

## De economische waarde van taal

Miet Ooms

*Taal is business.* Dat is niet alleen de titel van het onlangs verschenen boek van Frieda Steurs, het is de stelling die zij verdedigt bij de niet-taalkundige buitenwereld en in haar boek uitwerkt. Prof. dr. Steurs was jarenlang hoogleraar terminologie en taaltechnologie aan de KU Leuven (de vroegere Lessius Hogeschool) en is sinds kort directeur van het INT of het Instituut voor Nederlandse Taal (het vroegere INL). Met haar boek wil ze de taalindustrie in de schijnwerpers zetten. Dat zijn de bedrijven, organisaties en zelfstandigen die taaldiensten en -producten leveren aan bedrijven, overheden, andere organisaties en de eindgebruikers. Aan u en mij dus.

Zelf maak ik als freelance vertaler al tien jaar deel uit van die taalindustrie. Strikt genomen behoor ik dus niet tot het doelpubliek van het boek. Dat omschrijft Steurs in haar inleiding immers als volgt: 'Het is mijn vurigste wens dat dit boek ook inzicht zal bieden aan professionals uit het bedrijfsleven en collega's uit andere faculteiten, die vaak niet beseffen hoe economie, recht en andere domeinen steunen op taal en heel specifieke taaltoepassingen.'

Hoewel er heel wat taalboeken bestaan, ook voor en in het Nederlands, is er amper iets te vinden over de economische waarde van taal en taaldiensten. Toch komen we er allemaal vroeg of laat mee in contact, via vertaalde handleidingen, software, reclameslogans en dergelijke, via ondertiteling, de spraaktechnologie op je mobiele telefoon, taalcursussen, e-learning, tolkdiensten enz. Hoewel taal dus heel aanwezig is in onze economie, hebben maar weinig mensen een concreet idee van wat die taalindustrie nu inhoudt. Die lacune wil Steurs met haar boek vullen.

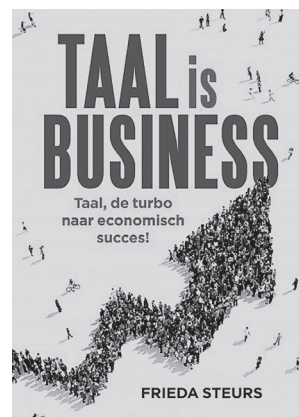
In grote lijnen is ze daar ook in geslaagd. In 12 hoofdstukken legt ze uit in welke takken van de economie taal een rol speelt, waar de uitdagingen en valkuilen zitten (bijvoorbeeld dat je merknamen niet zomaar in elke taal kunt overnemen zonder te checken of ze in een andere taal geen vervelende betekenis hebben), welke rol de EU speelt, wat grote bedrijven zelf ontwikkelen rond taal en taaldiensten enz. Zo komen meertaligheid, *glokalisering* (het feit dat multinationalen hun producten aan de lokale markt moeten aanpassen om succesvol te zijn), het belang van terminologiebeheer en meertalige terminologie, de specifieke problemen en vereisten bij juridische en medische vertaal- en tolkdiensten, taalpolitiek en taal- en spraaktechnologie aan bod. Via concrete voorbeelden ontdekt de lezer welke meerwaarde een goed ingezette taaldienst kan betekenen voor een bedrijf, en hoe het kan mislopen als een bedrijf te weinig belang hecht aan taal en lokalisering.

Hoe interessant die voorbeelden ook zijn, daar zit ook de zwakte van het boek. In de uitwerking van elk thema haalt de auteur heel veel deelaspecten aan, en die wisselt ze telkens af met concrete voorbeelden. Daardoor komen de hoofdstukken on-



gestructureerd en warrig over, en blijft er weinig achteraf hangen. Toen ik het boek net had gelezen, had ik het gevoel dat ik weliswaar veel te weten was gekomen, maar ik kon niet meer zeggen wat. Het is ook niet zo eenvoudig om er nadien een voorbeeld of een stukje uitleg in op te zoeken. Hoewel de hoofdstukken onderling goed afgebakend lijken, overlappen ze inhoudelijk vaak. Daardoor is het nadien moeilijk om bijvoorbeeld een concreet voorbeeld terug te vinden. Een stevigere structuur en een duidelijke afbakening tussen algemene uitleg en concrete voorbeelden had hierbij kunnen helpen.

Het is bovendien niet duidelijk hoe het boek het echte doelpubliek zal bereiken. Dat is niet de taalindustrie zelf, maar de potentiële klanten ervan. Dat publiek zal het boek pas ter hand nemen als zij er voor zichzelf een duidelijk voordeel in ziet ('What's in it for me?'), maar dat voordeel komt niet voldoende naar boven in de inleiding of op de achterflap. Ik hoop daarom van harte dat er een strategie is ontwikkeld om die interesse op een andere manier ook bij dat publiek te wekken, en niet alleen bij de mensen die al intrinsiek geïnteresseerd zijn in en nieuwsgierig zijn naar taal en de taalindustrie.



Frieda Steurs, *Taal is business. Taal, de turbo naar economisch succes!*

Schiedam: Scriptum, 2016. ISBN 9789463190220, 220 blz., 24,95 euro.