdwijnt onherroepelijk in de massa.

Wanneer we deze 'oude' geest van het kapitalisme nu bekijken op basis van de door ons gevonden thema's, blijkt een constructief zelfbeeld essentieel. Het individu en zijn succes worden in hoge mate gezien als maakbaar. Het zelf en de situatie waar men zich in bevindt zijn dus niet gegeven maar te construeren en te veranderen. Zo gaat zelfkennis in deze periode vooral over het ontdekken van gebreken die voor verbetering vatbaar zijn, wordt succes voorgesteld als iets wat met doorzetten altijd bereikt kan worden en wordt dit persoonlijk succes pas echt gewaardeerd als het zonder al te veel hulp tot stand is gekomen. Zelfontwikkeling betekent in deze periode vooral zelfverbetering door nutteloze en onproductieve neigingen of impulsen, zoals luiheid en gemakzucht, in bedwang te houden. Professioneel succes wordt zo in de eerste plaats een bewijs van iemands vermogen tot discipline en zelfcontrole. Net zoals een 'gewichtheffer zijn spieren oefent' kan het individu zichzelf disciplineren en zodoende omvormen tot een succesvolle en productieve werknemer. In die zin kunnen we zelfs stellen dat de geest van het kapitalisme vooral een geest van zelfcontrole was of, zoals Weber in die periode al opmerkte, 'Capitalism may even be identical with the restraint, or at least a rational tempering, of [...] irrational impulse' (2005 [1930]: xxxi).

Deze visie verdwijnt stilaan vanaf de tweede periode en wordt sinds de derde periode geheel vervangen door een meer essentialistisch zelfbeeld. Het individu wordt niet zozeer gezien als iets wat geconstrueerd moet worden maar is een gegeven uitgangspunt. Professioneel succes betekent in deze periode vooral dat je als werknemer een baan vindt die bij je persoonlijkheid past. Sterker nog, het werk dat men heeft, wordt een manier om zichzelf uit te drukken. Zoals Paul Heelas stelt: 'The workplace is valued, that is to say, as a vehicle to the end of self-sacralization' (2002: 89). Zelfontwikkeling betekent hier dus in de eerste plaats zelfexpressie. De persoonlijke drijfveren en passies moeten in het werk tot uiting komen, dan pas kan men spreken van een waardevolle carrière. Het is dan ook noodzakelijk dat men, in de zoektocht naar professioneel succes, authentiek blijft, want pas dan kan men ook een job vinden die deze zelfexpressie toelaat. Daarbij

toonde ons corpus tevens aan dat de nadruk op zelfexpressie hand in hand gaat met een sterke psychologisering van de werkloosheid en werkvloer. Dit heeft alles te maken met het feit dat succes vooral begrepen wordt in termen van psychologisch welbehagen. Succes is zodoende niet meer het resultaat van zelfdiscipline en doorzettingsvermogen maar wel van eerlijkheid ten opzichte van het zelf en de eigen noden. In die zin wordt succes niet gemaakt maar wel ontdekt.

De veronderstelling van Bellah dat in de twintigste eeuw de klemtoon verschuift van een utilitair naar een expressief individualisme lijkt dus ook van toepassing op het domein van werk en professioneel succes. Ons economisch productie- en consumptiesysteem heeft zich de laatste halve eeuw aangepast aan een expressieve of artistieke kritiek door deze te incorporeren als de nieuwe geest van kapitalisme. Door werk te presenteren als een vorm van zelfexpressie worden mensen aangezet tot participatie binnen het economische systeem. Arbeid hoeft niet meer gelijk te staan met vervreemding maar kan, met de juiste keuzes en wat psychologische begeleiding, een manier zijn waarmee het zelf zichzelf tot uitdrukking brengt. De kloof tussen werk en privé, die in essentie het onderwerp van de artistieke kritiek was, wordt zodoende gedicht door het werk te verpersoonlijken of privatiseren. De contradictie die Bell oorspronkelijk zag binnen het kapitalisme, waarbij de zelfactualiserende cultuur van de consument (*swingers by night*) haaks staat op de gedisciplineerde cultuur van de producent (*straight by day*), lijkt opgelost. Het discours van zelfactualisatie blijkt even geschikt om mensen te motiveren om op een productieve manier deel te nemen aan het economisch proces als het discours waarin discipline centraal stond. Eigen aan een geest van kapitalisme is steeds het promoten van zelfontwikkeling. Het kapitalisme is er echter wel in geslaagd om, via nieuwe vormen van management en arbeidsorganisatie, tegemoet te komen aan een nieuwe interpretatie van persoonlijke ontwikkeling waarbij zelfexpressie meer centraal staat dan zelfcontrole.

## Literatuur

- Aupers, S., D. Houtman en J. Roeland (2010) Authenticiteit. *Sociologie*, 6(2): 1-11.
- Aupers, S., D. Houtman en I. Van der Tak (2003) 'Gewoon worden wie je bent': Over authenticiteit en anti-institutionalisme. *Sociologische Gids*, 50(2): 203-223.
- Arendt, H. (1957) *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bell, D. (1976) *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books.
- Bellah, R., R. Madsen, W. Sullivan, A. Swindler en S. Tipton (1985) *Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life*. Berkeley: University of California Press.
- Benton, J.S. (1993) Self and Society in Popular Social Criticism 1920-1980. *Symbolic Interaction*, 16(2): 145-170.
- Beverland, M.B. en F.J. Farrelly (2010) The Quest for Authenticity in Consumption: Consumers' Purposive Choice of Authentic Cues. *The Journal of Consumer Research*, 36(5): 838-856.
- Berger, P. (1964) *The Human Shape of Work: studies in the sociology of occupations*. New York: Macmillan.
- Buchmann, M. en M. Eisner (1997) The transition from the utilitarian to the expressive self: 1990-1992. *Poetics*, 25(2-3): 157-175.

- Boltanski, L. en È. Chiapello (2005) *The New Spirit of Capitalism*. London: Versi.
- Bourdieu, P. (1985) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Boyatzis, R. (1998) *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Thousand Oaks: Sage.
- Claeys, J., S. Sanctobin en B. Spruyt (2011) *Technisch verslag SNEL 2010 onderzoek*. Brussel: Onderzoeksgroep TOR, Vakgroep Sociologie, Vrije Universiteit Brussel.
- Elchardus, M. (2009) Self-control as social control. The emergence of symbolic society. *Poetics*, 37(2): 146-161.
- Elchardus, M. en K. De Keere (2010) Institutionalizing the new self: a comparative analysis. *European Societies*, (12)5: 743-764.
- Elchardus, M. en S. Lauwers (2002) De zelfreligie: Een exploratie van haar betekenis en dimensies. *De Sociologische Gids*, 47(5): 330-349.
- Fleming, P. (2009) *Authenticity and the Cultural Politics of Work: New forms of informal control*. Oxford: Oxford University Press.
- Gergen, K. (1991) *The saturated self: dilemmas of identity in contemporary life*. London: Basic Books.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Gullestad, M. (1996) From Obedience to Negotiation: Dilemmas in the Transmission of Values between Generations in Norway. *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, 2(4): 58-42.
- Harvey, D. (2010) *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Heelas P. (2002) Work ethics, soft capitalism and 'turn to life'. In P. du Gay en M. Pryke (red.), *Cultural Economy. Cultural analysis and commercial life*. London: Sage Publications, 78-96.
- Inglehart, R., en C. Welzel (2005) *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lasch, C. (1979) *The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations*. New York: Norton.
- Lamont, M., J. Kaufman, en M. Moody (2000). The Best of the Brightest: Definitions of the Ideal Self among Prize-Winning Students. *Sociological Forum*, 15(2): 187-224.
- Marx, K. (1973 [1858]) *Grundrisse: foundations of the critique of political economy*. New York: Vintage.
- Melossi, D. (1990) *The State of Social Control: A Sociological Study of Concept of State and Social Control in the Making of Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Rutherford, M.B. (2004) Authority, Autonomy, and Ambivalence: Moral Choice in Twentieth-Century Commencement Speeches. *Sociological Forum*, 19(4): 583-609.
- Rose, N. (1990) *Governing the soul: the shaping of the private self*. London: Routledge.
- Starker, S. (1989) *Oracle at the Supermarket: The American Preoccupation with Self-Help Books*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Spencer, H. (1851) *Social Statics*. London: John Chapman.
- Trilling, L. (1971) *Sincerity and Authenticity*. Cambridge: Harvard University Press.
- Whelan, C. (2004) *Self-help books and the quest for self-control in the United States 1950-2000*. Unpublished Dissertation, University of Oxford (Worcester College), Oxford.
- Weber, M. (2005 [1930]) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Taylor en Francis.

## Bijlage: Corpus

### Periode I

- 1 1930, Casson, H.N., *Twaalf wenken voor Succes en Geluk*. Den Haag, Maandblad Succes (p. 74).
- 2 1933, Ritter: H., *Het Sollicitatie-gesprek, Het persoonlijk contact bij de opbouw van Uw carrière*. Den Haag, Maandblad Succes (Kanarie-boekjes) (p. 60).
- 3 1934, Casson H.N., *Opklimmen*. Den Haag, Maandblad Succes, (p. 111).
- 4 1936, Spoorenberg, A., *Hoe moet men solliciteren om succes te bereiken? 's Gravenhage*, G.B. Van Goor zonen's Uitgevermaatschappij, (p. 81).
- 5 1937, Thijs, L.J., *Werk zoeken: enkele hulpmiddelen en richtlijnen voor wie eene betrekking zoekt, zijn positie verbeteren wil, vooruitstrevend is*. Antwerpen, Agentschap 'Thijl', (p. 95).
- 6 1939, Veen Wyers, O. van en Vermeas, H.H., *Hoe werklozen aan den slag komen*. Den Haag, Maandblad succes (Kanarie-boekjes), (p. 55).
- 7 1941, Roggen C., *Succesvol solliciteeren*. Amsterdam, Bigot & Van Rossum, (p. 122).
- 8 1951, Mounier: J.J. en A. Rodrigues Brent, *Een goede betrekking veroveren*. Den Haag, Maandblad succes, (p. 203).
- 9 1951, Rodrigues-Brent, A., *Met succes solliciteren*. Den Haag, Maandblad Succes (Kanarie-boekjes), (p. 65).
- 10 1951, Mounier: J.J., *Rake sollicitatie-brieven*. Den Haag, Maandblad Succes (Kanarie-boekjes), (p. 65).
- 11 1956, De Vleeschouwer-Verbraeken, M., *Maakt carrière als kantoorbediende. Praktische raadgevingen voor degenen die het willen brengen tot sekretaresse*. Antwerpen, Uitgeverij Sheed & Ward, (p. 156).

### Periode II

- 1 1962, Van Deinse, A.M.J. e.a., *Levenskunst voor jonge mensen*. Brussel Elsevier. (selectie van relevante delen).
- 2 1968, Fels, F.M.F., *Hoe krijg ik een baan? Solliciteren ... en alles wat u daarvan weten moet*. Zwolle AE. E. Kluwer, Deventer (p. 125).
- 3 1969, Wolk, E. van der, *Carrière planning*. Leiden, Nederlandsche uitgevermaatschappij, (p. 72).
- 4 1972, Gils, A.A. van, *Solliciteren: een verstandig avontuur*. Zwolle, Kluwer, Deventer, (p. 117).
- 5 1975, Chavannes, M., I. Jungschleger en F. Kuitenbrouwer, *Hoe sterk is de eenzame sollicitant: Ervaringen, Meninge n, Adviezen*. Baarn, Uitgeverij In den Toren, (p. 110).
- 6 1975, Schemer-Lodema, G.J.F. (vertaald Wilcox, A.). *Prisma sollicitatie boek* (p. 128).
- 7 1975, Houter, F. den, *Solliciteren: brieven en gesprekken*. Zeist, BV Uitgeverij NIB, (p. 93).
- 8 1978, Korda, M., *Succes en carrière: Methoden en techniek*. Amsterdam, H. Meulenhoff, (p. 233).

- 9 1981, Golzen, G. en Ph. Plubley, *Succesvol solliciteren: onmisbare tips voor het vinden van een (nieuwe) baan*. Amsterdam, Omega boek, (p. 109).
- 10 1981, Geen auteur, *10 vuistregels voor de sollicitant*, Krantengroep De Standaard. (p. 32).
- 11 1983, Jackson, T. en D. Mayleas, *Werk maken van werk zoeken: een praktische handreiking voor creatieve sollicitanten*. Alphen aan den Rijn, Kluwer, (p. 194).
- 12 1984, Hout, A. van den en A. Bessems, *Solliciteren: een avontuur van deze tijd*. Groningen, Wolters-Noordhoff, (p. 60).
- 13 1984, Robertson, J., *Veranderen van baan*. Antwerpen, Het Spectrum, (p. 123).
- 14 1985, geen auteur, *Ik maak er werk van: vuistregels voor de sollicitant, ...*, Een uitgave van de personeelsgids van De Standaard – Het Nieuwsblad – De Gentenaar, (p. 87).
- 15 1989, Hosday, A., *De knapste kandidaat: solliciteren naar een baan, hoe pak je het aan?* Brussel, Uitgave Kampus. (p. 246).

### Periode III

- 1 1992, Van Doorne, J.L. en R. Pank, *Solliciteren en stress*. Brussel, Move Up, (p. 31).
- 2 1993, Bertels, R. en J. Drontmann, *Persoonlijk succes: kwaliteit in solo-, duo- en teamwerk*. Antwerpen, Kluwer, (p. 107).
- 3 1995, Drain, N., *Ik ben de beste. De 10 geheimen van succesvol solliciteren*, Deltas, (p. 93).
- 4 1996, Van de Auwera, F., *Aan de slag ... : solliciteren, van advertentie tot aanwerving*. Antwerpen, Academici Roularta Media, (p. 185).
- 5 1999, Léonard, E., *Solliciteren met success*. Brussel, Move up, (p. 57).
- 6 2000, Briels, R., *Het complete handboek solliciteren: hét naslagwerk*. Rijswijk, Uitgeverij Elmar B.V., (p. 349).
- 7 2000, Kennedy, J.L. en A.W. Pearson, *Sollicitatiegesprek voor Dummies*. Amsterdam, Pearson Education, (p. 249).
- 8 2002, Amos, J.A., *Sollicitatie-gesprekken moeiteloos doorstaan: nuttige tips voor een succesvolle sollicitatie*. Haarlem, e-com publishing, (p. 125).
- 9 2004, Jay, R., *De perfecte kandidaat: Weet wat ze zoeken en zorg dat ze u aan nemen*. Amsterdam, Pearson Education, (p. 209).
- 10 2005, Luijk, F. van, *100 vragen over solliciteren en maar 99 antwoorden*. Amsterdam, Uitgeverij Nieuwerzijds, (p. 221).
- 11 2007, Bolte, G., *Functie: sollicitant*. Utrecht, Spectrum, (p. 149).
- 12 2009, Zwieten, H. van en M. de Grift, *Het merk IK*. Houten, Spectrum, (p. 215).
- 13 2009, Buchel, Y., S. Dinjens, T. Hulswit en L. de Waard L., *Jij bent aan Z: hét praktische handboek voor je loopbaan*. Amsterdam, Uitgeverij Nieuwerzijds, (p. 277).
- 14 2009, Bot, V., *Solliciteren ... Doe je zo!*. Alphen aan den Rijn, Kluwer, (p. 85).
- 15 2009, Bolles, R. (vertaald) *Welke kleur heeft jouw parachute*. Amsterdam, Uitgeverij Nieuwerzijds, (p. 268).