

## **Dialect als stereotypering**

### **Regionale identiteit in Noord-Brabant verbeeld en verwoord op Facebook**

Puck Visser, Jacomine Nortier & Jos Swanenberg

*MA Taalwetenschappen, Universiteit Utrecht; Dep. Talen, literatuur en communicatie,*

*Universiteit Utrecht; Dep. Cultuurwetenschappen, Tilburg University*

puckvisser17@gmail.com; J.M.Nortier@uu.nl; a.p.c.swanenberg@uvt.nl

Eén van de bekendste digitale sociale netwerken is Facebook. Kenmerkend voor zo'n netwerk is dat er enorm veel wordt gecommuniceerd in woord en beeld. De nieuwe mogelijkheden om te communiceren die dergelijke netwerken bieden, hebben onze samenleving complexer gemaakt dan ooit. Zij vormen elementen van globalisering die een veranderlijkheid teweeg brengen die we nog niet eerder ervaren hebben. Aan die elementen wordt op verschillende locaties een andere invulling gegeven zodat globalisering een verstrengeling is van allerlei elementen van op zichzelf staande lokale culturen. Het tot uiting laten komen van dat lokale aspect wordt glocalisering genoemd. Zodoende kunnen uitingen van lokale identiteit, cultuur en taal (dialect) deel uitmaken van communicatie via sociale netwerken.

In dit artikel wordt de analyse behandeld van 266 afbeeldingen met teksten afkomstig van vier verschillende Facebookpagina's. Het doel van ons onderzoek is om inzicht te krijgen in de diversiteit, de dynamiek en de complexiteit in een Nederlandse regio (Noord-Brabant) als talige, sociale en culturele omgeving en bovendien om meer inzicht te krijgen in de interactie tussen globalisering (in dit geval de omgang met sociale media) en de vorming van lokale of regionale identiteit.

De gegevens bestaan uit de content van vier Noord-Brabantse Facebookpagina's: *Brabanders be like*, *Haarenaren be like*, *Boschenaren be like* en *Tilburgers be like*. De teksten bevatten vaak dialectkenmerken, die we hebben beschreven en gecategoriseerd. De beelden blijken betrekking te hebben op telkens terugkerende thema's. Deze linguïstische en visuele kenmerken worden ingezet om sociale samenhang te stimuleren. Er wordt namelijk een gezamenlijk gevoelde en herkenbare regionale identiteit gecreëerd op dit soort Facebookpagina's door middel van stereotypering en zelfspot.

## 1. Inleiding

Op 3 januari 2014 werd *Tattas be like* gelanceerd, een Facebookpagina die werd afgeleid van de Amerikaanse Facebookpagina *Niggas be like* (van oktober 2012). Na drie dagen had *Tattas be like* al 60.000 likes (Roks, 2014). Het thema van de pagina bestaat uit het weergeven en bespotten van de Nederlandse identiteit met behulp van stereotypen, zoals de Nederlandse gierigheid en zuinigheid. Kort daarna verschenen er allerlei hierop geïnspireerde pagina's, die de identiteit en cultuur van bepaalde groepen in onze samenleving willen uitdrukken en vaak bespotten. Zo volgde op 5 januari 2014 bijvoorbeeld *Surinamers be like*, op 7 januari *Vrouwen be like* en op 8 januari volgden *Studenten be like* en *Brabanders be like*. Met die laatste spin off wordt het regionale aspect van groepsculturen betrokken in dit verschijnsel. Eind januari 2014 constateerde Omroep Brabant al elf Brabantse Facebookpagina's: *Brabanders be like*, *Brabo's be like*, *Eindhovenaren be like*, *Tilburgers be like*, *Boschenaren be like*, *Bredanaars be like*, *Helmonders be like*, *Ossenaren be like*, *Bergenaren be like*, *Zevenbergen be like*, *Roosendaalers be like* (Van Doorn, 2014).

Op deze *Be like*-pagina's worden foto's getoond waarin korte teksten zijn geplaatst. Het onderwerp verbeeldt en verwoordt iets dat typisch is voor een bepaalde plaats of streek, de pagina's willen het publiek dus iets vertellen over kenmerken van regionale identiteit in Noord-Brabant. Beeld en tekst vormen samen communicatieve uitingen waarin op humoristische, parodiërende wijze bepaalde kenmerken sterk uitvergroot worden. Om dit effect te bereiken wordt gebruik gemaakt van herkenbare beelden (een bekend gebouw, bekende persoon, een streekgerecht), clichématige teksten (vaak in het dialect) en stereotiepe eigenschappen (Brabanders zijn Bourgondisch, dus wordt er veel en goed gedronken en gegeten).

Het onderzoek dat we hier presenteren gaat in op de samenhang en wisselwerking tussen globalisering, online communicatie en (Brabantse) taal, cultuur en identiteit. We stellen de vraag welke effecten sociale media als elementen van globalisering hebben op de uiting van regionale of lokale taal en de (re)constructie van een regionaal of lokaal imago. Hoewel bekend is dat regionale taal, cultuur en identiteit door globalisering een prominentere rol gaan spelen in de samenleving (Paasi, 2009), wordt er weinig onderzoek gedaan dat ingaat op de wisselwerking tussen regionale taal, cultuur en identiteit en het gebruik van het internet. Onze onderzoeksvraag luidt dus: Hoe vindt de uiting van regionale of lokale taal en de (re)constructie van een regionaal of lokaal imago plaats in sociale netwerken zoals *Be like*-pagina's op Facebook? We zullen achtereenvolgens enkele begrippen nader introduceren, de onderzoeksmethode uitleggen en de onderzoeksresultaten beknopt bespreken alvorens de belangrijkste conclusies voor te leggen.

## 2. Globalisering en regionale taal, cultuur en identiteit

Globalisering is een voortdurend proces van wereldwijde economische, politieke en culturele integratie. Het is geen recent proces; verschillende delen van de wereld zijn allang met elkaar verbonden door bijvoorbeeld een gedeelde geschiedenis, door migraties en door handel. Een nieuw facet aan hedendaagse ontwikkeling van globalisering behelst de komst van het internet en gerelateerde mobiele communicatietechnologieën: er is een hyperdynamische laag ontstaan voor communicatie (Wang et al., 2014). Communicatie via sociale netwerken als Facebook vindt op verschillende manieren plaats. ‘Spectacles’, meervormige content die wordt geüpload door gebruikers op media-sharing sites als YouTube en Facebook en vaak wordt ingebed in andere internetpagina’s, geven Web 2.0 (het participatie-internet) een geheel nieuwe dynamiek (Androustopoulos, 2010). Spectacles kunnen worden ingebed op allerlei internetpagina’s en kunnen daardoor telkens opnieuw gecombineerd worden met andere tekstuele elementen. Bovendien kunnen spectacles snel circuleren en gerecycled worden. Zo breiden ze de verspreiding van dimensies van taal online uit.

In deze nieuwe vorm van elektronische communicatie is taal bovendien publiek zichtbare taal op een duidelijke, makkelijk te vinden plek en met allerlei eigen kenmerken, zoals afwijkende spelling, afkortingen en grammatica (*w8ff :-)* *ok*). Zulke varianten geven stilistische informatie over de schrijver en dichten de schrijver een ‘personage’ toe. Representaties van gesproken taal kunnen refereren naar lage covert prestige varianten (*me meisie*), of naar de lokale of etnische identiteit van de schrijver, wanneer die vormen het accent of dialect van de schrijver verraden (Shaw, 2008). Synchronische interacties, zoals chatten, horen zo dicht mogelijk in de buurt te komen van een gesproken conversatie (Vandekerckhove, 2009), waardoor spreektaalkenmerken overgedragen worden naar de schrijftaal van online omgevingen. Chatters typen bijvoorbeeld de eind-*n* niet, omdat ze deze in spreektaal ook niet uitspreken, en kunnen in hun dialect schrijven ‘*Wist mjon?*’, West-Vlaams voor ‘hoe is het met jou?’. Met dialectkenmerken geven de chatters uiting aan hun gemeenschappelijke lokale verankering, wat een gezamenlijk gevoel creëert (Vandekerckhove, 2009).

De huidige fase van globalisering vindt plaats op verschillende niveaus en semiotische concretisering vinden plaats in en tussen die niveaus: het gaat om verbindingen tussen lokale fenomenen en verschijnselen die optreden op hogere, translokale schaalniveaus, en om de effecten hiervan. Eén van de huidige resultaten van deze fase van globalisering noemt Vertovec (2007, 2010, zoals geciteerd in Wang et al., 2014) superdiversiteit: de ‘diversificatie van diversiteit’. Wang et al. (2014) noemen naast nieuwe vormen van economische activiteit als belangrijkste manifestaties van hedendaagse globalisering de nieuwe media en communicatietechnologieën en nieuwe (re)producties van lokale identiteitsformaties. Dat biedt mensen de mogelijkheid om op verschillende schaalniveaus te acteren en heeft effect op de linguïstische en culturele vitaliteit van mensen, die zich anders meer in hun eigen omgeving zouden manifesteren. Regionale taal, cultuur en identiteit

kunnen met andere woorden nieuwe impulsen krijgen door nieuwe media zoals sociale netwerken.

In het taalgebruik dat we hier bedoelen wordt dialect nog steeds gezien als ‘eigen’, ook al is het doordrenkt met nieuwe indexicale bestemming, eigendom en gebruik. Silverstein (2003) definieert indexicaliteit als het associëren van taalvormen met sociale categorieën, in dit geval met regionale herkomst. Voor een doorsnee Nederlander zal op basis van ervaring het gebruik van de zachte ‘g’ een aanwijzing (index) zijn voor de zuidelijke herkomst van de spreker. De regionale identiteit bestaat uit de identificatie die de inwoners van een regio hebben met een bepaalde geografische ruimte, of die nu werkelijk als begrensde ruimte functioneert of meer als geconstrueerd beeld bestaat (Paasi, 2009). Culturele elementen zoals dialecten, muziek, streekgerechten, tradities en feesten zijn belangrijke factoren bij het besef en de beleving van regionale identiteit.

Cornips, De Rooij en Stengs (2012) definiëren taalcultuur als “het onontwarbare verknooptel van talige en sociaal-culturele praktijken, en de materiële en ideologische neerslag van die praktijken in het dagelijks leven.” Talige interactie is onmisbaar om vorm en betekenis te geven aan materiële en immateriële cultuuruitingen, zoals in eten, mode, religie en ook sport, spel, werk en vrije tijd. Taal is dus niet alleen een middel om cultuur te produceren en te reproduceren; het is zelf deel van cultuur. Talige vorm en structuur, taalideologie en sociale praxis hangen onderling samen. De aandacht moet dan ook gericht worden op sociale gebeurtenissen waar groepsidentiteiten worden gecreëerd. Aan de keuzes van bepaalde talige elementen, zoals de zachte ‘g’ kunnen sociale betekenissen toegekend worden.

In ‘enregisterment’ wordt een linguïstisch repertoire differentieerbaar in een taal als een sociaal erkend register van taalvormen. Taalkundige kenmerken worden indexicaal voor een sociale categorie of groep als deze kenmerken worden herkend en worden gecategoriseerd (Agha, 2003). Het gaat bij gesproken taal vaak om fonologische registers. De competentie om uitingen met een bepaald accent, een fonologisch register, te herkennen bevat een groter sociaal domein dan de competentie om het te spreken. De term ‘accent’ is volgens Agha (2003) voor mensen dus een systeem van contrastieve sociale personages, en stereotypen worden gelinkt aan accentcontrasten. De indexicale relatie tussen de talige vorm en de spreker kan een nieuwe laag van sociale en culturele betekenis toevoegen. De zachte ‘g’ is dan niet langer alleen een index van zuidelijke herkomst, maar de ‘zachtheid’ verwijst volgens Cornips et al. (2012) iconisch ook naar de ‘zachtheid’ van de spreker. De harde ‘g’ vanuit het noorden wordt juist gelinkt aan ‘hardheid’ van de spreker.

Brabanders zijn natuurlijk niet wezenlijk ‘anders’ dan andere Nederlanders, maar een subjectieve beleving van een Brabantse identiteit is er wel: een groot deel van de Brabanders en Nederlanders beleeft het Brabander-zijn wel als ‘anders-zijn’ (Verkaar et al., 2006). Naast de genoemde identificatie of verbondenheid met de ruimte, bestaat de door Brabanders beleefde identiteit vooral uit sociale binding (gezelligheid, gastvrijheid, gemoedelijkheid en gerichtheid op familie en vrienden) en identificatie

met de cultuur en de taal. We zullen in deze bijdrage taal als een element van cultuur benaderen (we komen er in paragraaf 5 uitgebreid op terug).

Het taalsysteem in Brabant is de laatste decennia flink veranderd. Lokale dialecten verliezen hun meest opvallende kenmerken in klanken en woordenschat, waardoor ze op hun buurdialecten gaan lijken: er is sprake van dialectnivellering. De dialecten worden minder lokaal en meer regionaal. Daarnaast wordt een deel van de dialectwoordenschat vervangen door woorden uit de Nederlandse woordenschat. De belangrijkste reden hiervoor is dat lokaal dialect in de jongste generaties niet langer als moedertaal fungeert (Swanenberg & Van Hout, 2013). De spreektaal in Noord-Brabant heeft zich zodoende ontwikkeld tot een geheel van variëteiten tussen het lokale, traditionele dialect en het algemene Nederlands. De tweetaligheid die er eerst was - met het dialect als moedertaal en het Nederlands als daarna geleerde standaardtaal - heeft plaatsgemaakt voor een andere situatie: een continuüm van tussenvormen met meer of minder regionale accenten, woorden en grammatica (Swanenberg, 2014). De belangstelling voor de dialecten is ondertussen juist toegenomen; de behoefte aan een eigen identiteit is in tijden van globalisering gegroeid en één van de manieren om deze regionale identiteit te markeren is het gebruik van regionale taal (Cornips et al., 2012). Het dialect in Noord-Brabant verandert dus sterk, maar verdwijnt niet. Dialect blijkt, ook voor jonge en nieuwe Brabanders, mogelijkheden te bieden om te laten horen waar men vandaan komt en zich thuis voelt. Zulk gebruik van het dialect gaat echter niet altijd volgens de verwachte, traditionele patronen. We komen verderop op dit punt terug.

### 3. Methode

Om te kunnen beschrijven hoe de uiting van regionale of lokale taal en de (re)constructie van een regionaal of lokaal imago plaatsvindt in sociale netwerken zoals *Be like*-pagina's op Facebook, hebben we de visuele kenmerken van de beelden beschreven en gecategoriseerd, evenals de talige (lexicale, fonologische, morfologische en syntactische) kenmerken van de teksten bij de beelden. Vervolgens zijn we nagegaan of bepaalde talige kenmerken gebruikt zijn om een stereotype of persiflage te benadrukken en hebben we beschreven welk imago middels de verschillende linguïstische en visuele kenmerken geconstrueerd wordt.

De *Be like*-pagina's zijn gebaseerd op zelfspot: de pagina's gaan aan de haal met de waarden waar Brabanders zelf trots op zijn door deze op humoristische wijze neer te zetten. Daarnaast baseren de pagina's zich op een imago waarvan Brabanders denken dat andere Nederlanders hen dat toedichten. Het doel is om inzicht te krijgen in de diversiteit, de dynamiek en de complexiteit van Noord-Brabant als talige, sociale en culturele omgeving en om meer inzicht te krijgen in de interactie tussen globalisering (i.c. omgang met sociale media) en regionale identiteit.

De methode van onderzoek bestaat uit het samenstellen van een corpus, door het verzamelen van beelden en teksten van vier *Be Like* pagina's op Facebook waarin

sprake is van illustraties die uit een beeld-met-tekst bestaan. Op de *Be Like* pagina's worden foto's en tekeningen met tekst opgenomen en daarnaast worden er comments gepost bij die beelden, ofwel als toelichting bij het beeld, ofwel in de vorm van reacties door volgers. Het corpus bestaat uit 266 beelden-met-een-tekst van vier Facebookpagina's:

#### *Samenstelling corpus*

- 51 beelden zijn afkomstig van *Brabanders be like*, deze beelden zijn geplaatst van 9 januari 2014 tot en met 30 maart 2014.
- 20 afbeeldingen zijn afkomstig van *Haarenaren be like*, geplaatst van 13 februari 2014 t/m 27 maart 2014 (het dorp Haaren ligt tussen Den Bosch en Tilburg).
- 66 beelden zijn afkomstig van *Boschenaren be like*, geplaatst van 14 januari 2014 tot en met 7 april 2014.
- 129 beelden afkomstig van *Tilburgers be like*, geplaatst van 13 januari 2014 t/m 9 april 2014.

Omdat het hier gaat om virtuele data, werden de beelden vastgelegd als screenshots in een digitaal fotoalbum. Vervolgens zijn de beelden voorzien van commentaar en ingedeeld in verschillende thema's, zoals 'bekende plaatsen & gelegenheden', 'bekende Brabanders', 'feest & carnaval', 'roken & alcohol', 'eten en drinken' en 'uitdrukkingen en woordgrappen'. In totaal hebben we 20 thema's en een restcategorie 'overige' onderscheiden (zie Visser, 2014 voor de volledige lijst). Het thema 'uitdrukkingen en woordgrappen' bevat beelden die de tekst illustreren; kern van de boodschap is de inhoud van de tekst. In de andere thema's is het beeld zelf al veelzeggend en kan de tekst meer of minder ondergeschikt zijn aan het beeld.

De teksten bij de beelden zijn nauwgezet geanalyseerd: de korte zinnetjes zijn voorzien van tags die aangeven wat er op het gebied van lexicon, fonologie, morfologie en syntaxis bijzonder is (i.e. afwijkend van het algemeen Nederlands). Voor alle duidelijkheid: het betreft de teksten die in het beeld zijn opgenomen en zodoende deel uit maken van het spectacle. Het gaat in dit paper niet over de teksten van comments, de reacties die afkomstig zijn van volgers van de Facebook-pagina. De teksten die in het beeld zijn opgenomen, zijn ofwel geschreven door de beheerder van de Facebook-pagina, ofwel door een andere maker van het beeld-met-tekst in het geval dat de beheerder een reeds bestaand item heeft doorgeplaatst.

De talige kenmerken in de teksten werden gecategoriseerd op basis van de classificeringen in Taeldeman (2008), Swanenberg & Meulepas (2011) en Nortier (te verschijnen), als volgt:

#### *Classificatie van talige kenmerken:*

- Lexicale verschijnselen; woorden en uitdrukkingen uit het Brabants dialect.
- Fonologische-orthografische verschijnselen; afwijkende spelling, al of niet om bijzondere klanken weer te geven.
- Morfo-fonologische verschijnselen.
- Morfo-syntactische verschijnselen.

Een lexicaal verschijnsel is bijvoorbeeld ‘houdoe’ (dag) of ‘kaaiband’ (trottoirrand, stoeprand). Een fonologisch-orthografisch verschijnsel is bijvoorbeeld ‘hoale’ of ‘haole’ in plaats van ‘halen’ of ‘veur’ in plaats van ‘voor’. Ook een samentrekking zoals ‘wasda’ in plaats van ‘wat is dat’ rekenen wij hiertoe. Bijzondere meervoudsvormen, verkleinwoorden en imperatieven behoren tot morfo-fonologische verschijnselen, bijvoorbeeld het verkleinwoord ‘menneke’ in plaats van ‘manneltje’, of ‘wangeske’ in plaats van ‘wangetje’. Een voorbeeld van een morfo-syntactisch verschijnsel is de verdubbeling van het subject bij ‘hedde gij’ voor ‘heb jij’. ‘Hedde’ is een persoonsvorm met enclitisch pronomen (dat alleen in inversie optreedt, zoals in vraagzinnen). Het subject wordt in ‘hedde gij’ dus twee keer uitgedrukt: eenmaal in de enclise en eenmaal door middel van ‘gij’. Dubbele negatie, dubbele voegwoorden en dubbele voltooid deelwoorden (‘hedde gij da gezeed gehad?’) zijn andere morfo-syntactische verschijnselen. Verder rekenen we hiertoe bijvoeglijke naamwoorden die hun uitgang verliezen in de meervoudsvorm of vrouwelijke vorm (‘een klein kat’) en de vervoeging van voornaamwoorden en lidwoorden (‘munnen hond’ voor ‘mijn hond’, resp. ‘den boer’). De gecategoriseerde kenmerken werden vervolgens op basis van hun gebruiksfrequenties vergeleken.

Tot slot zijn in de interpretatie van de resultaten de beelden en talige uitingen van een beoordeling voorzien van wat men met de beelden wil zeggen en wat de teksten ons vertellen over de Brabantse identiteit.

#### 4. Resultaten

In het corpus bleek een aantal posts gekopieerd of gerecycled te zijn, zoals gebruikelijk is bij spectacles (zie par. 2). Nadat we die dubbelen verwijderd hadden, bleven 244 beelden-met-tekst over. De meest voorkomende thema’s in de beelden in ons corpus zijn illustraties bij:

*Veelvoorkomende thema’s in het corpus:*

- ‘uitdrukkingen en woordgrappen’ (18,03%),
- ‘eten, drinken, roken’ (12,71%, waarvan ‘roken & alcohol’ 6,97% en ‘eten en drinken’ 5,74%),
- ‘bekende plaatsen & gelegenheden’ (11,48%),
- ‘feest & carnaval’ (10,25%), en
- ‘bekende Brabanders’ (8,2%).

Deze vijf thema’s hebben samen betrekking op 54,93% van de beelden. De thema’s ‘bekende plaatsen & gelegenheden’, ‘feest & carnaval’ en ‘eten & drinken’ bevatten naar verhouding veel talige uitingen in het algemeen Nederlands, terwijl de thema’s ‘roken & alcohol’ en ‘uitdrukkingen en woordgrappen’ naar verhouding juist veel talige uitingen met dialectkenmerken bevatten; in het laatste geval is dat vanzelfsprekend omdat dialect onderwerp van de grap is.

Deze thema's sluiten aan bij de door Brabanders beleefde identiteit (zie par. 2). 'Bekende plaatsen & gelegenheden' laat verbondenheid met de ruimte zien, 'uitdrukkingen & woordgrappen', 'feest & carnaval' en 'bekende Brabanders' laten verbondenheid met de cultuur en de taal zien, en 'feest & carnaval' en 'roken & alcohol' hebben betrekking op sociale binding.

In tabel 1 hebben we de 244 teksten - onderverdeeld naar Be like-pagina - uitgesplitst in teksten mét en teksten zonder dialectkenmerken. Van de 244 talige uitingen in totaal zijn 44 uitingen in het Nederlands (18,03%), 198 uitingen bevatten dialectkenmerken (81,15%) en 2 uitingen zijn in het Engels (0,82%).

*Tabel 1: Verdeling van uitingen op Be like-pagina's: met of zonder dialectkenmerken*

Uitingen (n = 244)	Met dialectkenmerken	Geheel NL
Brabanders be like	38	13
Haarenaren be like	11	9
Bosschenaren be like	43	20
Tilburgers be like	106	2
<i>Totaal</i>	<i>198</i>	<i>44</i>

De grote meerderheid van de uitingen met Brabantse dialectkenmerken vonden we dus op de Facebookpagina *Tilburgers be like* (106). Daar vonden we dan ook de meeste beelden van 'roken & alcohol' en illustraties bij 'uitdrukkingen en woordgrappen', terwijl de thema's 'bekende plaatsen & gelegenheden', 'feest & carnaval' en 'eten & drinken' vooral op *Haarenaren be like* en *Bosschenaren be like* werden gevonden.

In totaal waren de 198 talige uitingen met Brabantse dialectkenmerken goed voor 774 verschillende dialectkenmerken. Het totale aantal woorden van alle 198 talige uitingen met dialectkenmerken is 1460. De verdeling en verhouding van de 774 dialectkenmerken is genoteerd in tabel 2.

*Tabel 2: Verdeling en verhouding dialectkenmerken*

Dialectkenmerken (n = 774)	Absoluut aantal	Percentage totaal (n = 774)
Lexicaal	271	35,01
Fonologisch-orthografisch	370	47,80
Morfo-fonologisch	48	6,20
Morfo-syntactisch	85	10,98
<i>Totaal</i>	<i>774</i>	<i>100%</i>

Van die 1460 woorden in de 198 uitingen met dialectkenmerken werden in totaal 271 woorden geassocieerd als lexicaal verschijnselen (18,56% van 1460).

- (a) *Pas op! Ge magt hier nie te hert raaie!* : 12 keer 'ge' en 19 keer 'gij' voor 'je' of 'jij',
- (b) *Gezellig mee ons Maris filmpke kéeen* : 15 keer 'mee', 'meej' in plaats van 'met',



- (c) *Ekkes lekker kwaitongen* : 10 keer ‘ekkes’ in plaats van ‘even(tjes)’.  
(d) *Gao mee oe tèèd mee* : 9 keer ‘oe(w)’ in plaats van ‘jouw’, ‘jou’ of ‘je’.

Enkele lexicale verschijnselen, namelijk ‘verrekte koekwaus’ en ‘verrekte mongol’ komen waarschijnlijk uit een bekend videoprogramma. Deze woorden, die beide eenmaal werden opgetekend, staan bekend als scheldwoorden die veel gebruikt worden in de clips van New Kids uit Maaskantje. Voorbeelden van het gebruik van Brabantse lexicale kenmerken in een woordgrap die gebaseerd is op de andere betekenis die een woord in het dialect kan hebben, zijn ‘afgewerkt’ (klaar met werken), ‘aanrijden’ (vertrekken) en ‘onder voetbal zitten’ (zie verder Visser, 2014 voor de volledige data-analyse).

Naast lexicale verschijnselen, zijn de fonologisch-orthografische verschijnselen goed vertegenwoordigd in de 198 talige uitingen met dialectkenmerken.

- (e) *Nee jonguh, nie van België!* : 9 keer /-en/ vervangen door /-uh/,  
(f) *Woar dient da ding eigk vur?* : 20 keer /ao/ en 68 keer /oa/ geschreven in plaats van /aa/,  
(g) *Bet ie ak m aaij?* : 18 keer /e/ of /ee/ in plaats van /ei/ of /ij/.

Verder is er in de 198 talige uitingen sprake van 43 fonologische samentrekkingen, zoals ‘das’ of ‘da’s’ in plaats van ‘dat is’, ‘tis’ in plaats van ‘het is’ en ‘ak’ in plaats van ‘als ik’.

Vrije spellingsvormen komen, zoals verwacht (zie par. 2), regelmatig voor, bijvoorbeeld ‘quekske’, ‘quukske’ naast ‘kuukske’ (koekje), ‘shuurt’ en ‘sjoert’ (kijk) en ‘hert’ en ‘herd’ (hard). De spellingswijze van ‘kuukske’ met ‘qu’ is (zeker in Tilburg) niet onbekend, want in abc’tjes voor het dialect (“de A is van Aajke...” enz.) is de letter Q vertegenwoordigd door het quukske.

Morfo-fonologische verschijnselen komen als dialectkenmerken minder vaak voor dan de lexicale en fonologisch-orthografische verschijnselen, namelijk 48 keer. In de 198 talige uitingen met dialectkenmerken komt 22 keer het diminutiefsuffix *-ke(s)* voor (bafke, bloempkes, bollekes, boske, engelke, filmpke, fiske, kroske, kwartiereke, menneke, pilske, sjefke, snuupkes, uurke, vloeikes, vrouwke, zonneke) en 11 keer het diminutiefsuffix *-ske(s)* (afdakske, bekske, blokske, clubske, huispakske, jungske, kuukske, quekske, quukske, stukske, weekske).

- (h) *Lekker pilske vatten!*  
(i) *Vruuger! Toen we de bollekes nog bei d’n baaker hoalde in plots van d’n aantillen*

In twee gevallen vonden we een diminutiefsuffix dat afwijkt van de regels van de traditionele dialectgrammatica: ‘clubske’, ‘Royske’. Van oorsprong komt het suffix *-ske* alleen voor bij woorden die eindigen op velare consonanten, /ng/, /g/ en /k/. We zouden daarom ‘clubke’, ‘Royke’ verwachten.

(j) *De velden bij ons clubske*

(k) *Ekkes een huispakske halen bij ons Royske!*

Een ander morfo-fonologisch verschijnsel zijn de bijzondere meervoudsvormen van de substantieven. Er is 3 keer sprake van een afwijkende meervoudsvorm: ‘eier’ (eieren), ‘meens’ (mensen), ‘goaluh’ (goals).

Bij de werkwoorden wordt 6 keer een extra -t geplakt aan een imperatief: ‘komt’, ‘naait’, ‘kijkt’. Twee keer is er een extra -t opgemerkt bij een finiet werkwoord in de tweede persoon enkelvoud dat normaal onregelmatig vervoegd wordt (ge magt, ge meugt). Een keer ontbreekt juist de -t bij een finiet werkwoord in de tweede persoon enkelvoud: ‘vèn’ in plaats van ‘vindt’. Vier keer ontbreekt de -t bij een finiet werkwoord in de derde persoon enkelvoud: ‘hee’ in plaats van ‘heeft’ en ‘doe’ in plaats van ‘doet’.

De morfo-syntactische verschijnselen komen ook minder vaak voor dan de lexicale en fonologisch-orthografische verschijnselen, namelijk 85 keer. Werkwoordsvormen met enclise in de inversie van tweede persoon enkelvoud kwamen 17 keer voor: ‘bende’ (ben je), ‘hedde’ (heb je), ‘kiekte’ (kijk je), ‘kunde’ (kun je), ‘mende/minde’ (meen je), ‘moete/motte’ (moet je), ‘vuulde’ (voel je), ‘witte’ (weet je), ‘woarde’ (was je), ‘zedde’ (zei je). Ook is er sprake van één enclise van het voornaamwoord in de derde persoon enkelvoud: ‘bettie’ (bijt ‘ie). Deze werkwoordsvormen met enclise én het dubbel subject in de tweede persoon enkelvoud kwamen relatief vaak voor in de talige uitingen met dialectkenmerken, namelijk 19 keer: ‘bende gij’ bijvoorbeeld.

Voorts was er in de talige uitingen twee keer sprake van dubbele negatie (oit noit nie, nôot nie) en twee keer van een dubbel voltooid deelwoord. Dubbele voegwoorden, met ‘dat’ als expletieve complementeerder, kwamen in onze data niet voor.

(l) *Van wie bende gij d’r ene?*

(m) *Leute gij! Ánders leerde ’t nôot nie*

(n) *hedde gij deh gezeet gehad?*

Laatstgenoemd zinnetje kreeg bekendheid in de clips van de cursus Brabants uit het televisieprogramma Draadstaal (ook op YouTube terug te vinden). Adjectieven die hun uitgang verliezen in de meervoudsvorm zijn ‘rooi’ voor ‘rode’ (rooi rizla vloeikes), ‘klèèn’ voor ‘kleine’ (klèèn mannen).

Een ander morfo-syntactisch verschijnsel is de verbuiging van lidwoorden en bezittelijke voornaamwoorden, zoals het onbepaald lidwoord met uitgang ‘unne’ voor mannelijke substantieven. Dit komt 5 keer voor: ‘unne appetjoek’, ‘unne box’, ‘unne dik wèf’, ‘unne Tilbörger’, ‘unne tatta’. ‘Unne’ is het mannelijk onbepaald lidwoord en ‘un’ het vrouwelijk of onzijdig onbepaald lidwoord. Bij ‘unne dik wèf’ is er dus sprake van ongrammaticaal gebruik, dit zou volgens de dialectgrammatica ‘un dik wèf’ moeten zijn. ‘Inne’ komt twee keer zelfstandig voor met de betekenis ‘eentje’. 15 keer verschijnt het bepaald lidwoord ‘d’n/den’ in plaats van ‘de’, maar ook dat gebeurt niet altijd volgens het patroon: ‘d’n krant’ is volgens de traditionele grammaticaregels

fout omdat het zelfstandig naamwoord vrouwelijk is, ‘d’n aantillen’ ook omdat ‘Antillen’ meervoud is. Dat zien we ook bij het bezittelijk voornaamwoord met verbuiging: ‘menne schoonma’, ‘munne mens’, ‘munne sjaal’, ‘munne stembiljet’, ‘mèn’n zéék’.

Stembiljet’ is onzijdig en ‘schoonma’ is vrouwelijk, dus hier is opnieuw twee keer sprake van afwijkend dialectgebruik. Hetzelfde geldt voor het voornaamwoord ‘ginne’: ‘ginne prei’, ‘ginne kandiekrush’, ‘ginne kwats proat’, ‘ginne brug’, ‘ginne koogels’, ‘ginne pijp tabak’. ‘Koogels’ is meervoud en ‘brug’ en ‘prei’ zijn vrouwelijk, waardoor er wederom sprake is van ongrammaticale toepassing van de markering van mannelijk woordgeslacht. Tot slot vinden we bij andere voornaamwoorden, ‘dezen bal’, ‘jouwen kop’, ‘zöhne magere spriet’, ‘zunne keel’, ‘wennun aorige’, ‘dur schoen’, ‘dieje renovatie’, ‘dieje meens’, ‘wanne gek’, ‘wannu boer’, nog een voorbeeld: ‘keel’ is vrouwelijk, maar het voornaamwoord ‘zunne’ markeert weer mannelijk woordgeslacht.

Deze resultaten laten zien dat er veel dialectkenmerken te vinden zijn in de teksten. Het gaat daarbij vooral om kenmerken uit de woordenschat en de spelling, ofwel om dialectuitspraak weer te geven (ao of oa voor aa) ofwel in creatieve afwijkingen (q voor k), maar morfologische en syntactische kenmerken komen ook voor. Daarbij is nog opvallend dat morfologie en syntaxis vaak afwijken van de traditionele dialectgrammatica. De onderwerpen die verbeeld worden in tekeningen of foto’s zijn in meerderheid te scharen onder vijf thema’s, die schijnbaar bij uitstek geschikt zijn om te appelleren aan de Brabantse regionale identiteit.

## 5. Conclusie

De onderzoeksvraag die in dit onderzoek gesteld werd, was: Welke effecten hebben sociale media als elementen van globalisering op de uiting van regionale of lokale taal en de (re)constructie van een regionaal of lokaal imago? In dit specifieke geval werd de onderzoeksomgeving van sociale media gevormd door vier Facebook-pagina’s. Het woord- en beeldmateriaal van deze *Be like*-pagina’s laat zien dat Facebook als grootschalig, mondiaal podium bij uitstek geschikt kan zijn om kleinschalige regionale of lokale cultuur, identiteit en taal uit te venten. Dit is een mooi voorbeeld van een resultaat van glocalisering.

Voor deze studie werd een corpus aangelegd van 266 beelden met talige uitingen die over Brabant en Brabanders gaan. De visuele kenmerken en de linguïstische kenmerken werden gecategoriseerd en geanalyseerd. De visuele kenmerken hadden voornamelijk betrekking op de thema’s ‘uitdrukkingen en woordgrappen’, ‘eten, drinken, roken’, ‘bekende plaatsen & gelegenheden’, ‘feest & carnaval’ en ‘bekende Brabanders’. Door middel van deze linguïstische en visuele kenmerken wordt er een gezamenlijk gevoelde identiteit gecreëerd. De bezoekers van de Facebookpagina’s herkennen zichzelf in het neergezette stereotype en dat gaat gepaard met zelfspot.

In de 198 talige uitingen met dialectkenmerken werden 271 lexicale verschijnselen gevonden. Er werden 370 fonologisch-orthografische verschijnselen gevonden, die vooral betrekking hadden op klankvariatie van vocalen en diftongen, samentrekkingen en deletie van -t of -n. Verder werden er 48 morfo-fonologische verschijnselen en 85 morfo-syntactische verschijnselen gevonden.

We spreken hier van uitingen met dialectkenmerken en niet simpelweg van uitingen in het dialect, omdat het dialectgebruik in Noord-Brabant de laatste decennia sterk verandert. Door veranderingen in onze samenleving (globalisering) zijn dialecten steeds meer op elkaar en het Standaardnederlands gaan lijken; dit wordt dialectnivellering genoemd. Daarnaast is echter de belangstelling voor de dialecten en streektaal juist gegroeid door de globalisering omdat er behoefte is aan een eigen identiteit. De Brabantse, regionale identiteit benaderen we hier als de identificatie die de inwoners hebben met Brabant. Deze bestaat uit de identiteit waarvan mensen vinden dat die bij hen hoort, en uit hoe zij denken dat anderen tegen hen aan kijken. Het is een ideologische constructie, een denkbeeld.

De taalsituatie bij jongere generaties in Noord-Brabant vormt momenteel een continuüm van tussenvormen. Vaak hanteert men een mengtaal van dialect, regiolect en algemene spreektaal. Door middel van het toevoegen van dialectkenmerken aan hun taal creëert men een gemeenschappelijk gevoel. Bepaalde taalkundige kenmerken worden indexicaal voor een sociale categorie of groep als deze kenmerken worden herkend en gecategoriseerd voor deze sociale groep: bijvoorbeeld de zachte 'g' of het woord 'houdoe' voor Brabanders. De al dan niet bewuste keuze voor deze taalvormen heeft dan niet alleen een letterlijke betekenis: 'houdoe' betekent 'dag', maar ook een sociale betekenis: 'houdoe' is Brabants (cf. Agha, 2003, Silverstein, 2003; in par. 2).

Zulke taalvormen en taalkenmerken kunnen fungeren als sjibbolet. Een sjibbolet is een taalkenmerk dat aangeeft uit welke bepaalde groep de spreker of schrijver afkomstig is. Die taalkenmerken zijn opvallend, worden herkend en worden vaak op de voorgrond geplaatst. In het Brabants dialect of regiolect zijn dit bijvoorbeeld woorden, woordcombinaties en klanken als 'houdoe', 'hedde gij' en de /aa/ als /ao/ of /oa/ schrijven. Het gaat niet per se om taalgebruik in interactie, maar eerder om de perceptie van taal en de attitude of meningsvorming die daaruit voortkomt: ideologie dus. Linguïstische kenmerken kunnen op deze manier onderdeel worden van sociale waarden. Een sjibbolet kan zelfs volgens traditioneel dialectgebruik 'fout' zijn (hyperdialect, zie hieronder), maar het is dan wel extra herkenbaar. Een verzameling coherente sjibbolets vormt het repertoire van regionale identiteiten in Brabant. Dialectkenmerken worden zoals gezegd in sommige gevallen ongrammaticaal gebruikt, als men althans de regels van traditionele dialecten volgt: zo wordt het suffix *-ske* gebruikt bij substantieven die eigenlijk *-ke* vragen (clubske, Royske, diminutief van de roepnaam Roy, hier voor tv-personality Roy Donders) en wordt markering van het mannelijk woordgeslacht bij lidwoorden, voornaamwoorden en adjectieven gebruikt bij substantieven die niet mannelijk zijn (unne dik wêf, menne schoonma). Zulke kenmerken komen vaak voor bij sprekers die het dialect niet als moedertaal beheersen, maar incompleet verworven hebben. In taalgebruik van jongeren vinden we

vaker een mannelijke verbuiging voor een vrouwelijk woord: ‘den boerderij’, of ‘’n hillen ààwen oma’ in plaats van ‘de boerderij’ en ‘’n heel ààw oma’ (Swanenberg, 2014). Deze afwijkende kenmerken zijn dan wel grammaticaal onjuist, maar des te meer opvallend Brabants, wat voor deze Facebookpagina’s juist toepasselijk en belangrijk is. ‘Clubske’ begint al een geaccepteerde nevenvorm van ‘clubke’ te worden, waar ‘Royske’ een meer incidenteel karakter lijkt te hebben. De kenmerken zijn enerzijds symptomatisch voor onvolledige dialectbeheersing in het proces van dialectnivellering, maar zijn anderzijds sterk indexicaal voor de Brabantse identiteit.

Dit zijn voorbeelden van hyperdialect, overdreven dialect. Het diminutiefsuffix en vormen als ‘unne’ en ‘den’ worden als typisch Brabants dialectkenmerk gezien, als sjibbolet herkend en daarom hypercorrect gebruikt. Zo worden hyperdialect en ook bijzondere spellingswijzen (‘quekske’ voor ‘koekje’) gebruikt om een overdreven, stereotiepe Brabantse identiteit neer te zetten.

Het imago dat wordt neergezet in deze vier *Be like*-pagina’s op Facebook is ten eerste Bourgondisch: Brabanders houden van goed eten en drinken, kennen eigen streekgerechten (chocoladebollen, worstenbroodjes), en in de overdrijving van stereotypering eten, drinken en roken Brabanders vooral veel, niet per se goed. Op de tweede plaats wordt in Brabant op geheel eigen wijze carnaval gevierd, is de kermis nog heel populair, en in de overdrijving van stereotypering vieren Brabanders heel vaak feest. Op de derde plaats hoort het dialect bij dat imago; het Brabants wordt als duidelijk anders dan het algemeen Nederlands ervaren. Het dialect wordt zodoende ingezet voor humoristische doeleinden en in de overdrijving van de stereotypering worden dialectkenmerken overdreven vaak gebruikt (hyperdialect). Dialect maakt deel uit van het stereotype, dialect fungeert als embleem. Een embleem is zowel indexicaal als iconisch, en zo wordt dialect gebruikt als stereotypering. Op deze wijze wordt Facebook ingezet voor uitingen van regionale of lokale taal en de (re)constructie van een regionaal of lokaal imago.

## Referenties

- Agha, A. (2003). The Social Life of Cultural Value. *Language and Communication* 23 (3/4), 231-273.
- Androutsopoulos, J. (2010). Localizing the Global on the Participatory Web. In N. Coupland (ed.) *The Handbook of Language and Globalization* (pp. 201-231). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Cornips, L., Rooij, V. de, & Stengs, I. (2012). Carnavalesk taalgebruik en de constructie van lokale identiteiten. Een pleidooi voor taalcultuur als onderzoeksveld. *Dutch Journal of Applied Linguistics* 1, 15-40.
- Doorn, van, B. (2014). Be Like nieuwste hype op Facebook: 'Brabanders Be Like... Dè Minde Nie!'. *Omroep Brabant*, 28 januari 2014, geraadpleegd op 23 mei 2014, op <http://www.omroepbrabant.nl/?news/205901592/Be+Like+nieuwste+hype+op+Fac ebook+Brabanders+Be+Like...+D%C3%A8+Minde+Nie!.aspx>.

- Nortier, J. (te verschijnen). Characterizing Urban Youth Speech Styles in Utrecht and on the Internet. *Journal of Language Contact*.
- Paasi, A. (2009). The resurgence of the 'Region' and 'Regional Identity': theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe. *Review of International Studies* 35 (Supplement S1), 121-146.
- Roks, S. (2014). De bedenker van Tattas be like is blij met de zelfspot van Nederland. *Vice*, 6 januari 2014, geraadpleegd op 6 mei 2014, op <http://www.vice.com/nl/read/de-bedenker-van-tattas-be-like-is-blij-met-de-zelfspot-van-nederland>.
- Shaw, P. (2008). Spelling, accent and identity in computer-mediated communication. *English Today* 24, 42-49.
- Silverstein, M. (2003). Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life. *Language & Communication* 23, 193-229.
- Swanenberg, J. (2014). Het nieuwste Brabants. Taalgebruik van jonge en nieuwe Brabanders. In W. van der Donk (ed.) *Het nieuwste Brabant* (pp. 425-444). Eindhoven: Lecturis.
- Swanenberg, J. & Hout, R. van (2013). Recent developments in the mid southern dialects. In F. Hinskens, F. & J. Taeldeman (eds.) *Language and Space: Dutch. An International Handbook of Linguistic Variation* (pp. 319-335). Berlijn: De Gruyter.
- Swanenberg, J. & Meulepas, J. (2011). Het nieuwe Brabants: Een onderzoek naar diversiteit in taal en cultuur onder jongeren in Noordoost-Brabant. *Taal en Tongval* 63 (2), 303-328.
- Taeldeman, J. (2008). Zich stabiliserende grammaticale kenmerken in Vlaamse tussentaal. *Taal en Tongval* 60 (1), 26-50.
- Vandekerckhove, R. (2009). wb! cva? wist mjon? De chattaal van Vlaamse tieners tussen 'lokaal' en 'mondiaal'. In V. De Tier, J. Swanenberg & T. van de Wijngaard (eds.), *Moi, adieë en salut. Groeten in Nederland en Vlaanderen* (pp. 33-44). Groesbeek: Stichting Nederlandse Dialecten.
- Verkaar, E., Cox, S., du Long, K., Smulders, M., Vos, D., & Bosch, A. (2006). *Buitengewoon Brabants. Over binding en identiteit*. Tilburg: PON.
- Visser, P. (2014). *Regionale identiteit in Noord-Brabant verbeeld en verwoord op Facebook*. Master thesis Universiteit Utrecht.
- Wang, X., Spotti, M., Juffermans K., Cornips, L., Kroon, S., & Blommaert, J. (2014). Globalization in the margins: toward a re-evaluation of language and mobility. *Applied Linguistics Review* 5 (1), 23-44.