WYNIA'S WEEK

We gaan allemaal 'je' heten in plaats van 'u'

Door Hans Van Willigenburg - 10 april 2025
Geplaatst in Communicatie - Taal

'Kom je er niet uit?'

Dit is een van de standaard-beginzinnen van een chatbot genaamd 'Billie', die namens Bol.com wordt afgestuurd op klanten die om wat voor reden ook de behoefte voelen om met Bol in contact te komen. Behalve dat het zinnetje servicegericht en hulpvaardig klinkt, en 'Billie' zich dus onmiddellijk een aura van toffe peer lijkt aan te meten, is het volgens diverse bronnen ook in bedrijfseconomische termen een doorslaand succes: deze chatbot weet ruim zeven van de tijdelijk gedesoriënteerde tien Bol-klanten van een bevredigend antwoord of advies te voorzien zonder de tussenkomst van een mens.

Overgeheveld naar AI

De klachtenafhandeling bij Bol zal noch het eerste noch het laatste bedrijfsproces zijn waarbij maximale inspanning wordt geleverd om de mens buiten de deur te houden. Met de spectaculaire opkomst van AI grotendeels nog voor de boeg, ligt het in de lijn der verwachting dat er de komende jaren complete sectoren, alsook complete processen binnen die sectoren, vanwege kostenoverwegingen uit mensenhanden getrokken gaan worden en overgeheveld naar AI.

Niet voor niets bestaan de meest tot de verbeelding sprekende succesverhalen uit de recente bedrijfshistorie niet meer uit de gestage opbouw van imperia die op diverse continenten in grote kantoorreuzen gehuisvest zijn, maar uit slimme stukjes software die in kleine kring zijn ontwikkeld. En

We gaan allemaal 'je' heten in plaats van 'u'

van de ene op de andere dag in de vorm van een icoontje op ons telefoonscherm verschijnen, waarvandaan ze ons, eveneens zonder tussenkomst van een mens, sneller en goedkoper dan de concurrentie een dienst leveren: of die nu met logistiek, informatie, distributie of direct economisch gewin te maken heeft. Zo werken er volgens de laatste schattingen amper tweehonderd mensen bij een van de meest spraakmakende AI-bedrijven van de laatste tijd, DeepSeek (in Hangzhou, China).

Terug naar de beginzin van chatbot 'Billie', naar 'Kom je er niet uit?'. Je zou je kunnen afvragen, en misschien moet je daar een bepaalde leeftijd voor hebben, waarom je door Bol – die ongetwijfeld je geboortedatum weet – niet wordt aangesproken met 'Komt u er niet uit?' Is de 'u'-vorm niet een tikkeltje beleefder? En correcter? En daarmee ook logischer, gezien het feit dat er geen amicaal kopje thee of koffie tussen de gesprekspartners in staat, maar er slechts sprake is van een chatvenster waarin van beide kanten woorden worden ingetikt? Of ben je een hopeloze zeurkous wanneer je je dood ergert aan een chatbot die vanaf het startschot 'je' tegen je zegt alsof jullie vannacht nog lepeltje-lepeltje in een bed hebben gelegen? En vervolgens een zwaar woord als 'ontmenselijking' inzet om dit om zich heen grijpende verschijnsel te typeren?

'Ja, dan ben je een zeurpiet,' impliceert de website van hostingsbedrijf WNed. Onder het kopje 'persoonlijker contact' staat iets te lezen dat denkelijk niet alleen door dit bedrijf als contactstrategie wordt gehanteerd.

Een gevoel van nabijheid

'Tutoyeren,' staat er, 'zorgt voor een gevoel van nabijheid. Het geeft klanten het idee dat ze met een vertrouwd persoon praten, in plaats van met een afstandelijk bedrijf. Dit versterkt het vertrouwen en maakt interacties minder formeel en meer menselijk.' Volgens deze denktrant is het dus niet alleen helemaal oké om een niet door feiten gestaafd gevoel bij klanten op te roepen en hen daarbovenop te beschouwen als te foppen individuen, maar heeft de 'je'-vorm – althans volgens deze redeneertrant – ook nog eens het voordeel dat het vertrouwen tussen beide uiteinden van het contact, het staat er letterlijk, 'versterkt' wordt.

De verantwoording voor het tutoyerend klantcontact wordt nog een slag absurdistischer. Op dezelfde site valt te lezen: 'In een tijd waarin gelijkheid steeds belangrijker wordt, weerspiegelt tutoyeren een mentaliteit van partnerschap. Bedrijven willen niet boven hun klanten staan, maar hen juist gelijk behandelen. Dit sluit aan bij de waarden van moderne klanten, die authenticiteit en toegankelijkheid waarderen.' Dus tijdens een contact waarbij de klant volledig afhankelijk is van de chatbot, en er voor hem of haar niets anders op zit dan steeds te wachten op instructies van diezelfde chatbot, zou er sprake zijn van 'toegankelijkheid', 'gelijk behandelen' en een 'mentaliteit van partnerschap'.

Wetende dat chatbots minutieus geprogrammeerd worden om wat je intikt zo snel mogelijk te categoriseren ten einde je vervolgens via vaststaande routes naar de juiste oplossing te navigeren, pretendeert bovenstaande tekst desondanks dat er sprake is van, lach niet, 'authenticiteit'. Te vrezen valt dat normale mensen de ironie en de dubbelhartigheid van die pretentie (en die woordkeuze) onmiddellijk begrijpen, maar dat managers die hun brood verdienen in de klantenafhandeling, en

regelmatig het woord '*customer journey*' in de mond nemen, deze vorm van misleiding uiterst serieus nemen. En ongetwijfeld statistisch bewijs hebben klaarliggen dat hun klanten supertevreden zijn met gesuggereerde 'nabijheid', verzonnen 'partnerschap' en plastic 'authenticiteit', waar geen mens meer bij hoeft ingeschakeld te worden.

Voor geloven dat afstandelijkheid in feite 'nabijheid' is, dat eenzijdige instructie voor 'partnerschap' kan doorgaan en het produceren van standaardzinnetjes 'authentiek' mag heten, bestaat een naam: tech-optimisme. Een van de meest fascinerende, vooruitziende speelfilms over dit thema is *Her* van Spike Jonze, uit 2013. De in een scheiding liggende hoofdpersoon Theodore, een man van middelbare leeftijd, staat symbool voor de machteloze consument annex burger, die er uiteindelijk willens en wetens voor kiest om zijn eigen eenzaamheid op te heffen door een relatie aan te gaan met zijn ietwat metalig klinkende AI-assistent (stem Scarlett Johansson); een relatie die zo angstaanjagend dicht bij een liefdesrelatie komt (of er daadwerkelijk een is) dat Theorode zijn diepste gedachten prijsgeeft aan de AI-assistent.

Als je ooit wilt zien en ervaren hoe dun de lijn is tussen gevoelens van warmte en romantiek enerzijds en het machinaal aangestuurd worden door software anderzijds, is dit een aanrader. Wat je krijgt voorgeschoteld zou je een sublieme en mensgeoriënteerde manier van 'ontmenselijking' kunnen noemen.

'U' is een bitch!

Omdat het aannemelijk is dat bedrijven onze gedragspatronen, puur uit kosten- en efficiëntie-overwegingen, serieuzer nemen dan wij, mensen, ooit geneigd zullen zijn te doen, en digitaal klantcontact ten opzichte van telefoneren en *real life*-ontmoetingen exponentieel zal groeien, is de kans groot dat 'Billie' van Bol (en nog slimmere versies in de toekomst) de toon gaan zetten. En dat we allemaal, op elke leeftijd en in elke hoedanigheid, met 'je' gaan worden aangesproken. En gestuurd. Nu al is het een geaccepteerde marketing-wet dat in zogenaamde 'webcare', digitale hulp op afstand, 'je' de standaardaanspreekvorm is.

Uiteindelijk past 'je', hoe lomp het voor oudere generaties ook klinkt, veel beter dan 'u' in de manier waarop overheids- en bedrijfscommunicatie zich ontwikkelt. Een ontwikkeling waarbij het vooraf vastgestelde communicatiedoel de heilige graal is en het individu, jij en ik (of: u en ik), het onvoorspelbare element zijn dat zo snel mogelijk ontwapend, gestroomlijnd en afgehandeld moet worden, liefst (dat wel) op een zo beleefd mogelijke wijze.

Aan de leiband

'U' helpt daar niet bij, of minder. Je klant 'u' noemen draagt de suggestie in zich dat je als organisatie bereid zou zijn de lastpak in hem of haar te willen faciliteren, allerlei eigenaardigheden te accepteren, hetgeen qua tijd en kosten negatief uitwerkt op de effectiviteitsstatistieken. 'U' is, kortom, een *bitch*! En die *bitch* zal in de toekomst door nog vriendelijker stemmen dan die van Scarlett Johansson, in de

We gaan allemaal 'je' heten in plaats van 'u'

handen van nog meer aan 'respectvolle communicatie' lippendienst bewijzende managers, met 'je' worden aangesproken en nog geraffineerder aan de leiband worden gehouden.

Kort veldonderzoek leert dat de Belastingdienst je in haar per brief verstuurde aanslagen nog met 'u' aanspreekt, en dat ook de website van DigiD je op de homepage via 'u' benadert ('Vul uw activeringscode, herstelcode, e-mailcode of machtigingscode in.')

Geniet er nog maar even van!

Hans van Willigenburg *(1963) is journalist, schrijver, dichter en podcastmaker. Zijn laatste boek is de interviewbundel 'Vrijheidsvuur'.*

Wynia's Week *verschijnt drie keer per week,* ***156 keer per jaar****, met even onafhankelijke als broodnodige artikelen en columns, video's en podcasts. De groei en bloei van Wynia's Week is te danken aan de donateurs. Doet u al mee? Doneren kan op verschillende manieren. Kijk HIER. Hartelijk dank!*