

TE GAST



‘Wat bezielt banken om het tutoyeren van hun cliëntèle tot beleid te maken?’ FOTO SHUTTERSTOCK

Waarom die trend van ongevraagd tutoyeren?

Terwijl het ongevraagd tutoyeren de laatste jaren steeds verder lijkt toe te nemen, houden ook de protesten hiertegen aan. De vraag is welke mechanismes hier aan het werk zijn. Wie heeft er belang bij deze collectieve identiteit?

Zijn het nieuwlichters, moderne pr-medewerkers die voordeel zien in joviaal gedrag, ‘woke’ opiniemakers, wereldverbeteraars of cultuurmarxisten? Is het de populariteit van ‘straattaal’ en de toegenomen vergroving van de samenleving? Komt het doordat in het Arabisch, geïmporteerd door nieuwe medelander, de u-vorm onbekend is? Is het de verengelsing van de Nederlandse taal, waarbij abusievelijk wordt verondersteld dat het Engelse ‘you’ het Nederlandse ‘jij’ betekent, terwijl ‘you’ daarentegen een fonetische weergave is van ‘u’?

Vanuit de samenleving was

Klinkt ‘u’ respectvol of juist afstandelijk?

geen duidelijke behoefte aan een wijziging van de bestaande aanspreekvorm. Maatschappelijk draagvlak bleek evenmin aanwezig, integendeel. Het veel gelezen tijdschrift *Libelle* vroeg haar abonnees eens of ze met u of met jij aangesproken wilden worden. De hoofdredacteur schreef mij destijds (december 2012) dat er enorm veel reacties waren gekomen en dat vrijwel iedereen de voorkeur gaf aan ‘u’.

In *De Volkskrant* van 25 maart 2017 meldde de ombudsvrouw, na gemor van columnisten en lezers, dat in de papieren krant niet meer zou worden getutoyeerd. In de nieuwsbrief aan klanten van telecombedrijf Telfort van 3 augustus 2017 verscheen de volgende mededeling: „Klinkt ‘u’ afstandelijk of is het juist een teken van respect? In de vorige nieuwsbrief hebben we het u gevraagd. Het merendeel gaf aan liever aangesproken te worden met de u-vorm. Een goede reden om dat zo te laten.”

Wanneer de lezers van *Libelle* en *De Volkskrant* en het klantenbestand van Telfort (tegenwoor-

dig KPN) representatief zijn, wat mij aannemelijk lijkt, gaat het getutoyeer in tegen de wens van de gemiddelde Nederlander.

Desalniettemin wordt het er de laatste jaren verder doorgedrukt. Het is er ingeslopen bij Radio 4, woekert door in filemeldingen, reclamefolders, de (mail) post van bibliotheek, banken, overheidsinstellingen en Slachtofferhulp. Aanvankelijk digitaal, later ook in de dagelijkse omgang, in restaurants, gezondheidscentra en, tenenkrommend, in bejaardentehuizen.

Wat bezielt conservatieve bolwerken als banken om hun communicatie te populariseren? Het tutoyeren van hun cliëntèle tot beleid te maken, terwijl dit veelal wordt ervaren als infantiliserend en een gebrek aan professionele afstand?

Een zorginstelling die ik vorig jaar benaderde over de popiepopie toonzetting van hun mail, schreef dat hierdoor de relatie tussen patiënt en zorgverlener ‘persoonlijker, vertrouwelijker en minder afstandelijk’ wordt. Er wordt dan voorbijgegaan aan het feit dat zowel patiënten als zorgverleners lang niet altijd verlegen zitten om ‘persoonlijker, vertrouwelijker en minder afstandelijk’ te worden, zeker niet bij een eerste contact. Het kan desgewenst later altijd nog, maar laat het een keuzevrijheid zijn.

Taalgebruik zegt iets over de manier van omgang met elkaar, over wellevendheid. Mensen zijn gelijkwaardig, maar het hoeft geen eenheidsworst te worden. Naast een verschraling van omgangsvormen ontnemt het opgedrongen tutoyeren het individu de vrijheid om zelf de afstand tot de ander te bepalen.

Persoonlijk ervaar ik het vooral als een vorm van ongewenste, door internet gefaciliteerde, ondemocratische machtsuitoefening. Het is verontrustend en bedenkelijk dat zowel instanties als particulieren zich hierdoor op grote schaal laten manipuleren en mennen.

MARIA QUIST
cultureel antropoloog en publiciste
Dwingeloo