

{Inhoud}

Interview _____ **3**

Lieve De Wachter en Serge Verlinde: de Schrijfassistent: niet te veel, niet te weinig - **Bruno Comer**

Taalwerk _____ **6**

Make America fat again: hoe landadjectieven onze perceptie van producten beïnvloeden - **Jesse Berwouts**

Taalwerk _____ **9**

Bellis perennis: variatie in de namenrijkdom voor planten in de dialecten van Vlaanderen - **Karliën Franco**

Idioom & Co _____ **12**

Kwestie van flexibel te zijn - **Bert Cappelle**

Broodje taal _____ **14**

Broodje digitaal - **Sara Van Daele**

Dossier _____ **16**

De situeerbaarheid van familienamen in een bepaalde regio - **Lieve De Swaef en Johan Taeldeman**

Dossier _____ **19**

Wat varkens mij als journalist leerden. Over invalshoeken in reportages - **Vincent ter Beek**

Taalkronkels _____ **22**

Zonder het @-teken - een echte taalkronkel - geen e-mail - **Hugo Brouckaert**

Te boek _____ **23**

Met zoveel woorden. Gids voor trefzeker taalgebruik - **Miet Ooms**
Een inspiratieboek vol tips om te differentiëren in de taalklas - **Steven Delarue**

Column _____ **27**

Wat betekent het woord volledig? - **Hugo Brouckaert**

Errata? _____ **28**

Lieve De Wachter en Serge Verlinde: de *Schrijffassistent*: niet te veel, niet te weinig

Bruno Comer

Een academiejaar telt een aantal bijzonder drukke maanden: de tijd waarin papers, masterproeven en allerlei andere teksten moeten worden ingeleverd. In die periodes wordt 'de digitale schrijfhulp Nederlands' tot 300 maal per dag geraadpleegd, aan de Associatie KU Leuven alleen al. En dat cijfer blijft stijgen. Die vaststelling geeft een idee van het succes van dit werkinstrument, dat momenteel gratis ter beschikking gesteld wordt door het Instituut voor Levende Talen (ILT) van de KU Leuven. De bedoeling is dat dat zo blijft. Ontwerpers Lieve De Wachter en Serge Verlinde kozen voor een pragmatische aanpak: wie op een doordachte manier van dit hulpmiddel gebruikmaakt, zal tot een correctere tekst komen zonder dat het ultieme taalkundige snufje daarin verwerkt is.



Door het succes van de wetenschappelijke digitale schrijfhulp is in samenspraak met de krant De Standaard, de VRT en de Taalunie een vergelijkbaar instrument gemaakt dat nog een aantal extra troeven heeft: de Schrijffassistent. Voor wie belangstelling heeft: <http://schrijffassistent.standaard.be/>. De ingevoerde tekst mag daar maximaal 1.500 woorden lang zijn, zodat de server niet overbelast wordt met complete doctoraten.

Efficiënte raadpleging

'De *Schrijffassistent* heeft een didactische functie: het systeem is meer een leerinstrument dan een controle-instrument', zegt professor Lieve De Wachter, 'hij wijst de lezer op mogelijke fouten die hij frequent maakt. Drie bladzijden tekst – dat is het equivalent van 1.500 woorden – geven een idee van de punten waaraan de betrokken schrijver aandacht moet besteden. Overigens kan je het programma het best alleen teksten laten onderzoeken die je zelf al naar beste vermogen geschreven en gecorrigeerd hebt. "Beter meteen goed" is ook hier de juiste stelregel die tot de meeste efficiëntie leidt. De raadpleging van de *Schrijffassistent* – en de verbetering van de fouten die naar aanleiding daarvan ontdekt worden – moet dus de ultieme stap worden in het schrijfproces.'

De werkmethode is eenvoudig: de tekst wordt in een tekstveld geplakt en de gebruiker kan die afzonderlijk laten onderzoeken op zaken als 'spelling', 'dt-fouten, waarin een aantal dt-fouten aangestipt worden, net als andere werkwoordsfouten', 'taalalarm' (taalfouten) en 'Belgische uitdrukkingen'. Op het vlak van stijl gaat de tool na of er niet te veel herhalingen of te veel passief in voorkomen, en komen de gevallen aan bod die wijzen op naamwoordstijl. Je kunt ook controleren of je niet te veel ambtelijke woorden, omslachtige beschrijvingen of hoera-woorden gebruikt. Ten slotte krijg je bij een groot aantal woorden en uitdrukkingen taaltips en kom je te weten hoe je bepaalde woorden uit je tekst uitsprekt. Bij dat laatste wees een kleine test met een willekeurige tekst uit dat bij 'Koningshooikt' (een dorp bij Lier) en 'pyrrusoverwinning' uitleg werd gegeven bij de

uitspraak en, inderdaad: het was net bij die woorden dat je je kon afvragen hoe je die moet uitspreken.

'Dat totale nazicht is een hele boterham en ik vermoed dat niet iedere gebruiker het hele rijtje van mogelijkheden zal aflopen', zegt professor Serge Verlinde. 'We willen hem de keuze bieden zodat hij zich kan beperken tot wat op dat moment voor hem noodzakelijk is. We doen dus een beroep op zijn eigen oordeel, maar hebben de info alvast in vakjes onderverdeeld.'

De juiste hoeveelheid informatie bieden – niet te veel en niet te weinig – is de moeilijkste opgave voor al wie zo'n systeem bouwt. 'Het komt erop aan om de vinger op de wonde te leggen, de lezer aan het denken te zetten', stelt Lieve De Wachter. 'Als we alle mogelijke taal informatie op ieder woord of op iedere uitdrukking loslaten, ontstaat bij de verbetering een onoverzichtelijk kleurboek. Tegelijkertijd streven we ernaar dat zoveel mogelijk fouten en anomalieën aan de oppervlakte komen. We zijn van nul begonnen en hebben de informatie dan geleidelijk aan opgebouwd. De spellingchecker bijvoorbeeld, gaat 900.000 woordvormen na en werkt op basis van 10.000 frequente fouten. En er wordt advies gegeven bij meer dan 32.000 woordvormen.'

We maakten een versie voor academisch gebruik en een voor het brede publiek, en in die laatste versie zijn de verschillen tussen de twee taalregisters verwerkt. De versie voor academisch gebruik gaat er bijvoorbeeld van uit dat een zin maximaal 25 woorden telt, terwijl die voor het brede publiek het bij zinnen van ten hoogste 18 woorden houdt. We hebben intussen ook een versie voor het

Engels en we werken aan een versie voor anderstaligen en voor het Afrikaans.'

De *Schrijfassistent* is voor het dagelijks gebruik bestemd en de raadpleging ervan mag niet te veel tijd vergen. Dat is een andere reden om het geheel niet te complex te maken. De tijd dat op het computerscherm alleen een draaiend wielje te zien is, moet zo beperkt mogelijk gehouden worden. Hier geldt het bekende KISS-principe: 'keep it simple, stupid'.

Lieve De Wachter (*1966) is germaniste. Ze begon haar carrière aan de KU Leuven als computerlinguïste bij het automatische vertaalproject EUOTRA en deed daar vooral onderzoek naar computationele morfologie. Haar doctoraatsonderzoek wijdde ze aan die andere passie, middeleeuwse literatuur, met een literair-historische benadering van de Middelnederlandse Roman van Heinric en Margriete van Limborch. Aan het ILT bekwaamde ze zich sinds 1993 vooral in het onderwijs Nederlands voor Anderstaligen en Nederlandse Taalbeheersing. Ze werkte ook mee aan de cd-rom *Nederlands Go Dutch!*, bedoeld voor anderstalige Erasmusstudenten en voor hooggeschoolde expats. Van 2000 tot 2003 leidde ze het Universitair Talencentrum van de K.U. Brussel. Op dit ogenblik werkt ze als docent Nederlandse Taalbeheersing (Sociale Wetenschappen en Taal- en Letterkunde) en Nederlands voor Anderstaligen bij het ILT van de KU Leuven.

Onderzoekstopics

Lieve De Wachter maakt deel uit van de onderzoeksgroep 'Meertaligheid en Taalverwerving'. Samen met Lies Sercu werkt ze aan het project *Geïntegreerde woordenschat- en cultuurverwerving. Leertaken met een enkelvoudig en een dubbel leerdoel vergeleken*. Ze doet (vooral samen met Annemie Decavele) ook onderzoek naar interculturele communicatieve competentie in vreemdetalenonderwijs.

(bron: <https://www.kuleuven-kulak.be/ALT/nl/leden/ldewachter.html>)

Spon-sering en sponsoring _ _ _ _ _

Om dezelfde reden zijn de 'valse positieven' een zorg: woorden die gemarkeerd worden, maar toch juist zijn. Het is een monnikenwerk om die op te sporen en uit te sluiten dat die nog opduiken. Vooral het programma dat de dt-fouten moet detecteren, kampt hier met problemen. Zinnen als 'Hij barstte in tranen uit' en 'Dit is de barste winter sinds jaren' leggen de moeilijkheid meteen bloot. 'Barste' kan de computer niet als fout markeren, hoewel dat een zware zonde tegen de regels van de vervoeging van de werkwoorden is. Dat algoritme kan en zal nog verfijnd worden, maar voorzichtigheid blijft geboden. Dit geldt overigens voor het volledige gebruik van de *Schrijfassistent* (zie kaderstuk). Maar op het vlak van spelling bijvoorbeeld, doet de *Schrijfassistent* het beter dan het algoritme van Word.

'Een groot probleem in het Nederlands zijn, net als in het Duits, de samenstellingen. In het Frans en het Engels komen die veel minder voor. Het systeem aanvaardt samenstellingen tussen twee bestaande woorddelen, maar houdt rekening met de klinkerbotsing. Op die manier worden veel fouten uitgesloten, maar soms zijn er niet-gewenste effecten. Zo aanvaardde de *Schrijfassistent* 'sponsering', terwijl het 'sponsoring' moet zijn. Wat was er gebeurd? 'Spon' komt voor in minder bekende woorden als 'sponboor', die wel in de *Van Dale* staan. Een *sering* is een plantengeslacht uit de familie van de olijfachtigen; de samenstelling tussen beide is dus mogelijk en zo komen we tot het incorrecte 'sponsering'. Ook accenten vormen een stevige hinderpaal. 'Op dat punt hebben de Franse collega's nog meer zorgen', glimlacht professor Verlinde.

Al die moeilijkheden doen alleen maar het ontzag voor het werk van de informatici stijgen. Die moeten over een enorme grote technische kennis en een scherp doorzicht beschikken. Het is niet gemakkelijk om alle taalregels in een computersysteem te integreren zonder dat er zich inconsequenties voordoen. 'We hebben het grote geluk gehad dat onze informatici zich zeer goed konden inleven in onze vragen en noden', zegt Lieve De Wachter. 'Zij begrepen perfect waar we heen wilden en dat heeft de communicatie sterk vergemakkelijkt. Dat is dikwijls het zwakke punt in automatiseringsprojecten. Bovendien zijn ze bij ons in vaste dienst, zodat we niet afhankelijk waren van de goedkeuring van een project om op hun kennis en ervaring een beroep te kunnen doen. Niet zelden raken interessante initiatieven in de vergetelheid omdat er geen mankracht genoeg is om het project te blijven volgen eenmaal de resultaten ervan in de praktijk gebracht zijn.'

Bereidwillige partners

De *Schrijffassistent* moet ook gevoed worden door bronnen die grotendeels van de VRT, de krant *De Standaard* en de Nederlandse Taalunie afkomstig zijn. Die databanken zorgen er ook voor dat de *Schrijffassistent* de evolutie van het Nederlands blijft volgen. 'De samenwerking met deze partners is uitstekend verlopen en hun inbreng in dit project was dan ook niet gering', zeggen beide geïnterviewden. 'Wij zijn ervan overtuigd dat de *Schrijffassistent* een grotere uitstraling zal geven aan die instanties, die elk op hun manier met taal bezig zijn. Iedere keer dat de *Schrijffassistent* geraadpleegd wordt, krijgt de kennis over taal die ze in de loop der jaren opgebouwd hebben en die ze in hun publicaties vervat hebben, een concrete toepassing. De bedoeling is om het instrument voor een zo groot mogelijke doelgroep, zonder financiële beperkingen, ter beschikking te stellen.'

Inzake discussies over het correcte taalgebruik neemt het systeem geen standpunt in. 'We stellen ons op een pragmatisch standpunt, delen de gebruiker de huidige stand van zaken mee en vermelden de bron waarop we ons baseren. Soms is de conclusie als volgt: "Dit is niet correct, maar toch wordt het massaal gebruikt." De gebruiker moet dan beslissen of hij zijn tekst wel of niet aanpast. Een ander teer punt is de schrijfwijze van eigennamen. Ook daarover kan eindeloos gebakkeleid worden. De *Schrijffassistent* kan er minstens voor zorgen dat de term consequent, de hele tekst door, op dezelfde manier geschreven wordt.'

Zoals bij ieder project was het wat bang afwachten toen het gelanceerd werd en was het uitkijken naar de eerste reacties, maar dat is dus enorm goed meegevallen. Met de *Schrijffassistent* hopen de ontwerpers vooral om te vermijden dat dezelfde fouten steeds opnieuw terugkeren. 'Dat is zowat de grootste frustratie van al wie taalonderwijs geeft', stelt Lieve De Wachter. 'De *Schrijffassistent* maakt de gebruiker ervan niet lui in zijn taalgebruik, maar wijst hem net op de fouten die hij onbewust maakt. Op het wetenschappelijke vlak was het project interessant om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden die de techniek biedt op het vlak van de taalgzorg. De computerlinguïstiek en de automatische taalverwerking hebben nog heel wat in hun mars, als ze verstandig gebruikt worden.'

De Brabançonne in de *Schrijffassistent*

In het taalgebruik speelt de context dikwijls een beslissende rol en de computer kan die niet altijd eenduidig analyseren. Hoewel de eerste strofe van het Belgische volkslied hoegenaamd niet representatief is voor het soort teksten waarvoor de *Schrijffassistent* bedoeld is, vonden we het toch leuk om deze oubollige verzen eens onder de ogen te brengen van de nieuwe schildknaap van alle pennenridders. En wat blijkt?

**O dierbaar België, o heilig land der vaad'ren,
Onze ziel en ons hart zijn u gewijd,
Aanvaard ons kracht en het bloed van onze aad'ren,
Wees ons doel in arbeid en in strijd,
Bloei, o land, in eendracht niet te breken,
Wees immer u zelf, en onge knecht,
Het woord getrouw dat g' onbevreesd moogt spreken.
Voor Vorst, voor Vrijheid en voor Recht.
Het woord getrouw dat g' onbevreesd moogt spreken.
Voor Vorst, voor Vrijheid en voor Recht
Voor Vorst, voor Vrijheid en voor Recht
Voor Vorst, voor Vrijheid en voor Recht.**

Bij 'Spelling' worden de woorden 'vaad'ren', 'aad'ren', 'ongeknecht' en 'moogt' gemarkeerd.
Er zijn geen markeringen bij 'DT en co', 'Taalalarm' en 'Belgisch'.
Bij 'Stijl' wordt er onder 'Herhaling' gewezen op de woorden 'O', 'Vorst', 'Vrijheid', en 'Recht'.
Bij 'Toon' wordt alleen het woord 'der' gemarkeerd.
De strofe uit de Brabançonne geeft geen aanleiding tot 'Taaltips' en bij 'Uitspraak' worden de woorden 'Vorst' en 'het' uitgelicht.

Conclusie: de *Schrijffassistent* legt wel degelijk de vinger op de wonde, maar soms op een onrechtstreekse manier. Als je echt zeker wil zijn van je stuk, laat je de tekst het best vanuit alle opties bekijken.



Make America fat again: hoe landadjectieven onze perceptie van producten beïnvloeden

Jesse Berwouts

Intussen weten we allemaal dat melk in een glas ontegenzeggelijk anders smaakt dan melk in een plastic beker, en dat een en dezelfde maaltijd opeens veel minder vullend is wanneer we hem uit een groot bord eten. Maar ons nutritioneel zelfbedrog gaat veel verder dan een mondvul placebo-effecten tijdens het eten: ook de talige presentatie van voedsel bepaalt hoe we dat voedsel waarnemen (het oog en het oor willen immers ook wel wat!). Zo communiceer je bijvoorbeeld met een landadjectief bij je voedsel – type Luikse wafels – veel meer dan alleen de oorsprong van het product...

Land als differentiator

Wie op wereldreis wil, hoeft al lang geen dure vlucht meer te boeken. Een bezoek aan de dichtstbijzijnde supermarkt volstaat: de pakken tropisch vruchtensap lonken naar ons met hun exotische stranden, de everzwijnenworst brengt ons naar de immer betrouwbare Ardense naaldbossen en door de vorm van Toblerone wanen we ons meteen op de Zwitserse Matterhorn. Ook op restaurant is er geen ontkomen aan: de ober van de betere Italiaanse tent begroet ons steevast met een vrolijke *buongiorno* – momenten waarop ik er spijt van heb dat mijn actieve Italiaanse taalvaardigheid zich beperkt tot *succhiarmi il cazzo*. Uiteraard vermelden merken die landen niet voor hun plezier. Het is een strategische vorm van *branding*, merkmanagement dus, waarbij bedrijven het land van oorsprong gebruiken om zich boven de concurrentie te stellen. Door toenemende *producthomogeniteit* is branding dikwijls een noodzaak geworden: als iedereen toegang heeft tot dezelfde productietechnologieën, is het normaal dat alle producten op elkaar beginnen te lijken. En als alle producten op elkaar beginnen te lijken, moet je andere manieren dan productkwaliteit zoeken om ervoor te zorgen dat de consument net ietsje meer van jou houdt. Veel merken proberen je hart te winnen met een unieke identiteit, bijvoorbeeld door *country branding*: het land van oorsprong impliciet of expliciet vermelden, aan de hand van namen, afbeeldingen van het land, vlaggen, landadjectieven...

Het country-of-origineffect

Maar waarom linken merken hun producten aan een bepaald land? Talloze onderzoeken naar consumentengedrag ontmaskerden een onderliggend mechanisme dat het *country-of-origineffect* werd gedoopt: door het product aan een land te linken, communiceer je meer dan alleen de geografische oorsprong. De associaties die de consument met het land heeft, kunnen immers worden overgedragen op het product. Veel consumenten verkiezen bijvoorbeeld Italiaanse olijfolie, omdat olijven nu eenmaal gemakkelijker groeien in Italië, en omdat het land de reputatie heeft opgebouwd een betrouwbare producent van kwaliteitsvolle olijfolie te zijn. Je kan ook verder kijken dan specialiteiten van een land en bepaalde (industriële) eigenschappen van

dat land projecteren op het product: Japan staat bijvoorbeeld bekend om zijn efficiëntie, en dat wordt weerspiegeld in onze perceptie van Japanse automerken. Ook kunnen elementen van het land het product exotischer maken: een Franse naam op een menukaart kan een extra vleugje *je ne sais quoi* geven aan een gerecht. Bedrijven beseffen dus maar al te goed dat ze met het land van oorsprong veel meer communiceren dan een kruis op een schatkaart: de associaties die de consument draagt met het land, de specialiteiten, attitudes en actuele gebeurtenissen rond het land kunnen allemaal worden overgedragen. Als dat algemene beeld positief is en matcht met het product (zoals bij Franse wijn of Italiaanse olijfolie), verbetert dat volgens vele studies de product- en merkattitude gevoelig. Het country-of-origineffect kan natuurlijk ook averechts werken: als de consument geen positief beeld heeft van het land of zijn industrie, als de associaties met het land niet goed matchen met het product of als de consument de trumpiaanse reflex heeft om alles van eigen bodem te willen, is het niet zo'n goed idee om het land van oorsprong te vermelden.

Dikke pannenkoeken

OK, dus het land van oorsprong vermelden kan de associaties met dat land overdragen op het product. Maar we zijn hier natuurlijk onder taalkundige vrienden, dus hier gaat het om een specifieke talige manier om het land van oorsprong expliciet te maken: het land in adjectievorm bij het product zetten. Die combinatie wordt vaak gebruikt om een subtype van dat product aan te duiden, dat beduidend verschilt van het prototype. Neem bijvoorbeeld *Griekse yoghurt*: dit type yoghurt kent onder meer een ander fermentatieproces, waardoor het eiwitrijker, vetter, smeueriger en lactosevrij is dan wat wij ons als 'prototypische' yoghurt zouden voorstellen – en het adjectief *Grieks* wordt gebruikt om de yoghurt als een apart subtype te labelen. Hier kun je niet echt zeggen dat de kenmerken van Griekse yoghurt overeenstemmen met onze associaties met Griekenland; alleen de lokale bereidingswijze doet dat. Maar voor bijvoorbeeld Amerikaanse pannenkoeken lijkt dit wel het geval: in het land waar alles groter – en vooral breder – lijkt, zijn de (ontbijt-)pannenkoeken veel dikker dan onze vertrouwde crêpes, meestal met een stereotiep smeltend blokje boter bovenaan.

Land als bundel associaties _ _ _ _ _

Amerikaanse pannenkoeken zijn intussen al vrij goed ingeburgerd, maar wat zou er gebeuren als we nieuwe subtypes van producten voorstellen aan de hand van een combinatie met zo'n landadjectief? Om dat te kunnen voorspellen, moeten we landadjectieven niet alleen beschouwen als iets geografisch, maar ook als een bundel associaties met dat land: we hebben allemaal een aantal stereotiepe beelden van de landen die we voldoende kennen, en die beelden kunnen we gebruiken om naamwoorden te beoordelen. Zo kun je bijvoorbeeld van iemand zeggen dat hij er zo *Spaans* uitziet – elke Spanjaard heeft immers een snor – zonder daarmee te bedoelen dat die persoon effectief uit Spanje komt. Bovendien zou je de intensieverder zo niet zomaar kunnen gebruiken voor de geografische betekenis: je kan niet meer of minder afkomstig zijn van een land: je bent afkomstig van Spanje of je bent dat niet. De associaties met het land kun je echter wel intensiveren: als de persoon in kwestie een stereotiepe zwarte snor op een donkere huid draagt en als een matador gekleed is, kun je inderdaad zeggen dat hij (of zij) er zo *Spaans* uitziet. Eigenlijk kun je die associaties als *implicatures* beschouwen: geïmpliceerde betekenissen die niet tot de waarheidswaarde van het adjectief behoren, maar erbij worden gedacht en geïnterpreteerd door de sprekers. Beschouw de geografische betekenis als het tipje van een ijsberg, en alle associaties als het verborgen gedeelte: als schipper zie je het tipje en kan je niet ontkennen dat dat er is, maar je kan alleen veronderstellen dat de associaties er zijn door gedeelde kennis en context: je denkt de volledige ijsberg, maar je ziet hem niet. Om de metafoor nog verder uit te melken: door een landadjectief bij je product te zetten, poot je een ijsberg voor de ogen van de schipper neer. Het tipje – de geografische oorsprong van het product – is ontegenzeggelijk aanwezig, maar de rest van de ijsberg – de associaties met het land – bestaat alleen *by default* en wordt nooit op waarheidsniveau geclaimd.

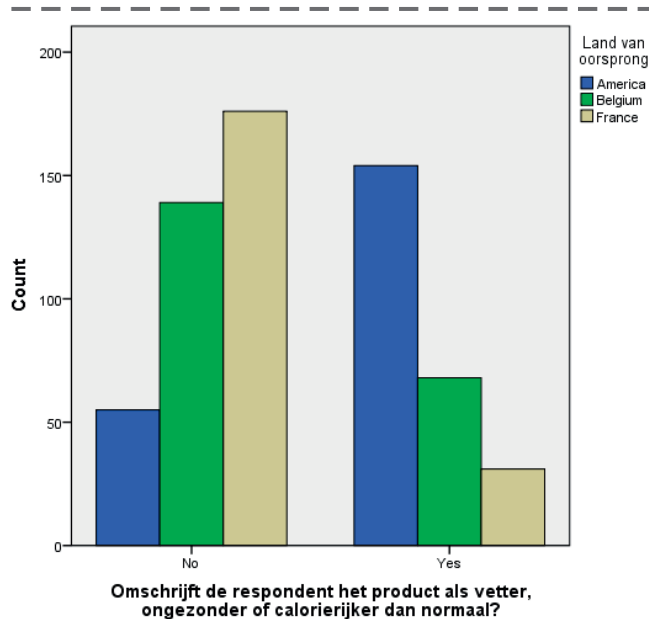
Tijd voor een experiment _ _ _ _ _

Het wordt natuurlijk pas echt leuk als we dit country-of-origineffect gaan uittesten om te kijken welk beeld mensen zich vormen van bestaande en nieuwe combinaties van landen en producten. Hiervoor stelde ik een enquête op die werd ingevuld door 209 studenten Engelse taalkunde, waarbij werd gepeild naar hoe ze zich combinaties van landen en producten voorstelden. Er waren 18 mogelijke combinaties gebaseerd op een 3x3x2-opzet: 3 landadjectieven (*American*, *Belgian*, *French*), 3 producten (*pizza*, *salad*, *waffles*) en 2 vormen van het adjectief (neutraal zoals *American pizza*, en de overtreffende trap zoals *the most American pizza ever*). Naast een paar fillervragen en demografische vragen kreeg elke student elk land en elk product in 3 willekeurige combinaties voorgeschoteld. De ene helft van de enquêtes stelde alle combinaties in de overtreffende trap voor, de andere helft was neutraal. Aan de studenten werd gevraagd om op een tiental minuten de volledige vragenlijst van 13 vragen in te vullen, en bij alle combinaties van landadjectieven en naamwoorden hun spontane associaties te geven. Ook moesten ze bij elk product

aangeven hoe graag ze het zouden consumeren, op een schaal van 1 tot 7. De enige associatie waar ik op voorhand hypothesen over opstelde, was de associatie *vettig/ongezond*, waarvan ik verwachtte dat ze veel sneller zou opduiken bij *American* dan bij de andere landen, en dat de associatie ook gebruikelijker zou zijn bij producten die uit zichzelf al niet zo gezond zijn (*pizza*, *waffles*). Na wat informele pretests onder collega's en vrienden was een laatste hypothese dat de overtreffende trap dergelijke associaties zou versterken: omdat je de geografische oorsprong niet kan intensiveren, trek je met de overtreffende trap de associaties eigenlijk naar een semantisch niveau, naar het tipje van de ijsberg dat niet langer ontkend kan worden. Voor verdere theorieën wachtte ik de resultaten af, al leek het ook evident dat passende/bekende combinaties zoals *Belgian waffles* hoger zouden scoren dan producten als *American salad*.

De resultaten _ _ _ _ _

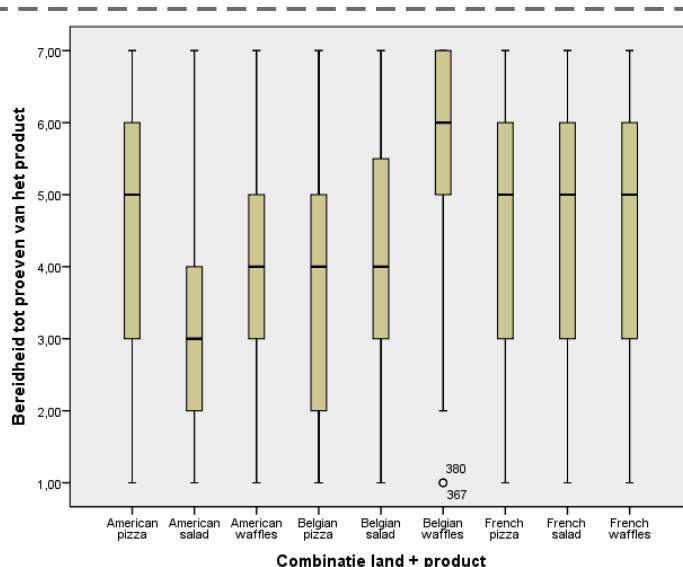
Op basis van de open antwoorden werden nog een paar uitkomstcategorieën gecreëerd. Veel studenten associeerden de combinaties met specialiteiten van dat land, bijvoorbeeld *Belgian pizza* als een pizza met frieten en mosselen erop. Andere sceptische geesten zagen bepaalde combinaties als een zwak afkooksel van hetzelfde product uit een ander land, bijvoorbeeld *French waffles* als een flauwe variant van de onze, of *Belgian pizza*, die niet kan tippen aan de Italiaanse. Bovendien is het niet zo gemakkelijk om de associatie 'vettig/ongezond' te veronderstellen op basis van ingrediëntomschrijvingen: is een pizza met veel kaas op echt zo veel ongezonder dan een 'basispizza'? Is kaas niet eerder een lokaal product dan een teken van vettigheid in Frankrijk? Deze twijfel liet me een extra uitkomstcategorie aanmaken: de expliciete vermelding van 'vet', 'ongezond', 'suikerig' of 'veel calorieën' – ongeacht de beschreven ingrediënten. Dit leidde tot vier uitkomstvariabelen, die telkens de score 'ja' of 'neen' kregen: 'vet/ongezond', 'lokale specialiteit', 'expliciet vet/ongezond' en 'copycat'. Deze vier uitkomsten werden elk om beurt in een logistische-regressiemodel gegoten, een complexe statistische techniek waarbij je kijkt naar de invloed van elke predictor (land, product en vorm van het adjectief) op de kans dat de associatie opgeroepen wordt bij de respondent. De kans van een Amerikaans product om de associatie 'vet/ongezond' op te roepen is bijvoorbeeld significant groter dan bij Franse of Belgische producten, en de overtreffende trap vergroot de kans ook lichtjes. Een spitsvondige studente zag *the most American pizza ever* bijvoorbeeld als *a pizza with pizzas on top of it*. Het product had echter geen significant effect: het maakte voor de respondenten niet uit of het nu een salade of een pizza was die Amerikaans was. Onderstaande figuur illustreert hoe groot het verschil tussen Amerika en de andere twee landen is in deze associatie:



Figuur 1: staafdiagrammen van de uitkomst 'vet/ongezond' vergeleken tussen de landen

De overtreffende trap had een iets sterker effect op de associatie 'lokale specialiteit', en dit keer was de kans van de associatie significant kleiner bij Amerika dan bij België en Frankrijk: daar somden studenten typische streekproducten op (frietten, bier, chocolade, stokbrood, wijn ...), terwijl de Amerikaanse ingrediënten veeleer ongezond dan lokaal waren. De associaties klonken soms ook niet zo smakelijk, bijvoorbeeld een salade met bier en chocolade. Hier had het product wél een significant effect: pizza's maakten meer kans op lokale producten dan salades en wafels, vermoedelijk omdat een pizza nu eenmaal een deegbodem is die je kan beleggen met allerlei ingrediënten.

De expliciete associatie met 'vet/ongezond' gaf een veel sterker effect van het land omdat de associatie bijna niet voorkwam in België en Frankrijk. Product had alweer geen significant effect. Vreemd genoeg had de overtreffende trap hier een zwak negatief effect, in tegenstelling tot de algemene associatie 'vet/ongezond'. We hebben bij 'lokale specialiteit' gezien dat de superlatief sneller ingrediënten oproept, dus misschien focust de overtreffende trap zich op al dan niet ongezonde ingrediënten in plaats van het expliciete label. Ook bij 'copycat' had de superlatief een negatief effect, maar dat valt intuïtiever te verklaren: als je het product als een slechtere versie van dat uit een ander land ziet, richt je je eigenlijk op de geografische betekenis en niet op de implicaturen. De superlatief trekt de associaties naar een sterker semantisch niveau – het tipje van de ijsberg – en verzwakt de geografische betekenis. Ook is er een duidelijk verschil te zien in voorkeur tussen de combinaties: door hun wereldwijde faam en het grotendeels Belgische publiek staan Belgische wafels op kop, gevolgd door vrij stabiele Franse producten. Amerikaanse pizza scoort hoog, maar salade en wafels niet – wat de conclusies van vele voorgaande onderzoeken ondersteunt dat er inderdaad een match moet zijn tussen land en product:



Figuur 2: vergelijking van kwartielen en medianen tussen de combinaties

Een taalkundige marketingtool

Samengevat kunnen we stellen dat het country-of-origineffect niet louter een marketingfenomeen is, maar ook sterk taalkundig gegrond is: landen roepen associaties op met producten die gebaseerd zijn op vooroordelen of kennis van typische eigenschappen/producten van dat land. Door te spelen met de taalkundige vorm van het landadjectief kunnen we die associaties versterken of verzwakken. Het is ook duidelijk dat wenselijke associaties de attitude ten opzichte van het product ten goede komen: een vette pizza is altijd lekker, maar een salade eet je niet voor het vet. We zien hier dus de taalkundige weerslag van wat marketeers al lang wisten: het land van oorsprong is een krachtig persuasief wapen dat – naargelang de associaties en match – het product ten goede of ten slechte komt. Voor escapistische zieltjes kan 'country branding' overigens ook omgekeerd werken: ik zou maar al te graag emigreren naar Labrador of Nova Scotia, omdat daar de leukste hondenrassen vandaan komen.

Literatuur

- Glass, Leila (2013), 'Degree-modified nongradable adjectives and metalinguistic comparison as pragmatically negotiated scales'. In: *ESLLI Student Session 2013 Preproceedings*, blz. 40-51.
- Keller, Kevin (2013), *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity (Global edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Laroche, Michel et al. (2005), 'The influence of country image structure on consumer evaluations of foreign products'. In: *International Marketing Review*, 22-1, blz. 96-115.
- Lusk, Jayson et al. (2006), 'Consumer behavior, public policy and country-of-origin labeling'. In: *Review of Agricultural Economics*, 28-2, blz. 284-292.

Jesse Berwouts bereidt aan de UGent een doctoraat voor over strategische talige keuzes bij merkmanagement binnen food marketing.
e-mail: jesse.berwouts@ugent.be

Bellis perennis: variatie in de namenrijkdom voor planten in de dialecten van Vlaanderen

Karlien Franco

Voor veel concepten bestaat er een groot aantal verschillende dialectwoorden. Die woorden zijn dikwijls beperkt tot een bepaalde regio of zelfs tot één dorp. Volgens het 'Woordenboek van de Limburgse Dialecten' gebruikt men, bijvoorbeeld, enkel in Mechelen-aan-de-Maas het woord 'kom-krijg-mich' om naar een pronkveer op een hoed te verwijzen. Voor datzelfde concept komen op andere plaatsen andere woorden voor. Naast het frequente 'pluim', vind je onder meer 'trofee' (Einighausen), 'aigrette'/'grette' (Neeritter, Gronsveld) en 'jankpluim' (Maastricht). Voor andere concepten, daarentegen, vind je in een heel dialectgebied slechts één of twee verschillende varianten. Door het materiaal uit de Woordenboeken van de Brabantse, Limburgse en Vlaamse dialecten te onderzoeken, hebben we aangetoond dat semantische kenmerken ervoor kunnen zorgen dat concepten meer of minder variatie vertonen. In dit artikel bespreken we de invloed van een van die kenmerken, namelijk experiëntiële saillantie, op het aantal namen voor planten in de dialecten in Vlaanderen.



Experiëntiële saillantie

De saillantie van een concept heeft te maken met de mate waarin het concept vertrouwd, bekend en psychologisch verankerd is voor een dialect- of taalgebruiker. Een balpen is bijvoorbeeld erg saillant voor een hedendaagse spreker van het Nederlands, omdat bijna elke taalgebruiker vandaag af en toe een balpen gebruikt en het instrument dus voor bijna iedereen vertrouwd en goed bekend is. Een kroontjespen, daarentegen, de stalen pen die in inkt gedoopt moet worden om ermee te kunnen schrijven, wordt sinds ongeveer de jaren 60 gewoonlijk niet meer gebruikt. Voor hedendaagse taalgebruikers is de kroontjespen dus waarschijnlijk niet meer erg saillant.

Er kunnen verschillende redenen zijn waarom een concept meer of minder saillant is. Zo kan tekstuele frequentie een rol spelen. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat taalgebruikers frequentere woorden gemakkelijker en sneller kunnen verwerken. Verder is het ook waarschijnlijk dat een concept saillantier is als de taalgebruiker het dikwijls tegenkomt in zijn dagelijkse omgeving. Dat is wat bedoeld wordt met experiëntiële saillantie: een concept is experiëntieel saillant als je er in je dagelijkse omgeving dikwijls mee in aanraking komt. Merk op dat experiëntieel saillante concepten niet altijd tekstueel frequent zijn. In corpusdata komen sommige erg bekende concepten toch weinig voor. Dat noemt men soms het tandenborstelprobleem: hoewel tandenborstels erg vertrouwd en bekend zijn, is de frequentie van het woord *tandenborstel* relatief laag in corpusmateriaal.

Om de invloed van experiëntiële frequentie op lexicale variatie te testen, hebben we een studie uitgevoerd op de onderdelen van de *Woordenboeken van de Brabantse, Limburgse en Vlaamse dialecten* (WBD, WLD en WVD) die materiaal in verband met de plantenwereld bevatten (namelijk hoofdstuk III.4.3 van het WBD en WLD en hoofdstuk III.3 van het WVD). We concentreren ons daarbij enkel op het enquêtemateriaal dat voor de woordenboeken verzameld werd in Vlaanderen door de

Nijmeegse Centrale voor Dialect- en Naamkunde. Omdat dat materiaal veelal geëciteerd werd in agrarische omgevingen, kan verwacht worden dat de dialectsprekers die deelnamen aan de enquêtes, redelijk goed vertrouwd waren met planten die natuurlijk voorkomen in hun omgeving en met het nut van die planten voor henzelf of voor hun vee. Om te meten in welke mate een plant experiëntieel saillant is, wordt daarom, ten eerste, de natuurlijke frequentie van een plant in Vlaanderen gebruikt. In een vervolgstudie hebben we verder ook de mate waarin een plant nuttig of giftig is, als operationalisering van experiëntiële saillantie opgenomen.

Materiaal en methode

” Het meten van de experiëntiële frequentie van een plant: lokale en globale frequentie

Om in te schatten in welke mate een plant experiëntieel saillant is voor een taalgebruiker, maken we gebruik van de *Atlas van de Flora van Vlaanderen en het Brussels Gewest* (Van Landuyt et al., 2006). Die atlas bevat voor honderden planten informatie over hoe dikwijls de plant voorkomt in Vlaanderen en het Brussels Gewest. De frequentie van een plant werd, voor het grootste deel, bepaald door getrainde veldwerkers. Zij tekenden in Vlaanderen en Brussel op welke planten op welke locaties voorkomen.

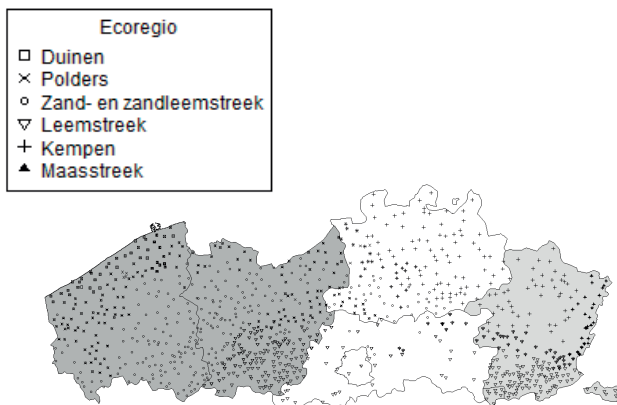
De frequentie-informatie is beschikbaar op verschillende niveaus. Enerzijds beschrijft de atlas voor elke plant in hoeverre de plant globaal frequent is, d.w.z. frequent over heel Vlaanderen. Anderzijds is er ook materiaal beschikbaar over de frequentie van de plant per ecoregio. Vlaanderen is in de atlas opgedeeld in zes ecoregio's, gebieden die relatief homogeen zijn wat betreft abiotische factoren (zoals bodemgesteldheid, reliëf, etc.): de Duinen, de Polders, de Zand- en Zandleemstreek, de Leemstreek,

de Kempen en de Maasstreek. Het plantenfrequentiemateriaal is ook online beschikbaar (<http://flora.inbo.be>).

Natuurlijk kan de frequentie van een plant sterk verschillen per ecoregio. Sommige planten gedijen immers beter onder bepaalde ecologische voorwaarden. Zo blijkt bijvoorbeeld dat de grasmuur (*Stellaria Graminea* L.) relatief frequent is in het grootste deel van Vlaanderen, maar niet in de ecoregio's van de Duinen en de Polders. Het is daarom mogelijk dat taalgebruikers uit die gebieden de plant minder goed kennen dan mensen uit de Kempen of uit de Zand- en Zandleemstreek. Daarom is het interessant om zowel de lokale frequentie van een plant per ecoregio, als de globale frequentie van een plant in heel Vlaanderen te vergelijken met de hoeveelheid variatie die gevonden wordt in het dialectmateriaal.

” *Het meten van de hoeveelheid lexicale variatie per plant: de Type-Tokenratio*

Om te bepalen of de natuurlijke frequentie van een plant, zoals aangegeven in de atlas, beïnvloedt hoeveel variatie de plant vertoont, hebben we de hoeveelheid variatie berekend per plant per ecoregio. Daartoe werd eerst het materiaal uit de drie woordenboeken aan elkaar gekoppeld, op basis van de naam van de plant, en vervolgens opnieuw verdeeld per ecoregio. Figuur 1 geeft weer voor welke locaties in de zes ecoregio's materiaal beschikbaar is uit de drie woordenboeken.



Figuur 1: Overzicht van locaties waarvoor materiaal uit de vragenlijsten beschikbaar is per ecoregio en per woordenboek (donkergrijs, links: WVD; wit, midden: WBD; lichtgrijs, rechts: WLD).

De hoeveelheid lexicale variatie per plant kan op verschillende manieren gemeten worden. In dit artikel bespreken we enkel de resultaten die bekomen werden met de Type-Tokenratio (TTR), een veelvoorkomende maat voor onderzoek naar, bijvoorbeeld, woordenschatgrootte of de (semantische) complexiteit van een tekst.² De TTR wordt berekend door het aantal verschillende types (i.e. het aantal verschillende lexicale items) per plant te delen door het aantal tokens (i.e. het totaal aantal antwoorden op de vragenlijsten) dat beschikbaar is per plant. De TTR kan waarden van 0 tot 1 aannemen. Als er meer variatie gevonden wordt, is de TTR hoger; bij weinig

variatie benadert de TTR 0. De gemiddelde waarde voor de TTR over alle woordenboeken en ecoregio's heen, is 0.54 (het minimum in de dataset is 0, het maximum is 1 en de standaarddeviatie is 0.34).

We meten of plantfrequentie invloed heeft op de hoeveelheid lexicale variatie per plant aan de hand van Spearman's rangcorrelatietoets. Die toets wordt gebruikt om na te gaan of er een significante correlatie bestaat tussen de TTR en, enerzijds, de globale frequentie per plant per ecoregio en, anderzijds, de lokale frequentie per plant per ecoregio. Als de toets wijst op een significante samenhang tussen de variabelen, berekenen we ook de correlatiecoëfficiënt. Die coëfficiënt loopt van -1 tot 1, waarbij negatieve waarden aangeven dat er een negatieve correlatie is, terwijl positieve waarden aangeven dat er een positieve correlatie gevonden wordt. Hoe hoger de absolute waarde van de coëfficiënt, des te sterker de correlatie tussen de variabelen. De verwachting is bijgevolg om een negatieve correlatie te vinden tussen de TTR per plant en de (lokale en globale) frequentie per plant, omdat we voorspellen dat er meer variatie optreedt (d.w.z. TTR dichtbij 1) bij minder frequente planten.

Om vervolgens te bekijken wat de relatie is tussen globale en lokale frequentie, worden de planten ingedeeld in drie groepen. Ten eerste onderscheiden we planten die globaal frequent zijn: planten die relatief veel voorkomen in de huidige ecoregio én in de rest van Vlaanderen en het Brussels Gewest. De tweede groep bestaat uit planten die globaal frequent zijn, maar infrequent in de huidige ecoregio. Ten derde zijn er planten die zowel lokaal als globaal infrequent zijn. We verwachten dat de gemiddelde waarde voor TTR verschilt per groep, zodat er de minste variatie is voor planten die overal voorkomen (groep 1) en de meeste variatie voor planten die bijna nergens voorkomen (groep 3). Voor planten die lokaal infrequent maar globaal frequent zijn (groep 2), voorspellen we dat ze een middenpositie zullen innemen.

Resultaten en vervolgstudie

De resultaten wijzen op een significante negatieve correlatie, zowel tussen de globale frequentie van een plant en de TTR, als tussen de lokale frequentie en de TTR (alle $p < 0.001$).³ Zoals verwacht vertonen de minder frequente planten dus meer lexicale variatie. De absolute waarde van de correlatiecoëfficiënt is echter nooit hoger dan 2.6. Dat wil zeggen dat plantfrequentie alleen niet kan verklaren waarom er voor sommige planten meer namen voorkomen dan voor andere.

Wat betreft de verhouding tussen lokale en globale frequentie bevestigt de analyse ook het verwachte patroon: de gemiddelde TTR in groep 1 (lokaal en globaal frequent) is 0.39; de gemiddelde TTR in groep 2 (lokaal infrequent, maar globaal frequent) is 0.48 en het gemiddelde in groep 3 (lokaal en globaal infrequent) is 0.61. De verschillen tussen de groepen zijn significant ($p < 0.001$) maar niet erg groot.

Alle resultaten bevestigen dus wat we verwachtten, maar de impact van plantfrequentie is niet heel sterk. Uit onderzoek naar de

naamgevingsmotieven bij planten blijkt echter dat dialectnamen ook gebaseerd kunnen zijn op andere aspecten die te maken hebben met het voorkomen van de plant in de dagelijkse omgeving van de taalgebruiker. Zo zijn de dialectnamen van sommige planten te verklaren door de smaak van een eetbare plant of door de medicinale toepassingen ervan (zie Brok, 1991:278-279). Dat wijst erop dat er, naast het natuurlijk voorkomen van een plant in de dagelijkse omgeving van de mens, ook andere manieren zijn waarop een plant experiëntieel saillant kan worden, zoals het nut van de plant voor de (agrarische) taalgebruiker.

In een vervolgstudie hebben we daarom, in de data uit het WVD, onderzocht of de eetbaarheid van een plant, de medicinale toepassingen van een plant en de mate waarin een plant giftig is voor mens en vee, ook correleren met de hoeveelheid variatie die er in het dialectmateriaal voorkomt (zie Franco, Piringer en Wandl-Vogt, 2017). Dan blijkt dat er significant minder variatie gevonden wordt voor eetbare planten en voor planten met medicinale toepassingen (alle $p < 0.05$). Voor de giftige planten is het effect niet significant.

Conclusie

Uit onze studies kunnen we besluiten dat er een samenhang is tussen de experiëntieel saillantie van een plant en de hoeveelheid lexicale variatie die de plant vertoont. De verschillende operationalisering van de mate waarin een plant experiëntieel saillant is, geven namelijk hetzelfde patroon aan: hoe meer de plant experiëntieel saillant is, hoe minder lexicale variatie er optreedt. Zowel voor planten die een hogere natuurlijke frequentie hebben, als voor nuttige (d.w.z. eetbare of medicinale) planten wordt er immers een significant kleinere hoeveelheid verschillende namen gevonden. Voor giftige planten, daarentegen, vonden we geen significant effect.

Een mogelijke verklaring voor het feit dat experiëntieel saillantie de hoeveelheid lexicale dialectvariatie beïnvloedt, is dat mensen meer (moeten) spreken over concepten die meer voorkomen in het alledaagse leven. Daardoor worden ze het misschien sneller of gemakkelijker eens over het woord dat ze voor dat concept willen gebruiken. Het is immers voordelig voor de communicatie als er voor frequentere concepten een kleiner aantal woorden beschikbaar is en als dialectsprekers uit verschillende dorpen of regio's elkaar toch kunnen begrijpen. Die verklaring valt echter niet te bevestigen op basis van het materiaal in deze studies, omdat we geen informatie hebben opgenomen over de relatie tussen de mate waarin een plant experiëntieel saillant is en de tekstuele frequentie van de plant (zie ook het tandenborstelprobleem hierboven). De precieze relatie tussen de experiëntieel saillantie van een concept en de frequentie ervan in alledaags taalgebruik moet dus nog verder onderzocht worden.

Noten

1. e-wld.nl

2. Naast de TTR hebben we ook andere maten van lexicale variatie onderzocht. Dan blijkt dat, hoewel frequentere planten minder variatie vertonen, de experiëntieel saillantie van de plant niet sterk genoeg is om te zorgen voor een grote mate van standaardisering per ecoregio. Voor verdere informatie, zie Franco en Geeraerts (te verschijnen).

3. De TTR staat erom bekend gevoelig te zijn voor de hoeveelheid materiaal die beschikbaar is (d.w.z. voor het aantal tokens per plant). Als we echter planten met erg weinig tokens buiten beschouwing laten, blijven de resultaten overeind.

Literatuur

Brok, Har. (1991), *Enkele bloemnamen in de Nederlandse dialecten: Etnobotanische nomenclatuur in het Nederlandse taalgebied*. Amsterdam: Meertensinstituut.

Franco, Karlien en Dirk Geeraerts (te verschijnen), Botany meets lexicology: the relationship between experiential salience and lexical diversity. In: Janice Fon (red.), *Dimensions of Diffusion and Diversity*. Berlin: De Gruyter Mouton.

Franco, Karlien, Barbara Piringer en Eveline Wandl-Vogt (2017), A case-study on lexical variation in plant names using interlinked digitized dialect dictionaries. *Action meeting ENeL (European network of e-lexicography)*. Boedapest, Hongarije, 24-25 februari 2017.

Van Landuyt, Wouter, Ivan Hoste, Leo Vanhecke, Paul van den Bremt, Ward Vercruysse en Dirk de Beer (2006), *Atlas van de Flora van Vlaanderen en het Brussels Gewest*. Brussel: Instituut voor natuur- en bosonderzoek, Nationale Plantentuin van België & Flo.Wer.

WBD = Weijnen, Antonius, Roeland Van Hout en Willy Van Langendonck. 1967-2005. *Woordenboek van de Brabantse dialecten*. Assen/Utrecht: Gopher/Van Gorcum.

WLD = Weijnen, Antonius, Luk Draye en Roeland Van Hout. 1983-2008. *Woordenboek van de Limburgse dialecten*. Amsterdam/Groningen/Utrecht: Gopher.

WVD = Devos, Magda, Hugo Ryckeboer en Jacques Van Keymeulen. 1979-. *Woordenboek van de Vlaamse dialecten*. Gent: Universiteit Gent, Vakgroep Nederlandse Taalkunde.

Karlien Franco werkt bij de onderzoeksgroep QLVL aan de KU Leuven. Haar onderzoeksinteresses omvatten dialectologie, kwantitatieve methodes en cognitieve taalkunde. Tijdens haar doctoraat onderzoekt ze de invloed van semantische factoren op de lexicale variatie in de Limburgse en Brabantse dialecten in Vlaanderen en Nederland.

e-mail: karlien.franco@kuleuven.be

Kwestie van flexibel te zijn

Bert Cappelle

Er zijn van die soepele woorden in onze taal. Een daarvan is *kwestie*. In de Dikke Van Dale, net als in andere woordenboeken, wordt *kwestie* vermeld als een zelfstandig naamwoord, maar in de omgangstaal heeft *kwestie* ook gebruiksvormen die doen denken aan andere woordsoorten.

Wie 's zondags langs het kanaal Brugge-Oostende fietst, die kan mij weleens spotten op het water, meer bepaald op de boeg van een roeiboot gevuld met nog acht andere lichtjes overjarige mannen. We zijn geen toproeiers, verre van, maar willen als team vooruit – wat in het roeien neerkomt op sneller en sneller achteruit varen. In de week voor een plaatselijk georganiseerde wedstrijd, de Brugge Boat Race, stuurde een van die mannen dit e-mailtje naar de rest van het team:



” ‘Iemand vanavond ergometer?
Kwestie van warm te draaien ...
ik ga om half negen.’

Een ergometer is een toestel dat het roeien simuleert en er staan er zo enkele ter beschikking van de leden van onze roeivereniging om te trainen. Meteen antwoordde een van de mannen, die door een blessure aan een been niet mee kan roeien, maar wel als stuurman meedoet:

” ‘Ik kom ook af, half negen.
Kwestie van mijn been wat te laten bewegen.’

Nu gaat het er in de roeiclub best wel vrolijk aan toe, maar ik ben er zo goed als zeker van dat de stuurman hier niet met opzet het taalgebruik van de eerste verzender imiteerde om grappig uit de hoek te komen – mocht dat zo geweest zijn, dan was de grap maar flets. Ik denk gewoon dat zo'n toevoeging met *Kwestie van* ... door het lezen van de eerste mail al wat geactiveerd was in het geheugen met zinsconstructies bij de antwoorde, die daarom zonder er verder veel bij na te denken die constructie zelf ook nog eens benutte, een beetje zoals hij ook *halfnegen* hergebruikte en er niet omwille van de stilistische variatie *acht uur dertig* van maakte.

Verantwoording

Zelf ging ik me die avond niet uitsloven op zo'n ergometer, want ik schreef liever een stukje over dit toch wel vreemde gebruik van *kwestie*. Van Dale kent die toepassing en stipt het aan als iets wat tot het informele taalgebruik hoort en enkel in België voorkomt, als leenvertaling uit het Frans (*question de*). Is dat woord hier nog altijd een zelfstandig naamwoord of is het eerder, in combinatie met *van*, een onderschikkend voegwoord van doel, zoals *om* of *teneinde*? Van Dale suggereert de betekenis 'met de bedoeling om', wat op een voegwoordelijk gebruik wijst. Alleen dekt *met de bedoeling om* niet precies de lading die *kwestie van* hier heeft. Die betekenis is te ruim. Neem bijvoorbeeld de volgende zin:

” ‘Creditcardfraude is het gebruik van een credit-card met de bedoeling om te frauderen.’
(op het internet gevonden)

Zelfs wie frequent *kwestie van* gebruikt zou die combinatie hier niet benutten ter vervanging van *met de bedoeling om*:

” ‘*Creditcardfraude is het gebruik van een creditcard *kwestie van* te frauderen' (zoals gewoonlijk duidt een asterisk aan dat een zin grammaticaal onaanvaardbaar is)

Kwestie van is onderworpen aan specifieke gebruiksvoorwaarden. De meest normale manier om *kwestie van* ... in je betoog te verweven gaat zo: eerst moet je een gebeurde of een nog te verrichten handeling vermelden en dan plaats je *kwestie van* aan het begin van een verantwoording voor die handeling. Die verantwoording klinkt liefst als een gedachte achteraf en appelleert aan ons aller *common sense* en gevoel voor rede en redelijkheid. Vandaar dat we toevoegingen horen als ... *kwestie van gezond te blijven*, ... *kwestie van niemand te schofferen* of ... *kwestie van niet te overdrijven en rustig op te bouwen* maar doorgaans niet ... *kwestie van iedereen bang te maken*, ... *kwestie van schandalig rijk te worden* of ... *kwestie van haar tegen haar wil in te bezwangeren*.

Van Dale weet niet dat naast *kwestie van* ... ook *kwestie dat* ... voorkomt, zoals in de volgende authentieke voorbeelden die ik uit een internetcorpus haalde. Al deze voorbeelden komen van Belgische websites.

” ‘Traditiegetrouw brengt de nieuwe baby geschenken mee voor de andere spruiten (kwestie dat het kind al direct graag gezien wordt).’
‘We hebben wel 2 aubergines gebruikt, kwestie dat het kleintje in de buik genoeg vitaminetjes binnen krijgt.’

Jérôme is dus de zoon van Figaro en Tricot. Een ongelofelijke janker! En een superbedelaar! En het is niet dat hij geen eten krijgt... Hij is de dikste kat die hier woont. Hem lopen we ook heel regelmatig achterna. Bailey en ik zorgen graag voor zijn calorie-verbranding. Kwestie dat hij gezond blijft.'

Aangezien *kwestie dat* ... hier kan worden vervangen door *zodat* ... of *opdat* ... – maar omgekeerd is dat opnieuw niet altijd mogelijk – is het als combinatie ook in deze gevallen een onderschikkend voegwoord. Het verschil met *kwestie van* ... is dat hier een bijzin met een vervoegd werkwoord volgt en niet een infinitiefzin.

Korte zin

Er is nog een ander geval waar *kwestie* veraf staat van een zelfstandig naamwoord. Het kan namelijk soms op z'n eentje de waarde hebben van 'Het is onzeker of ...' of 'De vraag is of ...'. Van Dale bestempelt dit gebruik, waar *kwestie* steevast vooraan staat in een zin, als 'niet algemeen':

” 'Kwestie is 't wel waar.' (voorbeeldzin in Van Dale)
'Kwestie zou vader niet weten waar dat onze zoon gisteren geweest is.' (voorbeeldzin in Vlaams Woordenboek)
'En de tanks betwifel ik ook. Een Mark I en een Mark II samen? En kwestie zijn beide modellen niet hetzelfde. De ene met en de andere zonder B.O. Tenzij de B.O. bij de linker tank niet werd aangelijmd.' (internetvoorbeeld)

Het laatste voorbeeld werd gelokaliseerd op een forum over modelbouw. Ik heb geen idee waar 'B.O.' voor staat, maar het zal hier wel niet *body odour* ('lijfgeur') zijn. Eigenlijk heeft *kwestie* hier iets van een bijwoord, zoals *misschien*, of van een tussenwerpsel, zoals *wie weet*. Waar het Engels een overbodig lange constructie met dubbel *is* kent (*The question is, is whether we should really do that*), biedt het Nederlands hier de mogelijkheid om daarmee vergeleken wel een erg korte zin te vormen (*Kwestie moeten we dat wel doen*).

Interessant is dat zulke zinnen op retorische vragen lijken. Ze lijken allereerst op vragen door de inversie van het onderwerp en de persoonsvorm (*zou vader*). En ze lijken bovendien op retórische vragen doordat een positieve *Kwestie*-zin een negatieve boodschap oproept en omgekeerd: *Kwestie is 't wel waar* betekent zoveel als 'Het is mogelijk niet waar' en *Kwestie zou vader het niet weten* suggereert 'Vader weet het mogelijk'.

Had in *kwestie van* ... en *kwestie dat* ... het woord *kwestie* meer de betekenis van 'zaak' (of van het Engelse *matter*), dan sluit *Kwestie* ... hier qua betekenis nauwer aan bij die van het klassiek Latijnse *quaestio*, waar *kwestie* etymologisch op teruggaat. Dit zelfstandig

naamwoord betekende 'zoektocht, ondervraging of verhoor' in het Latijn en was zelf een afleiding van het werkwoord *quaerere*, dat 'opzoeken' 'vragen' of '(trachten te) vinden' betekende. Het is datzelfde werkwoord dat ook ten grondslag ligt aan het Nederlandse woord *queeste*, bekend van in de ridderpoëzie.

Kwestje

Toen *kwestie* tussen 1265 en 1270 in het Middelnederlands terecht kwam, werd het nog als *questie* geschreven. Er werd tot voor kort algemeen aangenomen dat *kwestie* aan het Franse *question* is ontleend, maar in het middeleeuws Latijn bestond ook *questio*, met als betekenis 'probleem' of 'vraagstuk', een uitbreiding van de betekenis die *quaestio* had in het klassiek Latijn. Volgens het gezaghebbende *Etymologisch Woordenboek van het Nederlands* onder redactie van Marlies Philippa komt ons woord *kwestie* van *questio*.

In het West-Vlaams bestaat ook de uitspraak *kwestje*, wat nog meer dan *kwestie* lijkt op het Franse *question* en vooral op het middeleeuws Latijn *questio*. Dat het Franse *question* een *-n* bevat, heeft overigens met de accusatief van *quaestio* te maken: *quaestionem*. In elk geval is ook de Algemeen Nederlandse uitspraak van *kwestie*, met die *kw-* aan het begin, meer gemodelleerd naar het Latijn dan naar het Frans. We vinden trouwens in oudere Nederlandse teksten ook de spellingvariant *quaestie*, zoals bij Louis Couperus:

” 'Waarom moet je nu dadelijk denken, dat ze met elkaâr willen gaan trouwen? Er is nu alleen maar quaestie van een invitatie.' (Couperus, *Eline Vere*, 1889, Eerste deel, hoofdstuk XVIII, I)

Dat menig West-Vlaming *kwestie* als *kwestje* uitspreekt, teruggaand op het Latijnse *qu(a)estio*, verleent diens veelal als boers ervaren dialect toch wel iets chics, vind ik. We horen in het West-Vlaams ook bij andere aan het Frans ontleende of gelatiniseerde woorden eindigend op *-ie* net dat zweempje van een Latijns-aandoende tweeklank op het eind: *reloasje* neigt wat naar *relatio*, *stoasje* naar *statio*. De West-Vlaming houdt het wel subtiel. *Kwestie* van niet te overdrijven. En *kwestie* beeld ik me die invloed van het Latijn op het West-Vlaams niet in.

Bert Cappelle doceert en onderzoekt Engelse taalkunde aan de universiteit van Rijsel.

e-mail: bert.cappelle@univ-lille3.fr

Broodje digitaal

Sara Van Daele

Het belang van online media valt niet te ontkennen. We leven nu eenmaal in een digitaal tijdperk. We kunnen niet meer zonder het wereldwijde web. Dat manifesteert zich natuurlijk eerst en vooral in ons privéleven: uw achterachtertricht trouwt volgende week en u heeft dringend nog een nieuwe outfit nodig? Zalando.be! U bent vergeten dat uw petekind dit weekend jarig is en u heeft geen cadeau? Bol.com levert de volgende werkdag alles wat u maar wilt! En hoe overtuigen al die flitsende online bedrijven u om op hun aanbod in te gaan? Juist, door goede, professionele webcommunicatie. En laat nu net dat hetgeen zijn waaraan we in de opleiding voor de communicatiespecialisten van morgen vaak nog te weinig aandacht besteden.



Onze studenten worden tijdens hun verblijf aan onze faculteit opgeleid tot 'taalspecialisten'. Schrijvers, redacteurs, uitgevers, journalisten, communicatieverantwoordelijken ... de bedrijfscommunicatie- of taal- en letterkundestudent kan veel kanten op. Om de studenten voor te bereiden op een van die carrières, proberen wij om hen, over verschillende vakken heen, vertrouwd te maken met schrijven en herschrijven. Hun vaardigheden worden op de proef gesteld in verschillende genres: essays, columns, academische papers, recensies ... Wat we daarbij, helaas, over het hoofd zien, is dat de focus alleen op gedrukte media ligt. Daardoor laten we online media soms volledig links liggen.

De opmars van online media heeft voor nieuwe kansen gezorgd voor bedrijven én particulieren. Enerzijds zijn er bedrijven die zich als hoofddoel hebben gesteld nieuwe (sociale) media te ontwikkelen. Maar ook andere, meer traditionele bedrijven hebben heel wat nieuwe communicatie- en advertentiemogelijkheden, dankzij sociale media. Er zijn gigantisch veel nieuwe manieren ontstaan om in contact te treden met het doelpubliek. Bovendien krijgen bedrijven een veel beter inzicht in het (online) gedrag van hun klanten, dankzij verschillende methodes. Dat ze daarbij soms weinig respect hebben voor onze privacy, laten we gemakshalve even terzijde.

Digi-taal: een uitdaging?

Schrijven voor websites, sociale media, apps ... stelt ons echter ook voor een aantal specifieke uitdagingen die we niet ervaren wanneer we voor gedrukte media schrijven. Online is een lezer bijvoorbeeld veel selectiever. Hij kiest, veel meer dan bij print, wat hij wel en niet leest. Bovendien is een weblezer minder aandachtig. Hij leest niet alles wat op de pagina staat, hij springt heen en weer tussen wat hem interessant lijkt. Daarnaast leest hij ook effectief trager dan op papier, omdat beeldschermlezen vermoeiender is. Bovendien kan een lezer online minder informatie verwerken dan op papier. Een schrijver die voor het web schrijft, moet dus veel meer moeite doen om de lezer aandachtig te houden en te boeien.

Gelukkig kunnen we onze schrijfstijl met een aantal kleine ingrepen aanpassen, om ook online de snelste weg naar ons schrijfdoel te vinden. De eerste tip is misschien wel meteen de belangrijkste: ken uw lezer

door en door. Natuurlijk heeft u bij elk schrijfproces wel min of meer een beeld van uw lezer. Webteksten zijn echter in zeer sterke mate afhankelijk van de mate waarin ze de lezer weten aan te spreken en in de tekst weten te trekken. Een weblezer is immers veel selectiever en haakt ook veel sneller af. Daarom is een vaag beeld van de doelgroep niet voldoende. De bedrijven die het sterkst zijn in online communicatie, zijn vaak de bedrijven die zeer goed weten wie hun klanten zijn.

De lezer is koning

Een algemeen beeld is dus niet voldoende, maar hoe vormt u zich dan een concreter beeld van uw doelpubliek? Dat doet u eerst en vooral op basis van objectieve informatie. Beperkt u zich tot veronderstellingen en veralgemeningen, dan mist u wellicht een groot deel van uw doelpubliek. Een voorbeeldje: een jong merk dat ethische schoonheidsproducten verkoopt, was voor zijn marketingstrategie uitgegaan van bepaalde veronderstellingen over het doelpubliek. Bij een van de eerste demonstratieavonden bleek dat het bedrijf een grote groep klanten volledig over het hoofd had gezien. De producten waren blijkbaar heel populair bij jonge moslima's. Door zich te baseren op veronderstellingen en niet op objectieve feiten hadden ze er zo na een belangrijk marktsegment gemist. Ga dus eens praten met uw klantendienst en uw marketingteam. Die diensten weten vaak heel concreet welk publiek uw bedrijf bereikt. Daarnaast kunt u natuurlijk ook zelf interviews, enquêtes of focusgesprekken gaan uitvoeren. En ook het wereldwijde web zelf biedt een schat aan informatie dankzij allerlei slinkse data-analysetechnieken. Op basis van al die informatie kunt u zich een eerste beeld van uw doelpubliek vormen.

Het is echter belangrijk niet te blijven hangen bij dat eerste algemene beeld. Het komt er nu op aan om dat algemene doelpubliek tot leven te brengen. Daarbij houdt u niet alleen rekening met *wat* uw lezers zeggen en denken, maar ook met *hoe* ze dat doen. Zo biedt u de lezer niet alleen de *informatie* die hij zoekt, maar doet u dat ook in een *taal* die de zijne is. Ga dus praten met uw lezer. Verzamel zijn verhalen en ervaringen en construeer op basis van die verhalen een mens van vlees en bloed, een zogenaamde *persona*. Geef die persona een naam, een gezicht, een persoonlijke achtergrond ... En ga daar zo ver mogelijk in: hoe *echter* uw persona is, hoe beter u uw communicatie kunt aanpassen.

U kent nu uw doelgroep, u weet wat het prototype van uw lezer zoekt, wat hij wil weten, wat hij verwacht van een website. Tijd om te schrijven dus! Schrijven voor websites doet u op twee niveaus: *on page* en *off page*. *On page content optimization* heeft te maken met de kwaliteit van de teksten op uw websites. *Off page content optimization* heeft te maken met de meta-informatie die ervoor zorgt dat uw website ook in zoekmachines ideaal gepresenteerd wordt, door bijvoorbeeld de juiste sleutelwoorden te gebruiken, voor leesbare URL's te zorgen en de broncode van uw website toegankelijk te maken.

De digistijl

Laten we ons hier vooral concentreren op de *on page optimization*. Dit is en blijft namelijk in de eerste plaats een broodje *taal*. Enerzijds gelden op het internet natuurlijk dezelfde taalregels als in de offline wereld. Anderzijds zijn er toch een aantal specifieke kenmerken van websites en digitale lezers, die het schrijven ietwat kunnen bemoeilijken.

Ten eerste is een digitale lezer minder aandachtig. Hij leest zelden een volledige tekst, maar scant, op zoek naar de informatie die hij nodig heeft. Daarom moet een webtekst eerst en vooral beknopt zijn. De lezer moet meteen vinden wat hij zoekt. Schrijf daarom eerder korte zinnen, zonder te vervallen in een al te 'hijgend' ritme. Niet alleen zinnen, maar ook alinea's zijn op het web een stuk korter dan daarbuiten. Vier of vijf regels is een goede richtlijn.

Ook een goede structuur laat uw lezer toe om door de tekst te springen, zonder alles te moeten lezen. Daardoor kan hij sneller de informatie vinden die hij zoekt. Een goede richtlijn is om uw tekst als een soort van omgekeerde piramide te beschouwen, waarbij het zwaartepunt bovenaan ligt. U geeft dus aan het begin van de tekst de meest essentiële informatie, die iedereen gelezen moet hebben. Een weblezers haakt immers snel af. Gebruik daarnaast structurerende tussentitels en zet kernwoorden in het vet. De blik van uw lezer zal automatisch naar die visueel benadrukte informatie getrokken worden. Ook korte lijstjes en opsommingen zijn een goed idee. U maakt zo meer kans gelezen te worden dan wanneer u in volledige, welbespraakte paragrafen schrijft. Maak bovendien gebruik van de extra mogelijkheden die het web u biedt en stuur de lezer door de tekst door middel van links. Zo kunt u van een korte omschrijving naar een langer artikel doorverwijzen of van een algemeen naar een specifiek onderwerp. Op die manier kiest uw lezer zelf wat hij wel en niet wil lezen.

Ten tweede zijn online media meestal informeler dan print. Zorg daarom voor een aangepast register: het mag allemaal wat persoonlijker, wat losser. Zorg er vooral voor dat u de taal van uw doelgroep kent en gebruikt. Om uw taalgebruik persoonlijker te maken, kunt u bijvoorbeeld ook de lezer rechtstreeks aanspreken met persoonlijke voornaamwoorden of imperatieven. Probeer daarnaast om concreet te zijn: geef voorbeelden, geef details. Vermijd ten slotte al te formele taal: schrijf actieve zinnen, vermijd een te formele woordenschat of te omslachtige zinnen. Dat het

allemaal niet al te formeel hoeft te zijn, wil natuurlijk niet zeggen dat uw taalgebruik niet correct moet zijn. Taalfouten geven ook online een slordige, onprofessionele indruk.

Mobile Vikings: koning van de digi-taal

Een voorbeeld van een bedrijf dat het online heel goed doet, is Mobile Vikings, een jong telecombedrijf. De Vikings vertrouwen nauwelijks op klassieke media voor hun communicatie. Ze hebben een aantrekkelijke website, een flitsende bedrijfsapp, een blog en ze zijn aanwezig op Facebook en Twitter. Wanneer je hun via een van die kanalen een vraag stelt, krijg je razendsnel antwoord. Maar vooral: je krijgt een antwoord dat jou als *fellow viking* op het lijf geschreven is. De Vikings kennen hun, voornamelijk jonge, publiek immers erg goed.

Lees, ter illustratie, even het onderstaande mailtje van Viking Tom:

Hoi Sara,

We hebben een spannende maand in het verschiet: van maandag 2 mei tot en met zaterdag 28 mei houden we in **Gent** de **Viking Bar** open. Ook in deze tweede pop-up kun je het leven als Mobile Viking in detail komen ontdekken (remember Antwerpen?). Volg Mobile Vikings op **Snapchat** en maak kans op je speciale Mobile Vikings Blokpakket. En natuurlijk ook voor een blik achter de schermen.

Ook de **Viking Deals** hebben we wat meer uit de doeken gedaan. In het kort: let op je adblockers en cookies, en ga altijd via onze pagina naar de partner waarbij je een aankoop wilt doen. Hieronder vind je nog wat voorbeelden van Viking Deals waarmee je **Vikingpunten** verdient. Die punten zet je dan in als korting op je volgende herlading of om te bellen met Viking Talk. Maar dat wist je al, natuurlijk.

Viking groet,
De Mobile Vikings crew

Laten we dit broodje digitaal afsluiten door al het voorgaande, in ware webstijl, toe te passen op de Vikingmail:

- Directe **aanspreking**: 'Hoi Sara', 'Maar dat wist je al, natuurlijk'
- De belangrijkste info staat bovenaan (Viking Bar) en links in het midden (Viking Deals)
- **Vetgedrukte** woorden loodsen je door de tekst
- Vooral **kortere zinnen**, hier en daar afgewisseld met langere exemplaren voor een aangenaam tempo
- Een **woordenschat** die bij het doelpubliek past: 'remember Antwerpen?'
- **Korte alinea's**: een vijftal regels
- Een **vlot, bondig, eenvoudig** taalgebruik
- Een vrij **informeel** register
- **Links** sturen de lezer door de tekst

U ziet het, schrijven voor het web is een kunst op zich, waar in het schrijfonders gerust wat meer aandacht voor zou mogen zijn. Ik probeer alvast het goede voorbeeld te geven, door de studenten bedrijfscommunicatie dit semester een snelcursus digi-taal te geven.

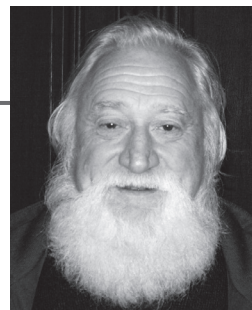
Sara Van Daele doceert als praktijkassistent Nederlandse taalbeheersing en Nederlandse bedrijfscommunicatie aan de KU Leuven.

e-mail: sara.vandaele@kuleuven.be

De situeerbaarheid van familienamen in een bepaalde regio

Lieve De Swaef en Johan Taeldeman

In deze beknopte bijdrage staat de volgende vraag centraal: hoe en in welke mate kun je mensen in een bepaalde regio situeren op grond van hun familienaam? Deze centrale vraag lag ook aan de basis van de naamkundige discipline die sedert het einde van de jaren 70 bekend staat onder de naam familienamengeografie en waarvan in Vlaanderen de grondslagen gelegd zijn door Jan Goossens (o.a. 1978 en 1995), Ann Marynissen (o.a. 1991, 1995, 1997) en Jef Van Loon (o.a. 1980 en 1995). In dit artikel proberen wij hun en onze bevindingen op dat vlak beknopt weer te geven voor een ruimer publiek, dat minder vertrouwd is met deze materie, maar er toch intuïties over zal hebben.



Onze familienamen gaan meestal terug op bijnamen die in dialectsprekende gemeenschappen ontstaan zijn en dus mag je verwachten dat variatie in onze familienamen heel vaak een afspiegeling is van dialectverschillen. Met andere woorden: aan de familienaamvarianten kun je doorgaans zien in welke streek ze oorspronkelijk gegeven zijn. Die 'doorgaans' slaat op twee relativerende factoren:

- (1) Mensen zijn steeds mobieler geworden en komen vaak in andere dialectgebieden terecht, maar nemen hun familienaam wel mee vanuit hun heimat. Daardoor zijn binnenlandse immigratiepolen als de grote steden en de kust potentiële verstoorers van een algemeen patroon.
- (2) Familienamen zijn vaak al in de middeleeuwen ontstaan en reflecteren dus de dialectgebieden van die tijd. Maar in latere eeuwen kunnen die oorspronkelijke gebieden verschuivingen ondergaan hebben, inclusief expansies en regressies.

Dialectgebonden variatie kunnen we op drie vlakken waarnemen:

- (1) *Lexicale* verschillen (verschillende woorden voor dezelfde denotatie)
- (2) *Morfologische* verschillen (verschillen in de woordvorm)
- (3) *Fonologische* verschillen (verschillen in de klanken)

Eigenaardig genoeg komt daar nog een vierde bron van familienaamvariatie bij, die weinig of niets te maken heeft met dialectverschillen, namelijk *spellingvariatie*.

Hieronder gaan we kort in op elk van die vier verschilsmotieven.

Lexicale verschillen

Dit type komt vooral voor in beroepsnamen. Zo noemde men een kleermaker in diverse regio's een *naaier*, *sutter*, *schepper*, *snijder* of *schreuder*. Dat gaf aanleiding tot de huidige familienamen *De Naeyer*, *De Sutter*, *De Schepper*, *Snijders* en *Schreurs* (zie Marynissen, 1994).

De familienaam *De Sutter* (en varianten) is te situeren in West-Vlaanderen en in een groot deel van Oost-Vlaanderen. *De Naeyer* is Oost-Vlaams en komt vooral voor in Zuid-Oost-Vlaanderen. *De Schepper* is ook een Oost-Vlaamse benaming. (We achten het niet uitgesloten dat de benamingen *De Sutter*, *De Naeyer* en *De Schepper* op verschillende takken van het kleermakersbedrijf sloegen.) *Snij(d)ers* (en varianten) is vooral te vinden in de oostelijke helft van Vlaanderen (inclusief Antwerpen). *Schreurs* is bepaald een Limburgse naam (vgl. Duits *Schröder*).

Een ander mooi voorbeeld binnen de categorie beroepsnamen zijn de benamingen voor een paardenknecht (een belangrijke functie in een agrarisch georganiseerde samenleving). Op een twintigste-eeuwse dialectkaart van *paardenknecht*-benamingen zien we het type *karton(g)* (zie Ryckeboer, 1989) verschijnen in een ruim westelijk gebied (de Franse en Vlaamse Westhoek) en precies daar komt ook de grootste concentratie van de familienaam *Carton* voor. Het dialectwoord *boever* (= eveneens paardenknecht) is te situeren in het zuidelijker grensgebied tussen West- en Oost-Vlaanderen, en daar vinden we ook een hoge concentratie van de familienaam *De Boever* / *De Bouver*.

Een laatste voorbeeld van lexicale variatie in beroepsnamen brengt ons bij de slager. De oudere dialecten vertoonden een bonte waaier van heteroniemen (bijvoorbeeld *slachter*). Van die waaier blijven er nu nog nauwelijks relictten over door de kaalslag via het (oorspronkelijk) Brabantse *beenhouwer* en het Algemeen Nederlandse *slager*. In het archaische Gents is nog de variant *vleeshouwer* te horen. Groot was onze verrassing toen we op de familienaamkaart van 'slager' zagen dat *De Vleeschouwer* (en varianten) heel sterk aanwezig is in ongeveer heel Oost-Vlaanderen. Dat laatste laat vermoeden dat *vleeshouwer* vroeger een veel ruimere verspreiding had dan nu en dat het Gentse *vleeshouwer* echt wel een relict is. Met andere woorden: 'familienamenkaarten' kunnen ons ook veel leren over vroegere dialectlandschappen!

Woordvormingsverschillen _ _ _ _ _

Vooraf in patroniemen (= mannelijke afstammingsnamen) en ook wel in beroepsnamen zien we geen (of toch maar weinig) variatie in het basiselement, maar wel in het wordeinde en dat is morfologisch geconditioneerd (bijvoorbeeld de genitief-s).

Een mooi voorbeeld hiervan zijn de patroniemen met het basiselement *boon* (patroniem < Germaans *Bono* of Latijn *Bonifacius*). Van west naar oost verschijnen er op een kaart drie courante varianten: *Boone* (Wvla. + westelijk Ovl.), *Boon* (centraal Vlaanderen) en *Boonen* (noordelijke Kempen en Limburg). Het is dus geen toeval dat Louis Paul Boon uit Aalst komt en Tom Boonen uit Mol/Balen.

Ongeveer hetzelfde patroon vinden we bij de patroniemen uit *Cool/Colijn*: *Coole* en *Cool* in 'de Vlaanders', *Cools* (met genitief-s) in Centraal Vlaanderen en *Co(o)len* vooral in Limburg.

De overgang van een 'Vlaanders' gebied zonder genitief-s en een oostelijker zone met -s valt gemakkelijk af te lezen op kaarten met beroepsnamen op -*man*: westelijker *Timmerman/Temmerman* gaat over in oostelijker *Timmermans* in het grensgebied tussen 'de Vlaanders' en het oude hertogdom Brabant.

Dat ook het woordbegin morfologisch geconditioneerde variatie kan vertonen, zien we in namen met de mogelijke oostelijke(r) clusters *Sw-*, *Sm-* en *Sp-*: bijvoorbeeld *Swaelen*, *Swerts*, *Smulders/Smolders* en *Spaepen*, waarin de initiële *s* een verkorting is van de genitief *des*. Vergelijk met Kempens en ook wel Limburgs *Swaelen* = des *Waelen*, *Swerts* = des *Weerds*, *Smolders/Smulders* = des *Mulders* en *Spaepen* = des *Papen* met 'Vlaanders' *De Waele*, *De Weert* (en varianten), *De Mulder* en *De Paepe* of *Paepe*.

Klankverschillen _ _ _ _ _

Vooraf op fonologisch gebied vertonen/vertoonden onze dialecten de bontste variatie. Zulke verschillen zien we ook heel nadrukkelijk in onze familienamen. We geven hieronder weer enkele markante voorbeelden.

Het woord *bok* heeft drie opvallende klinkvarianten: Wvla. + westelijk Ovl. *buk*; *bok* in een oostelijker deel van Oost-Vlaanderen (met het Waasland als epicentrum) en *boek* in centraal Vlaanderen (bv. Antwerps *ne gaaitenboek*). Vrij parallel hiermee zien we op de familienaamkaart (telkens met de betekenis 'een nurks en agressief persoon') van west naar middenoost (Brabants) de varianten *De Buck* – *De Bock* – *De Boeck*. In Oost-Vlaanderen is er wel een opvallend verschil tussen de dialectkaart en de familienaamkaart: de variant *De Buck* komt voor tot net ten oosten van Gent (cf. de Gentse volkszanger Walter De Buck), terwijl in het westen de dialectvariant *buk* nog amper de provinciegrens overschrijdt.

Dat verschil heeft vooral te maken met het statusverschil tussen familienamen en dialect(woord)en: de eerste zijn verstaend en dus statisch(er) dan dialectingrediënten, die nu vooral aan regressies onderhevig zijn, zeker als ze van de AN-vorm afwijken. Met andere woorden: dialectisch *buk* is in de westelijke helft van Oost-Vlaanderen in een niet (al te) ver verleden teruggedreven naar het westen ten voordele van AN *bok*.

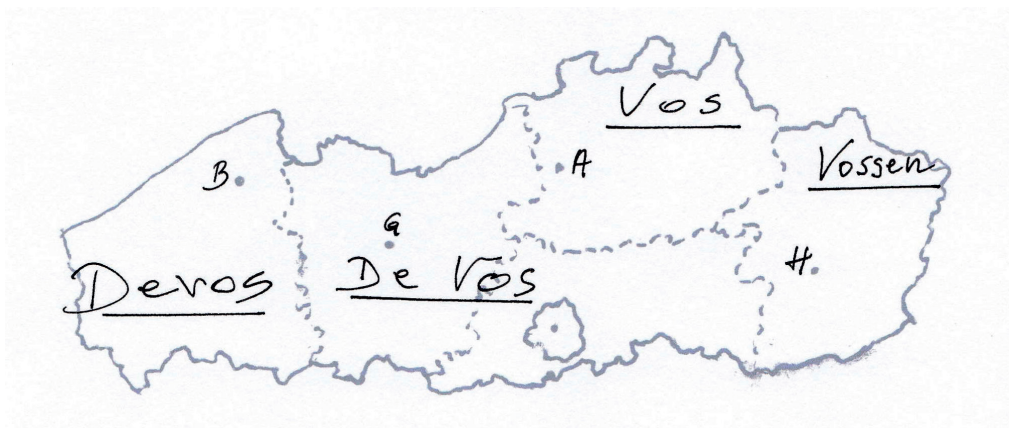
Een ander frappant voorbeeld van een klanktegenstelling in familienamen vinden we in de beroepsnamen afgeleid van de werkwoordstam *bak-* + het achtervoegsel -*er* (< Latijn -*arius*). In die oude suffixvorm zat een umlautsfactor (nl. -*i-*), die in ongeveer de oostelijke helft van Vlaanderen (Brabant, Antwerpen en Limburg) gewerkt heeft en aldus *a* in *e* veranderd heeft (→ *bekker*), maar in 'de Vlaanders' heeft die umlaut niet gewerkt. Aldus ontstonden de vorm *bakker* en de familienaam *De Backer*; tegenover oostelijker *De Becker* en *Beckers* (vgl. Duits *Bäcker*).

Spellingverschillen _ _ _ _ _

Onze familienamen vertonen vaak ook verschillen in de spelling die niets met dialectische uitspraakvariatie te maken hebben en dus aan niet-talige factoren toe te schrijven zijn. Hiermee bedoelen we niet de vele spellingvarianten die veeleer afhangen van het toeval, bijvoorbeeld de graad van geletterdheid of nuchterheid of gewoon de subjectieve voorkeur van een vroegere ambtenaar van de burgerlijke stand (met voorbeelden als *Seghers/Segers*, *Sprangers/Sprangers* of *Knaepen/Knapen*).

Interessanter zijn spellingverschillen die vrij systematisch in een bepaald administratief gebied (zoals een provincie) voorkomen en bijgevolg wellicht teruggaan op verschillende officiële spellingvoorschriften in bepaalde regio's. Het merkwaardigste voorbeeld hiervan zijn de familienamen met *De* of *Van* (bijvoorbeeld *Devos* vs. *De Vos*, *Vandamme* vs. *Van Damme*). In beide gevallen is de geleidelijke overgang van een spelling in één woord (bv. *Devos*, *Vandamme*) naar een spelling in twee woorden (bv. *De Vos*, *Van Damme*) duidelijk te situeren in de buurt van de provinciegrens tussen West- en Oost-Vlaanderen (zie <http://familienaam.be/Devos>, http://familienaam.be/De_Vos, <http://familienaam.be/Vandamme>, http://familienaam.be/Van_Damme), die teruggaat op de napoleontische indeling (anno 1795) van onze contreien in departementen, respectievelijk het Département de la Lys en het Département de l'Escaut.

Op het bijgevoegde kaartje worden per streek de dominante varianten van de familienamen met *vos* als basiswoord weergegeven. Het gaat daarbij zowel om woordvormingsverschillen als om spellingsverschillen.



Kaart 1: de geografische verspreiding van de familienaam Devos / De Vos / Vos / Vossen.

Wij vermoeden dat er per departement verschillende spellingvoorschriften voor de ambtenaren van de 'état civil' (kunnen) hebben bestaan: de namen met *De* en *Van* in één woord in het vroegere Département de la Lys, in het Département de l'Escaut met twee woorden. Het is dus onzes inziens geen toeval dat de familienaam van 'onze' hoofdredacteur (geboren in Tielt) in één woord geschreven wordt.

Van Loon, J. (1980), 'Morfeemgeografie van de Nederlandse herkomstnamen'. In: *Naamkunde*, 12, blz. 137-174.

Van Loon, J. (1981), *Bijdrage tot de morfeemgeschiedenis en -geografie der Nederlandse toenames*. Kortemark-Handzame: Familia et Patria.

Literatuur

Goossens, J. (1978), 'Naar een Nederlandse familienaamgeografie'. In: *Naamkunde*, 10, blz. 213-233.

Goossens, J. (1995), 'Motiefgeografie van Nederlandse familienamen'. In: *Naamkunde*, 27, blz. 1-31.

Marynissen, A. (1991), 'Morfosyntactische aspecten van de Belgische familienamen op basis van het "Belgisch repertorium van familienamen"'. In: *Naamkunde*, 23, blz. 29-79.

Marynissen, A. (1994), 'Limburgse familienamengeografie'. In: *Naamkunde*, 26, blz. 243-301.

Marynissen, A. (1995), 'De atlas van de familienamen in het Nederlandse taalgebied'. In: *Handelingen van de Koninklijke Commissie van Toponymie en Dialectologie*, 67, blz. 139-171.

Marynissen, A. (1997), 'Waar komt mijn familienaam voor? Automatische kartering van de geografisch spreiding van (types) familienamen in het Nederlandse taalgebied'. In: *De Aardrijkskunde*, 21-3, blz. 25-38.

Ryckeboer, H. (1989), 'Alle boevers zijn geen 'boeven!' In: *WVD-Kontakt. Mededelingenblad van het Woordenboek van de Vlaamse Dialecten*, 3-1, blz. 7-13.

Internet

familienaam.be. (Marynissen, A. en Bijnens P.)

Over familienaam.be - gebruiksaanwijzing

De site 'familienaam.be' geeft informatie over de verspreiding van familienamen in België. De kaarten zijn gebaseerd op de gegevens van het Belgisch bevolkingsregister in 2008 respectievelijk in 1998.

Indien je simpelweg begint te typen, of in 'Zoek je familienaam' een familienaam intikt die in België voorkomt en op enter drukt, wordt getoond hoeveel personen met deze naam er in elke Belgische fusiegemeente woonden, naar keuze in 2008 of in 1998 (vink het gewenste jaartal aan). Je hoeft dus niet per se op "Zoek je familienaam" te klikken. Je kan gewoon beginnen typen. Hoe donkerder een gemeente ingekleurd wordt, hoe frequenter de naam er is. Je kan bladeren door je laatst gezochte familienamen met behulp van de pijltjes omhoog en omlaag op je toetsenbord.'

(bron: <http://familienaam.be/over-familienaam.be>)

Johan Taeldeman is emeritus hoogleraar Nederlandse taalkunde aan de Universiteit Gent. Lieve De Swaef is leraar Nederlands aan het Stella-Matutina college in Lede.

e-mail: johan.taeldeman@telenet.be

Wat varkens mij als journalist leerden. Over invalshoeken in reportages

Vincent ter Beek

Mijn eerste bezoek aan een varkensstal berustte op puur toeval. Bijna 15 jaar geleden stuurde de chef van een Nederlandse regioredactie mij eens de boer op. Op 'onze' pagina's voor Noord-West Twente hadden we een wekelijkse verstrooiende rubriek, getiteld 'Wat is dat nou?'. Idee was om een opmerkelijk object in het openbare leven te beschrijven in zo'n 300 woorden. Een lezer vroeg zich af waar de vele ronde ingangen voor dienden aan de buitenkant van een stal bij het dorpje Enter. Ik toog ernaartoe en belde aan. De boer repte van varkens, mestputten en gierwagens met lange slurven die eens in de zoveel tijd de putten leeg kwamen zuigen.

Een bijster interessant verhaal zat er niet in, vond ik. Misschien 100 woorden.

De boer vond het mooi dat een verslaggever van de *Tubantia* de weg naar zijn erf gevonden had. Of ik ook een kijkje in de stal wilde nemen. Ach, waarom ook niet. Ik toog achter hem aan de stal in. Ik zag veel varkens. Grote varkens, kleine varkens. Liggende varkens, springende varkens. De boer vertelde dat hij iets nieuws had aangeschaft voor in de stal, en dat hij daar trots op was. Veel begreep ik er allemaal niet van. Raar genoeg wilde hij maar niet zeggen hoeveel varkens hij had. En eenmaal weer op de redactie kreeg ik van alle kanten te horen dat ik naar mest stonk.

Wat ik zag in de stal, had mij niettemin voorzien van enige inspiratie. In mijn beste proza schreef ik de 300 woorden vol met omschrijvingen van zeugen die prinsheerlijk lagen te maffen, en van biggetjes die met kraaloogjes en wapperende flaporen naar me keken.



Pig Progress

Dat was 2003. Ik kon op dat moment absoluut niet vermoeden dat bovenstaand bezoek aan een varkensboerderij het eerste van vele zou zijn. Sinds het moment dat ik bij de Engelstalige, internationale titel *Pig Progress* (zie <http://www.pigprogress.net/>) aan de slag ging, eind 2005, ben ik op meer dan 50 varkensboerderijen geweest op vijf continenten.

Spontaan aankloppen en een bezoek krijgen is er niet meer bij. Ik moet bezoekjes aan boerderijen op de hele wereld weken voorafgaand al plannen. Ik moet rekening houden met lokale gewoonten, tijdzones en quarantaine. Gesprekken gaan over zaken als antibioticabeleid, keus van genetica, voersamenstelling en groeicurves. Als ik geluk heb, spreekt de boer Engels. Soms moet ik m'n Duits aanspreken en vaak is een tolk nodig. Een reportage kan uit meer dan tweeduizend woorden bestaan, met gedetailleerde uitleg over bedrijfsmatige keuzes.

Nog geregeld denk ik terug aan die eerste keer in Enter. Niet per se omdat daar een passie voor varkens zou zijn ontloken overigens – ik waardeer dit werk met name vanwege het internationale aspect en vanwege de kans om in het Engels te kunnen schrijven. Interessant in het kader van dit artikel is vooral het inzicht in de verschillende petten die een journalist op kan hebben. (In een volgende, kortere bijlage hoop ik concrete voorbeelden te geven van tekstpassages ingediend door studenten). Ga maar na: twee keer dezelfde persoon, zelfde beroep, die een bezoek brengt aan een vergelijkbare plaats. En toch: een compleet andere aanpak, wat leidt tot verschillende artikelen.

Een invalshoek kiezen

Deze ervaring, in het kort, is wat ik al een jaar of zes probeer te delen met studenten Journalistiek tijdens een college aan de KU Leuven (campus Antwerpen). Elk jaar sturen we een groep journalisten in spe op pad om een kijkje te nemen bij een vakbeurs bij hen in de buurt. Niet een, maar twee verhalen vragen we ze aan te leveren – een voor een regionaal georiënteerd dagblad of website en een voor een relevant vakmedium. De 'deadline' ligt een aantal weken voorafgaand aan het college, en in die weken vorsen we de oogst van dat jaar.

Topbijdragen komen voorbij, alsmede stroperige producties. Sommige studenten hebben perfect begrepen hoe ze de verschillende accenten kunnen aanbrengen, anderen herkauwen materiaal en gooien hooguit alinea's in een andere volgorde. Eens in de zoveel tijd zitten ze op exact 400 woorden, dan weer vliegen ze uit de bocht met 650 of meer.

Makkelijk is het niet altijd, maar om de opdracht goed uit te voeren raakt een student mijns inziens aan de essentie van de journalistiek. Namelijk door te vragen: wie is mijn publiek, wat vind ik interessant om over te berichten en hoe breng ik die boodschap naar de lezers?

Een ander vertaalt zich het mooiste in de invalshoek die aan een artikel of bijdrage gegeven kan worden. Dat is de kernboodschap die een journalist wil meegeven aan zijn lezers – en die is altijd het gevolg van een persoonlijke keus. Bij dagelijks nieuws is die invalshoek relatief makkelijk te vinden: de Amerikaanse president Trump is onder vuur komen te liggen, een aardbeving in Italië heeft een middeleeuwse kerk verwoest of KV Mechelen heeft alweer verloren.

Ook in deze voor de hand liggende – bijna feitelijke – gevallen is de invalshoek niettemin nog steeds het gevolg van een keus. Wellicht lag president Obama ook wel wekelijks onder vuur, alleen daar berichtten de media nooit zo sterk over. Dat er naast de middeleeuwse kerk nog vijf andere, moderne, kerken verwoest zijn wordt onvermeld gelaten. En je kunt in het

voetbalverslag uiteraard ook inzoomen op de winnaar in plaats van op de verliezer.

Maar nu een reportage; hoe is daar de invalshoek van een artikel te vinden? Dat valt niet mee. Een is al lastig, laat staan twee.

Te adviseren voor de studenten is om zich in te leven in de huid van aanvankelijk de regioverslaggever. Wat wil een lezer weten van de beurs? Wellicht hebben sommige lezers zelf ook een bezoek gebracht aan dit evenement. Of hebben ze zich afgevraagd waarom het zo druk was in de stad.

De truc is hier om te beschrijven. En daarbij spelen de zintuigen een grote rol. Immers, alles wat ik hoor en zie zijn ingrediënten voor een mooie sfeerreportage. De invalshoek hoeft ik doorgaans niet te zoeken, die vindt mij wel. Dit is ook de achtergrond waartegen ik tot prinsheerlijk maffende zeugen kwam en de biggetjes met kraaloogjes. Opschrijven, ja, beschrijven wat ik zie – daarbij hoeft ik niet eens over inhoudelijke kennis te beschikken. Misschien wel beter van niet zelfs, op deze manier kan eenieder, al lezende, snappen wat de journalist tijdens zijn bezoek tegen het lijf liep.

Een ander element waarmee een sfeerreportage kleur kan krijgen is door het toevoegen van citaten. Lopen er inderdaad heel veel oude bezoekers op de beurs? Dan is het aan te raden om eens een gesprek aan te knopen met een van hen. Waarom zijn er zoveel ouderen en wat vinden ze er zelf van? Of juist met die ene jongeling, de uitzondering die de regel bevestigt.

Daarmee is ook een volgend punt aangestipt: originaliteit van citaten en ingrediënten. Om de lezers bij de les te houden is een grap of een pakkend, uniek citaat natuurlijk fantastisch. Regioverslagen excelleren doorgaans in het herhalen van wat ook al eens eerder is opgetekend. Zoeken en snuffelen naar wat een verhaal uniek kan maken is een mooi streven.

'Tas' koffie erbij

Voor de studenten is het daarna goed om even een time-out te nemen. Eventjes uitrusten, kop koffie erbij en het hoofd even leeg maken. De volgende rol wacht immers: die van vakjournalist. Niet langer is álles wat er gebeurt aardig, maar nu is het van belang wat specifiek van belang is voor de lezers van de titel die een publicatie uitbrengt in de desbetreffende industrietaak.

Het moge duidelijk zijn: in deze rol voegen beschrijvingen à la 'maffende zeugen' en 'kraaloogjes' niets toe aan het verhaal. Integendeel. Lezers van een agrarisch vaktijdschrift zullen zich afvragen wat de journalist bezielde! Feiten wil men, vaktechnische informatie, nieuwigheden!

Ook als beginnend vakjournalist zijn er een aantal handvatten op een volslagen nieuwe vakbeurs. Ten eerste: prijsuitreikingen. Welke stands krijgen een oorkonde/certificaat/drie sterren voor innovaties die men presenteert? Hier is snel mee te scoren – en voor journalistiek bijzonder relevante informatie duikt al snel op. Wat is er beter dan de prijswinnaar te interviewen? De bedrijven in kwestie leggen vaak graag uit waarom hun nieuwe product het ei van Columbus is.

In geval van afwezigheid van prijsuitreikingen: scan de beurs naar het woordje 'nieuw' of 'innovatie', vaak uitgevoerd in rode letters en duidelijk zichtbaar. Zo probeert elk bedrijf geïnteresseerden naar de stand te lokken. Het zijn dan misschien geen prijswinnende vernieuwingen, in elk geval is het mogelijk om zo toch nog wat nieuwe elementen aan te stippen.

Ook geen innovaties? Dan is er nog een derde optie – en dit raakt eigenlijk al aan de kern van een goed verslag van een vakbeurs: maak een babbel met vertegenwoordigers van verschillende bedrijven en informeer naar wat volgens hen de laatste ontwikkelingen en trends zijn. Op deze manier is het mogelijk om bovenop het nieuws te zitten, zonder er aanvankelijk misschien 100% van af te weten.

Deze opmerkingen over de gekozen aanpak bieden een aardig inkijkje in de keuzes en afwegingen die gemaakt moeten worden door journalisten. Hoe meer zelfvertrouwen een schrijver heeft, hoe scherper hij of zij zijn keuzes maken kan.

Het behoeft niettemin geen betoog dat in de praktijk een verslaggever een nog veel groter arsenaal aan gereedschappen ter beschikking heeft dan alleen de terugblik.

Lokale media kunnen kiezen voor een voorbeschuwing in plaats van of naast een nabeschuwing. Dat kan uitstekend in de vorm van een interview met de organisator of met een lokaal bedrijf dat zich hierop voorbereidt. De journalist kan vaak voorafgaand aan een evenement inzage krijgen in de prijswinnaars en kan daarover al publiceren om zo aandacht te genereren; denk aan een overzicht van innovaties.

Ook zijn nog tussenvormen met sociale media denkbaar. Welke keus daarin gemaakt wordt, hangt vaak af van de frequentie van de publicatie, de mediakanalen die ter beschikking zijn (web en print; alleen web of alleen print) en uiteraard het overige nieuwsaanbod.

Mijn eigen titel *Pig Progress* biedt dagelijks nieuwe berichten op de website, en verschijnt in print grofweg eens per maand. Vanwege deze relatief langlopende cycli, zoek ik het voor het tijdschrift met name in de voorbeschuwendende aanpak. Op beursverslagen die, als het tegenzit, een maand na dato nog bij lezers op de deurmat vallen, zit niemand te wachten.

Deze aanpak biedt als voordeel dat een themanummer op de beurs aanwezig is; in november 2016 was er een grote beurs in Hannover. Het themanummer bevatte daarom ook onder meer bijna drie pagina's innovaties, daarnaast werd Duitsland nader belicht als varkensland, publiceerden we een bezoek aan een toonaangevende boerderij, alsmede een interview met een vooraanstaand persoon uit de Duitse varkenswereld.

Op het internet plaatste ik vervolgens dingen die tijdens de beurs gebeuren (Twitter) en op de website was daarom ook een persoonlijk getint weblog te vinden, waarin ik op mijn eigen manier terugkeek op de beurs.

Van het aanvankelijke toeval waarmee ik in aanraking kwam met de varkens is allang niets meer over. Achter iedere publicatie zit tegenwoordig een duidelijke gedachte. Ik moet er de varkens dankbaar voor zijn.

Vincent ter Beek is journalist en historicus en studeerde af aan de Rijksuniversiteit Groningen. Hij werkte eerder als reporter bij de Provinciale Zeeuwse Courant en als redacteur bij de Twentsche Courant Tubantia. Sinds 2005 werkt hij vanuit Doetinchem (Nederland) als hoofdredacteur van het tijdschrift Pig Progress. Het wordt uitgegeven door Proagrica (een divisie van Reed Business Information) en de oplage van zijn tijdschrift loopt in de tienduizenden.

e-mail: vincent.ter.beek@proagrica.com

Zonder het @-teken – een echte taalkronkel – geen e-mail

Hugo Brouckaert

De @. Een dergelijk teken is een ligatuur, een combinatie van twee of soms drie letters tot één enkel teken, in dit geval een a en een d, het Latijnse voorzetsel *ad*. De ampersand (&) is zo een ligatuur: het aaneenschrijven van e en t, het Latijnse voegwoord *et*. In middeleeuwse handschriften en later ook bij drukkers waren die ligaturen zeer frequent. Ook de Franse *œ* en de Duitse *ß* zijn daar voorbeelden van. Het procedé was tijd-, inkt- en perkamentbesparend voor de kopiisten van handschriften. Een primitieve vorm van stenografie dus.

Over de herkomst van het @-teken in de moderne tijd doen verschillende theorieën de ronde. Er zijn hele boeken over geschreven. Feit is dat het teken in de 19de eeuw in de Verenigde Staten gebruikt werd door boekhouders, met de betekenis 'at the cost of', de kostprijs per stuk. Wie drie ananassen kocht @ \$ 0.50, betaalde dus \$ 1.50.

De eerste schrijfmachines, die gebouwd werden in de Verenigde Staten, hadden een aparte toets voor het teken. Toen de schrijfmachines in Europa werden geïntroduceerd, had de alhier onbekende @ geen nut. De Europese schrijfmachinebouwers hebben die toets dan ook achterwege gelaten. Sinds de computer wordt het teken echter weer uitvoerig gebruikt, in e-mailadressen en ook in programmeertalen.

Een officiële term voor het @-teken is er in het Nederlands niet. Wij zeggen *at* (internationaal gebruikelijk) of *apenstaartje*. De Fransen hebben wel een officieel woord. De *Commission générale de terminologie et de néologie de la langue française*, een instelling ter verrijking van de Franse taal, die onder de Franse eerste minister ressorteert en terminologielijsten aanlegt, heeft voor *arrobe* gekozen. Het woord wordt echter zelden gebruikt, aangezien inmiddels *arobase* al vroeger ingeburgerd was. Beide termen komen van het Spaans *arobas*, van oorsprong een maat voor vloeistoffen, maar ook een inhoudsmaat van 25 pond. Een vierde van 100 pond feitelijk, want aan de oorsprong ligt het Arabisch *ar-roub* wat 'een vierde' betekent. Omdat de @ een symbool uit de koophandel is, worden ook wel *a commercial* (Frans), *a commerciale* (Italiaans) en *commercial a* (Engels) gebruikt.

Het mag geen verbazing wekken dat een dergelijk vriendelijk ogend symbool een troetelnaampje krijgt. In heel wat talen heeft het teken immers de visuele fantasie van de gebruikers geprikkeld, waarbij vooral aan een aapje is gedacht.

Het Nederlandse *apenstaartje* staat niet alleen. Ook in het Fins en het Zweeds gebruikt men de equivalenten voor *apenstaart*.



Het Duits spreekt van een *Klammeraffe* (een slingeraap) en ook het Pools en het Sloveens (*afna*) hebben het over een aapje. Een overdreven opgetutte vrouw wordt in Slovenië ook *afna* genoemd. Het Chinees daarentegen heeft het over een muis en het Pools over een katje (*kotek*). Het Fins over een muizenstaart. In het Fins wordt de @ ook met de geluidnabootsing van een kat genoemd: *miukumauku*. De Russen spreken van een hondje (*sobachka*).

In bijna alle voorbeelden van diernamen wordt het krulletje rond de a dus als een staartje gezien. Vandaar ook nog varkensstaart in het Deens, het Noors en het Zweeds. De Zweden hebben het soms ook over een olifantenslurf. Dat krulletje krijgt ook de aandacht bij de naam slak, die in het Engels – vooral in Australië – voorkomt (*snail*), in het Hebreeuws, in het Italiaans (*chiocciola*) en in het Frans (*a-escargot*). Het Hongaars heeft het dan weer over een worm (*kukac*). Het Arabisch gebruikt het woord voor oor. Ook in het Duits wordt wel *Ohr* gezegd. Het Zweeds – alweer – ziet in de @ ook een gebakje (*kanelbulle*), dat er uitziet als onze 'ronde suisse'. In het Hebreeuws is dat dan een *strudel*. De Tsjechen en Slovakken spreken van een rolmops! Het meest poëtisch echter zijn de Turken, die het over een roos (*gül*) hebben.

Tot slot nog een bijzondere vermelding voor het Brussels, met het woord *a-crolle*!

Hugo Brouckaert is vertaler, eredirecteur van de Taaldienst van de Senaat en publicist.

e-mail: hugo.brouckaert@skynet.be

Met zoveel woorden. Gids voor trefzeker taalgebruik

Miet Ooms

Iedereen die professioneel teksten schrijft, kent het gevoel. Je wilt iets op een mooie, treffende, aantrekkelijke manier verwoorden, maar de inspiratie is net een dagje met vakantie. Wat nu? Een synoniemenwoordenboek wil wel eens helpen, en de iets ouderen onder ons kennen vast wel het naslagwerk Het juiste woord, het betekeniswoordenboek voor het Nederlands van Brouwers, dat helaas niet meer wordt uitgegeven. Soms kom je dan op nieuwe ideeën, maar lang niet altijd. Daar zit je dan. Tot enkele maanden geleden het boek Met zoveel woorden. Gids voor trefzeker taalgebruik verscheen.



Krachtig en beeldend

Met zoveel woorden moet een instrument worden voor iedereen die geregeld schrijft, met name vertalers en tekstdschrijvers, en die graag in het Nederlands iets krachtig of beeldend willen uitdrukken. Een concreet voorbeeld: je wil graag zeggen dat iets heel mooi was, maar je vindt 'heel mooi' toch iets te gewoontjes en je komt niet meteen op een aantrekkelijk alternatief. Naar een synoniem ben je eigenlijk niet op zoek. Als je in het boek *Met zoveel woorden* het trefwoord 'mooi' opzoekt, vind je er onder meer 'bloedmooi' en 'onvergetelijk mooi'. Dat is al interessant. Maar het is lang niet alles: onder het lemma 'mooi' krijg je ook een reeks uitdrukkingen gepresenteerd die allemaal op de een of andere manier de betekenis 'mooi' in zich dragen: 'de sterren van de hemel spelen', 'een lust voor het oog', 'wat een plaatje!', enz. Dat zijn allemaal uitdrukkingen die de schoonheid van iets uitdrukken, maar die het woord 'mooi' zelf niet bevatten en die ook niet allemaal onderling uitwisselbaar zijn. Met dit voorbeeld hoop ik duidelijk gemaakt te hebben waar het in dit naslagwerk om draait. Niet om synoniemen, niet enkel om woorden uit hetzelfde betekenisveld, maar wel om een Nederlands dat zo bloemrijk en krachtig mogelijk is.

Je zoekt vervolgens onder dat woord en je vindt 16 verschillende uitdrukkingen. Ze zijn niet allemaal even bruikbaar, want de ene heeft bijvoorbeeld betrekking op muziek en de andere op iets wat je ziet, maar je vindt er op zijn minst inspiratie. En als je toch niet helemaal vond wat je zocht, kun je alternatieve zoektermen uitproberen. Bij elke uitdrukking staat een citaat dat duidelijk maakt binnen welke context de uitdrukking in kwestie past. Zo staat er bij 'een lust voor het oog': '*het boek heeft mooie kaarten, foto's en andere illustraties en is prachtig uitgegeven, een lust voor het oog.*' Bovendien wordt waar nodig aangegeven of het Belgisch-Nederlands of Nederlands-Nederlands is. Soms is er extra contextinformatie.

De sterren van de hemel spelen > Om vanaf de aarde de sterren in beweging te krijgen is echt een heel bijzondere prestatie nodig. Het gebruik is ruimer dan spelen alleen, de vergelijking wordt gebruikt voor alle podiumkunsten, met name zingen, maar ook voor sportieve prestaties. > *Na één seizoen en een paar wedstrijden te hebben gekeept voor Vitesse werd hij teruggehaald door Feyenoord, waar hij ook de sterren van de hemel speelde.*

Intuïtief zoeken

Dat klinkt allemaal mooi, maar kun je in zo'n verzameling gericht naar iets zoeken? Het is duidelijk dat je bijvoorbeeld 'een lust voor het oog' niet zult vinden onder het klassieke trefwoord waaronder het in een gewoon woordenboek is opgenomen: 'lust' (en eventueel 'oog'). Daarom geven de auteurs zelf enkele zoekstrategieën, afhankelijk van wat je precies nodig hebt. Als je een begrip beeldend wilt verwoorden, als je dus op zoek bent naar een mooie uitdrukking, dan moet je intuïtief gaan zoeken. Je vraagt je af wat het gewoonste, meest voor de hand liggende woord is dat het begrip dat je zoekt benoemt. 'Mooi', bijvoorbeeld.

Als je een bepaald begrip krachtiger wilt uitdrukken, dan zoek je in het woordenboek op dat begrip. Neem bijvoorbeeld 'protest'. Hoe druk je uit dat er niet zomaar een protest was, maar dat het erg hevig was? Het boek suggereert 'fel protest', 'krachtig protest', 'storm van protest' en 'vlammend protest'. In tegenstelling tot bij de uitdrukkingen is het kernwoord hier telkens wel 'protest'.

Zoeken in registers

Met bovenstaande strategieën zoek je rechtstreeks in het woordenboek. Maar het kan ook anders. Stel je voor dat je graag wilt weten welke woorden je krachtiger kunt uitdrukken met behulp van het woord 'bitter'. Dan kun je dat woord in het eerste van de drie registers opzoeken. Dat register bevat immers de zogenaamde *bepalers*. Dat zijn alle woorden die de betekenis van andere woorden kunnen intensiveren en versterken. Bij elk van die *bepalers* vind je alle uitdrukkingen terug die ook in het woordenboek zelf staan, met een verwijzing naar hun trefwoord in het boek. Bij *bitter* bijvoorbeeld vind je onder meer 'bittere armoede', met een verwijzing naar het trefwoord 'armoede' en 'bitter teleurstellen' met een verwijzing naar het trefwoord 'teleurstellen'.

Het tweede register van het boek bevat alle uitdrukkingen opnieuw, maar dit keer gesorteerd volgens lexicaal kernwoord, dus volgens het trefwoord waaronder je de uitdrukking in het gewone alfabetische woordenboek terugvindt. 'Een lust voor het oog' staat hier wel onder 'lust'. Handig als een uitdrukking op het puntje van je tong ligt, maar je net niet meer precies weet hoe die ook weer ging en je niet het risico wilt lopen dat je twee uitdrukkingen verhaspelt.

Het laatste register ten slotte is een register op de trefwoorden van het woordenboek zelf. Die staan hier geordend volgens 11 categorieën. Dat is interessant als je op zoek gaat naar een uitdrukking en je het trefwoord dat jij in je hoofd hebt niet in het woordenboek vindt of dat trefwoord niets oplevert. Dan kun je bij de betreffende categorieën even kijken of er geen ander trefwoord is dat in aanmerking komt. Je ziet in dit register ook meteen hoeveel suggesties je krijgt bij elk trefwoord. Zo krijg je bij het trefwoord 'mooi', opgenomen onder de categorie 'opinie', 16 suggesties.

Ingewikkeld?

Op het eerste gezicht klinkt het allemaal heel complex, maar als je het boek een paar keer ter hand hebt genomen, vind je er zo weer je weg in. En zelfs al lukt dat niet meteen, dat is niet eens zo erg. Je hoeft immers niet eens gericht op zoek te zijn om plezier te beleven aan dit woordenboek. Net omdat het een verzameling is van beeldrijk taalgebruik, is het ook een heel leuk lees- en bladerwoordenboek geworden. Echt een boek dat je gewoon voor het plezier ter hand kunt nemen.

Ik had voor mijn professionele activiteiten al – naast de gewone verklarende en vertaalwoordenboeken – het betekeniswoordenboek *Het juiste woord*, het synoniemenwoordenboek en het combinatiewoordenboek in de boekenkast staan. Dit opvallende fluogeel naslagwerk past hier naadloos bij. Je vraagt je zelfs af hoe het komt dat pas nu iemand op het idee gekomen is het samen te stellen.



Schutz en Ludo Permentier: *Met zoveel woorden*.
Gids voor trefzeker taalgebruik. Leuven: Davidsfonds Uitgeverij, 2016,
ISBN 9789059088092 en Amsterdam:
Amsterdam University Press, 2016,
ISBN 9789462981805. 603 blz., 29,99 euro.

Een inspiratieboek vol tips om te differentiëren in de taalklas

Steven Delarue



Hoe zorg je er als taalleerkracht voor dat je leerlingen of cursisten, die in veel opzichten van elkaar verschillen, gemotiveerd met een vreemde taal aan de slag gaan? Wie een taal leert, heeft er veel baat bij op z'n eigen niveau, manier en tempo te werken, zo laat wetenschappelijk onderzoek zien, maar inzetten op differentiatie in de taalklas is geen eenvoudige opdracht.

Veel scholen en leraren willen wel graag meer differentiëren, maar hoe begin je daaraan in een groep van 20 of zelfs 30 leerlingen, elk met hun eigen achtergrond en (leer)noden? De vraag naar praktijkvoorbeelden is groot, vooral omdat die zowel concreet (en dus direct inzetbaar) als laagdrempelig moeten zijn (zodat de leraar of docent niet zijn of haar volledige lespraktijk moet omgooien), en zoiets ontbrak tot nu toe nog.

Met het boek *Differentiëren in het talenonderwijs. Kleine ingrepen, grote effecten* proberen Johan Keijzer, Karen Verheggen en Det van Gils daaraan tegemoet te komen. Ze hebben alle drie jarenlange ervaring als taalleerkracht in het voortgezet onderwijs, en dat valt ook te merken aan dit inspiratie- en praktijkboek: het is een handzaam, vlot te raadplegen boek geworden, vol met praktische tips en werkvormen die zich op alle mogelijke manieren laten aanpassen, inkorten, uitbreiden en samenvoegen. De focus ligt, zoals de ondertitel van het boek zegt, op kleine ingrepen in de klas: wie wil differentiëren, hoeft daarvoor geen revolutie te ontketenen, maar kan met kleine dingen al erg veel resultaat boeken – dat is de boodschap die de auteurs willen meegeven.

Het boek, dat gericht is op leerkrachten moderne vreemde talen en NT2, is ingedeeld volgens de verschillende taalvaardigheden: spreek- en gespreksvaardigheid (deel 1), schrijfvaardigheid (deel 2), kijk- en luistervaardigheid (deel 3), leesvaardigheid (deel 4) en ondersteunende vaardigheden, meer bepaald woordverwerving en grammatica (deel 5). Bij elk van de delen wordt een inleiding gegeven, waarbij een aantal overkoepelende doelen worden vooropgesteld. Zo wordt bij spreek- en gespreksvaardigheid gefocust op het belang van frequente oefenkansen (om zo de spreekdurf te vergroten), het belang van fouten mogen maken (zodat leerlingen daaruit kunnen leren), en het belang van variatie in de spreekopdrachten (zodat leerlingen het nooit beu (kunnen) worden om de taal te spreken).

Een slimme zet in het boek is de categorisering van de aangeboden werkvormen in 'small'-, 'medium'- en 'large'-vormen

van differentiatie, afhankelijk van hoe complex en tijdrovend een opdracht is, en hoeveel ondersteuning of begeleiding die vergt.

De 'small'-opdrachten, waarvan er in het kaderstuk hierna een aantal voorbeelden te vinden zijn, kunnen dienstdoen als starter of afsluiter van een les, en zijn relatief kort. 'Medium'-opdrachten zijn veeleer in te passen in een circuit of in hoekenwerk, terwijl 'large'-opdrachten grotere taaltaken zijn, waarin verschillende vaardigheden geïncorporeerd worden en waarbij het eindproduct vrijer is. Bij elke opdracht wordt ook het ERK-niveau vermeld, zodat voor leraren meteen duidelijk is vanaf welk taalniveau de opdracht gebruikt kan worden.

Eén minpunt aan het boek is dat de inleiding rond differentiëren nogal beknopt is, en wellicht te weinig handvatten biedt voor wie zich als leerkracht echt wil onderdompelen in wat differentiatie is en op zoek is naar een theoretisch kader. Daarvoor zijn echter voldoende andere naslagwerken op de markt; in dit boek wordt echt gefocust op manieren om in de klas aan de slag te gaan, met bij elke opdracht een overzichtelijke fiche met de nodige uitleg.

Wie nog meer wil, vindt op de website van de uitgever nog bijkomend studiemateriaal. Voor verschillende van de beschreven taken en opdrachten in het boek hebben de auteurs nog extra materiaal voorzien: concrete voorbeelden of suggesties, 'rubrics' die bij de opdrachten gebruikt kunnen worden, reflectieformulieren, meer informatie over de ERK-niveaus, enzovoort. De auteurs geven daarbij bewust aan dat die zaken niet exhaustief zijn uitgewerkt: niet overal waar ze in een 'rubric' hadden kunnen voorzien, hebben ze dat ook daadwerkelijk gedaan. Zo geven ze bewust ruimte aan de eigen inbreng van de leerkracht, en dat is volgens mij volledig terecht. Die mag immers geen kant-en-klaar handboek verwachten, maar vindt in *Differentiëren in het talenonderwijs* wel een gedegen inspiratiegids, vol tips en mogelijkheden om het talenonderwijs dichter te laten aansluiten bij het niveau en de interesses van elke individuele leerling. Geen excuus meer om niet op differentiatie in te zetten!

Drie werkvormen uit het boek, met differentiatiemogelijkheden

Hoe ga je aan de slag met differentiatie in de taalklas? We selecteerden drie boeiende werkvormen uit de categorie 'small' van het boek, die gericht zijn op een van de verschillende vaardigheden: spreek- en gespreksvaardigheid, kijk- en luistervaardigheid en ondersteunende vaardigheden. Telkens worden er in het boek een hele reeks differentiatiemogelijkheden bij gegeven, waarvan er hieronder enkele zijn weergegeven.

1. Twee waarheden en één leugen (spreek- en gespreksvaardigheid, vanaf ERK-niveau A1)

De leerlingen werken per twee. Elk voor zich bedenken en noteren ze drie uitspraken in de doeltaal, waarvan er twee kloppen en één onwaar is. Ze wisselen daarna hun uitspraken uit en proberen te ontdekken welke uitspraak van de ander niet klopt, door vragen te stellen in de doeltaal.

Hoe differentieer je? Je kiest zelf de duo's (homogeen of net heterogeen) of laat de leerlingen kiezen, je geeft niet elk duo evenveel tijd, je plant meer of minder rondes in, je bepaalt specifieke thema's voor de opdracht,...

2. Een (jeugd)journaalitem (kijk- en luistervaardigheid, vanaf ERK-niveau A2)

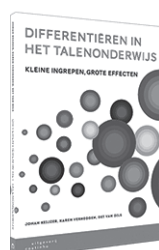
De leerlingen werken per twee, met een A- en een B-rol. Iedere leerling kijkt en luistert naar een item uit een (jeugd)journaal, volgens een vooraf afgesproken strategie. De leerling met de A-rol krijgt de opdracht om globaal te kijken en te luisteren (bv. Hoe is het item opgebouwd? Voor welke doelgroep is het bestemd?), de leerling met de B-rol kijkt en luistert selectief (bv. Waarom is dit onderwerp actueel? Welke verschillende meningen komen aan bod?). Zo ervaren de leerlingen twee verschillende manieren van kijken en luisteren. Bovendien krijgen ze inzicht in de actualiteit in het (of een) land van de doeltaal, en activeren ze nieuwe woordenschat.

Hoe differentieer je? Je varieert in de keuze van de tweetallen, geeft de verschillende duo's vragen op hun niveau, of je laat de leerlingen thuis journaals bekijken en een item op hun niveau kiezen. Je laat leerlingen ervoor kiezen of ze een fragment één of meerdere keren willen bekijken. Je laat de leerlingen voor ze een bepaald item bekijken alvast nadenken over welke woorden wellicht gebruikt zullen worden bij het betreffende thema.

3. Drie cirkels (ondersteunende vaardigheden – woordenschat en grammatica, vanaf ERK-niveau 2)

De leerlingen werken in drie- of viertallen, en krijgen de opdracht om op een vel papier drie grote losse cirkels te tekenen. Voor elke cirkel geef je een overkoepelend thema op, waarbij de leerlingen zo veel mogelijk woorden moeten bedenken, bijvoorbeeld 'alle woorden die met je vrije tijd te maken hebben', of 'alle woorden die iets te maken hebben met wat er in je kamer staat'. De leerlingen noteren individueel alle woorden die ze kunnen bedenken in de cirkels, met de vertaling erbij. Daarna vergelijken ze onderling welke woorden ze genoteerd hebben, en combineren hun lijstjes tot drie gezamenlijke woordenlijsten.

Hoe differentieer je? Naast variatie in de groepssamenstelling en de tijd die leerlingen krijgen, kun je ook hier rekening houden met de interessegebieden van de leerlingen (en zo variëren in de thema's), of kun je de leerlingen zelf drie thema's laten kiezen. Je kan de leerlingen ook vrij(er) laten in de manier waarop ze de woordenlijsten voorstellen, of hun vragen om de woorden te verwerken in een rollenspel of een gedicht.



Johan Keijzer, Karen Verheggen en Det van Gils,
Differentiëren in het talenonderwijs.
Kleine ingrepen, grote effecten. Bussum: Coutinho, 2016.
ISBN 978-90-469-0545-6, 269 blz., 32,50 euro.

Wat betekent het woord volledig?

Hugo Brouckaert

Stel, je bent van een naburig taalgebied en je wil grondig Nederlands leren, dan is een degelijke kennis van de grammatica onontbeerlijk. Dat lijkt me voor een anderstalige een haast onoverkomelijke hindernis. Bij het werkwoord alleen al doen zich grote problemen voor: het gebruik en de plaats van het voorzetsel 'te', de woordvolgorde in de bijzin en de opeenstapeling van infinitieven als in de zin: 'ik zou je wel eens hebben willen zien durven blijven staan kijken'.

Aan de grens haal ik met de auto een anderstalige op die dat allemaal beheerst. Hij komt bij mij logeren in de hoop dat ik zijn Nederlands nog wat bijspijker op het stuk van woordenschat. Een gesprek in de file.



” Weet je wat ik vreemd vind? Jullie zeggen knarsetandend. Het werkwoord is hier knarsen. Dat zou toch moeten tandenknarsend zijn? Het is toch ook heupwiegend en niet wiegheupend. En ook niet gesteunrugd, of schudhoofdend, en ook niet leeslippen of worstelarmen? Alhoewel, het is wel schuddebuiken. Wat een onlogische taal! Maar bij tandenknarsen bestaan de twee. Dat zal een uitzondering zijn. O ja, en reikhalzen dan, naast halsreiken? Zeg eens, zijn uitkijken en uitzien synoniem? Dat denk ik wel, waarom? Omdat Van Dale als voorbeelden geeft: 'reikhalzend naar iets uitkijken' en 'ergens halsreikend naar uitzien'.

” Zuurzoet en zoetzuur, zijn dat synoniemen? Helemaal! Maar in Van Dale staat bij zoetzuur: 'zoet en een beetje zuur' en bij zuurzoet: 'zuur en zoet tegelijk'. Een smaakverschil, toch? (*Schouderophalend*) ??? En het meervoud van appel? Is dat appels of appelen? Het kan allebei. Waarom is het voorbeeld in Van Dale bij zoetzuur dan 'zoetzure appels' en bij zuurzoet 'zuurzoete appelen'? (*Ophaalschouderend*) ???

” Geslacht is het verleden deelwoord van slachten? Ja. Dan is voorgeslacht een koe in de wei, geslacht een koe die het slachthuis verlaat en nageslacht een koe in de etalage van de slager? Neen, want geslacht betekent ook de afstammelingen

van iemand.

Zijn dunne lende, ribstuk en spiering dan geen geslachtsdelen?

” Mag ik nog iets vragen? Ga je gang. Een bijproduct, is dat honing? Rolbevestigend, is dat wat een behanger doet? Kun je toiletzeep ook voor het gezicht gebruiken? STOP!!!

Ja, ook ons vocabularium met zijn zo geroemde samenstellingen is hemeltergend surrealistisch. Een echte poespas (een identificatiebewijs voor katten?).

We staan nog altijd in de file. Mijn student heeft gelukkig nog niet gevraagd waarom wij 'gas geven' zeggen bij een benzineauto en hoe je met wielen 'stapvoets' kunt rijden. En waarom een hoedenplank geen plank is en er ook geen hoeden op liggen.

Iemand uit Tassin-la-Demi-Lune (Lyon), uit Moons Green (Kent) of uit Mondfeld (Baden-Württemberg) moet wel denken dat hij of zij op de maan terechtgekomen is.

Hugo Brouckaert is vertaler, eredirecteur van de Taaldienst van de Senaat en publicist.

e-mail: hugo.brouckaert@skynet.be

{Errata?}



Suggesties voor de rubriek "Errata?" kunt u sturen naar info@overtaal.be.