

Leonie Cornips (1960, Heerlen), bijzonder hoogleraar Taalcultuur in Limburg aan de Universiteit Maastricht, doet onderzoek naar de relatie tussen de gesproken talen en dialecten in Limburg en de identiteit die eraan ontleend wordt. Hier doet ze tweewekelijks persoonlijk verslag van haar zoektocht.

Taalcultuur = economie

Taalkundigen onderzoeken de grammatica van een taal, maar bestuderen taal ook als een cultureel of sociaal verschijnsel. Taal is daarnaast een economisch product. Onderzoek naar hoe taal zich in harde euro's vertaalt, is in opkomst en geïnspireerd door de Franse socioloog Pierre Bourdieu. Bourdieu schreef vooral tussen 1970 en 1980 over specifieke sociale en politieke condities van taal en taalgebruik. Volgens hem creëren we met zijn allen een symbolische 'markt' waar sprekers en hun talige producten ongelijk zijn aan elkaar. De wijze waarop iemand spreekt, is immers niet neutraal. Tussen de zinnen door horen we (on)bewust allerlei 'sociale' informatie. Het verraadt voor een deel iemands herkomst, opleiding, type werk, met wie hij zich identificeert en wat hij doet in zijn vrije tijd. Die sociale informatie valt in economische waarde uit te drukken. Een persoon die toegang tot de hoogst betaalde posities wil krijgen en wil participeren in elitekringen, zal de

meest prestigieuze taalvariëteit moeten spreken en schrijven. Het meest prestigieuze in Nederland is dat wat we als het meest goede, correcte, mooie, grammaticale en verzorgde Nederlands beschouwen. Degenen die dat Nederlands van huis uit niet meekrijgen, zullen later in hun leven voor het leren ervan (veel) moeten betalen in wat voor vorm dan ook (scholing, tijd en moeite). Talige competenties hebben dus handelswaarde. Leerlingen die hun school niet afmaken, geen werk kunnen vinden vanwege gebrek aan juist geachte taalvaardigheden zijn duur.

Dat we het eens zijn over de waarde van allerlei soorten Nederlands, is het resultaat van een historisch proces waarin we normen over het goede Nederlands ontwikkelen en naar die normen handelen door dat soort Nederlands te onderwijzen. Op deze wijze houdt een samenleving de 'markt' van Bourdieu in stand waarin verschillende manieren van spreken en schrijven ongelijkwaardig zijn en als handelswaar verschillen. Een cabaretier verdient zijn inkomen omdat mensen graag voor zijn talige buitelingen willen betalen, een advocaat omdat hij goed mondeling kan pleiten, een docent omdat

hij het goede Nederlands doceert en voorlichters omdat zij de betaalde spreekbuizen van anderen zijn. Deze beroepen hebben sociaal aanzien door het optimaal gebruik van de 'goede' taal en staan hoog op de economische ladder.

Bourdieu's visie geldt niet alleen voor de machtsongelijkheid tussen verschillende soorten Nederlands, maar natuurlijk ook voor dialecten. Het ene dialect waarderen we meer dan het andere. Iemand die zijn dialect zogenoemd 'zuiver' spreekt of een jongere die in zijn vriendengroep virtuoos diverse talen mengt, vertegenwoordigt in bepaalde situaties een hogere economische waarde dan anderen die in die context het goede Nederlands spreken.

Minderheidstalen hebben dus zeker economische waarde. Ze zijn belangrijk in de toeristenindustrie en in het promoten van producten. Een menukaart in het dialect verwijst naar de authenticiteit van wat er te eten valt. Een kleinschalig geproduceerd kaasje in Canada, in het Frans (een minderheidstaal

daar) vermarkt, associeert de koper met ambachtelijkheid. De Bretonse uitdrukking *be Breizh* is volgens de toeristenwebsite een uitnodiging om de lokale producten te proeven en informeert dat inwoners van Bretagne open, moedig en krachtig zijn. Het gebruik van een minderheidstaal roept romantische gevoelens op over de onbedorvenheid van een regio.

Naast het vermarkten en promoten van regio's en lokale producten zouden we in deze tijd van cultureel ondernemerschap ook de gevoelswaarde van taal in euro's moeten zien te vertalen. Gedichten, literatuur en liedteksten verwonderen, ontroeren, emotioneren en zetten ons op andere gedachten. Door die verwondering stijgen we boven het alledaagse uit. We kunnen met nieuwe ogen naar onszelf en anderen kijken; onze denkbeelden, meningen en bijbehorende gevoelens toetsen en veranderen. Ons verwonderen over de reden van ons bestaan, waar we mee bezig zijn, over het hoe en waarom en hoe we met anderen willen omgaan. Alleen daardoor heeft taalcultuur en kunst een hoge economische waarde. Nu alleen nog met z'n allen vaststellen in hoeveel euro's dit uit te drukken.

