

Boerenbruiloftghurt en schabouwelijk: neologismen en vergeetwoorden



Taal leeft. Dat wil zeggen dat er woorden verdwijnen, dat er nieuwe woorden bij komen of bestaande woorden een tweede of andere betekenis krijgen. Dat woorden verdwijnen is wel erg neutraal gezegd. Dat nieuwe woorden of betekenissen ontstaan, wordt meestal goed geboekstaafd, bijvoorbeeld in taalrubrieken in dag-, week- of maandbladen, in boeken die een overzicht van nieuw aangetroffen woorden bieden of in verkiezingen van het woord van het jaar. En in elke nieuwe druk van de serieuze woordenboeken staan honderden neologismen ofwel nieuwvormingen.

Zulke overzichten zijn er niet van woorden die niet of nauwelijks meer gebruikt worden, woordenboeken schrappen gewoon wat niet meer in de gratie is, het valt niet op dat je een bepaald woord al een paar jaar niet meer gehoord hebt. Woorden verdwijnen niet, ze sterven af.

Dat wordt duidelijk zichtbaar als er toch eens een poging tot overzicht gedaan wordt, zoals in *1000 vergeetwoorden om te koesteren* (Utrecht/Antwerpen, 2015). Daarin staan honderden woorden die aangedragen zijn door luisteraars van het radioprogramma de Taalstaat, die een bedreigd of inmiddels uitgestorven woord opperden en aldus het “Gezelschap Van Geadopteerde Vergeetwoorden” vormden.

Woorden als stoop (oude maat voor vloeistoffen), geverseerd (bedreven, ingewijd in), mitsgaders (alsook, benevens) en peeuwen (klagen, jermiëren). Of winterkeuken (gerechten die 's winters gegeten worden), schabouwelijk (zeer bedenkelijk, heel slecht), druistig (wild, onbesuisd), kwispedor (spuwbak) en kalefakker (praatjesmaker).

De schrijfster Nelleke Noordervliet, die de selectie deed, stelt in haar Inleiding: “Dat woorden in onbruik raken is niet verwonderlijk, maar met hun verdwijnen

nemen ze een heel klein stukje geschiedenis met zich mee.” En: “Nee, we kunnen niet alles redden. Maar we kunnen wel onze taal in al haar rijkdom gebruiken.”

Corona

Neologismen ontstaan vaak in een cluster, een woordfamilie, een qua thema of vakgebied samenhangend geheel. Voor de hand liggende voorbeelden zijn popmuziek - rap, ska, grunge, ambient, noise - en de digitale revolutie, de wereld van printen en appen, van vlog en sexten.

Een actueel voorbeeld van zo'n cluster biedt de coronapandemie. Die heeft inmiddels al zo veel nieuwvormingen doen ontstaan, dat Ton den Boon, hoofdredacteur van de Dikke Van Dale, er een heus boek mee kon vullen: *De taal van het nieuwe normaal. Corona in 1000 en enige woorden* (Varik, 2020). Uiteraard komen daarin de termen ter sprake die sinds enige tijd tot ons dagelijks spraakgebruik horen, van af- en opschalen tot lockdown, van virusdreiging en vaccinatiewedloop.



Maar het bevat ook pareltjes, met soms wel een beetje erg ruime toelichting: “doornroosjedeal: afspraak waarbij een levensvatbare onderneming die door bijzondere omstandigheden, zoals corona, financieel in moeilijkheden verkeert tijdelijk uitstel van betaling van de schuldeisers krijgt om niet failliet te hoeven gaan, zodat de onderneming bij een normalisering van de omstandigheden door kan; genoemd naar het sprookje *Doornroosje* van de gebroeders Grimm, dat gaat over een prinses die door een betovering honderd jaar in slaap ligt in een door doornstruiken omgeven kasteel, totdat een prins haar komt wakker kussen.”,

“huidhonger: behoefte aan fysieke aanraking, m.n. bij mensen die langdurig alleen moeten zijn, bv. wanneer ze in hun eentje in quarantaine of zelfisolatie zitten”, “niesdab: niesreflex waarbij iemand zijn neus naar zijn elleboogholte van zijn ene arm brengt en daarin niest, terwijl hij zijn andere arm zijdelings omhoogsteekt, zo genoemd naar de dansmove dab” en “hoestschaamte: schaamte die iemand ervaart als hij hoest in het gezelschap van anderen die weleens zouden kunnen denken dat hij een ziekte heeft waardoor hij anderen zou kunnen besmetten”. Het is niet gewaagd te stellen, dat de meeste van deze woorden en uitdrukkingen zeer tijdgebonden zijn en een volgende druk van de Dikke Van Dale niet zullen halen.

Den Boon ziet trouwens een parallel tussen de opmars van het virus en de groei die hij verwacht voor de pandemieënologieën: "Lexicografisch gezien is dit niet meer dan een eerste inventarisatie van de coronawoordenschat, waarvan de omvang zich de komende jaren ongetwijfeld verdubbelt of verdrie- of verviervoudigt."

Hij schreef overigens ook, samen met Julius ten Berge, het *Verdwijnwoordenboek. Woorden die wegvielen uit onze woordenschat* ('s-Hertogenbosch, 2008).

Scrummen

Waar vergeetwoorden bij gebrek aan gebruik langzaam uit beeld verdwijnen, is van nieuwvormingen meestal wel duidelijk waar en wanneer zij het licht zagen. Als Geert Wilders in de Tweede Kamer de hoofddoekjes van moslima's "kopvodden" noemt, mag u rustig aannemen, dat daar brainstormsessies aan voorafgegaan zijn om tot een term te komen die tegelijk zo kwetsend mogelijk is en makkelijk in het spraakgebruik blijft hangen.



Dus als uw vaatwastabletten "zijdeglansparels" blijken te bevatten of in uw half volkoren zit "broodverbetermiddel", stel u daarbij dan gerust een sessie voor waarin duur betaalde en daarom in strak pak gestoken en in door de zaak geleasde Maserati's rondrijdende copywriters in lange vergaderingen en via speelse associatie-rondes tot die briljante vondsten komen. Japke-d. Bouma kent die sessies uit eigen ervaring en geeft in *Ga lekker zèlf in je kracht staan. De ergste clichés op kantoor* (Amsterdam, 2019) een vermakelijke blik in zo'n brainstormzitting, al heet dat tegenwoordig in die praktijk "scrummen":

"Scrummen is een hele toestand met regels, rollen en pokerkaarten (...). Dat lijkt allemaal niet zo revolutionair, maar het grote voordeel van scrummen is dat er voor al die dingen die we al miljarden jaren hetzelfde deden nu allemaal chille Engelse woorden zijn verzonnen.

Zo heet een manager een 'scrum master', heet het begin een 'kick off', werk je niet, maar hou je korte 'sprints', heet de baas een 'product owner', heeft de klant een 'user story', en wordt de vergadering 'stand up' genoemd omdat je er bij moet staan want anders wordt het een gewone vergadering en dat is niet hip."

Karnevers

Zo'n explosieve combinatie van creativiteit en speelsheid leidt gemakkelijk tot excessen, althans lexicografische. Een praktijkvoorbeeld.

In de jaren zeventig van de vorige eeuw was het oma. Grootmoeders cake, de opoe-fiets, *grandma's freshly baked cookies*: als het maar op de een of andere manier aan een grootmoederfiguur was gekoppeld, gaf dat een product meteen een aura van ouderwetse betrouwbaarheid, vooroorlogse degelijkheid en onweerstaanbare nostalgie.

De advertenties en reclamecampagnes wedijverden om het meest getrouwe cliché van de oer-oma: een door het leven gegroefd gelaat maar met liefdevolle ogen, een brilletje - niet het allergeodkoopste uit de winkel maar toch onmiskenbaar van het ziekenfonds -, vertederend krullende grijze lokken, blauwgrijze spoeling van Schwarzkopf en een zwarte omslagdoek (zelf gehaakt!) rond de schouders tegen een kille nazomerbries.

Maar aan grootmoeders wervingskracht kwam in de jaren tachtig een einde toen de Hema - toch al nooit te beroerd om op een tendens in te haken - de opoe-fiets in haar kleurenfolders opnam. Toen moesten de reclamemakers uitkijken naar een ander clichébeeld. Nou ja, clichébeeld, in reclametermen heet dat vermoedelijk 'een vergeneraliseerd individu met grote identificeringswaarde'. En dat werden Jan en Marie.

Lang voor het op het Binnenhof begon door te dringen, hadden de reclamejongens namelijk al heel scherp door dat het milieu een onderwerp met toekomst was: uitgestrekte groene weiden, tevreden grazende koeien, imposante wolkenluchten boven een polderdijk; u dacht toch niet dat Martine Bijl voor haar lol tussen de spitskolen zat?



Pieter Bruegel de Oude - De boerenbruiloft (1567 of 1568)

De mensen hadden weer behoefte aan bewust eten, aan vers en gezond, aan goed kauwen voor je het doorslikt. Uit die filosofie kwam de boerenlandmelk voort. Vanuit die gedachte werd de met natuurlijke rechtsdraaiende melkzuren verrijkte drinkyoghurt ontworpen. Met dat beeld voor ogen kwam iemand op het idee de eeuwenoude hangop 'umer' te gaan noemen en op het deksel "herinnert aan hangop" te zetten.

En het werkte. Wat het verschil was, wist geen mens, maar het heette boerenland-dit of karnevers-dat, en dus werd het gekocht. En gevreten. Maar er is een grens, zelfs voor reclamemakers. Die werd bereikt toen P.N. - voluit: Boerderijmelkveredeling P(uur) N(atuur), dat zegt eigenlijk al genoeg - een "overheerlijke zachtzure standyoghurt" op de markt bracht. (Standyoghurt is, volgens mijn op kringlooppapier gedrukte microbiologische encyclopedie, een lobbige roeryoghurt. Nu weet ik nog niets.)

Op de beker waarin dit kostelijk vocht verpakt is, prijkt met gepaste trots de naam: Boerenbruiloftghurt van Jan en Marie. Daaronder staat een hoogst onduidelijke afbeelding. Een bejaarde, wat kromgetrokken man giet een emmer leeg in een melkbus - dat zal Jan zijn - en wat verder zit iemand in zo'n alle geslachtskenmerken vervagende overall een koe te melken; dat moet dus Marie wezen.

Wat die twee oudjes, die tweemaal daags door noodweer en tegenwind het land op moeten om de uiers te legen, met een boerenbruiloft van doen hebben, is volmaakt onbegrijpelijk. En dat is misschien ook wel juist de bedoeling, want wat een boerenbruiloft - hossen, hijsen, speeksel dat uit de mondhoeken druipt, een eeltige hand die onder een rok tast; ja, als het op clichés aankomt, weet ik ook van wanten - met de lobbigheid van dioxinevrije melkzuren te maken heeft, zou zelfs de duurste betaalde reclamejongen, Maserati of niet, nog niet duidelijk kunnen maken.

—

Robert-Henk Zuidinga (1949) studeerde Nederlandse en Engelse Moderne Letterkunde aan de Universiteit van Amsterdam. Hij schrijft over literatuur, taal en bij uitzondering - over film.

De drie delen *Dit staat er* bevatten de, volgens zijn eigen omschrijving, journalistieke nalatenschap van Zuidinga. De boeken zijn in eigen beheer uitgegeven. Belangstelling? Stuur een berichtje naar: info@rozenbergquarterly.com- wij sturen uw bericht door naar de auteur.

Dit staat er 1. Columns over taal en literatuur. Haarlem 2016. ISBN

9789492563040

Dit staat er II, Artikelen en interviews over literatuur. Haarlem 2017. ISBN
9789492563248

Dit staat er III. Bijnamen en Nederlied. Buitenlied en film, Haarlem 2019. ISBN
97894925636637