

# Moet kunnen!

J. KUITENBROUWER

"Ik vond die Marc echt waanzinnig."  
 "Fantàtsie, dat werk."  
 "Weird type trouwens, om te zien..."  
 "Die satépennen... kinkyyyy."  
 "Wat vond je trouwens van die beelden van die Van Tol?"  
 "Te-nen-krom-mend slecht! Disgusting. Vond je niet?"  
 "Pijnlijk. Zo gratuit."  
 "Die man ook. Zo artistiekerig. Zo-interessant-wil-len-doenerig."  
 "Ja, zo-goddelijke-inspiratie-op-tochtige-zolderkamer-achtig. Zo *loyaal*. Hou ik helemààl niet van."  
 "So much for mister Van Tol, zou ik zeggen. Maar die schilder."  
 "Perfècto, dacht ik."  
 "Weet je wat het briljante is aan dat werk? Het is hermetisch, en toch open. Mark my words: die jongen heeft een waanzinnig potentieel."  
 "Ook omdat-ie qua markt right-on-target zit, volgens mij."  
 "Absoluut."  
 "Hij moet alleen wel oppassen dat hij niet tè intuëel wordt. Te meta."  
 "Ja, maar dat is nu juist het geniale: het is wild en gestileerd *tegelijk*. Het is *oer* en *meta*."  
 "Ja nee, ik bedoel: het wordt al gauw *méta-meta*."  
 "Dat is waar. Daar moet-ie voor uitkijken."

Hoewel alles er vrij nieuw uitziet, doet de gelegenheid waar dit gesprek gevoerd wordt sterk aan een ijssalon uit de jaren vijftig denken. Er hangen geen vitrages achter het raam, de tapkast is in zachte pasteltinten gelakt, de vloer en het blad van de bar bestaan uit granito, een materiaal dat de meeste aanwezigen hier voor het eerst zagen in de vorm van een gebarsten keukenaanrecht, waar ze als kind hun wang wel eens tegenaan legden omdat het zo lekker koud voelde. Hier mag dat niet. Het meubilair heeft niet die nostalgische, roodbruine gezelligheid die doorgaans met cafés geassocieerd

wordt, maar is van staal en strak van vorm, de buismeubeltjes die sommigen onder de aanwezigen als kind aantreffen in het huis van een excentrieke tante. Het licht komt uit zwarte, op dunne sprietengemonteerde bolletjes. Wie hier een broodje kaas bestelt, krijgt even later een bord voorgezet waarop een stuk Frans stokbrood ligt, belegd met minstens Maaslander maar waarschijnlijk Camembert, omgeven door een kleurig palet van slabladeren, plakjes augurk, tomaat en worteldraden. Welnu, zoals dát broodje kaas zich verhoudt tot het broodje kaas, zo ongeveer verhoudt de taal die hier gesproken wordt zich tot het ABN.

Meestal zijn de yuppies werkzaam in de disciplines die, getuige bijvoorbeeld de portrettengalerij 'Tachtigers' in de Zaterdagbijlage van NRC HANDELSBLAD, in de jaren tachtig zeer in aanzien staan: de semi-zakelijke, half artistieke, trendaangevende métiers: de reclame, de mode, de media, het kunstmanagement en de vormgeving. Niet direct de harde sector, niet de zachte sector, maar de 'snelle' sector. De sector die er zijn werk en in veel gevallen zijn hobby van gemaakt heeft om uit te zoeken wat de 'gewone' mensen nu weer moeten gaan doen. Wat ze moeten gaan dragen, gaan eten en drinken, gaan horen, zien en lezen, wat ze moeten gaan vinden en zeggen. Zoals die richtlijnen in de jaren zeventig uitgevaardigd werden door de -logen en -gogen, door de tegencultuur van de bewustmakers en wereldverbeteraars, zo zijn ze tegenwoordig afkomstig van de 'meecultuur', van de carrièremakers en zichzelfverbeteraars. Hun richtlijnen zijn in alle opzichten anders dan die van hun voorgangers, en dus ook wat betreft taalgebruik. Vond het broodje kaas in de jaren zeventig een eigentijdse vertaling in de vorm van een gekliefde, donkerbruine, zuurgedesemde steen, belegd met enkele plakjes kaas waarvan het verhaal ging dat ze vervaardigd waren door een volledig te vertrouwen, tractorloze Texelse boer, het

taalgebruik onderging een soortgelijke metamorfose: het ging om wat je zei, niet om hoe je het zei. En voor de onderwerpen waar vroeger nooit in gezelschap over gepraat werd, emoties en relaties bijvoorbeeld, werd nieuwe taal getimmerd.

In de jaren tachtig is het precies andersom: wat je zegt doet er niet toe, als je het maar mooi zegt. Het is het verschil tussen: "Nou eh, ik weet niet hoor, maar ik vind dit café er eigenlijk wel een beetje somber uitzien, misschien moeten we nog even een stukje verder zoeken of zo, tenminste, wat vind jij eigenlijk?" en: "No way dat je mij die depri tent inkrijgt, amigo." Wat overigens niet wil zeggen dat de trendsetter van nu zich nooit van zachte sector-taal bedient. In het onverhoopte geval dat hij in een gesprek over iets van persoonlijke, emotionele aard verzeild raakt, ontkomt ook de trendsetter van nu er niet aan, maar in dat geval bezigt hij de zachte sector-frase niet, hij citeert hem, zoals zoveel wat hij zegt eigenlijk een citaat is.

Dank zij een dynamische werkkring en royaal inkomen komt de nieuwe trendsetter nog eens ergens en als een stofzuiger snuift hij overal wat op. Met leuke nieuwe woorden of uitdrukkingen stoelt hij een tijdje en als de nieuwe zegswijze aanslaat, begint deze aan een opmars waarvan het verloop nauwelijks te voorspellen valt. De furore kan na een tijdje tot staan komen, waarna het woord in beperkte kring nog een lang leven kan leiden, maar de verspreiding kan ook reiken tot de diepste diepten van de sociale piramide, net zo lang tot ook de minst modieuze bevolkingslaag ('laggards' noemen marketingdeskundigen ze, een woord dat klinkt als een onderaards grieselwezen en de gevoelens van de marketingman voor deze consument dus goed weergeeft) het heeft overgenomen.

Het achtervoegsel 'mans' dook een paar jaar geleden ineens op in het Amsterdamse persmilieu en terwijl ik dit schrijf hangt aan de muur naast mijn tekstverwerker een groot vel papier met de kreet waarmee mijn chef mij in die jaren aan het werk zette: 'Tikmans!!' staat erop. Het achtervoegsel kan van alles betekenen. 'Tikmans' betekent: vooruit, tikken maar. In de zin 'Er zijn geloof ik wat problemen, qua drinkmans', duidt 'mans' op een dron-

kenschap, maar waarschijnlijker nog op een drankprobleem. In de zin 'Drinkmans?' echter staat het voor: ga je mee wat drinken?

'Mans' mocht ook aan een bijvoeglijk naamwoord geplakt worden en zo ontstond het 'sombarmans', waarmee Remco Campert nog eens een hoofdpersoon zou vernoemen. Even bloeide 'mans' veelbelovend op, maar echt doorgebroken is de uitdrukking nooit. 'Het wel zien zitten', dat zo'n vijftien jaar geleden ineens opdook, is een voorbeeld van een innovatie die het na een gestage opmars vanuit het trend-milieu tot nationaal taalbezit geschopt heeft.

Er moet nog wel iets heel vreemds gebeuren willen taalsociologen de jaren tachtig niet bijzetten als het decennium van de afko. Een definitie voor de afko is moeilijk te geven. Soms is het een afkorting, soms ook niet, soms is het een samentrekking, soms ook niet, soms is het een fantasiewoord, soms ook niet. Eén ding staat vast: een afko is kort en eindigt op een goed in de mond liggende klinker, een 'i', 'a' of 'o' dus. De afko heet afko omdat hij van nature op een 'o' eindigt. Als het werkwoord afkorten was geweest had de afko net zo goed 'afki' of 'afka' kunnen heten. En de 'é' dan, die ligt toch ook lekker in de mond? Dit is een van de vele raadsels die de afko nog omgeven, al is er alle grond te veronderstellen dat 'é' niet in aanmerking komt als slotklinker voor afko's omdat het een te gewone klank is. Hee, o wee, tjee, oh nee, okee, we hebben er al zoveel.

Eén ding staat vast: de afko is de taalgimmiek van het moment voor iedereen tussen tien en vijftig. Ook waar hij precies vandaan komt is nog niet onomstotelijk vastgesteld, dat wil zeggen: waar zijn plotselinge populariteit vandaan komt, want als taalverschijnsel bestaat de afko al heel lang. We zeggen immers bus in plaats van autobus, lab in plaats van laboratorium, bios in plaats van bioscoop, soos in plaats van sociëteit en poli in plaats van poli-kliniek.

Indonesische Nederlanders (indo's) korten namen af. Herman wordt in indo-kringen al snel Her, zoals Maya Ma wordt. In ons ander voormalig rijksdeel Suriname (waar ze suri's maken) werd vijftien jaar geleden al 'demo' gezegd tegen een betoging en 'revo' tegen een revolutionair.

Als er zoiets als yuppiespeak bestaat, dan is het het taalgebruik dat voortspuit uit de ijskoude constatering dat de mens een hebbard is en de hebbard een wolf. Yuppie-taal is darwinistisch: scherp, hard, eerlijk. Yuppies koketteren bijvoorbeeld graag met slechtheid. In plaats van 'dit is mooi' zeggen ze 'oh, hier word ik hebbardig van'. Of 'ik ben stinkend jaloers op je' in plaats van 'goh, wat leuk voor je'. Iemand die eerlijk en integer is noemt een rechtgeaarde yuppie een 'zendeling'. Een ondergeschikte heet denigrerend een 'onderknuppel', een 'waterdrager' of een 'ballenjongen', en de ambitieuze directiesecretaris betitelt zichzelf sarcastisch als 'potloodje'.

Een ander veelzeggend voorbeeld is het aanwijzend voornaamwoord 'die'. De yup zegt niet: "We moesten Wim de Vries eens bellen," hij zegt: "We moeten die Wim de Vries eens bellen." Wim de Vries is een mens, 'die' Wim de Vries is een van de talloze Wimmen de Vries, een inwisselbaar object dus. Dezelfde vervangbaarheid spreekt uit het trendy gebruik van 'die dingen' voor mensen. "Tamils, Tamillen, Temmils, hoe heten die dingen?" "Maar hoeveel van die dingen komen er in godsnaam?" Yuppies zeggen niet: "Is Wim de Vries goed in zijn vak?" ze zeggen: "Die Wim de Vries, is dat wat?" In het negatieve geval luidt het antwoord dan ook niet: "Nee, Wim de Vries is niet goed in zijn vak", het luidt: "Nee, die man is niks," of, nog efficiënter: "Nee, da's niks."

Een stel snelle types zit aan een cafétafel. "Daar zit Wim de Vries," zegt een van hen. Een van de drie kent hem niet. Hij vraagt echter niet: "Wie is dat?" nee, hij vraagt: "Is dat iemand?" Cynisme? Moet kunnen. Subtieler is het iemand harteloos af te doen en de verdenking van harteloosheid direct weg te nemen door al doende juist gevoeligheid van ziel te veinzen. Kenschets iemands optreden dan bijvoorbeeld als 'pijnlijk', zucht 'genant gewoon' of 'tenenkrommend', of maak melding van 'plaatsvervangende schaamte'. Betrokkene is afdoende de grond in gestampt, de spreker heeft de fijngevoeligheid zijner inborst nog even onder de aandacht gebracht.

Het is geen toeval dat de taal die de dingen tot hun materiële kern reduceert - het Amerikaans - de yuppie zo goed ligt. Je komt er in Nederland nog

niet goed mee weg, maar wat zou het heerlijk zijn als je mensen hier, net als in Amerika, eenvoudig kon kenschetsen in de ronde getallen van een jaarsalaris. "Five years ago I had a \$40.000 a year junior executive who is now a \$100.000 vice-president," zegt zo'n Amerikaan gewoon. Dat zou hier ook moeten kunnen. Maar we komen in de buurt, getuige bijvoorbeeld het yuppiewoord 'tonloos', ter aanduiding van schlemielen die geen 'feestinkomen' van meer dan een ton genieten. Het spreekt vanzelf dat zo'n 'tonloze' stumper ook 'turboloos' is. Dat zal wel verband houden met het feit dat hij te weinig 'in de kijker loopt' en dat komt natuurlijk omdat hij te veel 'procesgericht', te weinig 'productgericht', laat staan 'prestatiegericht' is.

Ook houdt de yuppie ervan merknamen te gebruiken in plaats van soortnamen. Je Cartier is je horloge van Cartier, de B&O is de geluidsinstallatie, je regenjas is je Burberry, je koffertje heet je Samsonite of, beter nog, je Halliburton, je Dupont is de 21-karaats gouden aansteker, de Dunhill zo'n zelfde aansteker dan wel een kostbare pijp, de Magimix of - even naar de States geweest - de Cuisinart is de keukenmachine, je whisky heet Chivas Regal, Black Label of Glenfiddich en de auto heet geen auto maar Saab, de BMW, de Mercedes of de Alfa, al dan niet voorzien van de appendix 'turbo'. Het spreekt vanzelf dat de echte yuppie in zijn sprookjesachtige bestaan niet meer toe kan met eenvoudige Nederlandse bijvoeglijke naamwoorden als leuk, lekker en gezellig, maar is aangewezen op de met-koper-ingelegd-marmeren adjectieven als 'delicaat', 'exquis', 'chique', 'elegant', 'gedistingeerd', 'eminent' en 'excellent'. Want 'kwaliteit', 'kaliber' en 'klasse', daar gaat het om. Moet kunnen.

π