

Is Afrikaans plesierig? 'n Aweregse blik.

Coenie de Villiers

©Coenie de Villiers, 2016

DF Malherbe-gedenklesing aan gebied deur die dept. Afrikaans en Nederlands, Duits en Frans, UV/UFS

[Lesing sonder audio-visuele materiaal]

Universiteit van die Vrystaat

24 Mei 2016

Vice-Chancellor, esteemed guests, ladies and gentlemen

Thank you for the invitation to deliver this time-honoured presentation. I appreciate its historic roots and the important issues it addresses as part of its legacy. You may well wonder why I am speaking English. As an alumnus of this University, and as this is a formal academic function, I thought it would be appropriate to use the recently-chosen official academic language of the University. But I'm afraid tonight it feels foreign to me, given the legacy of the icon this lecture is named for. Also, my personal history at this institution is rooted in the proud language of my mother tongue, the language in which I was educated on this campus. I am afraid I have no choice but to break with the current protocol regarding language, and I thank you for your understanding and patience in this regard.

Dit is daarom 'n wonderlike voorreg om vanaand met u te kan praat – in Afrikaans. En wat 'n plesierige, wonderlike taal is dit nie! Weliswaar nie sonder sy probleme nie, maar dis die enigste taal waarin *TipEx* as flaterwater bekend staan, *jetlag* tog so lekker op die tong lê as jy dit Boeing-babelaas noem, en die taxi-staanplek naam kry as 'n kombikraal. En watter nuutskappings lewer die taal nie op nie: 'n *selfie* staan bekend as 'n ekkie, *rap* word rymklets, en ons stoor data in die kuberwolk.

Dis die taal waarin jou nooi in 'n nartjie kan skuilhou, en die taal waarin 'n Koos du Plessis alleenwees so raak tipeer wanneer hy skryf: weerloos en eensaam,

soos 'n vrou voor 'n spieël. Wat sou ek nie wou gee om in my prulskrywe so 'n enkele, suiwer Afrikaanse liriekreël te kon skep nie!

Ek praat, droom, skryf en doen sake in Afrikaans en ja, helaas, ek probeer ook soms sing in Afrikaans, dikwels tot die ontsteltenis van musikales wat glo ek moet hierdie tydverdryf tot die badkamerstort beperk. Hulle is straks reg, maar dis my taal, en dis vir my lekker om hom te kan gebruik totdat hy blink, soos die spreekwoordelike beitel in die gedig. En só is 'n taal mos nou maar eenmaal: hoe minder jy hom gebruik, hoe dowwer blink sy oppervlak.

Ek praat vanaand met u nie vanuit die perspektief van 'n akademikus, literator of taalkenner nie. Daardie rolle word reeds uitmuntend gevul deur diegene wat vir die taak opgelei is; helaas, ek is nie. Ek is egter 'n geseënde *dilettante* wat om den brode en dikwels om den vreugde met die Afrikaanse taal omgaan; ek is 'n taalpraktisyn wat in die morsige loopgrawe van die media, sakewêreld en vermaakbedryf poog om Afrikaans só te bedryf dat iets van die taal se verruklike aard tot sy reg kan om, en les bes, dat anderstaliges moontlik ook iets van sy krag en skoonheid kan herken. Ek pleeg dus Afrikaans as deel van dit wat ek is.

Toe Hendrik Bibault driehonderd jaar gelede verklaar het, “Ik ben een Afrikcaander,” het hy stellig nie besef watter rustelose gees hy uit die koperlampie van identiteit sou vryf nie. Hy het sekerlik nie antisipeer dat hierdie paar woorde soos die spreekwoordelike vlerke van die skoenlapper eeue later 'n orkaan sou ontketen, nie alleen in die semantiek van die begrip nie, maar in die kultuur, die politiek, en dikwels veel, veel wyer.

Ek gaan my egter nie in die troebel vaarwater van die begrip *Afrikaner* begeef nie; dit laat ek oor aan diegene wat met veel meer wysheid, insig en diepgang met hierdie tameletjie van 'n begrip durf omgaan. Maar Afrikaans, die taal van my hart en my verstand; daardie mooiste van tale wat teen 10 ander meeding in die kakofonie van Suid-Afrika? – wel, dis nie iets ekstrinsiek waaroor 'n mens praat nie. Om dááror te praat, is om te praat oor wie ek is.

Soveel ampstale bring natuurlik hul eie bagasie mee, soos ons daaglik ter plaatse in die dikwels oorverhitte debatte van die dag beleef, maar daar is stof tot dankbaarheid: 'n landjie soos Burkina Faso (wat kleiner as Kwa-Zulu Natal is) het 60 tale en net 3 van hulle het bande met mekaar.

Maar min van hulle het 'n taal soos Afrikaans: 'n taal met soveel veerkrag en soepel skoonheid toebedeel; 'n taal met 'n ryke oes aan letterkunde, musiek

en kuns. My hart het jare gelede gesing toe die tydskrif *Wallpaper* geskryf het dat Afrikaans tog so 'n agterlike en lelike taal is, want toe kon wyle dr Anton Rupert se **Richemont**-groep letterlike miljoene rande aan luukse produkreklame onttrek. Over geset synde: vat aan my taal, dan vat ek aan jou *Louis Vuitton*.

Daar is gewoon niks wat kan vergelyk met die regte respons op die regte tyd nie, en Dr Rupert het deeglik verstaan dat jy opstaan vir jou taalregte, maar nie noodwendig altyd in die middel van die pad nie. Miskien is daar 'n les in vir diegene wat hulle midde-in die taaldebat bevind.

'n Mooi of lelike taal is sekerlik ook 'n subjektiewe begrip, maar een van die mees aangrypende komplimente wat ek ooit ontvang het, was nadat ek in Edmonton, Kanada opgetree het. 'n Engelssprekende Kanadees het na my toe gekom en gesê: *You know, I heard somewhere that Afrikaans was a guttural language, very much like gargling with razor blades. Tonight I realized that it was one of the sweetest-sounding languages that I have ever heard.*

Maar is dit nie net blote sentiment, die oordeel van 'n enkeling nie? Miskien is dit tog juis wat 'n taal maak wat dit is: daardie subjektiewe oordeel van diegene met wie ons dit deel. My taal is hoe my siel klink; hoe my gees homself konstateer en sigbaar maak. En dit op sigself is iets onwykends; 'n verskuiwende teken wat moeilik is om vas te pen.

Virginia Woolf skryf juis in haar dagboek: *One can't write directly about the soul. Looked at, it vanishes.* Maar moontlik sit Woolf die pot mis. Die Duits-Amerikaanse teoretikus Hannah Arendt skryf in haar boek ***The Life of the Mind***: *Nothing and nobody exists in this world whose very being does not presuppose a spectator.*

Ek vermoed dit is ook so met 'n taal: wanneer ons 'n taal gebruik; wanneer dit gelees of gehoor word deur andere – Hannah Arendt se *spectators* – kry dit bestaansreg en kan ons sien hoe ons eie, maar ook ons kollektiewe psige en siel daar uitsien. Anders as Woolf wat glo dat die siel verdwyn wanneer ons hom stip in die oog kyk, vestig taal hom konkreet in die werklikheid om ons in staat te stel om te kan sien wie en wat ons is. So word taal die meganisme wat die siel vir 'n vervlietende oomblik kan vasvang en aanskou, en so word taal die metaforiese *Hadron*-versneller waar ons die onwykende *Higgs Boson*-partikel van ons eie syn kan aanskou.

In die groter wêreld lyk die taal-loopgrawe egter aansienlik minder prosaïes en veel meer uitdagend, en dit nogals in 'n land wat gelyke taalberegtiging oënskynlik voorstaan. Ek dink nie dat Dr Neville Alexander besef het hoe profeties sy 2001 uitspraak sou wees toe hy homself die volgende oor veeltaligheid en die gelykberegtiging van tale afgevra het nie:

If they, the government, are unwilling to do so, then we are faced with a political struggle that may have very serious consequences for this country over the medium to long term. The scenario implies no less that the racial fault line of the South African society of yesterday ... will be replaced by a language, or ethnic fault line.

Ek wonder wat hy sou gesê het as hy in 2016 die daaglikse debat in die pers sou kon volg, en nie net in die Afrikaanse pers nie, maar in die breëre dampkring van die media en veral die nuwe media. Ons is helaas ver verby die donkerkant van sy voorspelling. Die rasse foutlyn maak vandag die sterkste deel van hierdie drieluik uit: die foutlyn van taal, die foutlyn van etnisiteit, en dan die laaste kaart wat 'n strategies-bankrot regering nog kan speel – die kaart van die rasse-foutlyn.

Die ironie van ons kontinent is dat post-koloniale Afrika in die meerderheid van gevalle die koloniale taal as amptelike taal gekies het. Die absurditeit hiervan word duidelik as 'n mens na Namibië as voorbeeld verwys: uit 'n bevolking van 1.7 miljoen mense praat minder as een persent Engels as moedertaal, en Engels is die enigste ampstaal van onderrig.

Suid-Afrika erken weliswaar 11 amptelike tale, maar ons kan ook nie die subteks van absurditeit ontglip nie. Laat my 'n voorbeeld aanhaal waarby Afrikaans vir 'n verandering nie betrokke is nie. Tydens die première van die Suid-Afrikaanse rolprent **Yesterday** het vervaardiger Anant Singh met akklamasie aan die gehoor verduidelik dat hy die rolprent in isiZulu geskiet het, met Engelse subtitels. Alle toesprake daarna het die triomf van isiZulu as inheemse taal besing, maar helaas: elke, enkele toespraak was in Engels.

Maar laat ons as Afrikaanssprekendes ons nie verkneukel in hierdie brokkie post-koloniale ironie nie: ons is dikwels net so skuldig daaraan. Vanuit 'n Calvinistiese agtergrond dra Afrikaanssprekendes – en kom ons noem dan pront blanke Afrikaanssprekendes – 'n geweldige eksistensiële skuld las in die nadraai van apartheid. Hierdie skuld las word vererger deur 'n pragmatiese behoefte aan politieke korrektheid – die eenvoudige drang om oorlewing in 'n

bestel wat implisiet en dikwels oort vyandig staan teenoor Afrikaans, ondanks die verskansing van taalregte in ons land.

Maar kom ons takseer die *realpolitik* van taal aan die hand van 'n ongelukkige verlede: die apartheidsregering het só lank en só luid Afrikaans die taal van rassisme en onderdrukking gemaak, dat baie Afrikaanssprekendes nou huiwerig is om hulle eie identiteit en kultuur uit te leef. Dit was ook die geval in Duitsland ná 1945 waar 'n generasie van Duitsers eweneens skroomvallig was om hulle taal en kultuur te vier. Dit is in hierdie vakuum waarin die regering nie-rassigheid en nie-etnisiteit sterk aan een “nuwe” taal koppel: generiese, Suid-Afrikaanse Engels. Dis die taalekwivalent van 'n sokkie: *one size fits all*.

Dit laat nie alleen blanke Afrikaanssprekendes in 'n ongemaklike *zwischenwelt* waarin hulle soek na vaste taal- en kultuurbakens nie, maar ook bruin Afrikaanssprekendes soek dikwels na 'n talisman wat hulle in staat sal stel om vastigheid onder hulle taalvoete te voel. Ek wil my geensins aanmatig om namens die bruin sprekers van Afrikaans te praat nie, maar ek vind telkemale – en met hartseer – dat in baie onderhoude wat ek oor dekades heen met bruin persone gevoer het, hulle ongemaklik voel omdat hulle nie sogenaamde “standaard”-Afrikaans praat nie, of omdat hulle na hulle eie mening dit nie suiwer genoeg praat nie. Enkeles het selfs apologie aangeteken dat hulle “kombuis”-Afrikaans praat, ondanks die feit dat hulle die soetste en mooiste Afrikaans denkbaar besig.

Aan blanke Afrikaanse kant lewer hierdie soeke na 'n taal en kultuur-identiteit in 'n dikwels onvriendelike omgewing soms sorgwekkende neweprodukte op. Die *De La Rey*-fenomeen het 'n paar jaar gelede almal onkant betrap – en die skeppers van die liedjie was die eerstes om dit te erken. Die tsoenami van emosie wat met die liedjie gepaard gegaan het, is tekenend van 'n dieper behoefte van veral jonger mense om onbeskaamd en sonder apologie hulle taal en kultuur te beoefen. Dis goed en reg, en elke landsburger wat aan 'n taal- en kultuurgroep behoort, het die reg om dit uit te oefen. Dit is per slot van sake wat 'n gelykberegtigde, demokratiese grondwet elkeen waarborg. Die groot vraag en uitdaging is natuurlik *hoe* 'n mens dit doen.

Wyle Prof Jakes Gerwel het dit destyds netjies verwoord wanneer hy sê:

Volgehoue groei en lewenskragtigheid in Afrikaans is 'n uiters belangrike komponent in die stukrag agter veeltaligheid, wat een van die

grondwaardes in ons grondwetlike en samelewingsvisie is. Misluk Afrikaans gaan die taal agteruit, word die taaldinamiek van sosiale verskeidenheid ernstig ondermyn, en terugskram oor enige aspek van ons diversiteitstrewes is ongesond vir die soort demokrasie en samelewing wat ons hier probeer vestig.

Hy gaan voort:

Die gesondheid van die Afrikaanse taal en leefwêreld is, gegewe die politieke geskiedenis van die taal, 'n belangrike indeks van hoe goed dit gaan met die interne versoening van die Suid-Afrikaanse nasie.

Helaas: wanneer ons die *De la Rey*-fenomeen as indikator van hierdie indeks gebruik, is die resultaat nie goed nie. Daar is veral twee aspekte wat sorgwekkend is: eerstens, hoe diep en akuut die gevoel van *verfremdung* van hul eie taal en kultuur deur die jonger geslag ervaar word, maar tweedens die soms onoordeelkundige gebruik van onder meer ikons uit die apartheids-era, dikwels sonder die insig en oordeel om te verstaan hoe negatief en kwetsend die flamboyante gebruik daarvan kan wees. En ons moet in gedagte hou die *De la Rey*-fenomeen was 'n kortkopskoot vóór die grootskaalse ontplofing van sosiale media.

Dit sou gewoon te maklik wees om slegs die regering se taalbeleid en/of die gebrekkige toepassing daarvan te blameer vir die onsekere taalmoeras waarin Afrikaanssprekendes hulleself bevind. Ons is dikwels mede-aandadig aan die vyandigheid en selfs wrewel jeens Afrikaans, en ons wakker hierdie sentimente aan deur optrede wat soms uit liefde vir die taal gemotiveerd is, maar dikwels die presiese taal wat ons probeer bevorder, benadeel.

Ek wil weer eens benadruk dat 'n mens sonder skroom of vrees moet opstaan vir jou taal, maar nie noodwendig in die middel van die pad nie, en nooit só dat jy die morele kompas van menswees prysgee nie. Om vir Afrikaans standpunt in te neem, beteken nie dat jy elke veldslag moet wen en daardeur die oorlog verloor nie.

Die simboliese krag van om soos 'n Don Quixote van ouds 'n windmeul te bestorm is goed en wel, maar ware bemagtiging vir Afrikaans sal nie noodwendig in die howe of in die parlement plaasvind nie. Dit sal plaasvind wanneer Afrikaanssprekendes hulself en hul taal daagliks handhaaf met die meriete, menswaardigheid en respek wat hulle glo die taal – en hulself – verdien.

Dit sluit in die verantwoordelike gebruik van sosiale media, wat in hierdie betrokke tydvak van die media se groeikurwe soms liefs die *anti-sosiale* media genoem moet word. Marshall McLuhan se *Global Village* is vandag 'n werklikheid, maar dis 'n dorpie waarin die rioolwater telkemale in die straat afloop en kinders nie net daarin speel nie, maar dit dikwels help skep. Aldous Huxley se *Brave New World* is toe helaas minder braaf: dit skuil agter die masker van anonimiteit; dis 'n wêreld waarin vryheid van spraak ten alle koste aan die groot klok gehang word, en die verantwoordelikheid wat daarmee saamloop, terstond agterweë gelaat word.

Hierdie verantwoordelikheid (wat noodwendig die keersy van die munt uitmaak wanneer ons oor vryheid van spraak redeneer), word verwoord deur Professor George Claassen, direksielid van die Internasionale Organisasie van Nuus-ombudspersone, wanneer hy grondwetlike kenner Professor Pierre de Vos se standpunt onderskraag: *I agree with him that the absolutist position on free speech is therefore not only immoral and conceptually incoherent, it is also politically unwise.*

Professor Anton Harber noem die nuwe media 'n "echo chamber" waarin die radikale sienswyse, die aweregse standpunt, en die aanvegbare, oningeligte en ondeurdagte mening van die *outsider* dikwels as die norm voorgehou word; dit kry disproporsionele vasstrapplek in die diskoers van die dag, en bepaal sodoende die agenda van ons lewens deur middel van die kringfluit-aspek waarna Harber verwys. En Afrikaans en Afrikaanssprekendes is volledig deel van hierdie wêreld: 'n wêreld wat alles insluit van die Kardashians tot by die kwasi-haatspraak van 'n Donald Trump.

Die plaaslike lakmoestoets van die krag van die nuwe media is die onlangse geval waar 'n enkele mossie die hele somer befonkfaai het. Ek verwys na die geval van Penny Sparrow, en die nadraai van haar ondeurdagte en kwetsende kommentaar. Maar sy is dan *Engels*, hoor ek u teenkap. Natuurlik: dis hoekom ek haar aanhaal. Diep binne onself is Afrikaanssprekendes maar net te bly dat 'n Engelssprekende vir 'n verandering die sluise van oordeel oopgetrek het en nie onself nie, ondanks die feit dat Afrikaanssprekendes as taalgroep in die uitspeel van hierdie scenario 'n stewige dwarsklap op die hals gehaal het.

Maar Afrikaanssprekendes maak ook daarna, soos 'n Uilspieël van ouds. Selfs die oordeel wat 'n mens van 'n regter verwag, faal die toets. Die waarheid is: sommiges van ons neem alte dikwels net so onoordeelkundig en kwetsend aan 'n debat deel waar ons ons menswees inboet vir daardie skeutjie seratonien

wat 'n paar *Facebook* "likes" moontlik kan verskaf. Soos in die Colosseum van ouds, moet die kuberskare hier besluit wie moet lewe en wie moet sterf deur die duim eenvoudig na bo of na onder te klik, en ons word gewillig deel van die naamlose *vox populi*.

As Afrikaanssprekendes is ons geneig om *de facto* te aanvaar dat die taal verguis word deur die hoofsaaklik swart, voorafbenadeelde gemeenskap. Soos vroeër genoem, leef die skaduwee van Afrikaans as die taal van die onderdrukker dikwels sterker voort in ons eie gemoedere as in dié van andere, en ek wil graag 'n voorbeeld aanhaal wat nie uit die verleidelik-maklike wêreld van die sosiale media geredelik nader gehark word nie.

Reeds aan die begin van 2007 het die Johannesburgse Ontwikkelingsagentskap en die Stadsraad van Johannesburg die ATKV daardie jaar as neutrale kulturbondgenoot genader om 'n reuse Afrikaanse konsert in die hart van die stad, die sogenaamde Newtown-stadsbuurt, aan te bied. Hierdie instansies het dit duidelik gestel dat Afrikaans weer sy regmatige plek in Gauteng moes inneem, langs ander kultuurgroepe en taalfeeste soos die Sjinese Nuwejaarsfees of die Indiese *Diwali*-kultuurfees, wat ook in samewerking met die Stad Johannesburg aangebied word. In daardie jaar het die *Diwali*-fees ongeveer 45 000 feesgangers gelok.

Laat daar geen twyfel wees dat hierdie uitreik na die Afrikaansprekende nie blote vertoon was nie. Die infrastruktuur vir die konsert op die Mary Fitzgerald-plein in Johannesburg – dit sluit in die koepeltent, klank, waterdigte sekuriteit, parkering, reklame, ens. – het miljoene rande beloop. Op die verhoog was die spektrum van Afrikaanse talent in 'n voldag-program, asook kunstenaars soos die **Soweto String Quartet** wat hulle Afrikaanse treffers CD tydens die geleentheid bekend gestel het.

Daar was geen sweem van animositeit teenoor Afrikaans in die aanloop tot en tydens die aanbied van die konsert nie. Honderde duisende rande se reklame en redaksionele blootstelling (interessant genoeg ook ongevraagd in die Engelse media) het die boodskap wyd verkondig. FIFA het aan boord gekom as deelgenoot om die voorloop van die sokker-wêreldbeker te antisipeer en te vier, en as gebaar om Afrikaanssprekendes deel te maak van die aanloop tot die Wêreldbekerjaar.

Helaas, in 'n land waar Afrikaanssprekendes dit dikwels tradisioneel moeilik vind om die spreekwoordelike Rubicon oor te steek, was hierdie dag geen

uitsondering nie. Minder as 'n honderd Afrikaanse mense het kans gesien om die Nelson Mandela-brug oor te steek om die konsert – wat gratis aangebied is – by te woon. Daar was plek vir tienduisend. Die destydse burgemeester Amos Masondo het die konsert deur die loop van die dag bygewoon, en sy vraag het in 'n kits die geleentheid opgesom: *What a marvellous occasion this is, and what a great concert, but where are your people?*

Die antwoord was enersyds kompleks maar andersyds brutaal eenvoudig: Afrikaanssprekendes was gewoon nie emosioneel en fisies gereed om die brug oor te steek nie, en het in die proses 'n gulde geleentheid van versoening en ja, bemarking, verpas. Nie alleen dit nie: dit was 'n verlore geleentheid vir Afrikaans om weer eens trots en selfversekerd sy stem te laat opklink langs al die ander tale in ons land – presies daar waar die Suid-Afrikaanse grondwet hom verskans het.

Jy kan 'n taal se plek in wetgewing reserveer, al is daardie wetgewing hoe goed of hoe mank, maar in die finale analise is dit die sprekers van daardie taal se taak om die ruimte te vul met die klank van sy letterkunde, sy musiek, sy ekonomie, sy kultuur en les bes, sy *menschkeit*.

Ek het nie die begrip bemarking vaneffe lukraak gebruik nie. Die bemarkingwêreld is waar ek my professioneel bevind, en ek het gewonder of die bemarkingsdissipline en kennis-korpus vir ons 'n leidraad of twee kon gee oor die welstand en oor die oorlewing van 'n taal – in hierdie besondere geval dan Afrikaans. Sou die taal as *handelsmerk* kon oorleef?

As u my hierdie verbeeldingsvlug sal toelaat, moet ons saamstem oor een *caveat*, en ons moet tweedens 'n bepaalde bemarkingstemplaat kies waaraan ons 'n taal as handelsmerk kan toets; 'n “bril” waardeur ons die taal as handelsmerk kan takseer – hopelik so objektief as was 'n taal en templaar 'n mens kan toelaat om te doen.

Allereers, die *caveat*. Ons knor en korswil dikwels dat die oplossing vir die uitdagings van ons land *harde werk* is: mense moet ophou wens dat die regering vir hulle iets moet doen, hulle moet opstaan, en gewoon harder en langer werk. As u daarmee akkoord gaan of as u al ooit hierdie argument in welke vorm gebruik het, kan 'n mens dit kwalik beter verwoord as John F. Kennedy se onvergeetlike diktum: *Ask not what your country can do for you, but what you can do for your country.*

Kom ons aanvaar vir die doeleindes van vanaand se gesprek dat ons hierdie diktum ook op ons eie taal van toepassing kan maak, met ander woorde: *Moenie vra wat vir jou taal gedoen kan word nie, maar wat jou taal vir ander kan doen.* Dit dan die gemeenskaplike *caveat* waarmee ons wegspring.

Vir die bemarkingstemplaat steek ons kers op by Joseph Pine en James Gilmore se grensverskuiwende publikasie in die **Harvard Business Review** van 1998, waarin hulle die sogenaamde *Experience Economy* omskryf. Hulle volg dit dan ook op met 'n gelyknamige boek. Hierdie outeurs redeneer oortuigend dat 'n handelsmerk of sake-instansie 'n onvergeetlike ervaring moet skep vir verbruikers of kliënte; hierdie onvergeetlike herinnering word as't ware dan die "produk" en bepaal uiteindelik die waarde van die handelsmerk. Die konsep het met rasse skrede ontwikkel en 'n neerslag in menige dissipline gevind, onder andere toerisme, argitektuur, die eiendomsmark, en dies meer.

In die bemarkingssfeer staan hierdie eenvoudige dog belangrike beginsel vandag as *Experiential Marketing* bekend, oftewel Ervaringsbemarking. Dit is daardie bemarkingsaksies waar die ervaring van die interaksie tussen gebruiker en produk – of in hierdie geval tussen taal en ontvanger – die waarde van die taal bepaal. Die uitkoms van ervaringsbemarking is dus om 'n emosionele band tussen die verbruiker en die handelsmerk te skep. Die Amerikaanse skrywer Maya Angelou som dit goed op wanneer sy skryf:

People will forget what you said

People will forget what you did

But people will never forget how you made them feel.

Daar is 'n magdom voorbeelde van ervaringsbemarking, maar twee voorbeelde wat die konsep goed illustreer (en nie noodwendig die impak van taal nie) is advertensies van **Coca Cola en National Geographic. Beide hierdie produkte se advertensies (voorbeeld vertoon) dui aan dat** die verbruiker 'n intense, positiewe ervaring beleef tydens die interaksie met die handelsmerk – iets wat sal resoneer lank, lank nadat die interaksie self iets van die verlede is. Herhaal hierdie positiewe ervaring keer op keer, en die handelsmerk sal die kosbare eiendom van die verbruiker se geestelike goedere word.

Bemarkingskundige Matt Banner isoleer ses riglyne om 'n onvergeetlike bemarkingsveldtog te lanseer wat verseker dat die ontvanger van die boodskap emosioneel by die boodskap betrokke raak en bly. Ek wil hierdie

riglyne vinnig aan u voorhou, en wel aan die hand van Afrikaanse reklameveldtogte; helaas, die voorbeelde van Afrikaanse ervaringsbemarking in die ware sin van die woord – dws. in die vorm wat ons dit vroeër genoem het met **Coca Cola** en **National Geographic** – is ongelukkig te dun gesaai om geredelik aan u voor te hou. Ek was egter bevoorreg om te dien as ‘n **Pendoring** Reklame-toekenning beoordelaar, en ek glo dat Afrikaans ook in hierdie kategorie ‘n skeppende holte vir sy voet sal vind. My dank ook aan die **Pendoring** bestuur vir die voorbeelde uit die afgelope paar jaar se inskrywings wat ek aan u wil noem. Hierna gaan ons die taal en ons omgang daarmee aan hierdie riglyne toets.

Om dus terug te keer na Banner se ses riglyne: die eerste riglyn behels die **vestiging van gesaghebbendheid en geloofwaardigheid**. Die mense aan wie jy jou boodskap aanbied moet dit as gesaghebbend dekodeer; dit moet diepgang en detail vertoon; dit moet wyd kruisverwys en intertekstueel kommunikeer. Les bes moet dit aan die ontvanger ‘n kernboodskap en inligting kommunikeer waarby hulle kognitief en emosioneel kan aanklank vind.

Dis interessant om te sien dat **Cell C** hard probeer om hulle Afrikaanse gebruikers deur ervaringsbemarkingstegnieke in te bind. Aan die begin van hierdie maand is die eerste slegs-Afrikaanse selnetwerk, **BokSel**, op die rug van die **Cell C**-netwerk geloods. Hierdie netwerk is soortgelyk aan die **FNB Connect**-netwerk, en is ‘n voorbeeld van – in bemarkingsterme – ‘n klassieke sogenaamde “white label” produk aan die mark. Alle kennisgewings is in Afrikaans en daar is ook ‘n koppeling aan die Afrikaanse gemeenskapsdiens **Bok Radio**. Of dit gaan werk, sal die mark bepaal.

Die vorige nuwe-media aanbod aan die Afrikaanse mark was ‘n hibriede derivatief van ‘n platform soos **Twitter** met die naam van **Toeter**. Dit het nie werklik in die mark traksie gevind nie: dis baie moeilik om markleiers te onttroon bloot op grond van taalgebruik. Daar moet eenvoudig ‘n ietsie ekstra as waardetoevoeging bygeroer word.

Die volgende riglyn wat Banner aandui, is om jou gehoor of ontvanger te **verstaan as ‘n koper van dit wat jy aanbied**. Verstaan ons hulle behoeftes, belange en aspirasies? Hoe verbruik hulle die tradisionele en nuwe media? Wie is hulle en watter lewens lei hulle? **Huisgenoot se TV advertensie** is ‘n goeie voorbeeld van hoe hierdie eienskappe in die Afrikaanse leefwêreld neerslag vind.

En net om te bewys hoe goed ons die Afrikaanse leefwêreld verstaan (al word die betekenis van die boodskap oorspronklik verdoesel), kan u gerus luister na die **Toyota radio advertensie**.

Banner se volgende riglyn is om **‘n storie te vertel wat ‘n emosionele verbintenis** kan vestig. Is dit ‘n verhaal waarby my gehoor kan aanklank vind, of ‘n leefwêreld wat hulle onmiddellik verstaan? Skep dit ‘n vertrouenswêreld waar die ontvanger van die boodskap hom of haar daarmee kan vereenselwig? **As u na die Dail Direct radioflits luister, kan u self daaroor besluit.**

Banner meen voorts dat dit krities noodsaaklik is om **soveel van die ontvanger se sintuie as moontlik te betrek**. Dis natuurlik nie altyd moontlik nie, maar in die digitale arena sluit dit veral nuwe media in: potgooie om die ouditiewe te betrek, die klank- en beeld-platvorms wat slimfone bied, die gratis produkte wat uitgedeel word om kliënte te betrek. **Een so ‘n voorbeeld** kom helaas nie uit die Afrikaanse reklame-omgewing nie, maar is ‘n dubbeldoor-wenner: enersyds is dit ‘n uitmuntende voorbeeld van in-die-kol ervaringsbemarking, maar daarbenewens betrek dit werklik állesintuie – ook die smaaksintuig. **Coca Cola en James Bond** het onlangs kragte saamgespan om gratis kaartjies na ‘n nuwe **James Bond**-rolprent weg te gee – **voorbeeld vertoon**.

Banner meen voorts dat **handelsmerk-ambassadeurs** – indien reg aangewend – ‘n belangrike rol te speel het wanneer dit kom by handelsmerk-aanklank. Die sogenaamde “halo” of stralekrans-effek in bemaking behels dat die eienskappe van die ambassadeur wonderbaarlik oorgedra word aan die ontvanger of verbruiker: bloot die dra van ‘n betrokke horlosie of sportdrag kan jou in ‘n kits in ‘n Tiger Woods of Roger Federer verander. Mense vind aanklank by die ambassadeur, en glo dat hy of sy hul leefwêreld verstaan; daarom bereik reklameflitse wat daarop voortbou ongekenende sukses.

‘n Verdere riglyn aldus Banner, is die kwessie van **konsekwentheid**. Die deurlopende, herhalende tema van die boodskap versterk die ontvangs en retensie daarvan, en Afrikaanse drukreklame slaag besonder goed hierin. Daar is **byvoorbeeld** die **BMW-veldtog** wat bestuurders nooit om die langpad aan te durf met ‘n Afrikaanse lied in die oor.

In die BMW veldtog sal u deurgaans sien dat die ontwerp-elemente, die stilistiese uitleg en die inhoud konsekwent die deuntjie as’t ware herhaal. So is daar ook bepaalde veldtogte wat net deur persone in bepaalde leefwêreldes verstaan en dekodeer sal kan word. **Clover het byvoorbeeld onlangs ‘n**

veldtog geloods wat waarskynlik net deur die Afrikaanse gemeenskap gedekodeer sou kon word – voorbeeld vertoon.

Enkele veldtogte (vertoon voorbeeld) spreek nie net tot die Afrikaanse oor en oog nie; dit wip selfs oor die taalgrens en kan in beide Afrikaans en Engels gelees word – dit spreek beide taalgroepe aan en verg slim en fyn beplanning.

Terwyl ons dan oor die taalheining loer, is dit die ideale geleentheid om te kyk hoe Afrikaans as 'n handelsmerk sal vaar. Ons het uit die voorbeelde, en gemeet aan die riglyne, gesien dat Afrikaans knap as reklametaal vaar, maar kan hy die mas opkom gemeet as 'n handelsmerk in ervaringsbemarking of -kommunikasie?

Hier moet ons weer Maya Angelou se woorde opnuut onthou:

People will forget what you said

People will forget what you did

But people will never forget how you made them feel.

Ons moet ook ons ooreengekome *caveat* van vroeër onthou: *Moenie vra wat vir jou taal gedoen kan word nie, maar wat jou taal vir ander kan doen.*

Gemeet aan hierdie bakens, en getoets aan Banner se ses riglyne vir handelsmerksukses in ervaringsbemarking, dink ek Afrikaans vaar nie altyd so goed as wat dit kan nie. U sien, dis nie die *taal* wat onder die mikroskoop moet wriemel nie; dis nie Afrikaans wat getoets word nie: dis *ons*, die praters, skrywers, denkers, doeners en twieters daarvan wat gemeet word deur die oë van die sogenaamde *spectators* waarna Hannah Arendt vaneffe verwys het.

Die *spectator* ervaar ek en my taal as één, en as my optrede teenoor ander mank gaan aan menswaardigheid, medemenslikheid, respek en basiese hoflikheid, word nie ek alleen daaraan gemeet nie, maar my taal ook. Kom ons toets dit vinnig aan Banner se riglyne:

Een: As ek my medemens, my mede-landsburgers en anderstaliges stief behandel, of vanuit 'n posisie van arrogansie die gesprek aansê, kan ek kwalik aanspraak maak op gesaghebbendheid of geloofwaardigheid. En helaas, indien ek as persón dit nie kan verdien nie, is daar geen manier dat my táál dit kan verdien nie.

Twee: Maak ek dit my taak om diegene met wie ek in Afrikaans, en as Afrikaanssprekende kommunikeer, werklik te verstaan? Is dit my erns om met

hulle te kommunikeer as persone vanuit 'n ander verwysingsveld en agtergrond, maar met die nodige respek wat hulle noop om daardie respek terug te kaats?

Drie: Is my narratief 'n storie wat diegene met wie ek kommunikeer aangryp; 'n verhaal of storie waarby hulle kan aanklank vind of 'n emosionele band mee kan smee? Over geset synde: is ek bereid om iets van myself te deel en prys te gee? Die gemene deler tussen *mense* sal altyd groter as die *taalverskil* wees.

Vier: Kan ek my Afrikaanswees só deel, dat mense dit – en noodwendig ook die kultuuragtergrond waaruit ek kommunikeer – kan waardeer? Wat hoor en sien hulle as ons ten volle sintuiglik inligting uitruil? Daardie ervaring sal nie alleen bepaal wat hulle van jou as persoon dink nie, maar wat hulle van jou taal dink.

Vyf: Hoe tree ons op as handelsmerk-ambassadeurs? En onthou die handelsmerk ter sprake is nie net die *taal* nie, maar ook *onsself*. Handhaaf ons onself met die waardigheid en die respek waarmee ons verwag die taal ook ervaar moet word? Wanneer ek op *Facebook* kommunikeer, wanneer ek twiet, is dit met die menslikheid en waardigheid waarmee ek verwag mense my en my taal moet behandel? Integriteit is per slot van sake dit wat ons doen en sê wanneer ons dink niemand kyk of hoor nie; of ten beste, net diegene wat ons in daardie binnekring van *Facebook* vriende toelaat.

Ses: Is ons konsekwent in hoe ons mense in ons taal behandel, of wissel dit na gelang van ons persepsie van hulle: hulle sosiale status, hulle ras, hulle beroep, hulle werkloosheid? Want hoe ons almal oor dieselfde kam skeer, sal bepaal hoe ons – en ons taal – perseptueel waargeneem en getakseer word. In bemarking – en ervaringsbemarking is geen uitsondering nie – is persepsie die werklikheid.

Ek weet nie wat die antwoord is nie, want dit sal verskil van mens tot mens. Dis per definisie subjektief. Ek glo egter dat as ons ons visier omkeer en nie vra wat die wêreld vir Afrikaans kan doen nie, maar vir 'n verandering vra wat Afrikaans en by name iedere gebruiker daarvan vir ándere kan doen, dan het ons op goeie Brits *a fighting chance* dat Afrikaans nie slegs sal oorleef nie, maar dat dit sal gedy. Dít is inderdaad die waardevolle brokkie wysheid wat ons by Kennedy kan ontleen en aan die oor en in die mond kan knoop.

Opgekook en afgewater kom dit neer op daardie reëls van Maya Angelou wat ons vir die doeleindes van vanaand se gesprek gerus kan aanpas om te lees:

People will forget what you said

People will forget what you did

*But people will never forget how you made them feel **and the language you used to do it in.***

Want ondanks die lens wat ons op die taal en op onself draai, en die ooglopende oordeelsfoute wat ons maak, glo ek ook ons maak minder sodanige foute as wat 'n mens kan verwag in ons oorverhitte hutspot van 'n land. Ons kan nog die luukse geniet om Afrikaans in die enklawes van die akademie te analiseer, maar Afrikaans is ook die leksikon van oorlewing, die gebruiksmidde en 'n tong van vreugde daar buite: vanaf Linden in Johannesburg tot in die Riemvasmaak se sand, vanaf Moorreesburg waar hulle hom so lekker kan bry tot op die Cape Flats waar die graffiti luidkeels Afrikaans uitbasuin – ja, die taal is oral, en hy is nie bietjie plesierig nie!

Ek was bevoorreg om onder meer in my dokumentêre TV-reeks '**n Ander Wêreld** Afrikaans in elke vorm, kleur en geur te kon meemaak: vanaf die soetste Afrikaans in 'n eenvoudige vissershut aan die Weskus, tot by die breedsprakige Bergies van die Kaap wat Afrikaans kan laat brand soos 'n warm breyani; vanaf Etienne van Heerden se fyn, fyn net van die woord tot by die Klopse wat Afrikaans sing dat Tafelberg antwoord gee. Dit was my voorreg om in my dokumentêre program **Vat die Rap** saam met kletsrymers te kon werk, rug-aan-rug met legendes soos David Kramer, Anton Goosen, Lucas Maree, Rina Hugo en les bes Steve Hofmeyr, en dit was 'n heerlikheid om te kan sien hoe ons taal oor grense – anderkant etnisiteit en generasies – mense kan laat lag en huil en sing, en meer as enigiets ander, mense kan saamsnoer. **Die jong rapper, Vito, werk byvoorbeeld saam met David Kramer om Namakwalandse Afrikaans 'n rap-klank te gee – voorbeeld vertoon.**

En Afrikaans se voorste kletsrymer Simon Witbooi aka Hemelbesem werk die gal van Steve Hofmeyr se Pampoen behoorlik – voorbeeld vertoon.

Dis beslis nie vir elke dam se eende nie, maar Afrikaans lééf, en is besonder plesierig, en gaan voortbestaan solank as wat ons daarin lag en praat en sing en dit nie doodsmoor met reëls en voorskrifte nie. En dan ook natuurlik solank as wat ons nog die grense van ons taal kan verskuif – en toelaat dat die bakens net so effe versit mag word. Ek het meegemaak aan **Hemelbesem** se vertoning **Die Afrikaansvatter** wat hierdie jaar by die **KKNK** die **Kanna**-toekenning as beste musiekvertoning gewen het.

Miskien was Vincent Oliphant dan tóg reg in sy gedig oor Afrikaners, want hy skryf aan die einde daarvan:

Ek het nader geleun

En 'n hart hoor klop

En my eie taal hoor praat

En dit was nie te laat.

En dit was nie te laat.

Hoe moet ons ten slotte dan voel oor onself en oor Afrikaans? As dit 'n resep was, sou ek voorstel ons roer een skeut bekommernis by, twee groot lepels optimisme, 'n stewige porsie mededeelsaamheid, 'n knypie akademiese kennis en ons sit dit voor in 'n flik, 'n advertensie, 'n lied, 'n boek, 'n grap en hier en daar 'n verhandeling.

Ek dank u.