



Ghent University  
Faculty of Arts & Philosophy

Academic year 2013 – 2014

# **Multilingual landscapes in Flemish cities: An empirical study of public language use in Kortrijk and Aalst**

Promotor: Prof. dr. S. Slembrouck

Co-promotor: Mieke Vandenbroucke

Masterproef voorgelegd tot het bekomen van de graad van  
Master in de Taal- en Letterkunde: Nederlands – Engels

Silke Boterberg



## **ACKNOWLEDGEMENTS**

First and foremost, I would like to thank my co-promotor Mieke Vandenbroucke for introducing me to the study of linguistic landscapes, for all the help and invaluable insight, for reading my drafts and guiding me through every step of the process.

I wish to thank my parents who have always supported me and without whom the last four years would not have been possible.

## TABLE OF CONTENTS

<b>CHAPTER 1: INTRODUCTION .....</b>	<b>6</b>
1.    Introduction.....	6
2.    Theoretical framework.....	8
2.1    Linguistic landscapes .....	8
2.2    Top-down regulation of the LL .....	11
2.3    Language use and meaning in the globalised era .....	14
2.4    LL research in Belgium.....	17
3.    Choice of researched areas: Kortrijk & Aalst.....	20
3.1    Language policy .....	20
3.2    Description of the cities.....	21
3.3    Press review.....	23
4.    Methodology .....	27
4.1    Objective of this study.....	27
4.2    Scene and setting .....	27
4.3    Unit of analysis .....	30
4.4    Sign coding.....	32
4.5    Subcategories and hypotheses.....	35
4.6    Combining a quantitative and qualitative approach.....	35
<b>CHAPTER 2: QUANTITATIVE RESULTS &amp; DISCUSSION .....</b>	<b>40</b>
1.    General landscape results .....	41
1.1    Kortrijk.....	41
1.2    Aalst.....	47
1.3    Comparative discussion.....	52
2.    Top-down vs. bottom-up.....	56
2.1    Kortrijk .....	56
2.2    Aalst.....	59
2.3    Comparative discussion.....	63
3.    Subcategories .....	69
3.1    International chains.....	69
3.2    National chain.....	74
3.3    Local privately owned business.....	79
3.4    Commodification and fetishization along the three subcategories .....	85

4. Conclusion .....	88
<b>CHAPTER 3: QUALITATIVE DISCUSSION .....</b>	<b>91</b>
1. Discussion of photographic material.....	91
1.1 French.....	91
1.2 English.....	96
1.3 Complex multilingual units.....	99
2. Semiotic Landscape .....	103
2.1 Kortrijk.....	103
2.2 Aalst.....	105
2.3 Soundscape.....	108
3. Interviews.....	109
3.1 Aldermen in Kortrijk and Aalst .....	109
3.2 Bottom-up LL actors .....	112
3.3 Passers-by.....	115
4. Conclusion .....	118
<b>CHAPTER 4: CONCLUSION .....</b>	<b>120</b>
<b>References .....</b>	<b>122</b>
<b>Appendices .....</b>	<b>126</b>
1. Photographic material.....	127
2. Excel files .....	128
3. Press review.....	129
4. Interviews.....	157

# CHAPTER 1: INTRODUCTION

## 1. INTRODUCTION

In an ever more global world, the study of multilingualism offers various methodological possibilities and interesting angles for linguistic research. Since “language is all around us in textual form as it is displayed on shop windows, commercial signs, posters, official notices, traffic signs, etc.” the study of “linguistic landscapes”<sup>1</sup> offers an interesting approach to multilingualism (Gorter 2006a: 1). The focus of this dissertation will be to research the presence of multilingualism in the linguistic landscape of two Flemish cities: Kortrijk and Aalst.

By means of a quantitative analysis, regarding the occurrence and visibility of specific languages in two settings – the main shopping street and Grote Markt of both Kortrijk and Aalst – two questions concerning multilingualism in the linguistic landscape will be addressed. More specifically, it is to be determined whether or not other languages than the official Dutch language are used for informational or solely symbolical purposes and whether or not specific strategies behind language display can be discovered (“language fetishization” and “commodification”).<sup>2</sup> Additionally, a qualitative analysis will aim at supporting, clarifying and nuancing the conclusions that were drawn based on the quantitative findings.

This first chapter, before turning to the quantitative discussion, will introduce important issues and background information relevant for this study. First of all, the theoretical framework will be centred around important insights into the study of linguistic landscapes. Secondly the choice of the researched areas, Kortrijk and Aalst, will be explained, after which the methodology established for this dissertation will be discussed. In this methodological section, attention will be paid to the objective of this study, how and where (main shopping street and Grote Markt) research was conducted and why a quantitative and qualitative approach are combined.

In the second chapter the quantitative discussion of the data will be presented. This chapter will consist of three main sections, presenting the general landscape results for each city and area, next to several subdivisions centred around the aim of this study.

A third chapter encompasses a qualitative discussion of the data and presents the results

---

<sup>1</sup> “Linguistic landscape” research is centred around the display of language on all types of signage. The concept of “linguistic landscapes” will be thoroughly defined in section 2: theoretical framework.

<sup>2</sup> The terms “language fetishization” and “commodification” will be defined and focussed on in section 2: theoretical framework.

from an analysis of the “semiotic landscape”<sup>3</sup>, as well as a discussion of several interviews that were conducted.

The fourth and final chapter will recapitulate the most prominent findings, both quantitative and qualitative and will attempt to suggest possibilities for further or future research.

---

<sup>3</sup> The term “semiotic landscape” will be further defined in section 3 of chapter 1 (methodology) and comprises a look beyond what is linguistically encountered in a given landscape and thus also focusing on other semiotic modes (artefacts, symbols,...)

## 2. THEORETICAL FRAMEWORK

### 2.1 Linguistic landscapes

#### The field

The notion of *linguistic landscape*<sup>4</sup> is commonly defined by referring to the following definition by Landry & Bourhis (1997: 23), in order to come to an explanation of the area of study: “Linguistic landscape refers to the visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region”. Engaging in the study of LLs thus means to focus on visible, written language on signs, more specifically on “public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings” (Landry & Bourhis 1997: 25). However, a precise definition of the term *linguistic landscape* is hard to give because, as Gorter (2006a:1) mentions, “the concept of the linguistic landscape (..) has been used in several different ways”. As an example he names the more general interpretation of the term as “the description and analysis of the language situation in a certain country” (Gorter 2006a: 1). In other cases the term has been associated with multilingual contexts, the history of a language and even internal language variation (Gorter 2006a: 1). In this study, the notion as defined by Landry & Bourhis (1997) will be followed in the sense that the focus will be on written language as encountered in the public space of a specific area, related to signage, both public and commercial.

Even though Coulmas (2009: 13) claims that “linguistic landscaping is as old as writing” – by which he refers to the act of displaying language - according to Landry & Bourhis (1997: 24) research looking into the issue of language on public display originated in the field of language policy and language planning, with regard to government-controlled language regulations for public signs around 1980. Belgium and Québec are mentioned as the first territories realising the importance of this issue for the creation of linguistically homogenous territories and for ratifying a solid policy (Landry & Bourhis 1997: 24). Spolsky (2009: 26) mentions that Landry & Bourhis (1997) were the first to use the term “linguistic landscape” but that there is in fact a longer academic history to the study of public signage, going back as far as the early 1970s. Examples include Masai (1972) who conducted research in Tokyo, Tulp (1978) who looked at Brussels and both Rosenbaum *et al.* (1977) and Spolsky & Cooper (1983) who focussed on Jerusalem (Spolsky 2009: 26).

With regard to the history of LL research it is also important to mention that LL research is grounded

---

<sup>4</sup> Throughout this dissertation, the term “linguistic landscape” will be abbreviated as “LL” and both terms will be used interchangeably.

in multiple theories and varied disciplines, such as applied linguistics, sociolinguistics, language policy, literacy studies, sociology, political science, education, art, semiotics, architecture, critical geography, urban planning and economics. (Shohamy 2012: 538-539)

This also means that the research on LLs has a wide range of possible methodologies, based on the above mentioned disciplines (Shohamy 2012: 539). In the past years, this field of study has become “a dynamic area of research” (Shohamy 2012: 538). According to Shohamy (2012: 539) this is due to a “growing attention to multilingualism” when it comes to “understanding linguistic and social phenomena” on the one hand, and to the “advances in documenting technologies”, especially the digital camera, on the other hand. Both these factors culminate in the “heightened awareness” we have with regard to how significant language is in the public domain (Shohamy 2012: 539). In the past few years LL research has thus become increasingly important and interesting because as Van Mensel & Darquennes (2012: 168) state: “the LL provides us with insights into various issues such as language use, language policies, languages attitudes and power relations between different groups”. This has resulted in an exponentially growing boom in LL studies focussing on a variety of locations - e.g. Israel (Ben-Rafael *et al.* 2006), Friesland and the Basque Country (Cenoz & Gorter 2006), Tokyo (Backhaus 2006), Belgium (Ben-Rafael & Ben-Rafael 2012; Van Mensel & Darquennes 2012) and more specifically Brussels (Janssens 2012; Mettewie, Lamarre & Van Mensel 2012; Vandenbroucke 2014) and Ghent (Collins & Slembrouck 2007), Italy (Dal Negro 2009), especially Rome (Barni & Bagna 2010; Barni & Vedovelli 2012), Québec (Backhaus 2009), Bloemfontein (Du Plessis 2010), Amsterdam (Edelman 2009) and Congo (Kasanga 2010, 2012) to name a few - and researching a variety of topics - e.g. the connection between the LL and minority languages (Cenoz & Gorter 2006; Marten, Van Mensel & Gorter 2012), the LL and language vitality (Barni & Bagna 2010; Landry & Bourhis 1997), the global spread of English (Huebner 2006), the LL and the official language policy (Barni & Vedovelli 2012; Backhaus 2009), perceptions of the LL (Collins & Slembrouck 2007; Garvin 2010), language commodification (Leeman & Modan 2009, 2010; Heller 2003), language fetishization (Kelly-Holmes 2000) etc.

Some conceptual disagreement still persist regarding the term “LL”. Some researchers have commented on the term *linguistic landscape* because of the etymology of the word *landscape*. Gorter (2006b: 82) for example mentions that *landscape* is a loan from Dutch *landschap* which refers to “region”, “tract of land” or “a picture depicting a scenery on land”. Because written text on signs is much more encountered in urban regions, and not so much “in the landscape in the literal sense, as found in the countryside”, Gorter (2006b: 83) argues that “cityscape” might be a better term for this field of research. He even goes on saying that “multilingual cityscape” is the most precise term as the cityscape is not monolingual in most places (Gorter 2006b: 83). Spolsky (2009: 25) also refers to the

term cityscape and mentions it should be preferred over landscape as researchers are mostly interested in the display of language on signs in *urban* spaces. In this study, the term *linguistic landscape* will be used, however, as it is commonly and predominantly used in the field and as the above mentioned researchers themselves also persist in the usage of the term *linguistic landscape*, despite their critical remarks.

### **LL and language policy**

One focus in LL research that has been addressed extensively, is the connection between the linguistic landscape of a given territory and the official language policy of that area. In this type of research, attention is paid to the different “actors” giving shape to the LL such as “public institutions, associations, firms, individuals, that stem from the most diverse strata and milieus” (Ben-Rafael *et al.* 2006: 8). Not only is there an interest in the link between language policy and the LL, but also in “how languages are perceived and used by policy makers to shape linguistic landscapes” (Barni & Vedovelli 2012: 27). Often the LL is an area in which political struggle becomes very visible and which is also used to fight these struggles (Barni & Vedovelli 2012: 27). As Barni & Vedovelli (2012: 28) put it: “it is the place where changes in political regimes are immediately evident at a linguistic level”.

When focussing on language policies and how these take effect on or in the LL, it is important to make a distinction between official signs and non-official signs. Calvet (1990, in Backhaus 2006: 53) has used the terms “*in vitro*” for official signs, and “*in vivo*” for non-official signs when he researched the LL in Dakar and concluded “judging only from *in vivo* aspects, the city gives a considerably multilingual impression” but “the *in vitro* image of the city gives a different picture”. The more widespread terminology in LL studies for these two types of signage are “bottom-up” and “top-down” signs.<sup>5</sup> The most basic definition of these terms is “what is written by the authority” for top-down signs, and “what is written by the citizens” for bottom-up signs (Calvet 1990: 75 in Backhaus 2006: 53). The distinction is thus based on the LL actors as there are signs under the control of either local or central policies, or signs coming from individual or associative actors who act more or less autonomously but within the authorised limits (Ben-Rafael *et al.* 2006: 10). As Huebner (2006: 32) explains, top-down signs can be seen as *overt* signage because they reflect the overt language policies, and bottom-up signs represent the *covert* language policy of an area, displaying cultural identity and the aspirations of the community’s inhabitants. Landry & Bourhis (1997) make use of a similar distinction but use the terms “government signs” and “private signs”. They claim that

---

<sup>5</sup> The terminology “bottom-up” and “top-down” is for example used by Shohamy (2012), Gorter (2006b), Barni & Vedovelli (2012), Janssens (2012), etc.

Private signs include commercial sign on storefronts and business institutions (e.g., retail stores and banks), commercial advertising on billboards, and advertising signs displayed in public transport and on private vehicles. Government signs refer to public signs used by national, regional, or municipal governments in the following domains: road signs, place names, street names, and inscriptions on government buildings including ministries, hospitals, universities, town halls, schools, metro stations, and public parks. (26)

The study of LLs and language policies can reveal differences between what is officially imposed and seen on official signs, and “the impact of the policy on individuals” which can be seen on non-official signs (Cenoz & Gorter 2006: 68). However, there is not necessarily a difference to be revealed as Landry & Bourhis (1997: 27) state, because a “consistent and coherent linguistic landscape” is possible as well, which implies that the language profile of both private and government signs are similar. Nevertheless, differences in language display patterns vis-à-vis these two types of signage occurs much more frequently. Gorter (2006b: 85) mentions two possible perspectives on what signs could display. The first perspective is that signs are indexes and thus tell people what to do and what not to do. Because of that, they have to be regulated by the government. The second perspective comprises the belief that signs serve multiple functions and that the larger the sign is, the more valuable it is. This means that no aesthetic constraints should be placed on signs by government institutions. The different tendencies with regard to bottom-up and top-down signs are explained by Ben-Rafael *et al.* (2006: 10) by stating that top-down signs “are expected to reflect a general commitment to the dominant culture” while bottom-up signs “are designed much more freely according to individual strategies”.

Against this background, LL research has been particularly fruitful in contested spaces where the language policy is publicly defied or challenged, or where a language conflict or threatened minority language’s survival takes effect in the LL of the area. For example Cenoz & Gorter (2006) have focussed on Friesland and the Basque Country, more specifically on the visibility of Frisian and Basque opposed to Dutch and Spanish. The focus of this paper, however, partly lies on how official instances try to influence the LL of a given area – Kortrijk and Aalst – despite language legislation. The next section will discuss two cases where top-down regulations affect the LL.

## 2.2 Top-down regulation of the LL

### Québec

With regard to LL research and language policy, an interesting case is the Canadian province Québec. This province is inhabited by a majority of Francophones, making up 82% of Québec’s total

population and thus the majority within Québec, but which at the same time also constitutes a minority “within English-dominated Canada” (Backhaus 2009: 158). As a consequence of this situation, since the 1960s the French language has been promoted and protected in Québec by different language laws, some of which explicitly imposing rules on language use in the linguistic landscape (Backhaus 2009: 158). For example, “Bill 101” dictates rules and regulations about the usage of French and English on all non-official and private commercial signs (Gorter 2006b: 84). Bill 101 is also known as “The Charter of the French Language” which in its earliest days came down to a “French-only principle” and with a few exceptions foremost prohibited Anglophones in the area to display their mother tongue on their signs (Backhaus 2009: 159-160). Since the 1960s changes were made to the language policy, which made it more tolerable towards the use of languages other than French and as a result, English is now acceptable on signs in Québec but always in combination with French and the usage of French should always be more dominant (Gorter 2006b: 84). In the language law, it is for example stated that “the space allotted to the text in French is at least twice as large as the space allotted to the text in the other language” (Backhaus 2009: 161). An example like this reveals the far-reaching consequences that imposing rules on the LL of a particular area can have. Put differently,

[This example] testifies to the importance of language planning activities for the visibility of a language in public space. It demonstrates that the formation of the linguistic landscape is no natural development, but one that is consciously shaped and controlled by official rules and regulations. (Backhaus 2009: 170)

This idea of the LL as a political instrument, shaped and controlled by policies and regulations, also ties in with Ben-Rafael’s *et al.* (2006: 10) conceptualisation of the LL as the “symbolic construction of the public space” as the “LL represents the *décor* of public life and as such it carries emblematic significance”.

## **Italy**

Another example of top-down regulation of language displayed in the public sphere can be found in Italy. Barni & Vedovelli (2012: 30) show how the Italian authorities at first paid little attention to other languages than Italian in public communication, but later issued rules intervening in the LL. Much attention has been paid in LL studies to the country, for example by Barni & Bagna (2008), who focussed on immigrant languages and the language policy regulated by the Italian State. Next to that, Barni & Bagna (2010) have focussed on Chinese in Rome and Prato and stated that the strong visibility of the Chinese language led to an agreement between the Chinese community living in

Rome and the City of Rome itself. The importance and impact of the interaction between the LL and the language policy can be seen in figure 1, displaying policemen covering shop signs in Prato.



Picture n. 4: Prato, 2009; shops signs covered by policemen

**Figure 1:** (Barni & Vedovelli 2012: 34)

The agreement between the Chinese community and the city of Rome specified that the Chinese community had to alter their shop signs so as to make sure that Italian was more prominent than Chinese, putting Italian at the top of the sign (Barni & Bagna 2010: 9). Signs that were not in compliance with this agreement were covered by policemen. This illustrates the importance and impact of the top-down language legislation and how bottom-up actors are affected by it. This formal agreement is comparable to the situation in Canada and Bill 101, as in both cases the top-down regulation specifies that one language should be displayed more dominant on bilingual signs. Barni, together with Vedovelli (2012) has also written on how languages are used to give shape to the LL by policy makers. In their research, again Rome and Prato formed the setting because of the presence of immigrant communities. Two surveys were carried out in these cities – in 2004 and 2010 in Rome and in 2006 and 2010 in Prato. They concluded that the norm is a “fluid form of trans-nationality” while language policies cause a “static framework of national monolingualism” (Barni & vedovelli 2012: 36).

### **Other regions**

Examples for other regions include Tokyo as researched by Backhaus (2006) who focussed on the differences between official and non-offical signage. He concluded that while Japanese is the language of power, other languages start to occur on official signage, indicating a “noteworthy concession to linguistic minorities in Tokyo” (64). On the other hand, the use of English and other

foreign languages in non-official signs is due to the desire “to create an overseas atmosphere” (64). There is thus a difference in motivation: power for official signs and solidarity for non-official signs. Among others, Janssens (2012) looked at Brussels which will be discussed in section 2.4. Coupland (2010: 80) mentions the case of Wales where laws have been issued in 1993, “which places a duty on public sector organizations in Wales to treat Welsh and English on an equal basis”. This is thus different from the above mentioned examples (i.e. Québec and Italy) since equality is promoted here and not the dominance of one language over another. An important focus of this research will be to consider the language policy of yet two other regions - the cities of Kortrijk and Aalst - and how official and non-official instances cope with this policy.

### **2.3 Language use and meaning in the globalised era**

#### **Discourses of commodification**

Another topic that has been extensively discussed and researched in LL studies and that is relevant to the discussion of this thesis, is the commodification of language and ethnicity (Leeman & Modan 2009, Duchêne & Heller 2012, Heller 2003) and processes of language fetishization (Piller 2001, Kelly-Holmes 2000). In order to explain these two interrelated processes, it is important to distinguish between two possible purposes in displaying one or multiple languages. As Shohamy (2012: 538) argues, the display of a language can be either functional or symbolical. According to Cenoz & Gorter (2006: 78) the informative function of the displayed languages shows that these languages are used for communication in the shop or institution where they are to be seen. Nevertheless, Leeman & Modan (2010: 183) have argued in this respect that many LL researchers assume that the target audience of all signs are people who can read or understand the displayed language, while this is not always the case. There is also the symbolic use of a language which could possibly indicate feelings of affection or could be interpreted as a symbol of identity (Cenoz & Gorter 2006: 79). This is termed “symbolic value condition” by Spolsky & Cooper (1991: 74 – 94) and defined as “prefer to write signs in your own language or in a language with which you wish to be identified”. Other possibilities with regard to the symbolic function, as Cenoz & Gorter (2006: 79) indicate, include for example the use of English because it is more prestigious and indicates a sense of modernity in comparison to the use of the local language(s). To make this distinction more clear, the following example by Cenoz & Gorter (2006: 79) is cited:

For example, the use of Basque in bilingual signs in Donostia is not only informative, because everybody can get the information in Spanish, but it has an important symbolic function which is related to affective factors and the feeling of Basque as a symbol of identity.

With regard to commodification of language, Leeman & Modan (2010: 185) in their research have explained the change in commercial interests in the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries, which has had an enormous impact on the LL in urban places and which led to situations in which language has been turned into a commodity. This change in commercial interests is explained as a shift from what is termed “the Old Economy” to the “New Economy” as Duchêne & Heller (2012: 370) explain. The difference between the two comprises a shift from an economy focussed on local production with government participation, to an economy in which the private sector has more power and in which new technology enables to overcome distances between local markets turning them into a global market (Duchêne & Heller 2012: 370). As Leeman & Modan (2009: 337) explain, this means that cities “are no longer able to sustain local economies based on manufacturing” but instead depend on industry. This shift has numerous consequences that are not only commercial in nature, as an alteration in the role of language took place, leading to a different status for multilingualism (Duchêne & Heller 2012). This means language has been turned into a commodity, or as Duchêne & Heller (2012: 371) state: “languages are *things* that become useful in order to both produce resources and enter the globalized market.” The following examples will try to explain the concept of language as a commodity more clearly.

The concept of Chinatown has multiple times been the focus of LL research with regard to commodification of language. Leeman & Modan (2009) for example, have wanted to stress the connection between the LL of Chinatown in Washington DC and how the public sphere is commercialised. They argue that both the state and private enterprises have used “symbols of Chinese ethnicity and culture” – by which they mean the typical graphics of Chinese writing and the architecture of the country – and turned Chinatown into a commodity in that way, in order to attract tourists (Leeman & Modan 2010: 338). The neighbourhood has thus been “repurposed” as Leeman & Modan (2010: 340) term it, as it was once an area associated with migration and also racism and is now turned into a tourist attraction because of the recognition of possible benefits in the light of the symbolic economy or New Economy. Lou (2010: 97) has also focussed on Chinatown in Washington DC and mentions other studies on the area – among which the research conducted by Leeman & Modan (2010) - and concludes they all state that the presence of Chinese writing occurs for symbolic purposes rather than to have informational value. Lou (2010: 98) herself wants to show that “commodifying the neighborhood through bilingual signage is only one of the motivating factors that has led to the current linguistic landscape of Chinatown”. In her analysis she comes to the conclusion that Chinese on non-Chinese stores’ signs is marginalised and that this type of writing is considered as merely decoration by both Chinese-speaking and non-Chinese-speaking residents in the area (Lou 2010: 112). The Chinese language is thus used as a selling strategy.

## **Language fetishization**

Another important issue with regard to the symbolic use of language, other than turning language into a commodity, is the fetishization of languages. Kelly-Holmes (2000) has done research on what she terms “language fetish” with regard to pan-European advertising. She argues that languages in this type of advertising are used because of their symbolic value “independent of their utility meanings” and thus not for purely ideational or communicative reasons (Kelly-Holmes 2000: 71). It is not important whether or not the person confronted with such advertisements understands the foreign language(s) displayed, the importance lies in the cultural stereotype of the country associated with the language that is called up (Kelly-Holmes 2000: 67). In this way, languages have become “fetished” which means that languages have received values based on our stereotypical prejudices and perceptions of the culture of other European countries with which we associate the language (Kelly-Holmes 2000: 67). For example the use of German in an advertisement by Audi: “Vorsprung durch Technik”, which was spread in the United Kingdom without a translation of the slogan, lead to the interpretation of German being fetished according to Kelly-Holmes (2000: 72). She argues that the symbolic value of the slogan is more important than its informational value because of our “intercultural perception” through which “the German language has been fetished with a certain engineering quality”, which lead to the decision to not translate. The same goes for the association of the French language with wine, food, femininity and beauty (Kelly-Holmes 2000: 74). In this sense there is “form without content” in this type of European advertising, as Kelly-Holmes (2000: 70) derives from Marx’s theory. Similarly, Piller (2001) discusses the use of English in multilingual advertisements in German. She comes to the same conclusion as Kelly-Holmes (2000) in that the frequent use of English in slogans, tag lines and ads is largely because of “its connotational value. Even if the audience does not understand the denotational message of the English part” (163). Piller (2001: 163) argues that the audience will recognise the message being in English and consequently activate stereotypes about English, its speakers and their culture and transfer these to the product. She has attributed some characteristics to the implied reader of this type of multilingual advertising. In her conclusion she states:

The implied reader of bilingual advertisements is not a national citizen but a transnational consumer; as such, he (and I have shown that the implied reader is usually male) is characterized by internationalism, future orientation, success, and elitism, as well as youth and a proclivity to enjoy the good things in life. (Piller 2001: 180)

Part of this study will focus on the usage of foreign languages, more specifically how frequently they are used (Chapter 2) and whether or not links can be made to the commodification or fetishization of

language (Chapter 3).

## 2.4 LL research in Belgium

Belgium, having three official languages: Dutch, French and German, has been an interesting case for LL research because of its history and language laws. As early as 1977, academic research has looked at issues relating to linguistic landscape in Belgium (e.g. Tulp 1977). Since 1993, Belgium has been a federal state distinguishing three regions - Flanders, Wallonia and the Brussels Capital Region – next to three communities – the Flemish Community, the French Community and the German-speaking Community (Janssens 2012: 41). What complicates this situation are the municipalities which can be monolingual, bilingual or can have facilities, which comes down to an “unbalanced bilingualism” (Janssens 2012: 41). Language legislation, however, is a federal matter but the usage of language is free which means that the government has no influence on language in private affairs except where “official government acts are involved” (Janssens 2012: 41). Consequently, Belgium presents a complicated case with regard to language policy and how to deal with it. Van Mensel & Darquennes (2012: 170) rightly term it “the potpourri of laws and regulations”.

With regard to the Belgian language legislation and the Brussels Capital Region, Janssens (2012: 39) mentions that “the Flemish government pursues a tough policy stressing the Flemish character of this periphery. One of the elements in this policy is to influence the language used in public space”. Janssens (2012: 39) also argues that one of the strategies of this policy entails exploring the legal limitations of imposing Dutch “on the street scene”. The LL has thus been playing an important role in the political struggles of Belgium and more specifically the Brussels Capital Region (Janssens 2012: 43). As a second strategy he mentions moral pressure which should push in the direction of using Dutch. Janssens (2012: 51) concludes “the LL can be considered as an indicator of the confrontation between two political strategies guided by the principle of territorialism versus the personality principle”. Territorialism in Belgium received a legal base in 1962 with the establishment of the language border and has been the basic principle for Belgian language legislation (Boes & Abbeloos 1999: 9). According to this principle, all cities and towns belong to a community and thus use the language of that community for official businesses (Boes & Abbeloos 1999: 4).

Other LL research regarding Brussels, which has been an interesting research topic as it is the officially bilingual (Dutch – French) capital, having “an elaborate set of regulations on the use of both Dutch and French in street name signs, metro stations, etc.” (Gorter 2006b: 86), includes Mettewie, Lamarre & Van Mensel (2012) who have focussed on *bilingual winks* in the LLs of Brussels and Montréal. They argue this is a means of avoiding legal constraints as bilingual winks are instances of

language that are manipulated so as to be associated with different languages. They are thus instances of language-mixing and constitute hybrid forms of language display. For Brussels they discuss the example of BOZAR which is a written representation of the French name – le Palais des Beaux-Arts –but including orthographic characteristics of Dutch (Mettewie, Lamarre & Van Mensel 2012: 210). They argued that these bilingual winks are to be found on official signage in Brussels, as the language policy is solemnly concerned with public institutions, while in Montréal this type of signage is also found in commercial signs, for example in the storefront of a business called SOUPSON – which can be read as the French *soupçon* or the English *soup's on* – selling soup. Next to that, Mettewie, Lamarre & Van Mensel (2012: 214) have revealed a difference in treating these bilingual winks because in Montréal they are ignored, while in Belgium protest is raised, as was also the case for BOZAR. Tulp (1978) researched the display of Dutch and French in commercial signs in 19 municipalities of Brussels, starting from the perspective that the increasing usage of French in Brussels is a problem. Limiting herself to big commercial billboards, Tulp (1978: 284) concluded that the display of French is preferred over the usage of Dutch and that the LL of Brussels is definitely not bilingual. Wenzel (1998) has also looked at Dutch and French commercial posters in Brussels. She established that French was more visible than Dutch in her corpus, except for places where multiple Dutch passers-by are expected, for example in the train stations. Wenzel (1998: 67) also argued that the “problem” of bilingual Brussels in commercial advertising was resolved by not using both languages but by separating them, resulting in monolingual posters. More recently, Vandenbroucke (2010; 2014) has focussed on three different areas in Brussels - the Antoine Dansaertstraat, the Elsensesteenweg and the Grote Markt - and has analysed the visibility and predominance of the languages present there. The methodology established by Vandenbroucke (2010; 2014) will largely be followed (cf. infra).

Turning attention to another region in Belgium, Van Mensel & Darquennes (2012) focussed on the French-German language border area, more specifically on Eupen and Malmedy. By analysing the language policy and combining a qualitative and quantitative approach – investigating the LL and interviewing shopkeepers and passers-by – they concluded that the minority language, German, in Malmedy is treated with a pragmatic or indifferent attitude, while French in Eupen is more visible in bilingual signage. However, in both towns shopkeepers follow the official language policy and at the same time remain tolerant towards other or differing language practices (Van Mensel & Darquennes, 2012: 178). Ben-Rafael & Ben-Rafael (2012) have also conducted LL research in Belgium and have drawn various conclusions. First of all, they argue that Dutch is ignored in Wallonia while the same can be said for French in Flanders, which of course can be related to the territoriality principle in effect in Belgium (cf. supra). Secondly, with regard to the role of English, Ben-Rafael & Ben-Rafael (2012: 82) state that it can be seen as a neutral language, tempering the struggles between Dutch-

and French-speaking citizens. Thirdly, they argue languages are ethno-cultural markers and that various instances of bilingualism in the Belgian LL indicate a development towards a new socio-cultural configuration. For the city of Ghent, Collins & Slembrouck (2007) have focussed on shop and café signs in immigrant neighbourhoods, analysing these signs as literacy practices and as examples of indexical orders. Perceptions of the LL were taken into account in their research (cf. *infra*).

This paper will focus on yet another area of Belgium, more specifically two cities: Kortrijk, located in the province of West Flanders, and Aalst, located in East Flanders. Why these cities were chosen will be explained in the next section (3: Choice of researched areas).

### 3. CHOICE OF RESEARCHED AREAS: KORTRIJK & AALST

#### 3.1 Language policy

This study focusses on two Belgian cities, Kortrijk and Aalst. Both cities are located in the Flemish territory as can be seen in figure 2.

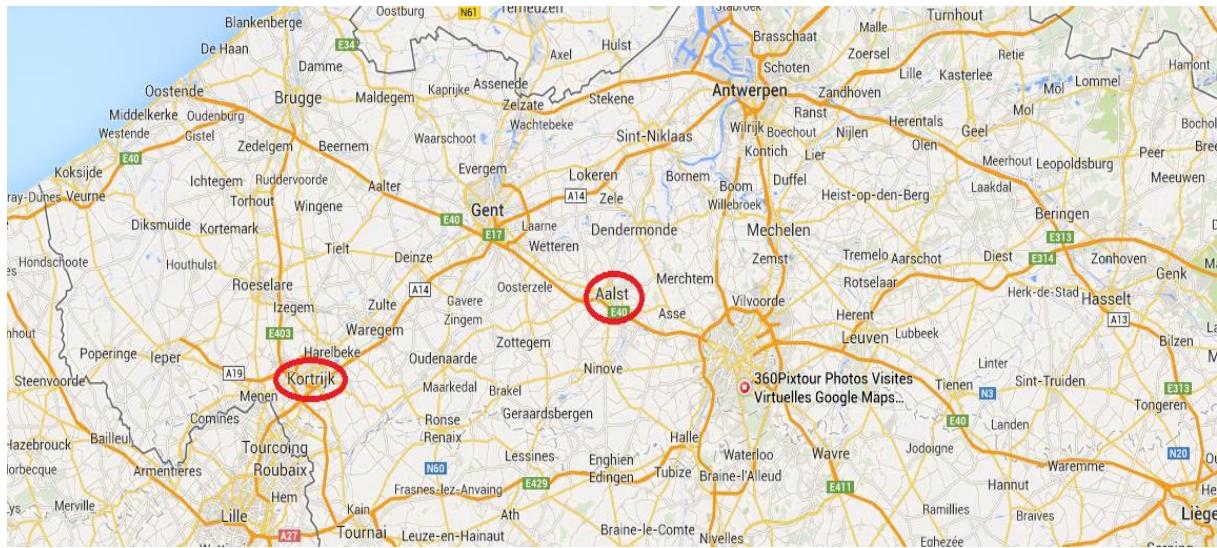


Figure 2: Kortrijk and Aalst in Flanders<sup>6</sup>

Both cities thus have to follow the Belgian language legislation, more specifically the rules and regulations established for Flanders. Some passages from “De Taalwetwijzer” (2010), a document issued by *De Vlaamse Overheid* (the Flemish government), specifying this legislation, will be discussed.<sup>7</sup> First of all it is mentioned that the Belgian constitution of 1830 prescribes that in private affairs language use is free and thus that every person can privately use the language he or she prefers. However, in interaction between official instances<sup>8</sup> and citizens language use is not free. In this case the territoriality principle (as explained in section 2.4 of this chapter) forms the basis of language regulation. As was already explained, Belgian is divided into three regions: Flanders, Wallonia and the Brussels Capital Region. Following the territoriality principle, in Flanders Dutch is the language of communication between official instances and citizens. De Taalwetwijzer (2010) explains this is a mutual obligation and further specifies this regulation by stating that if you live in a Flemish city you will not receive any official documents (for example tax papers) in any other language than Dutch, while as a citizen you cannot use any other language than Dutch when asking for information from the local authority where you live (i.e. in Flanders). Secondly, a separate section

<sup>6</sup> This map is a screenshot from Google Maps. The exact location of each city is indicated in red and added by myself.

<sup>7</sup> De Taalwetwijzer can be downloaded from the website of *De Vlaamse Overheid*:

<http://www.vlaanderen.be/nl/publicaties/detail/de-taalwetwijzer-welke-taal-wanneer>

<sup>8</sup> In this case, “official instances” refers to government services (such as the local authority) and public services.

is dedicated to exceptions to these rules and regulations for commercial signs. It is stated that commercial signs from private enterprises do not have to obey the Belgian language legislation, even when they are displayed on official billboards. However, commercial signs issued by the government do have to use Dutch in Flanders. Also interesting for this research is the regulation established for language use with regard to trade and industry. The basic rule for Flanders is that Dutch should be used for all written and oral communication between employer and employee and for all official documents – for example payslips. All other communication, and thus communication between shop owners and clientele, is free.

The basis for the current-day Belgian language legislation can be found in the Belgian language history<sup>9</sup>. Important is what Arblaster (2006: 197) refers to as the “emancipatory struggle” that took place in which “Dutch-speaking Belgians sought to have their language treated as the equal of French”. Arblaster further mentions that the first legal measures guaranteeing the usage of Dutch in court in Belgium date back to the 1870s. Finally, in 1898 French and Dutch were both established as official languages in Belgium, however, the fight for equal treatment of both languages continued up until the 1970s, according to Arblaster (2006: 198). The ideas of a fight for language recognition and of an emancipatory struggle arguably still influence language attitudes in Belgium today.

### **3.2 Description of the cities**

Both Kortrijk and Aalst thus have to follow the above established language legislation which is an important common ground. Nevertheless it should be further explained why these two cities were chosen as a research topic. First of all, it is important to note that both Kortrijk and Aalst are urban areas. Barni & Bagna (2010: 4) have named multiple reasons for choosing an urban area, among which the argument that a lot of linguistic diversity is found in cities. Next to that it is mentioned that “the most recent research shows that urban contexts provide more interesting and significant sources for the reading and interpretation of linguistic dynamics” (Chróst 2007 in Barni & Bagna 2010: 4). Bigger cities are also interesting because there are two opposing dynamics active in these areas, as on the one hand there is a tendency towards monolingualism - because the dominant language of the city is important for interaction, integration and assimilation and can function as a lingua franca - while on the other hand plurilingualism is also aimed at - because of the frequent contact between different groups (Barni & Bagna 2010: 5). Coulmas (2009: 14) mentions another argument in favour of choosing a city to conduct research in, stating that “it was in cities that writing evolved and unfolded its full potential, because complex forms of co-existence and interaction

---

<sup>9</sup> For reasons of space, the Belgian history regarding language will not be fully discussed. For more information see e.g. Arblaster (2006).

require forms of expression and communication freed from the limitations that come with the volatility of speech". As a result, a lot of LL studies focus on cities (cf. supra).

Secondly, an important trigger for choosing these two cities were the language-related newspaper articles that appeared for both areas over the course of the last years in the Belgian press. These will be discussed in the press review section (cf. infra).

Thirdly, in order to come to relevant results when comparing the LLs of cities, comparable areas need to be selected. In various respects, one can argue both Kortrijk and Aalst are similar cities and thus comparable. In terms of population, in January 2014, it was estimated that about 83,260 people lived in Aalst and about 75,053 in Kortrijk (Bevolkingscijfer per provincie per gemeente 2014). In 2013, for Aalst it was estimated that 5.7% of the total population consisted of people with a foreign nationality, i.e. a nationality other than the Belgian nationality (Lokale inburgerings- en integratiemonitor<sup>10</sup> Aalst 2013). For Kortrijk a comparable number, 6.1% of the total population, was estimated (LI-IM Kortrijk 2013). Both cities are called *centrumsteden* (centre cities) and for all cities of this type across Belgium the average number of inhabitants with a foreign nationality is 8.1%, which means that both Aalst and Kortrijk are below the average. In Aalst 118 different nationalities are present which is again comparable to the 123 nationalities in Kortrijk (LI-IM Kortrijk & LI-IM Aalst 2013). A difference is noticeable, however, in the most represented nationalities for each city. In Aalst the most represented nationalities, other than Belgian – in descending order – are The Netherlands, Congo, Poland, Morocco and Romania, while for Kortrijk this is France, Morocco, Russia, The Netherlands and Armenia (LI-IM Kortrijk & LI-IM Aalst 2013). In both top 5 lists Morocco and The Netherlands occur. Next to that it is interesting to note that both France and Congo have French as a national language while it is the third unofficial language of Morocco.<sup>11</sup> Moreover, as Vandenbroucke (2010: 36) mentions "immigrants coming from the Maghreb countries in Northern Africa often already have French competence in their pre-immigration context". As a consequence immigrants from for example Morocco and Algeria could presumably be more inclined to rely on French instead of Dutch. In these respects, Aalst and Kortrijk are thus arguably comparable cities and suited for a research from a comparative perspective.

---

<sup>10</sup> From now on "Lokale inburgerings- en integratiemonitor" will be abbreviated and referred to as "LI-IM".

<sup>11</sup> French being the third unofficial language in Morocco is mentioned for example on Kwintessential (<http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/morocco-country-profile.html>)

### 3.3 Press review

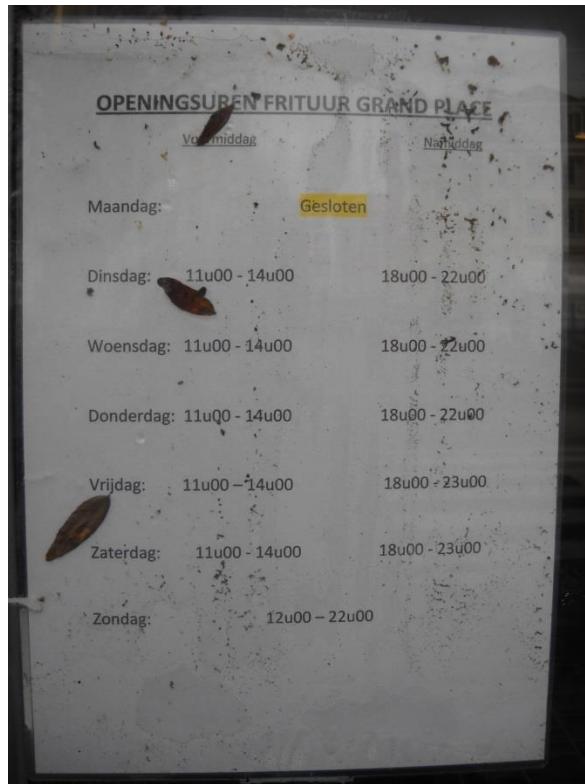
#### Kortrijk

As mentioned before, an important reason for choosing these cities was the fact that they were focussed on in a series of newspaper articles on language related issues. For Kortrijk this was due to a new business, which was going to be named *Frituur Grand Place*, located on the Grote Markt of Kortrijk. The newspaper *Het Laatste Nieuws* reported on this on the 29<sup>th</sup> of May 2013, as can be seen in appendix 3 ‘Press review’ article (1)<sup>12</sup>. The alderman Rudolf Scherpereel, from the Flemish right-wing N-VA party, asked the business owner to change the French name of the business and opt for a Dutch one instead. In the article, Scherpereel referred to the Belgian history saying that Kortrijk is the city of the Battle of the Golden Spurs and so it is inappropriate to choose a French name for a business there. The mayor of the city, Vincent Van Quickenborne from the Flemish liberal Open Vld party, said the advice of Scherpereel was only logical as the Grote Markt has a Dutch name and is after all not called Grand Place. It is important to note that this was only an advice and not a binding imposition as that is legally impossible in Belgium. The article in *Het Laatste Nieuws* also mentions that the owners changed the name to the Dutch translation Frituur Grote Markt. When research was being done in Kortrijk, however, in November 2013, the opening hours displayed the French name, as can be seen in figure 3, indicating that the name of the business has not been changed. In the previously mentioned article and in another newspaper article from *Het Nieuwsblad* (appendix press review article 3) of the 30<sup>th</sup> of May 2013, it is also mentioned that a similar incident had occurred in Kortrijk before. In 2003 a new pub below the city hall could not display its name *Sous-Sol* there because the city hall is a government building and therefor all public signs have to be in Dutch-only.

The media attention paid to the *Frituur Grand Place* incident was enormous as even journalists from the Netherlands came to Kortrijk. Divergent reactions could be noticed: for example another business in Kortrijk *Paul’s Boutique* playfully changed its name for one week into *Paul’s Winkeltje* (appendix press review article 4).

---

<sup>12</sup> Not all articles included in the “press review” appendix will be discussed here. They were added, however, in an attempt to present as much relevant information on language related issues in the discussed cities – and other regions – as possible.



**Figure 3:** Frituur Grand Place, Kortrijk

Other language related newspaper articles on Kortrijk appeared in 2012, when the idea was put forward to introduce French as the language for all communication within Kortrijk's football team 'K.V. Kortrijk', playing in the highest rank of Belgian football (article 5). The trainer of the club in 2012, Hein Vanhaezebrouck, argued this was a better option than to learn Dutch to those who do not speak the language, as he claimed that French is the most important language in the city of Kortrijk. More than half of the team's players spoke French while there were five players who spoke Dutch but communicated with their fellow team players in French. The idea was to introduce French lessons for the five English-speaking players of the team. The newspaper *Gazet Van Antwerpen* (article 6) published an article stating that the ministers Geert Bourgeois and Philippe Muyters (N-VA) thought that introducing French lessons would be sending the wrong signal. They both argued that Dutch should be introduced to all players, referring to the Catalan football club F.C. Barcelona, where Catalan was established as the language of communication within the club.

Kortrijk was thus chosen because I wanted to look into the different visible languages in the city, as I was interested in whether or not similar businesses as *Frituur Grand Place* were present in Kortrijk. Next to that, this particular incident triggered the interest into whether or not comparable names of businesses for other languages could be encountered and if these languages, including French, were limited to symbolical use (i.e. for shop names or slogans only, cf. supra) since this is not taken into account by the local authority in the above mentioned newspaper articles. I came across

the issue of the football club K.V. Kortrijk in a later stage of this study. However, it seemed interesting to include this article in the press review since the claim is made that French is a prominent though unofficial language in Kortrijk.

### Aalst

Aalst received a lot of media attention with regard to the political elections of October 2012. After those elections, it was decided that Karim Van Overmeire, member of the N-VA party, was going to be in charge of what was initially termed *Vlaamse Aangelegenheden* (Flemish affairs) but is now called *Vlaams Karakter* (Flemish character). In a newspaper article from *De Standaard* of 19 October 2012 (article 7), it was announced that the task of Van Overmeire would be to safeguard the Flemish nature of the city as the usage of French increases there. The mayor of the city of Aalst, Kristof D'Haese, also a member of the N-VA party, says this is due to what he calls the *spoorwegfenomeen* (railway phenomenon) as more and more Francophone people from Brussels come live in the area because of the good railway connection between Aalst and Brussels (and thus commute from Aalst to Brussels and vice versa). Next, he goes on saying that protecting the Flemish nature comprises, among other things, changing the flags on official government buildings and changing the street name signs, having them include the *Vlaamse leeuw* (Flemish lion), the ultimate Flemish symbol.

The decision to appoint an alderman to safeguard the Flemish 'character' of Aalst evoked a lot of responses across the country. An often uttered critique was stated by Mathias De Clercq (Open-Vld, Ghent) in an opinion piece in *De Morgen* of 22 October 2012 (article 11). He ironically stated that apparently the biggest problem in Aalst is not finances, mobility, education, etc. but which flags to display on government buildings. De Clercq also mentions that Aalst planned on promoting Dutch names for businesses and referred to Café de Paris (figure 4) on the Grote Markt of Aalst, mocking it should start finding another name and logo. However, other cities responded positively to the decision of having someone in charge of safeguarding the Flemish nature of the city. Moreover, in other cities, like Temse for example, a similar function was created (article 19).

Aalst was thus chosen because of the political strategy to have someone responsible for *Vlaams Karakter*. I was interested in whether or not this would have a visible impact on the LL of the city or if there was a clear presence of French or other immigrant languages, prompting the need for such an alderman position.

Which areas in Aalst and Kortrijk were researched will be explained in the methodology section, more specifically with regard to 'scene and setting' (cf. infra).



**Figure 4:** Café de Paris, Aalst

## **4. METHODOLOGY**

### **4.1 Objective of this study**

The purpose of this study is to analyse the LL of two specific locations in two Flemish cities: Kortrijk and Aalst. More specifically, this analysis will focus on multilingualism and the display of foreign languages. First of all, attention will be paid to the usage of French in order to try to discover if French is used as a functional language for communication in the LL or if the usage of this language is limited to symbolical or commodified use - based on the discussed newspaper articles in which this distinction seemed to be ignored by the political institutions. This thus comprises that this dissertation will focus on how both governmental institution and private businesses are affected by and cope with the language policy, bearing the language history of Belgium in mind. The main trigger for this research question is that both cities received media attention for trying to influence the linguistic landscape (cf. *supra*), and is thus also linked to the choice of researched areas. The second component of this research will be to focus on English, as the language seems to be omnipresent in the LL of both cities but is never referred to in the newspaper articles previously mentioned or challenged by politicians. It might be interesting to have a deeper look into where English - or other foreign languages - occurs and whether or not we could say the language is fetished or commodified. This means that in analysing the LL, four language categories – Dutch, English, French, Other – were focussed on, following Vandenbroucke (2010: 17; 2014) who explains, the language category *Other* “may include every language that is encountered that is not French, Dutch or English”.

Since the field of LL research is grounded in various disciplines, it has adopted various methodologies from these different areas of study (cf. *supra*). In this study, Vandenbroucke (2010: 17) will largely be followed as she adopted methodological approaches from various LL studies and combined them into one, in order to conduct research on the LL of Brussels Capital region. In the following sections, this methodology will be explained.

### **4.2 Scene and setting**

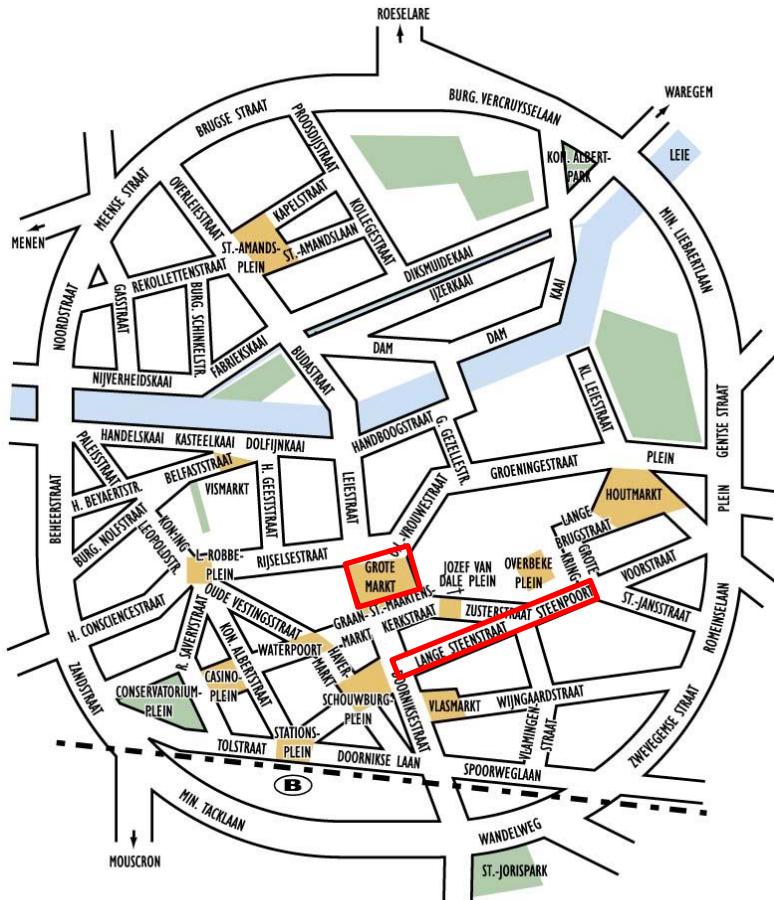
First of all it is important to establish where this study was carried out. The rationale behind the choice of an urban area and the cities of Kortrijk and Aalst specifically, was discussed in the previous section (3. Choice of researched areas, cf. *supra*). Here it will be explained what part of these cities was focussed on, as this study will focus on two specific areas in the two cities: the main shopping street and Grote Markt. Cenoz & Gorter (2006) are followed in this respect who conducted research in the main commercial street in the Basque Country and in Friesland. They also mention Rosenbaum *et al.* (1977) who chose one street as scene or setting. Vandenbroucke (2010) also followed Cenoz &

Gorter (2006) in her choice to analyse the LL of a central shopping street. Next to that, Leeman & Modan (2010: 183) mention that “most LL research has investigated commercial zones” and that researchers also include governmental and non-commercial signs in these areas. For both cities the Grote Markt was also chosen because of the hypothesis that, while the main shopping street would mainly consist of shops, the Grote Markt would primarily be the scene where restaurants and pubs are located; businesses that are perhaps more focussed on tourists and thus maybe taking an interest in their language. Here Leeman & Modan (2010: 183) are followed who argue that “[most LL researchers] generally study areas with a large number of stores and restaurants, as these areas tend to display more material manifestations of language than primarily public sector or residential neighborhoods”.

For Kortrijk the Lange Steenstraat and Steenpoort were chosen as the main shopping street. Since the aim is to investigate a commercial space, both the Lange Steenstraat and Steenpoort were taken into account because there is no clear break between the two streets (the establishment of shops continues as the Lange Steenstraat stops and the Steenpoort begins) and in order to have a corpus that is comparable in size and number of units of analysis to that established in the city of Aalst. When the main shopping street of Kortrijk is discussed, both streets combined are thus referred to. As supporting evidence, the Lange Steenstraat is mentioned on the city’s website as a suggested prominent shopping hotspot.<sup>13</sup> Another shopping street in Kortrijk is the Korte Steenstraat but this street is less prominent and when walking through the Lange Steenstraat and Steenpoort, it becomes obvious most shops are located here and from these streets it is also possible to enter the big shopping mall called *K in Kortrijk*. As can be seen in Figure 5, these two established scenes (shopping street and Grote Markt) are located fairly close to each other.

---

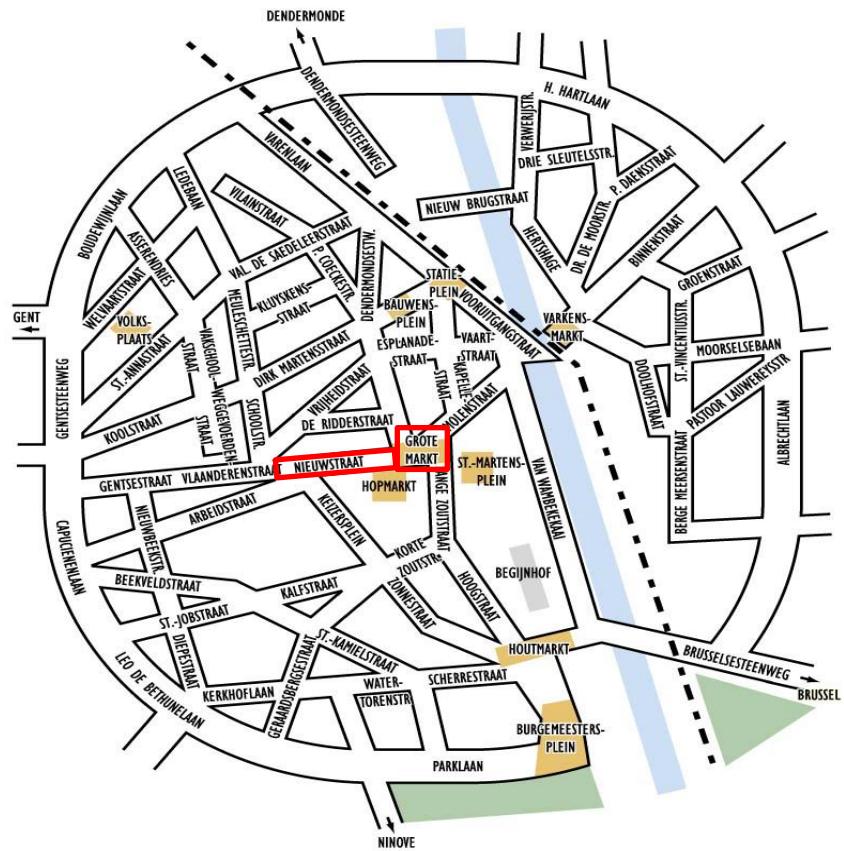
<sup>13</sup> <http://www.kortrijk.be/vrije-tijd/toerisme/actief/shoppen>



**Figure 5:** City map of Kortrijk<sup>14</sup>

The choice of the biggest shopping street in Aalst was a less obvious decision as there are multiple shopping streets: Nieuwstraat, Kattestraat and Lange Zoutstraat. Because I wanted to make sure I chose the main shopping street for each city so as to be able to compare data, I let the choice depend on the opinion of people living in Aalst – primarily my relatives living there – and people working in Aalst who I know and sometimes spend their break in the city centre shopping. Most of them decided the Nieuwstraat was Aalst’s biggest shopping street, often supporting their answer with the argument that it is a broader street than the Kattestraat and Lange Zoutstraat. The LL of the Nieuwstraat was thus analysed, a shopping street connected to the city’s Grote Markt as can be seen in Figure 6.

<sup>14</sup> This map was taken from Congoforum.be where information on Belgium is provided and where maps can be found of Belgium as a whole, of the provinces and of the biggest cities among which Kortrijk and Aalst. The red indication of the areas where research was conducted was added by myself. The following link leads to the map of Kortrijk:  
[http://www.congoforum.be/ndl/belgiquedetail.asp?subitem=23&id=32431&Belgische\\_fiche=selected](http://www.congoforum.be/ndl/belgiquedetail.asp?subitem=23&id=32431&Belgische_fiche=selected)



**Figure 6:** City map of Aalst<sup>15</sup>

#### 4.3 Unit of analysis

The next step in establishing the methodology is deciding upon what to consider as a unit of analysis in order to be able to consider the instances of Dutch, English, French and Other languages in the LL of the commercial streets and Grote Markt. The difficulty in doing so is mentioned by Marten, Van Mensel & Gorter (2012: 4) in stating that "it is hard to avoid arbitrary decisions about the unit of analysis". Vandenbroucke (2010; 2014) relies on Cenoz & Gorter (2006: 71) as they stated that "each establishment but not each sign was the unit of analysis", which is very different from Backhaus' (2006: 55) interpretation of the unit of analysis as "any piece of written text". Cenoz & Gorter (2006: 71) motivate their choice by arguing that each bit of text contributes to a larger whole because "all the signs in one establishment, even if they are in different languages, have been the result of the languages used by the same company". This means that the LL actor is an important criteria as all signs contributing to a unit stem from the same LL actor (Vandenbroucke 2010: 18). As

<sup>15</sup> This map was also taken from Congoforum.be. The red indication of the areas where research was conducted was added by myself. The following link leads to the map of Aalst:  
[http://www.congoforum.be/ndl/belgiquedetail.asp?subitem=23&id=32441&Belgische\\_fiche=selected](http://www.congoforum.be/ndl/belgiquedetail.asp?subitem=23&id=32441&Belgische_fiche=selected)

Vandenbroucke (2010: 18) states: "this also implies that all public government-issued signage, such as for example the street name sign, is considered to form a separate unit of analysis, regardless of the storefront it is attached to". However, sometimes it cannot be literally interpreted that the LL actor constructed the different signs belonging to a unit himself. For example in figure 7, the owner of the shop (*K Frietje*) in Kortrijk did not himself construct the sign displaying the days for the opening hours in Dutch, but he chose to use the sign. For that reason, the name of the shop and this sign were considered as one unit of analysis.



**Figure 7:** K Frietje, Lange Steenstraat Kortrijk

Gorter (2006a: 3) raises an important methodological issue in stating "it has to be determined what belongs to the linguistic landscape" and then raises the question whether or not text on moving objects should be included. For this study text on moving objects such as buses or cars was not included. However, in Aalst there was a sign providing information about what events take place in the city (figure 8) on which the text sometimes changed and thus moved and in Kortrijk there was a similar sign. Both signs were taken into account for this analysis. Following Vandenbroucke (2010; 2014) "small pre-printed texts, stickers and brand logos" were not included in the data. Another methodological issue was raised by Edelman (2009: 141), who argues that signs often contain a proper name, of which the analysis and coding is not always straightforward. Proper names frequently encountered in the LL are "shop names, brand and product names and the names of residents" (Edelman 2009: 143). For this study a proper name, for example *De Wolf* – the name of a jewellery shop in Aalst – was considered to be a-linguistic and thus not included or considered when

coding the language choices of this unit. A third aspect to take into consideration is that, as Gorter (2006a: 3) points out: "although the landscape may change from day to day, some posters will be removed or added, but other signs may be fixed for many years". The landscape thus changes every day so it should be kept in mind that the analysis of certain units here is a reflection of a certain point in time. This study thus presents the results of the units analysed on one particular day, so it could be termed a "synchronic snapshot of language display" (Vandenbroucke 2014).



**Figure 8:** Information sign, Nieuwstraat Aalst

#### 4.4 Sign coding

To analyse these units of analysis is the next step. Again Vandenbroucke (2010; 2014) will be followed, who analysed the occurrences of Dutch, English, French and Other in order to study the absolute and relative visibility and dominance of the languages. A specific system was designed by Vandenbroucke (2010: 19-23; 2014) in order to do so. In this system, displayed languages receive scores from 1 to 4 based on how dominant these languages are in the storefront's sign (i.e. the unit). A value of 4, the highest value, is attributed to a monolingual sign. If thus for example a storefront displays exclusively Dutch signs, Dutch will be attributed a score of 4 while the categories of English, French and Other do not receive any value because they do not occur. When multiple languages occur the following possibilities arise. First of all it is possible that two or more languages are displayed to provide information on a façade and that these languages are treated as equals, which is

termed "equivalent bi- or multilingualism" (Vandenbroucke 2010: 19). In this case both or more languages are attributed a value of 2. An example can be found in figure 9, which shows the opening hours of the shop *Delvaux* in Kortrijk, on which all information is given in both Dutch and French. An analysis of this sign according to the established system leads to the attribution of 2 to both French and Dutch. Another possibility is the display of multiple languages but with making a distinction between a dominant language and a subordinate language. This is termed "non-equivalent bi- or multilingualism" (Vandenbroucke 2010: 21). In this case the dominant language provides most information in terms of quantity or fulfils the informational function (cf. supra). The other displayed language(s) on this type of signage, provide(s) only insignificant, additional comments or partial translations or serve(s) the symbolical function. In this case the dominant language receives a score of 3 while the "dominated" language(s) (i.e. a language used additionally or symbolically) receive(s) a score of 1. In the following example in figure 10, a poster of the *Sacha* shop in Kortrijk is shown. In this case the factual information is provided in Dutch (the amount of discount) while an English slogan for the action ('winter madness') is used. Next to that the shop's slogan is also displayed: 'not for basics', again in English. This means that Dutch is used as the informational language while English is used for symbolical campaigning purposes. Dutch thus receives a score of 3 and English is attributed a value of 1.



**Figure 9:** Delvaux, Grote Markt Kortrijk



**Figure 10:** Sacha, Lange Steenstraat Kortrijk

This means that in most cases the total sum is 4, i.e. 4 for monolingual, 2 + 2 for equivalent bilingual and 3 + 1 for non-equivalent bilingual signs. However, as was already explained, equivalent or non-equivalent multilingual signs, displaying more than 2 languages, can also be encountered. In this case the total sum adds up to more than 4. For example when a sign uses Dutch to display all informational content but a slogan in both French and English are to be seen, Dutch will receive a value of 3 while both English and French receive a value of 1, causing the total sum to add up to 5. For equivalent multilingualism it is possible that all informational content is provided in for example Dutch, French and English. In this case all three languages will receive the value of 2 which adds up to 6. Following Vandenbroucke (2010: 22) the term multilingual will be preferred over bilingual because of the possibilities described above, and thus the term multilingual will from now on be used for bilingual signs as well.

Per unit of analysis the language choices and language configurations were analysed according to this system. Values were given per language category according to their position within the unit. These values were then rescaled to a decimal score by fractioning each value by the total sum of the unit of analysis (4, 5 or 6). These decimal scores were then summed up which represents the “street visibility” per language (Dutch, English, French or Other), an absolute measure indicative of how visible or dominant each language is in the LL (Vandenbroucke 2010; 2014). This number was divided by the total number of units analysed in order to come to the relative “façade visibility” score (Vandenbroucke 2010; 2014). The results of this analysis per location (for which the Excel documents

are included in appendix 2) will be discussed in the quantitative analysis (Chapter 2).

#### **4.5 Subcategories and hypotheses**

In the quantitative analysis, first the general landscape results will be dealt with. This means that results of the above explained sign coding system will be discussed for all units of analysis per location per city. My hypothesis for the general landscape results is that more foreign languages will be encountered on the cities' Grote Markt as I expect that more restaurants and shops focussing on tourists are located there. As Gorter (2006a: 3) mentions: "the next step is categorisation of the signs". In order to address the twofold research question, a first subdivision will be made between top-down and bottom-up units. This is done in order to discover how both top-down actors (and thus the local authority) and bottom-up (private) actors cope with the language policy. The language category French will especially be focussed on in this analysis. In accordance with the newspaper articles, French will occur in the LLs albeit to be determined whether this involves informational or symbolical language display. Next to that, a second subdivision will be made following Cenoz & Gorter (2006: 71) who made a distinction between "independent small shops" and shops belonging to either a national or international chain. The purpose in establishing these subcategories is to focus on the usage of foreign languages, in particular English, in order to discover whether or not a specific language is recurrently associated with a type of shop or product (fetishization) or is commodified. My hypothesis for this analysis is that English will especially be encountered on signs from shops belonging to the international chain commercial space, possibly both for informational and symbolic purposes. I also expect to encounter often made associations, for example to encounter the Italian language in relation to food. These hypotheses are based on similar findings in other LL studies (Piller 2001, Kelly-Holmes 2000).

#### **4.6 Combining a quantitative and qualitative approach**

In addition to the quantitative analyses, it was decided to add a qualitative analysis as well, again following Vandenbroucke (2010; 2014). Vandenbroucke (2010: 93) explains why the combination of both approaches was vital in her research:

Despite the fact that such quantitative analysis has its merits by pointing out quantitative tendencies and trends in linguistic display which did confirm or contradict our expectations for various reasons, the linguistic landscapes' reality in each of the areas has shown itself at certain points and in certain signs far too complex for such a surface vitality analysis.

The combining of both analysing techniques is mentioned by Shohamy (2012: 545), stating that “a significant number of LL studies have incorporated mixed method approaches, combining qualitative with quantitative analysis”. Shohamy (2012: 545) explains that some researchers have opted for classifying and characterising signs as a qualitative approach, while others have combined this with interviewing LL actors and passers-by. Marten, Van Mensel & Gorter (2012: 3-4) also argue that most LL studies used both quantitative and qualitative methods, which includes interviews and a more in-depth analysis of the observed signs and the discussion of some individual features. Barni & Bagna (2009) have also argued for a multidimensional approach, not limited to observing text, but also analysing these instances of text within a broader network of other data.

I myself combined the qualitative and quantitative techniques by analysing a total of 300 units of analysis (141 in Aalst and 159 in Kortrijk) while taking a total of 403 digital photographs (appendix 1). These data were then analysed in Excel files (appendix 2) according to the above explained system. These data will be discussed in Chapter 2. Secondly, the qualitative aspect of this study (Chapter 3) includes a discussion of the most prominent photographic material and some peculiarities. The second aspect of the qualitative analysis comprises a look at what is termed the “semiotic landscape” of each city (Jaworski & Thurlow 2010). For this analysis, larger areas of the city centre were explored next to the main shopping street and Grote Markt. In addition to this, several interviews were also conducted with both shopkeepers, passers-by and aldermen of the local authority in Kortrijk and in Aalst. The qualitative analysis is presented in Chapter 3, but some more background information on both the concept of semiotic landscape and the interviews are given in this section.

### **Semiotic landscape**

Not just the linguistic aspects of the chosen landscapes are discussed, but also what is termed semiotic landscape because as Gorter (2006b: 87) argues “it can be helpful to look at the field of semiotics: the study of the signs and symbols what they mean and how they are used”. Jaworski & Thurlow (2010: 2) define the semiotic landscape as “any (public) space with visible inscription made through deliberate human intervention and meaning making”. The need to look beyond the signs displayed in the LL is also stated by Shohamy & Waksman (2009 in Shohamy 2012: 546):

It is now widely agreed that the definitions of the concept of LL need to go beyond the verbal, written texts of signs, whether monolingual or multilingual, so as to include other semiotic modes such as images, objects, sounds, designs, maps, diagrams, spectacles, poems, memories, gestures, and placements in time and space.

In accordance with Shohamy & Waksman's argument, this study will thus also consider imagery, objects, colours,... in the two cities' landscape. Mitchell (2010: 169) defines the semiotic landscape as having a visual and aural dimension. He discusses the importance of looking at the semiotic landscape in relation to the way it is used to shape media discourse for the representation of immigrants. Next, Mitchell (2010: 178) argues that the "analysis of semiotic landscapes offers a way of systematically describing how an individual comes to experience a place". In his own research on the semiotic landscape of Beechview, Mitchell (2010: 179) took into account the different languages he heard while moving through the city as it "proved to be a useful way to supplement conventional linguistic landscape data", hence he focussed on the aural dimension or soundscape. For the visual dimension of Beechview's semiotic landscape, Mitchell (2010) looked at how many Latino and non-Latino businesses were present, as he wanted a better understanding of the representation of this immigrant group in the media discourse. He then concludes: "semiotic landscape research is certainly a useful way of broadening our understanding of the processes of textual production" (184). Van Mensel & Darquennes (2012) have also proven the necessity to take into account aural dimensions of the LL. They argue that most shopkeepers in Malmedy display bi- or multilingual signs, however, in conversation with them it became clear they were French monolinguals. Van Mensel & Darquennes (2012: 177) also mention that even though most shopkeepers chose to display German on their signs, they are not able to have a simple conversation in German. Based on the latter two examples the soundscapes of Kortrijk and Aalst (as part of the semiotic landscape) will also briefly be taken into account.

## **Interviews**

Among others, Van Mensel & Darquennes (2012) and Janssens (2012) have combined quantitative analysis of the LL with a qualitative approach by conducting interviews. For example Janssens (2012: 50) includes interviewing shopkeepers in his research in the Brussels periphery and states they are "very much aware of how they deal with language in the public space". The reason for conducting these interviews in this research is that the focus lies on language policy and how both top-down and bottom-up LL actors are affected by it. Puzey (2012: 143) argues that "deeper investigation of the true functions of different 'top' and 'bottom' agents, and how these agents perceive their own roles, would help to improve our understanding of the linguistic landscaping process and its dynamics".

For this research I interviewed passers-by, shopkeepers and an alderman of the local governance of each city. In doing so, three different layers to the interpretation of signage are represented. First of all the aldermen of both cities represent top-down actors and thus the institutional voice interpreting and actively influencing the LL. Secondly, shopkeepers are considered as 'intention factor' as they are seen as bottom-up agents shaping the LL, influenced by or

independent of the language policy. Thirdly, perceptions of the LL of passers-by are taken into account. With regard to the interpretation of the LL by passers-by, Shohamy (2012: 543) mentions that “there are a number of studies about the reactions of passers-by to the LLs in public spaces in cities” after which she mentions Aiestaran *et al.* (2010), Trumper-Hecht (2010) and Garvin (2010). In case of the latter, Garvin (2010: 238-239) wrote about how other researchers have addressed the necessity to focus on reactions to the LL:

This study answered the call from Gorter (2006) for more research that explores the psychological and visual perceptions of the LL and addresses the gap in current linguistic landscape (LL) literature. Since 1997, Cenoz & Gorter (2008) asserted that the majority of LL studies have focussed primarily on “description and analysis of written information” (p. 343). More studies have called for interpretations of the LL that take into account the psychological and visual perceptions of the sign readers.

As examples of studies calling for this type of interpretations of the LL she mentions Ben-Rafael (2009) Cenoz & Gorter (2009), Huebner (2009), Shohamy & Gorter (2009) and Spolsky (2009). Garvin (2010: 5-6) herself explored and described “the individual, subjective understandings of the linguistic landscape within dynamic high migrant mobility areas” in Memphis, Tennessee. The main goal of the research was to discover “what cognitive and emotional verbal responses are elicited” and to what extent the “walking tour” interview is a valuable method to do so (19). The method of the walking tour interview implicates that the participants in this study reported on their emotional responses to the LL. The LL was thus used as “a tool stimulating thoughts and feelings about multilingualism as well as an important educational tool for raising awareness of linguistic changes, needs and resources in the community” (67). Collins & Slembrouck (2007) have also addressed the issue of reading and interpreting signs in multiple languages. They argue that “signs, like language more generally, trigger diverse assumptions about producers, their capacities and incapacities, and about consumers/audiences and their likely state(s) of knowledge” (337). Another research including perceptions with regard to the LL was carried out by Zabrodskaja (2010) who focussed on Tallinn where there is only one official language: Estonian. All other languages are thus considered to be foreign languages, however, Russian is often encountered in the LL. In her research she included reflections of Estonian-speaking and Russian-speaking students, the former reacting negatively, the latter being positive on the usage of Russian.

Van Mensel & Darquennes (2012: 175) have also conducted interviews with shopkeepers and passers-by and argue “these data contain a wealth of information about the linguistic attitudes and language ideologies at play in the area”. With regard to interviewing shopkeepers, Malinowski’s (2009) findings are noteworthy. He argues a distinction should be made between individual LL actors

and “linguistic landscape authorship” as the former actively participate in shaping the LL and the latter is related to the involvement in creating a shop’s façade (23). Malinowski (2009) asked shopkeepers about the reasons behind the display of a language or language configurations, which was also done in this research as will be explained in chapter 3.

For Kortrijk, an interview was conducted in *Frituur Grand Place* (Grote Markt) – discussed in the press review section - with the owner S.D. A second interview was conducted in the jewellery shop *Scaldis* (Lange Steenstraat), as its façade displays equivalent multilingualism in Dutch and French as can be seen in figure 11. The alderman Rudolf Scherpereel was interviewed as well, who is also mentioned in the press review section as he gave the advice to change the name *Frituur Grand Place* in Kortrijk. Next to that, he is entitled to watch over tourism in Kortrijk. For Aalst shopkeepers of *Ken* (Nieuwstraat) and *Mister Minit* (Grote Markt) were interviewed, as for both businesses posters displaying equivalent multilingualism in Dutch and French were encountered. The alderman Karim Van Overmeire was interviewed as well, since he is the alderman in charge of *Vlaams Karakter* (Flemish character) in Aalst (cf.supra). In each city, four passers-by were interviewed as well. These were people who were randomly encountered in the cities’ main shopping street and were willing to answer a few questions. All interviews were recorded and afterwards transcribed. These documents can be found in appendix 4.



**Figure 11:** Scaldis, Lange Steenstraat Kortrijk

## CHAPTER 2: QUANTITATIVE RESULTS & DISCUSSION

As explained in the methodology section of the previous chapter, the units of analysis in the chosen areas of research were analysed according to a score system established by Vandenbroucke (2010; 2014). This chapter will describe the quantitative results of these analyses as carried out in the Excel files (included in this study: appendix 2) for each researched area in both cities. First Kortrijk will be focussed on: more specifically the researched areas will be discussed individually first, respectively the Lange Steenstraat and Steenoort and the Grote Markt, and secondly an overview of all figures combined for Kortrijk will be given. Next the analysis of the LL of Aalst will be presented, again first the areas separately, the Nieuwstraat and Grote Markt followed by an overview of both areas combined. Subsequently, all analysed regions in both cities will be dealt with from a comparative perspective.

In order to address the twofold research question of this paper, a distinction will also be made between bottom-up and top-down units (*cf. supra*), which will be discussed from a quantitative perspective. The language configurations on the top-down and bottom-up units in Kortrijk will be discussed first, followed by the results for Aalst. After that, a comparative analysis will address the first main research question whether or not the French language is solely used for symbolical purposes.

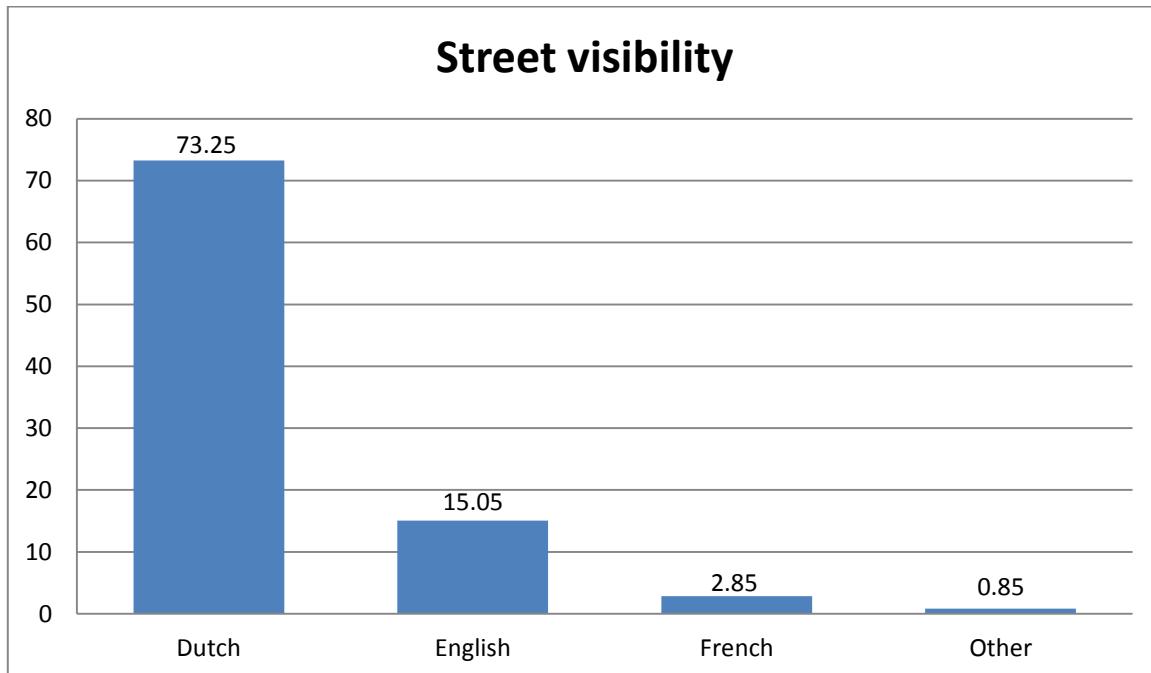
After that, the bottom-up signs will be focussed on and a distinction will be made between international, national and private shops. This analysis will be centred around the second main question, which is whether or not English or other languages are fetished and if there is a link with language being turned into a commodity.

## 1. GENERAL LANDSCAPE RESULTS

### 1.1 Kortrijk

#### Lange Steenstraat and Steenpoort

In the main shopping street 92 units of analysis were discerned. The first figure, figure 12a<sup>16</sup>, presents the street vitality or visibility of the languages displayed in this area.

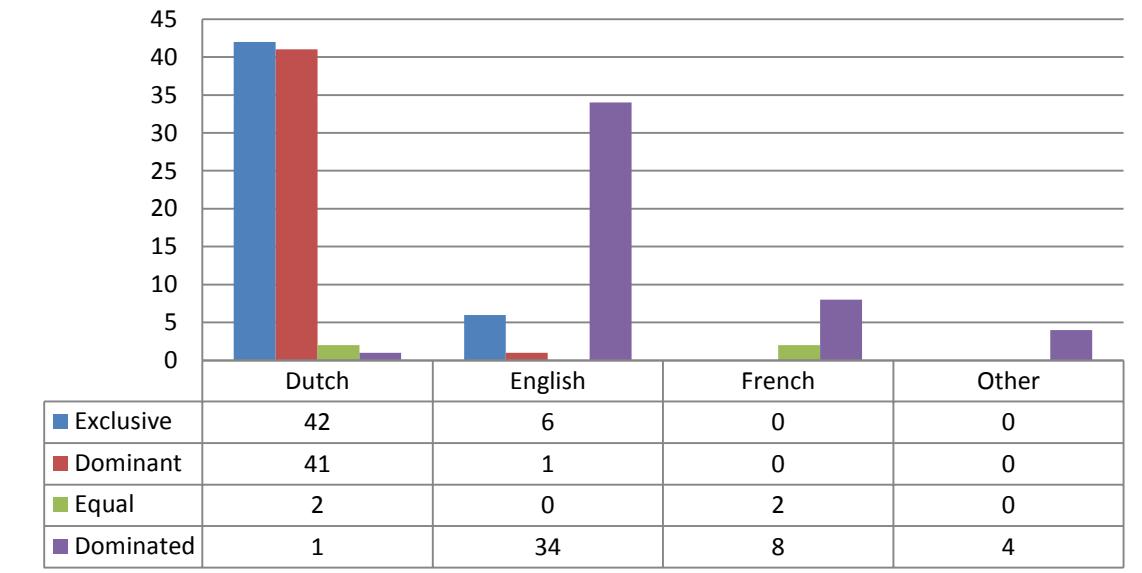


**Figure 12a:** General landscape Lange Steenstraat & Steenpoort Kortrijk

Figure 12a shows that the absolute visibility score of Dutch in the main shopping street in Kortrijk is clearly highest (73,25). Next follows English (15,05), than French (2,85) and finally the category Other (0,85). For the category Other, the languages German, Italian and Thai were encountered. In the next figure (figure 12b) it can be seen how frequently each language occurs in what position: exclusive (and thus monolingual), dominant, equivalent or subordinate (dominated).

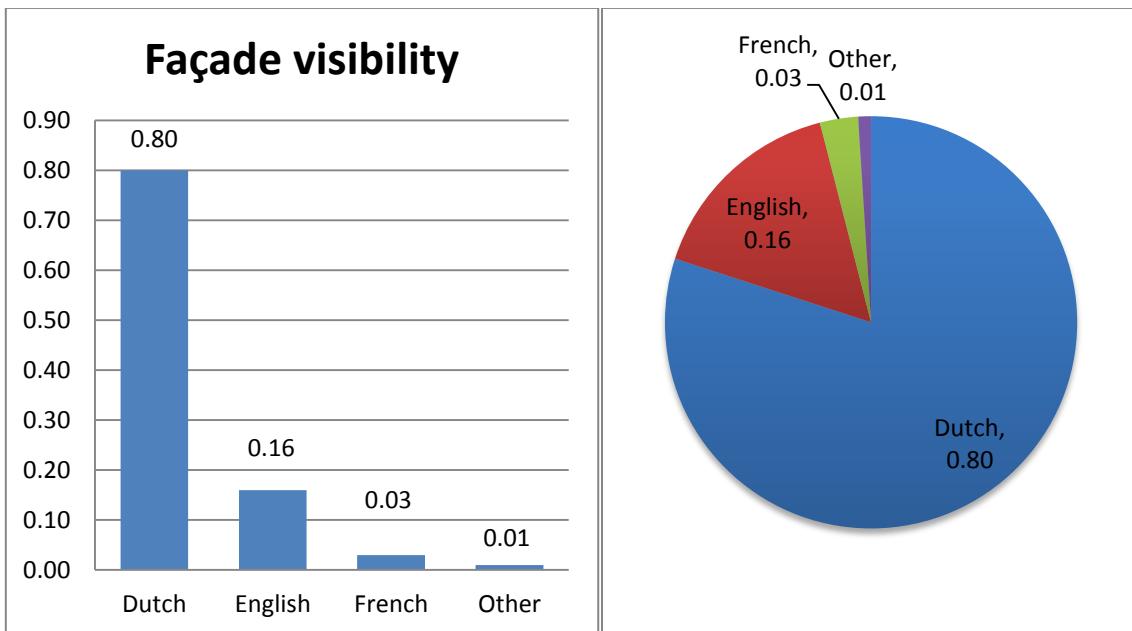
<sup>16</sup> Following Vandenbroucke (2010), the figures will be labelled according to area and category. For example: the figures related to the general landscape results for the Lange Steenstraat and Steenpoort in Kortrijk all have the number 12. The category of the figures are labelled by a letter: figures displaying the absolute scores are labelled 'a', the frequency table figures are labelled with the letter 'b' and the relative scores are displayed in figures labelled with the letter 'c'.

## Frequency table



**Figure 12b:** General landscape Lange Steenstraat & Steenpoort Kortrijk

This frequency table shows that monolingualism occurs most frequently in Dutch (42), and only a minimal number of times in English (6). No monolingual units for French or the category Other were encountered. This table also shows that the category Other only occurs in dominated position and that other languages than Dutch (English, French and Other) most often occur in that same position.

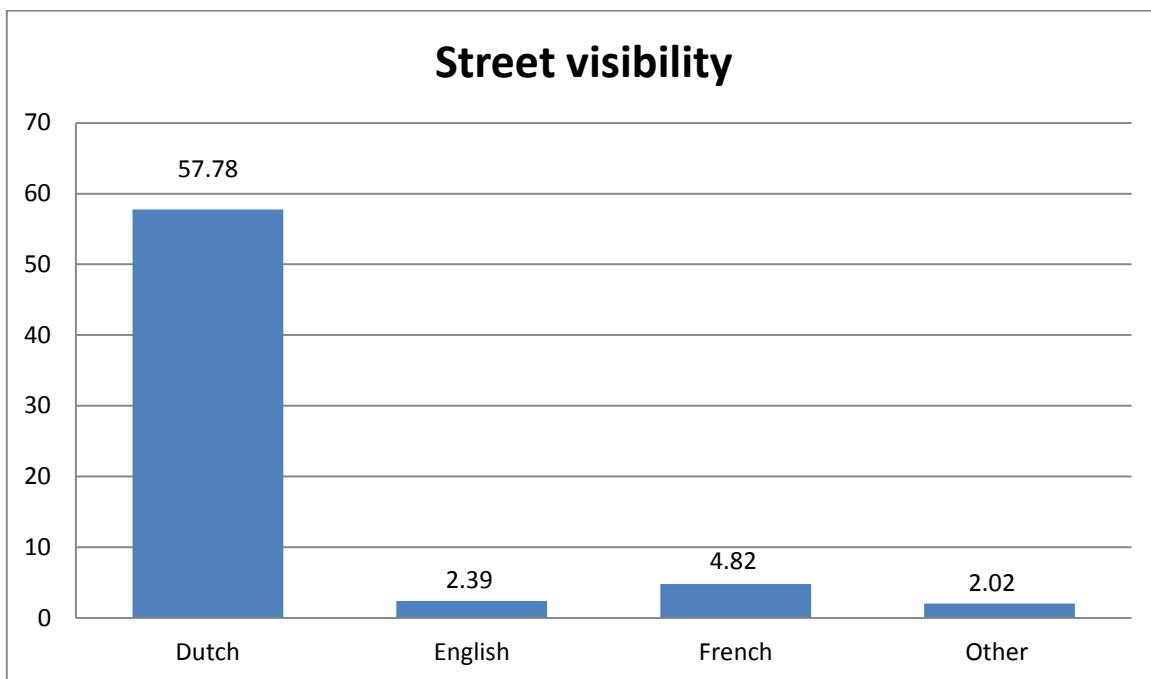


**Figure 12c:** General landscape Lange Steenstraat & Steenpoort Kortrijk

In order to compare the results from the different areas, other scores than the absolute ones are needed. For this reason, as explained in the methodology section of this study, the absolute scores were divided by the total number of units of each area. The result is then a relative score which represents the façade visibility of each language for the researched areas. For the Lange Steenstraat and Steenpoort these numbers can be seen in figure 12c. Also included in this figure is a representation of the relative proportions of each language to one another.

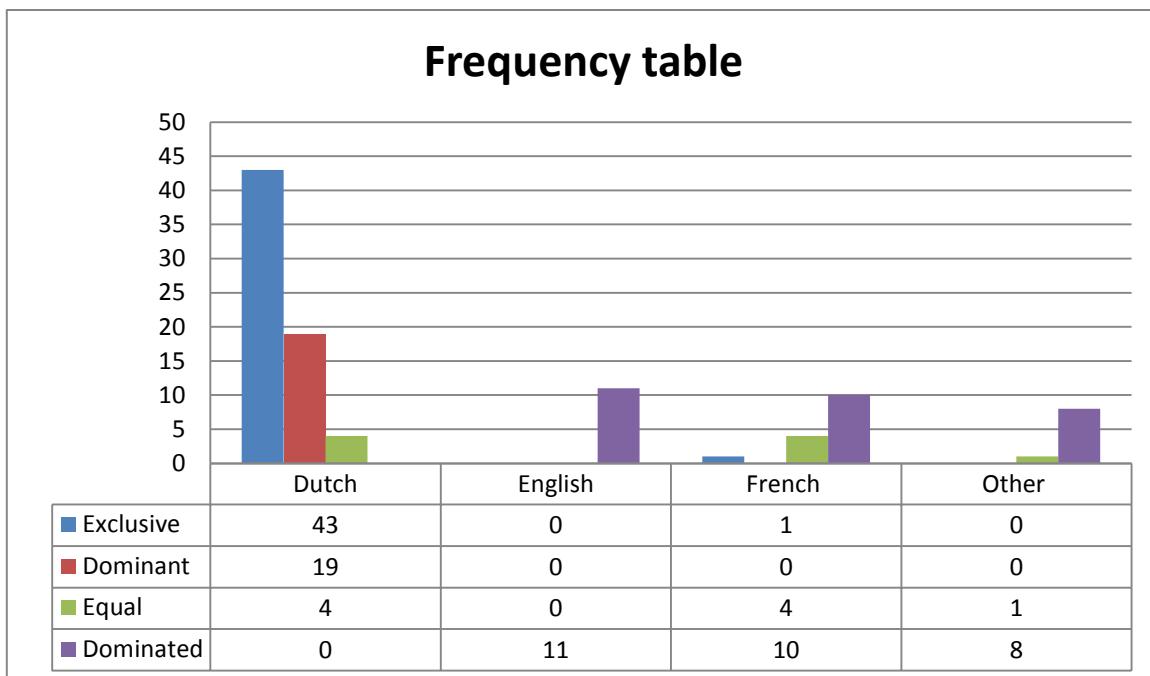
### Grote Markt

For the Grote Markt of Kortrijk, 67 units were analysed. The general landscape results regarding the absolute scores are represented in figure 13a, showing that the street visibility score of Dutch is highest (57,78). French (4,82) comes in second for the Grote Markt, followed by English (2,39) and Other (2,02).



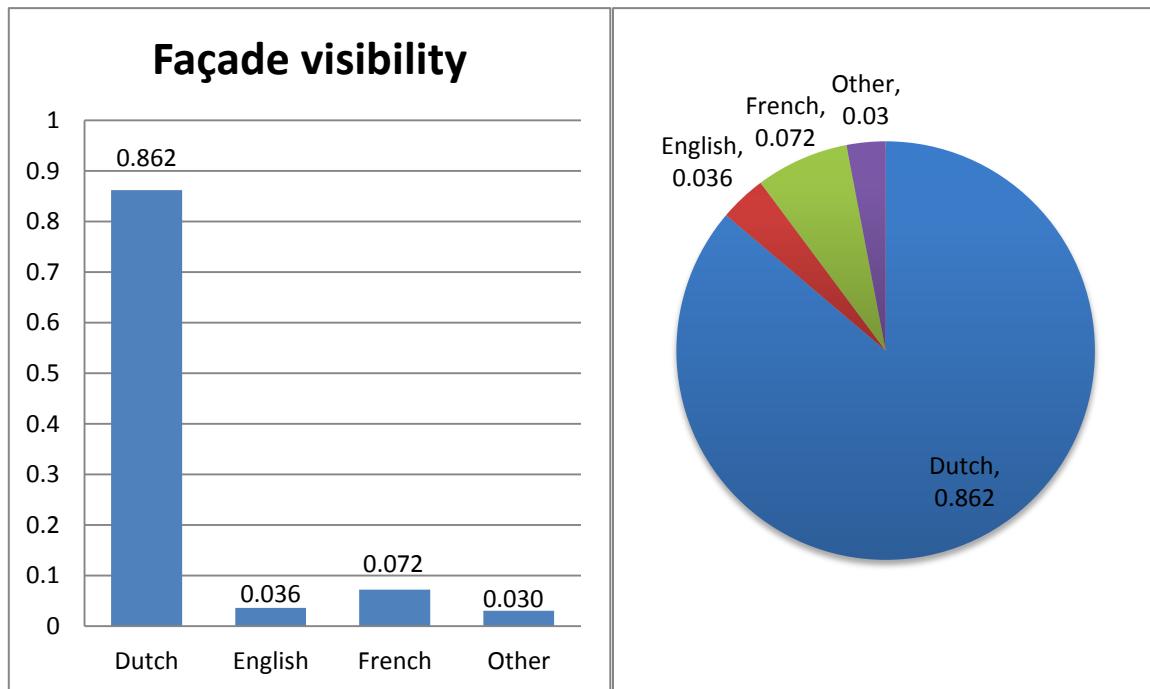
**Figure 13a:** General landscape Grote Markt Kortrijk

The frequency table for the Grote Markt in Kortrijk is represented in figure 13b. This figure shows that all monolingual units, with the exception of one, display Dutch. Next it can be seen that English occurs only when it is dominated. For all non-equivalent multilingual units, Dutch was the dominant language.



**Figure 13b:** General landscape Grote Markt Kortrijk

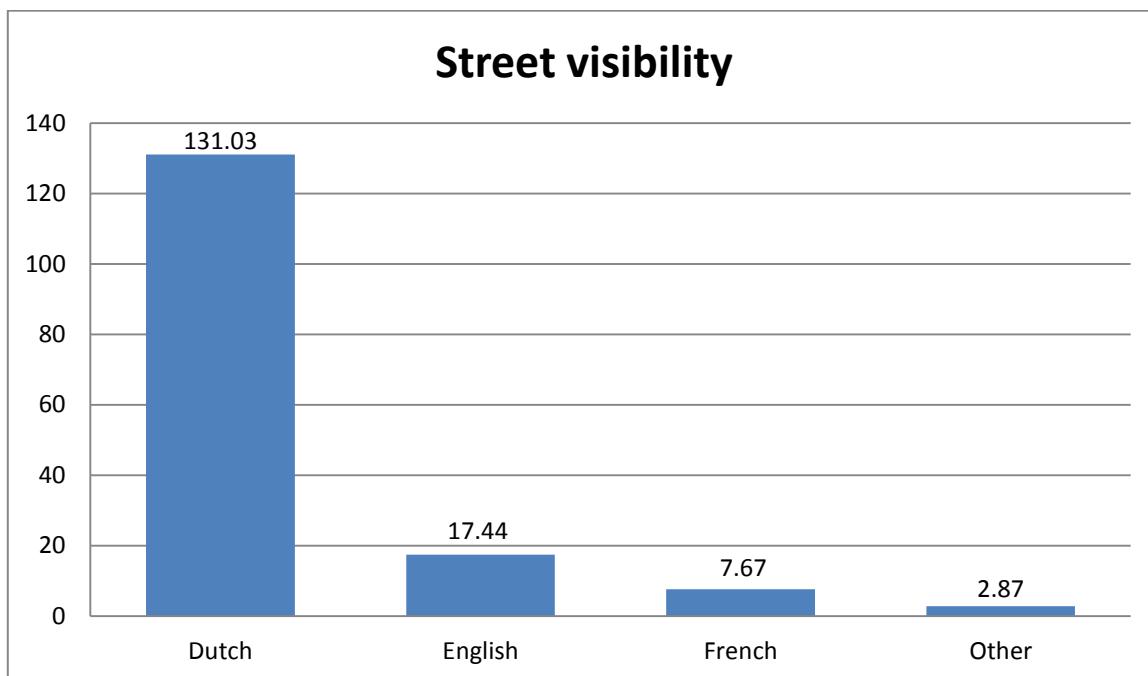
In figure 13c, the façade visibility is included, next to a pie chart representing the relative proportions of each language for the Grote Markt in Kortrijk.



**Figure 13c:** General landscape Grote Markt Kortrijk

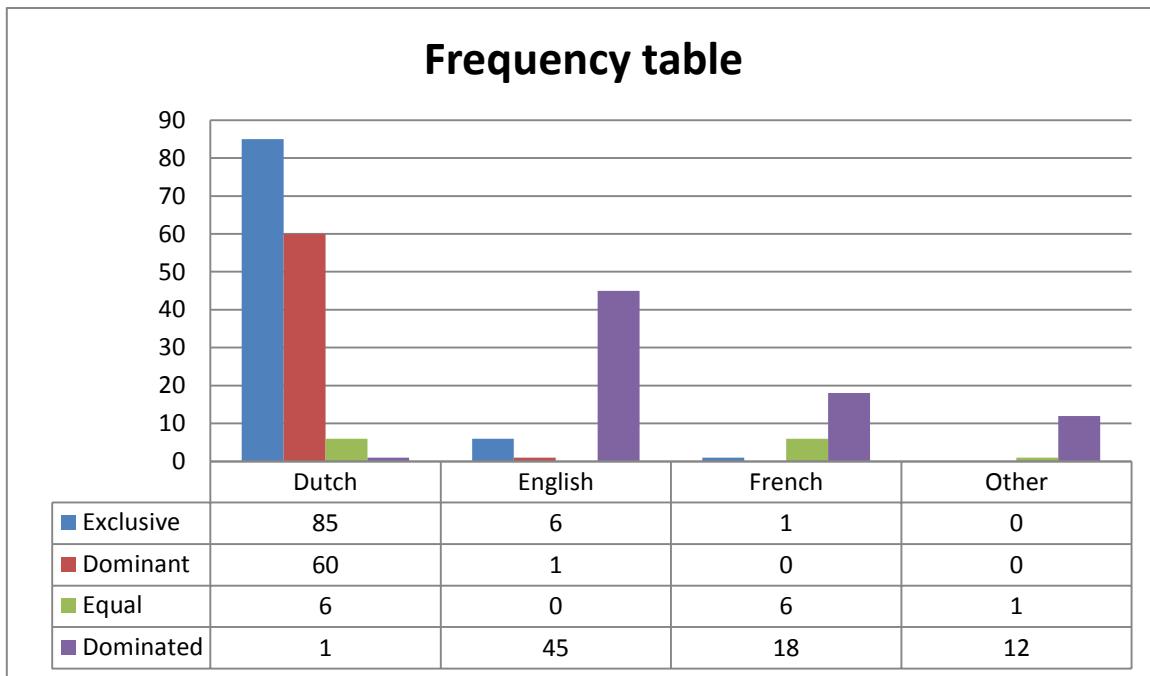
## LL of Kortrijk

In this section, the data for Kortrijk's Lange Steenstraat and Steenpoort and the Grote Markt will be combined. From this point, this will be referred to as 'the LL of Kortrijk'. These data are not to be generalised and could not be seen as a full representation of the LL of Kortrijk's entire city centre. However, for terminology's sake, in this study it will be termed 'the LL of Kortrijk'. Figure 14a represents the street visibility of respectively Dutch, English, French and Other for Kortrijk, for all 159 units of analysis. From this figure it can be seen that Dutch received the highest score, i.e. 131,03. This is significantly higher than the numbers of English (17,44), French (7,67) and Other (2,87).



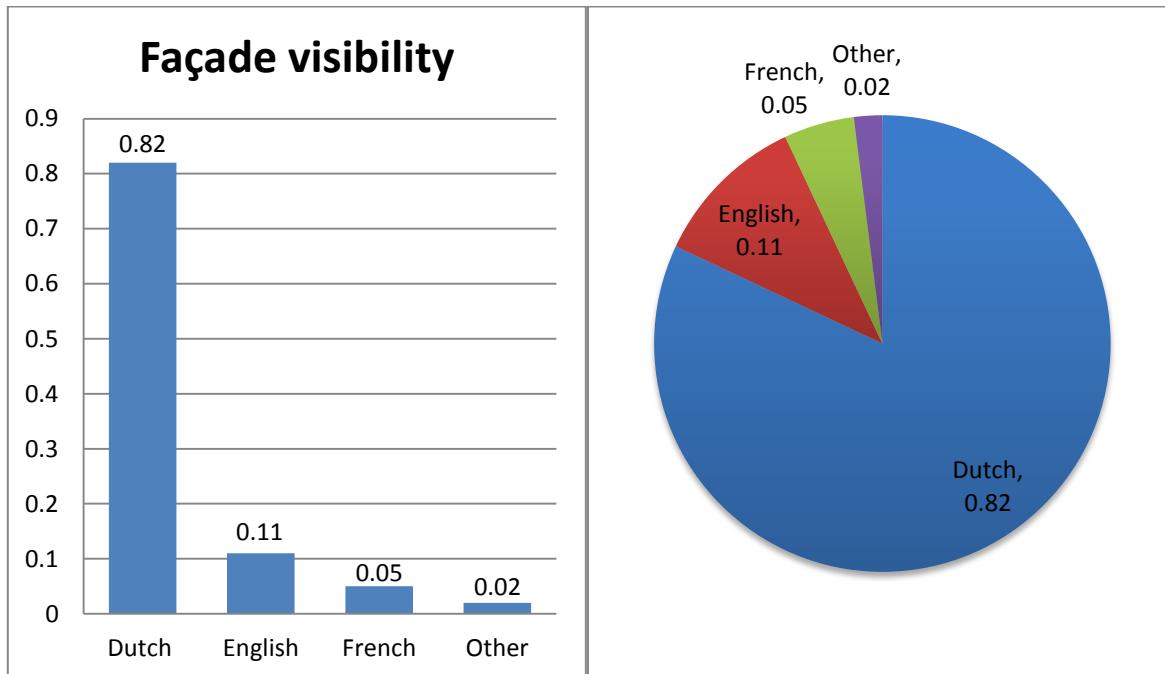
**Figure 14a:** General landscape Kortrijk

Figure 14b represents the frequency with which the languages were displayed in a certain position on the different types of signs: on monolingual units, as dominant or dominated on non-equivalent multilingual units or on equivalent multilingual signage. This figure indicates that in the LL of Kortrijk, Dutch is primarily displayed on monolingual units or as the dominant language on non-equivalent multilingual signage. Next to that, it shows that English is most often the dominated language on the signage on which the language is displayed. For French it can be seen that the language is always dominated in non-equivalent multilingual units and that French occurs 6 times in equivalent multilingual units. The category Other is always displayed as dominated, with exception of one unit of analysis.



**Figure 14b:** General landscape Kortrijk

Figure 14c displays the façade visibility of the four languages and thus the relative visibility scores, which will be discussed in the comparative section.



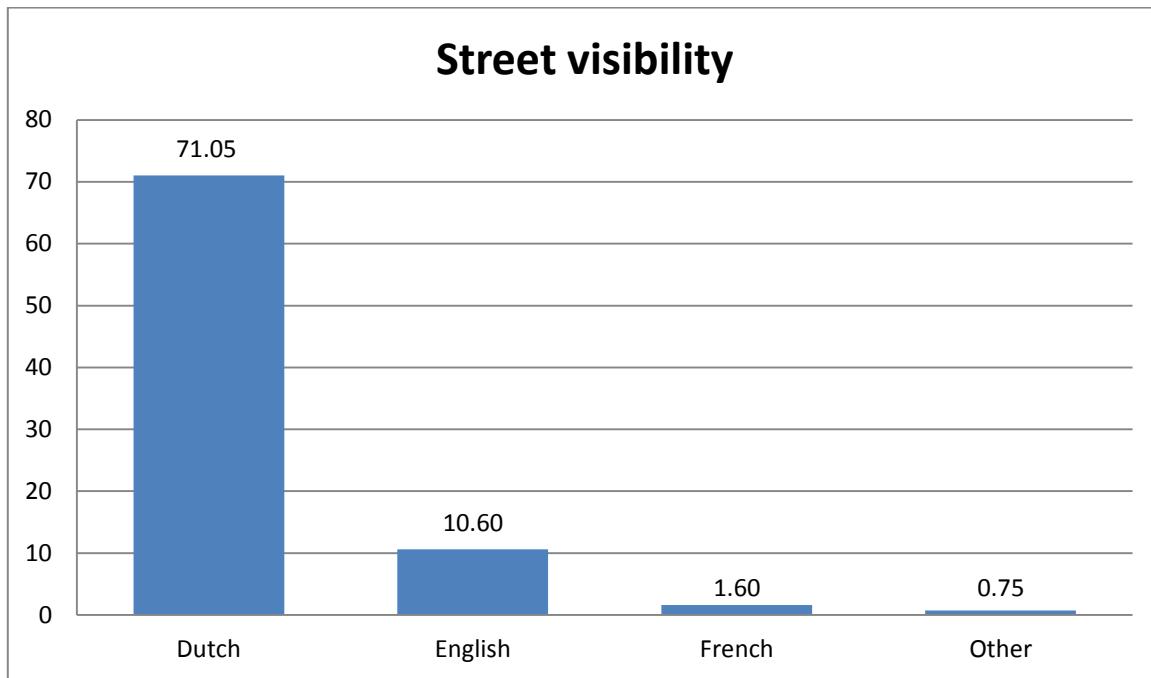
**Figure 14c:** General landscape Kortrijk

## 1.2 Aalst

The same data for the city of Aalst will be discussed in this section. First, an overview will be given of the 84 units of analysis for the Nieuwstraat, secondly the 57 units of analysis of the Grote Markt. After that, the LL of Aalst – the two regions combined and thus the total number of 141 units – will be discussed.

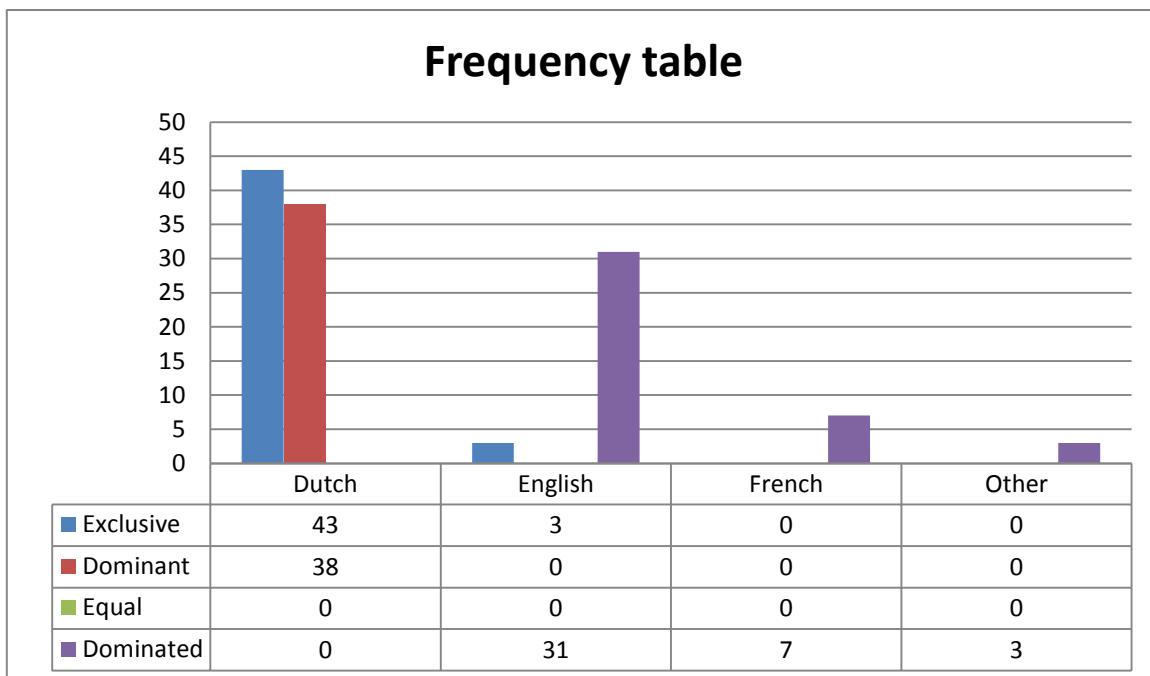
### Nieuwstraat

Figure 15a represents the street visibility of the four languages for the Nieuwstraat in Aalst and thus the absolute numbers attributed according to the previously explained system of analysis. From this figure it can be seen that the highest score is obtained by Dutch (71,05), followed by English (10,6), French (1,6) and Other (0,75).



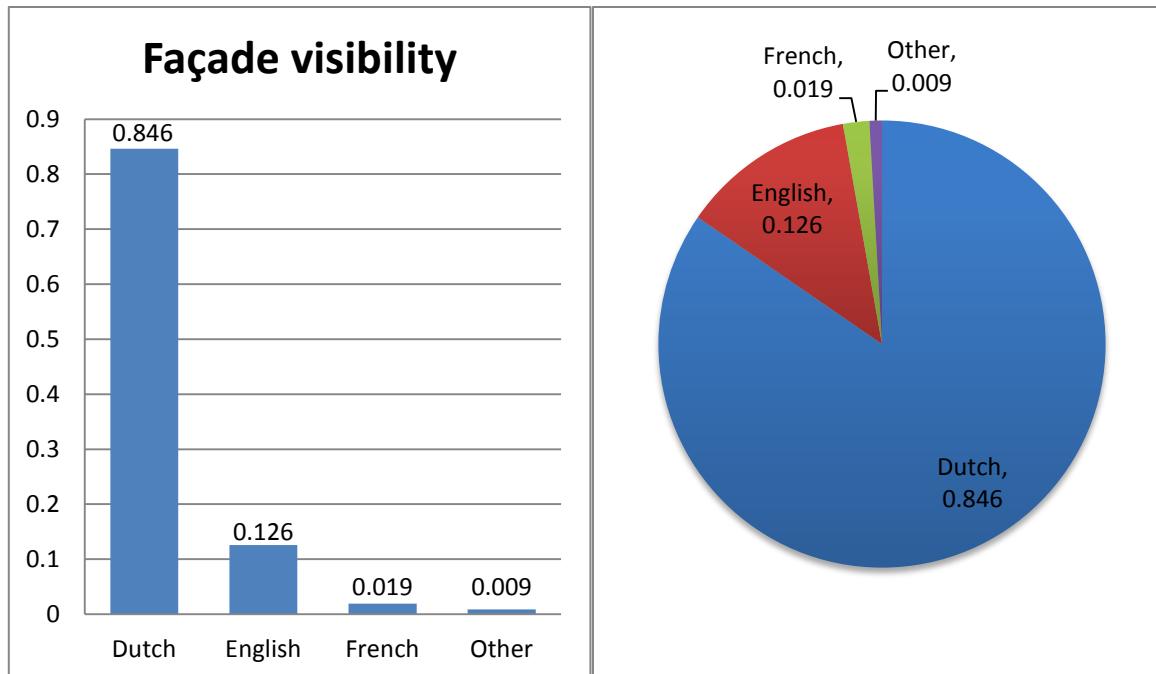
**Figure 15a:** General landscape Nieuwstraat Aalst

Figure 15b represents the frequency table for the Nieuwstraat showing that Dutch only occurs in monolingual units or in non-equivalent multilingual units as the dominant language. Next to that, it can be seen that English is most often displayed as the dominated language, with the exception of 3 monolingual English units. French is only displayed in non-equivalent multilingual units as the dominated language and the same can be said for the category Other, which here comprises Italian and German.



**Figure 15b:** General landscape Nieuwstraat Aalst

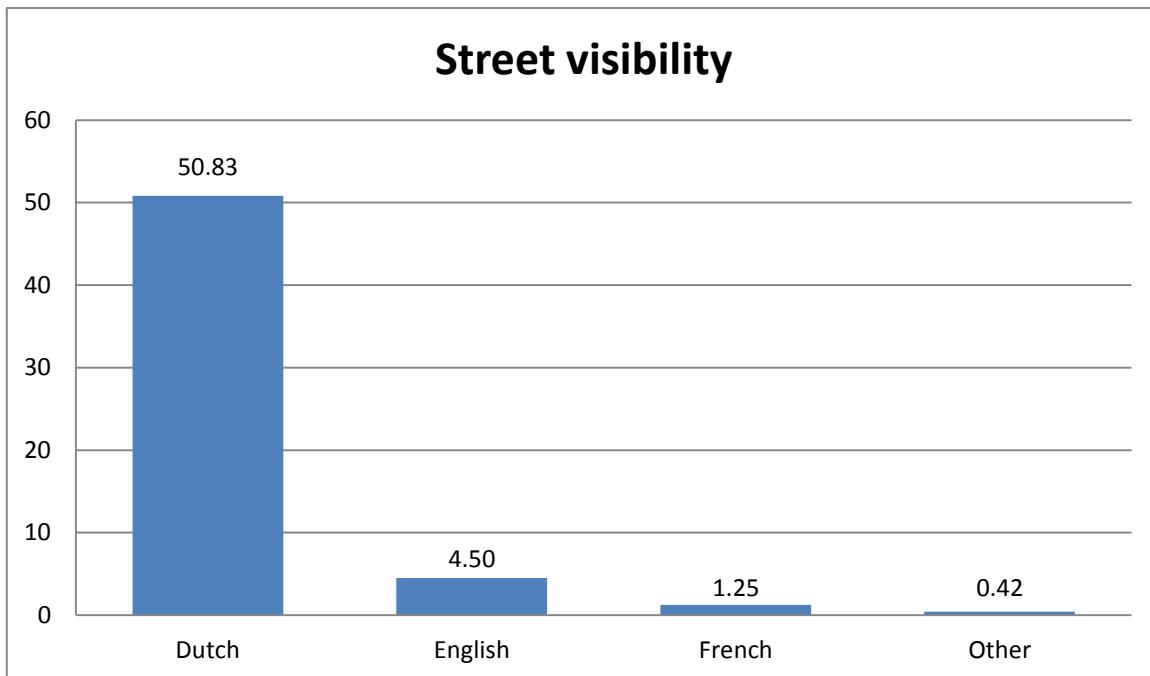
The next figure (15c) represents the relative visibility scores for the Nieuwstraat in Aalst.



**Figure 15c:** General landscape Nieuwstraat Aalst

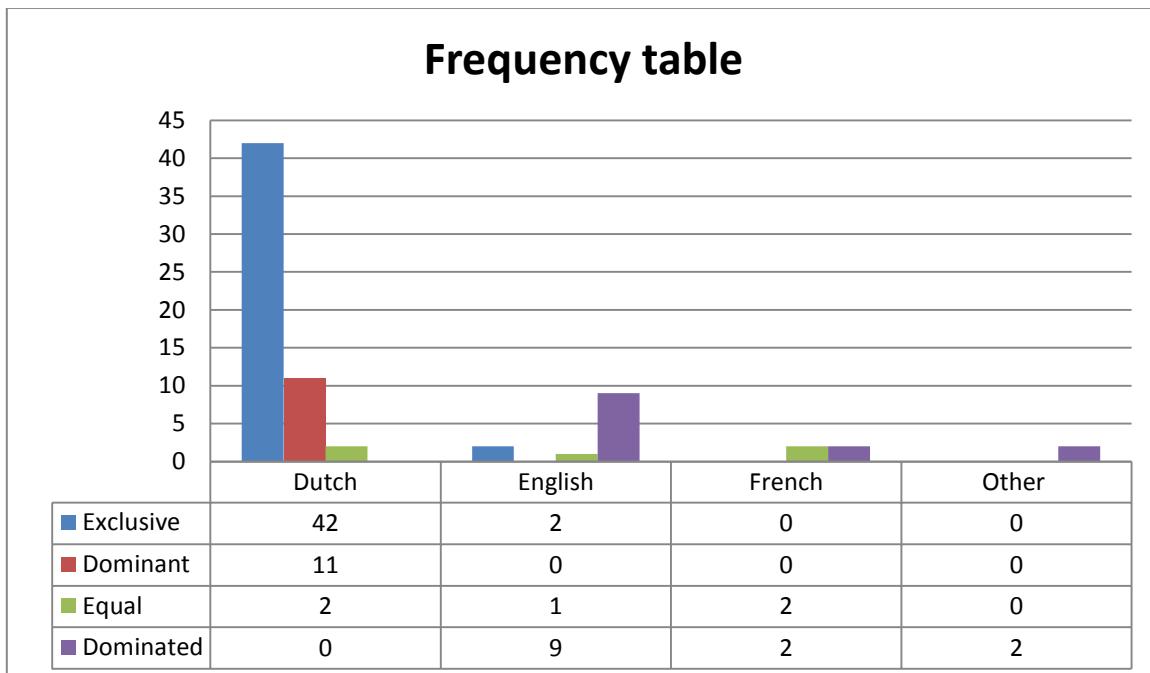
### Grote Markt

Figure 16a shows the street visibility per language for the Grote Markt in Aalst, indicating that the number for Dutch (50,83) is again higher than that for English (4,5), French (1,25) and Other (0,42).



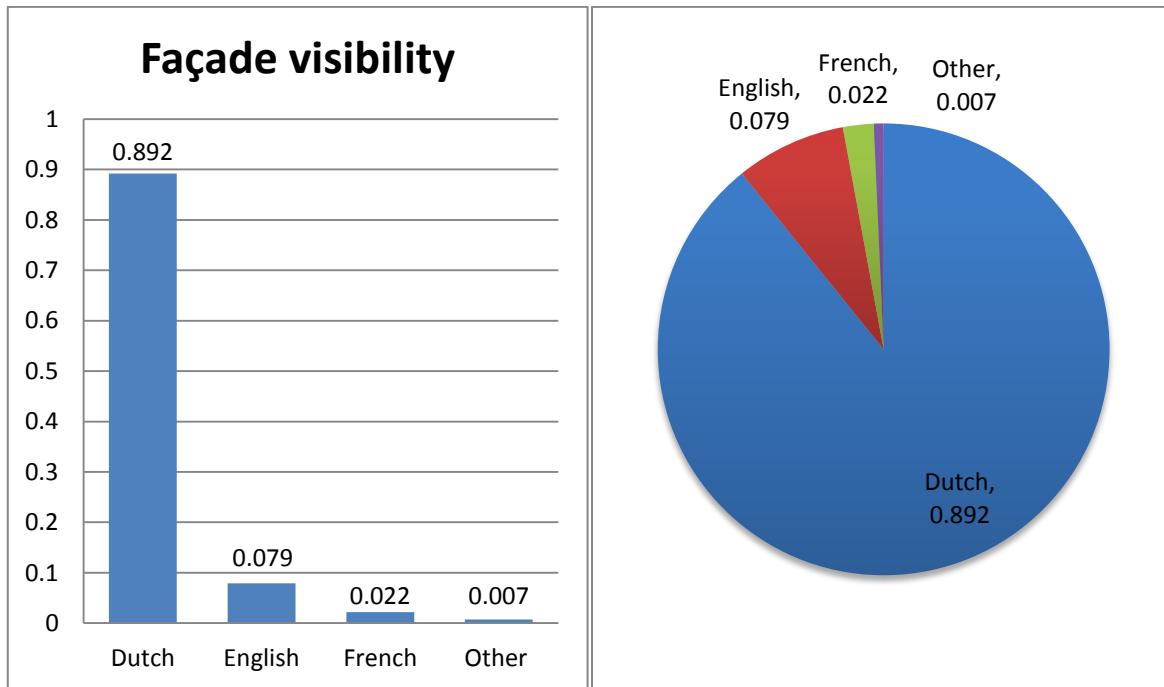
**Figure 16a:** General landscape Grote Markt Aalst

Figure 16b shows the frequency table for Aalst's Grote Markt, indicating that almost all – with the exception of two – monolingual units display Dutch. It can also be seen that in non-equivalent multilingual signage, Dutch is always the dominant language. The display of Other is really low with two occurrences, which are both in non-equivalent multilingual units as the dominated language.



**Figure 16b:** General landscape Grote Markt Aalst

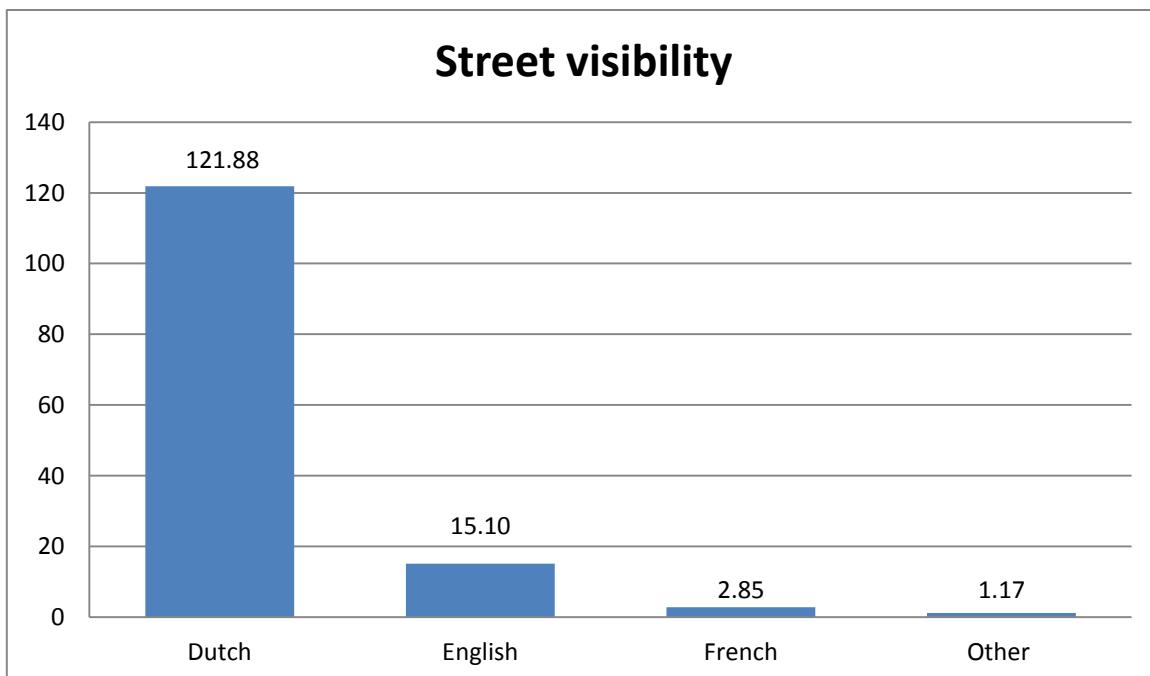
Figure 16c displays the relative visibility score for the Grote Markt, again including a pie chart to represent the relative proportions of each language. These data will be dealt with in the comparative section.



**Figure 16c:** General landscape Grote Markt Aalst

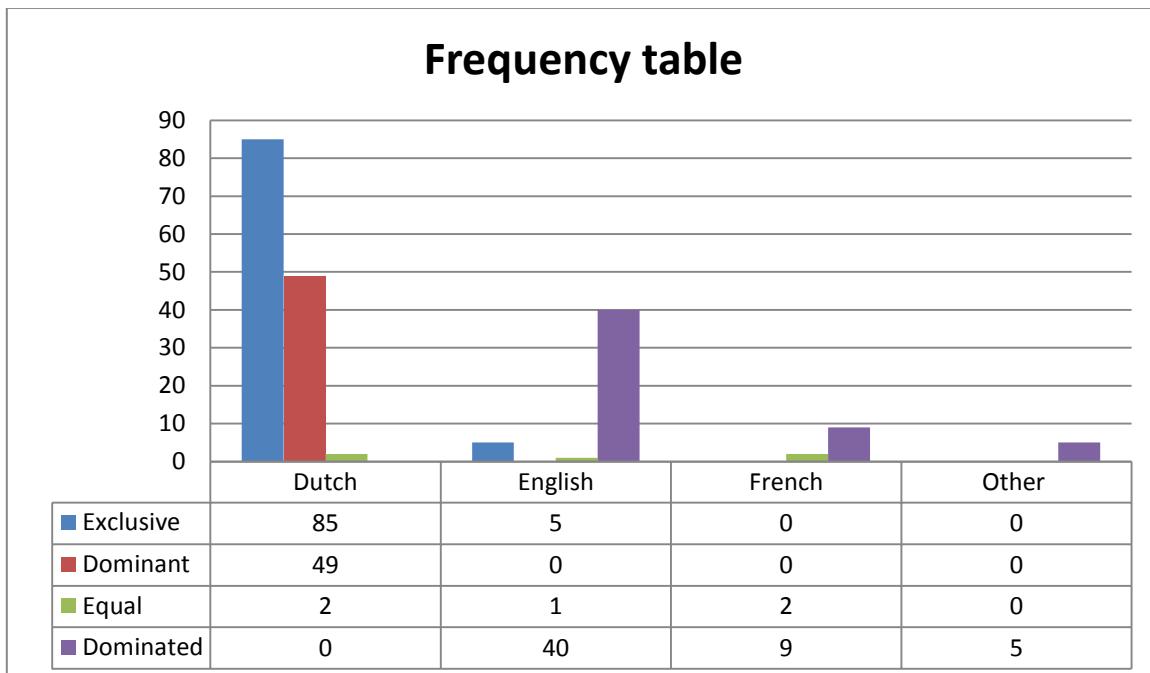
### LL of Aalst

For this discussion, the term 'LL of Aalst' will be used for the combination of the data for the Nieuwstraat and Grote Markt, which should not be interpreted as a generalisation for the entire city centre of Aalst. Figure 17a, indicating the street visibility, shows that for Aalst the number for Dutch (121,88) is significantly higher than that of English (15,1), French (2,85) and Other (1,17).



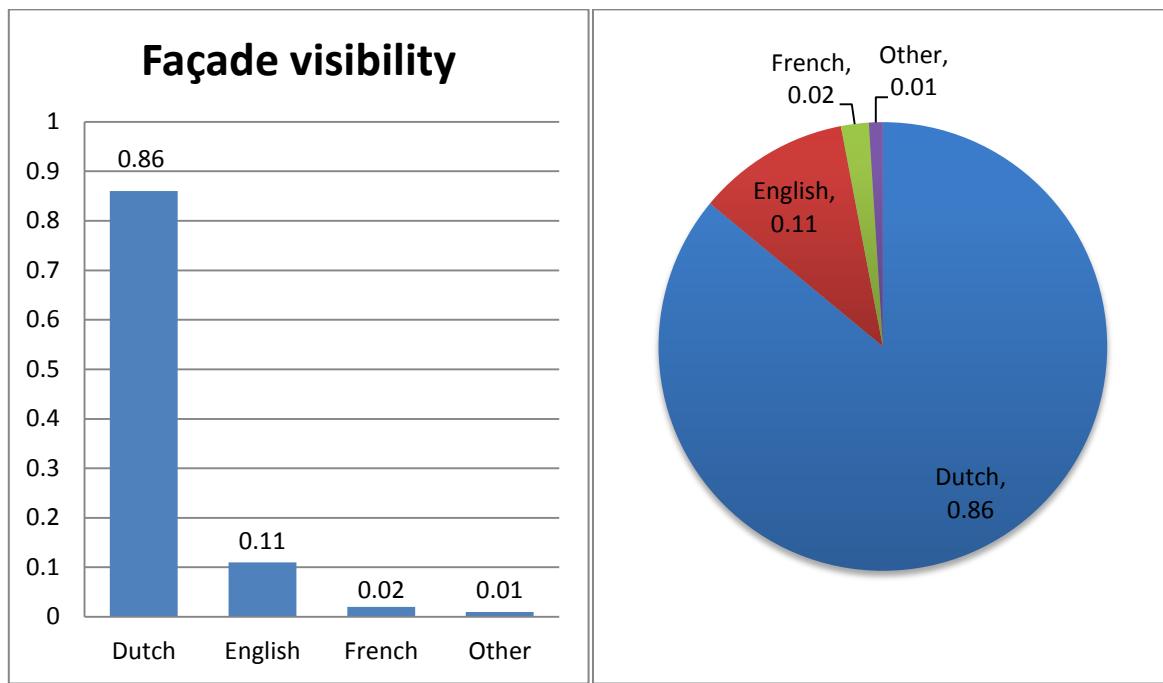
**Figure 17a:** General landscape Aalst

Figure 17b is the frequency table for Aalst indicating that English is most often the dominated language in non-equivalent multilingual units. French and Other never occur in monolingual signage or as the dominant language in non-equivalent multilingual units. The only category never occurring in equivalent multilingual signs is Other.



**Figure 17b:** General landscape Aalst

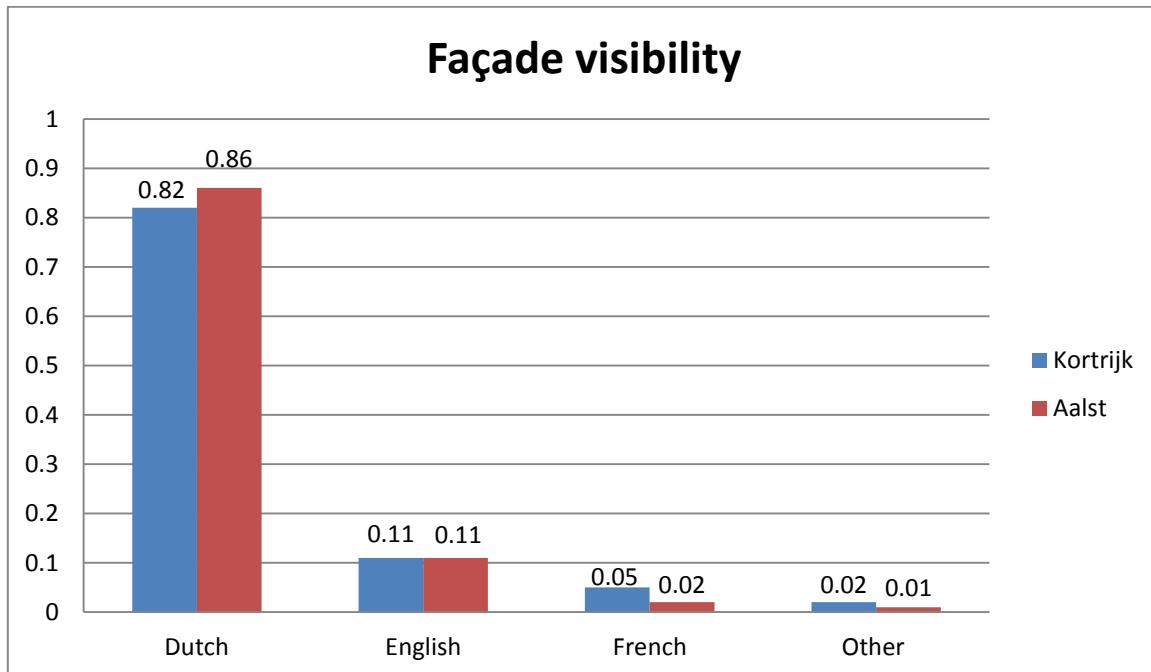
Figure 17c displays the relative visibility scores and will be discussed further on.



**Figure 17c:** General landscape Aalst

### 1.3 Comparative discussion

The main tendencies with regard to the general landscape results will be discussed in this section. For this, the role of each language category will be considered. Before this discussion, figure 18 will first recapitulate the relative results per language for both the LL of Kortrijk and of Aalst.



**Figure 18:** General landscape façade visibility Kortrijk & Aalst

A first observation to be made is the important role of Dutch in all areas. The relative proportion of Dutch in Kortrijk (0,82) and Aalst (0,86) is comparable and not surprisingly highest as both cities are located in Flanders where Dutch is the official and majority language. However, what is surprising is the difference in façade visibility of Dutch for the main shopping street and Grote Markt of each city. In the main shopping streets the relative proportion of Dutch – 0,80 for Kortrijk and 0,846 for Aalst – is relatively lower than it is for the Grote Markt – 0,862 for Kortrijk and 0,892 for Aalst. This does not confirm my initial hypothesis that given the fact that the Grote Markt consists of more restaurants and pubs, the landscape would focus on tourists and thus display more foreign languages, resulting in a lower relative score for Dutch. The difference in relative proportions should probably be attributed to the findings that Dutch occurs much more frequently as the dominant language in non-equivalent multilingual units in the main shopping streets while it occurs more frequently in monolingual units on the Grote Markt of each city.

Secondly, the results for the category English will be discussed. The street visibility score for English is 17,44 for Kortrijk and 15,1 for Aalst and the relative proportion is the same for both cities: 0,11. For both Kortrijk and Aalst, English is the second most important language, following Dutch even though it is not an official language in Belgium while French is. In this respect, Cenoz & Gorter (2006: 79) mention that “using English can be perceived as more prestigious and modern than using the local languages” which was already touched upon in Chapter 1 when language as a commodity and language fetishization were discussed (cf. *supra*). Many LL researchers have written on the spread of English or as Shohamy (2012: 542) mentions, in LL research there is a growing tendency to focus on “the impact of globalization and the global spread of English on LL in cities”. This effect of globalisation has been termed “McDonaldisation” of the LL by Heller (2003: 474). For example in Ben-Rafael’s *et al.* (2006:17) research on Israeli cities it is found that in Jewish localities, English is the second most important language in the LL, appearing in approximately 50% of the LL items. Cenoz & Gorter (2006: 78) have found that English is again the second most prominent language in the LL of Ljouwert (after Dutch and before Frisian). Du Plessis (2010: 88) has investigated the LL of Bloemfontein from a diachronic perspective and concluded that in the period after 1994 (when political changes took place) predominantly monolingual signs displaying English have been introduced. These examples – from different continents - demonstrate that the rather large presence of English in the LL is a widespread phenomenon. This is also confirmed in the analysis of the language visibility in the LL of Kortrijk and Aalst where English occupies a significant place. In the next sections the issue of the spread of English will be further dealt with: more specifically in section 3 (subcategories) a division will be made between international and national chain stores and privately owned businesses. With regard to the investigated areas and the usage of English it is also noteworthy that English occurs in all settings most often as the dominated language in non-

equivalent multilingual units. This suggests that English is most often used in combination with another language and has a secondary function.

The third language category to consider is French, for which it is most noticeable that the relative proportion of the language is very small in each city: 0,05 in Kortrijk and 0,02 in Aalst. However, from the frequency table of Kortrijk's LL and that of Aalst's LL, it can be seen that there is a difference in the positions in which the language occurs. In Kortrijk, one monolingual French unit was encountered. However, this unit was located on the Grote Markt and consisted only of the name of a business: *Bar des Amis*. No opening hours were displayed or any other information like a menu card. If this information were to be displayed, it is unlikely the unit would be considered as a monolingual French one, as the information would probably be displayed only in Dutch or perhaps Dutch in combination with another language. The difference is also noticeable in the occurrences of French in equivalent multilingual units: 6 instances for Kortrijk and only 2 in Aalst. Similar, however, is that in both cities French is most often displayed as a dominated or additional language: 18 times in Kortrijk, 9 times in Aalst. For both cities, the relative proportion of French – albeit small – is larger for the Grote Markt than for the main shopping street. The façade visibility of French for Kortrijk's shopping street is 0,03 while it is 0,072 for the Grote Markt. For Aalst, the façade visibility of French in the Nieuwstraat is 0,019 while it is 0,022 for the Grote Markt. French will further be focussed on in the next section (2. Top-down vs. bottom-up) as an important part of this research is to have a deeper look at how top-down and bottom-up actors act upon the language policy. However, from the general landscape results it can already be seen that there is no predominant or overwhelming presence of French in either cities.

Another important observation with regard to French is the fact that its relative proportion is higher than that of English in one case: Kortrijk's Grote Markt (0,072 for French and 0,036 for English). In all other cases (the main shopping street of Aalst and Kortrijk and the Grote Markt of Aalst) the relative visibility score of English is higher. This is probably also due to the fact that one monolingual French unit (*Bar des Amis*) was encountered on Kortrijk's Grote Markt and thus should this result be nuanced as this particular unit only consisted of the name of the business.

A fourth observation to be made is about the encounter of foreign languages, i.e. the category Other. The relative visibility scores for this category were 0,02 in Kortrijk and 0,01 in Aalst. In all researched areas, the category Other most frequently occurred as the dominated language on the signage. Only one exception to this was encountered: in Kortrijk on the Grote Markt, the category Other occurred in equivalent multilingual signage on a poster for an Asian party, displaying all information in Thai, Dutch and French. The relative proportion of Other was largest in both shopping streets: 0,09 in the Lange Steenstraat and Steenpoort, and 0,09 in the Nieuwstraat which is again unexpected. My hypothesis was that foreign languages like Italian and Chinese or Japanese

would be most frequently encountered on the Grote Markt of each city as these languages are often displayed at restaurants (more frequently located on a city's Grote Markt than in the main shopping street). This is due to the fact that for example Japanese restaurants display Japanese "as a means of authentication and identification" (Vandenbroucke 2010: 55). Even though businesses like that (for example a Japanese restaurant Nagomi on the Grote Markt of Kortrijk) were encountered, the relative proportion of Other is still larger for the main shopping street. In Kortrijk's Lange Steenstraat and Steenpoort German, Italian and Thai were encountered. The occurrence of Thai can be explained by the means of authentication as it was displayed on the storefront of a Thai restaurant (*Aroy* which was translated as 'tasteful' by the shop owner). Italian was encountered for two clothing shops and German was to be seen at a shop selling supplies for philatelists. In Aalst's Nieuwstraat German was encountered and Italian two times, all in relation to clothing stores. The correlation between a type of shop and the occurrence of the category Other will further be discussed in the third section of this chapter (3: subcategories, cf. infra).

From these results it can be concluded that similar patterns occur in both cities: Dutch is the most visible and prominent language, followed by English which most often occurs in dominated position. The third most visible category is French in both cities, except for Kortrijk's Grote Markt. The relative proportion of the category Other is minimal in both cities. Within the researched areas, the category Other had a larger relative visibility score in the main shopping streets in comparison to the Grote Markt.

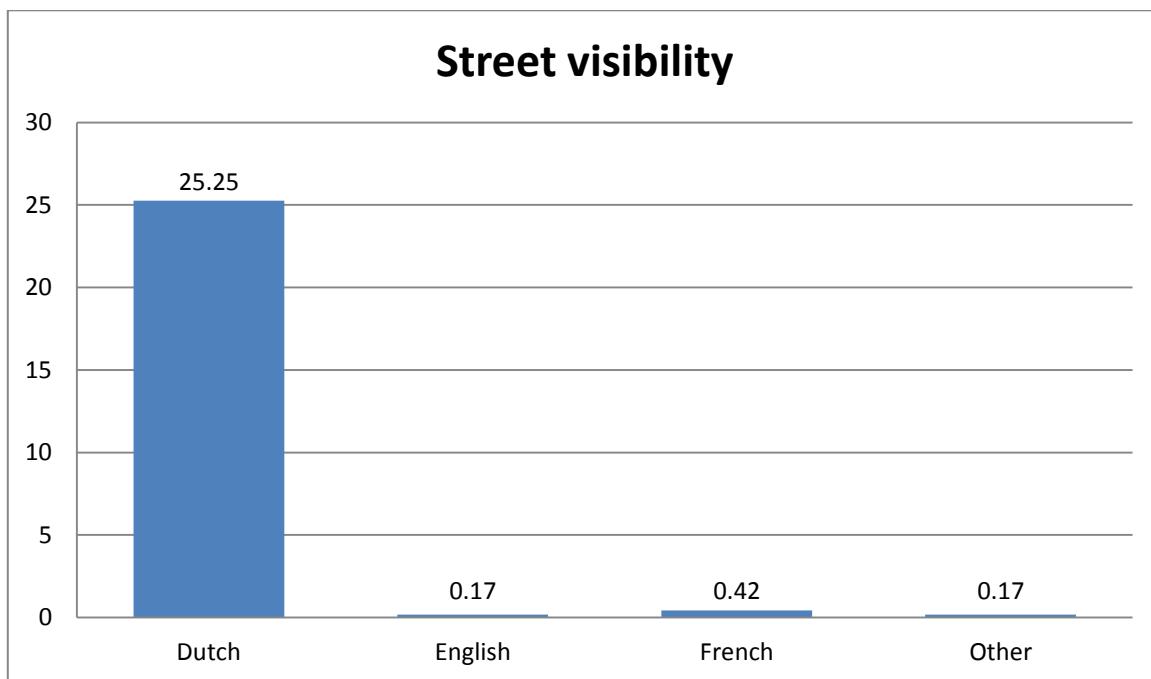
## 2. TOP-DOWN VS. BOTTOM-UP

In this section a distinction will be made between top-down and bottom-up units. The same principle as for the general landscape results will be followed: absolute visibility, frequency tables and relative visibility results will be presented. However, for this section no separate distinction is made between the main shopping street and Grote Markt. All top-down and all bottom-up units encountered in Kortrijk and Aalst as a whole will be discussed. By means of conclusion, these data are discussed from a comparative point of view.

### 2.1 Kortrijk

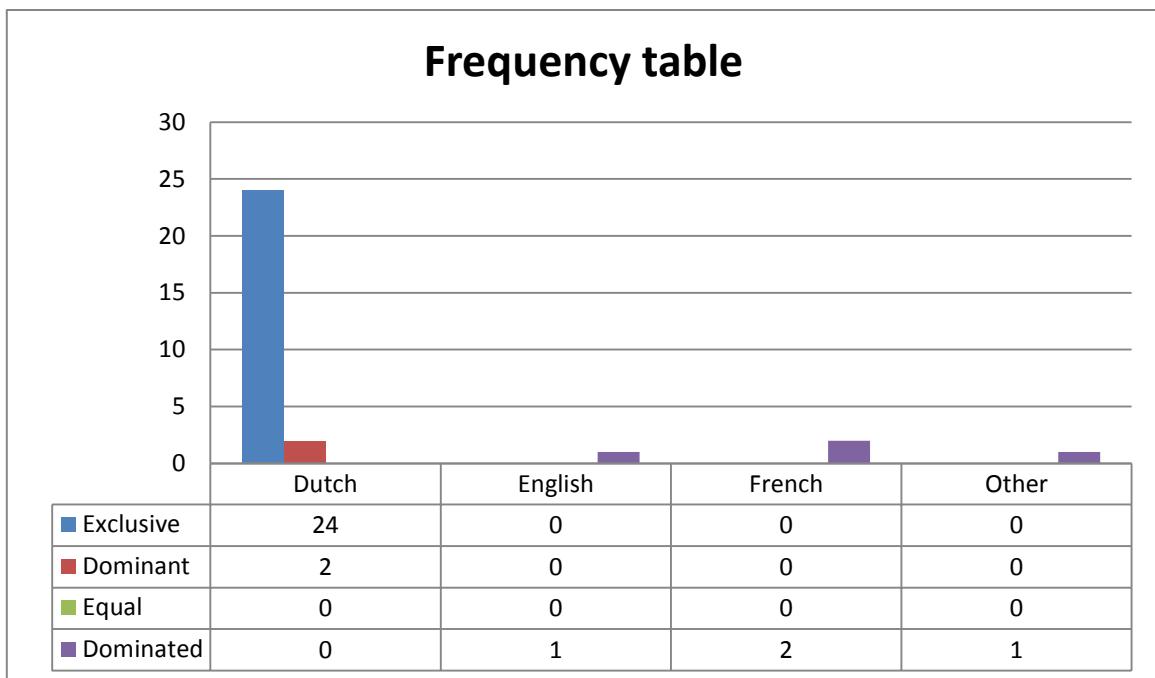
#### Top-down units

In Kortrijk 26 of the 159 units of analysis were categorised as top-down units. These LL items include street name signs, road signs and monument signs. The absolute scores for these top-down units are presented in figure 19a.



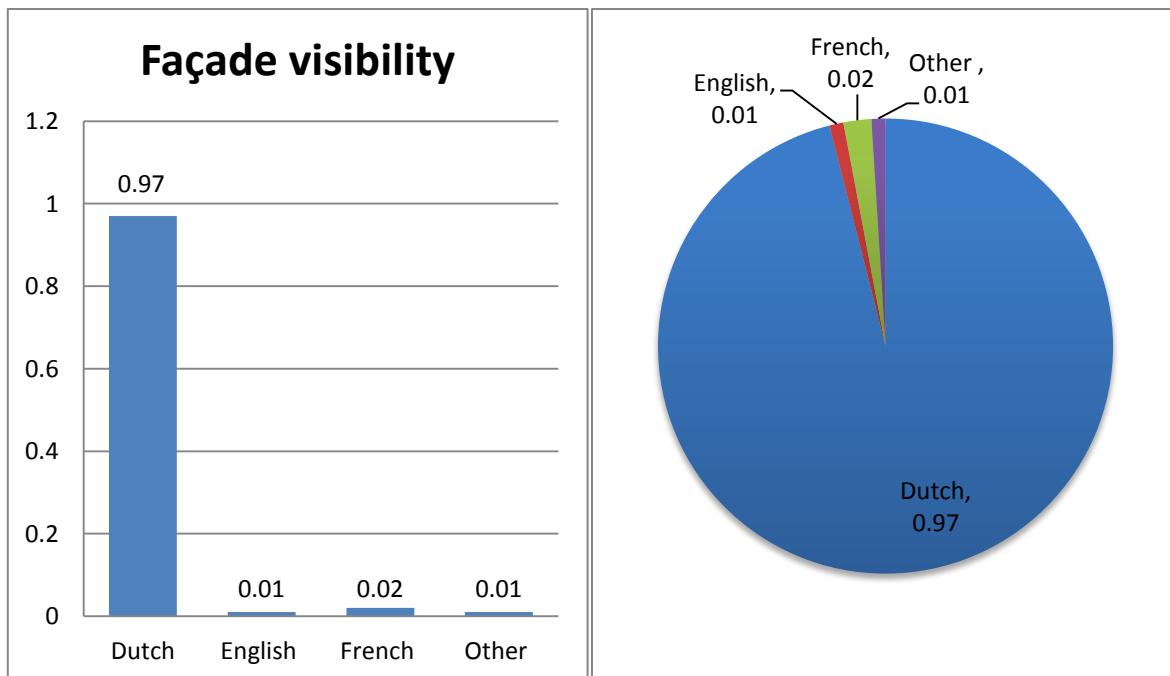
**Figure 19a:** Top-down results Kortrijk

The frequency table in figure 19b presents a clear picture: almost all top-down units are monolingual Dutch. A minimal number of units was categorized as non-equivalent multilingual displaying Dutch as the dominant language and English, French and/or Other (German) as dominated. All instances of language display where Dutch is used in combination with an additional language are discussed in the comparative section.



**Figure 19b:** Top-down results Kortrijk

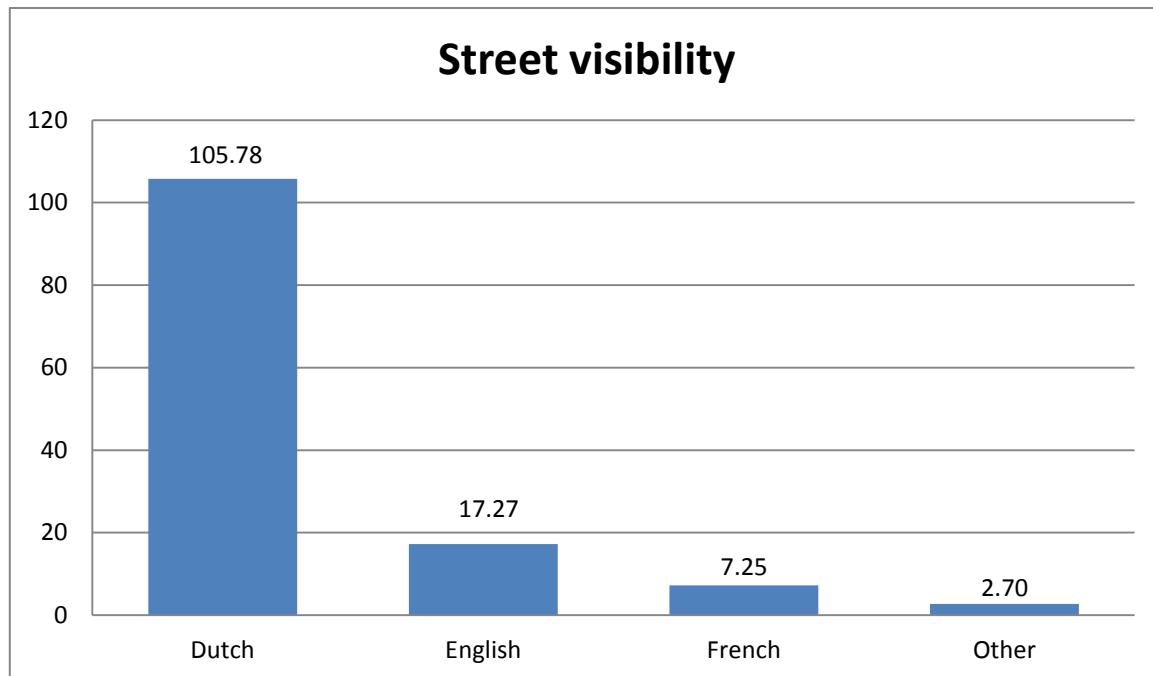
Figure 19c shows the relative visibility of the top-down signs encountered in Kortrijk.



**Figure 19c:** Top-down results Kortrijk

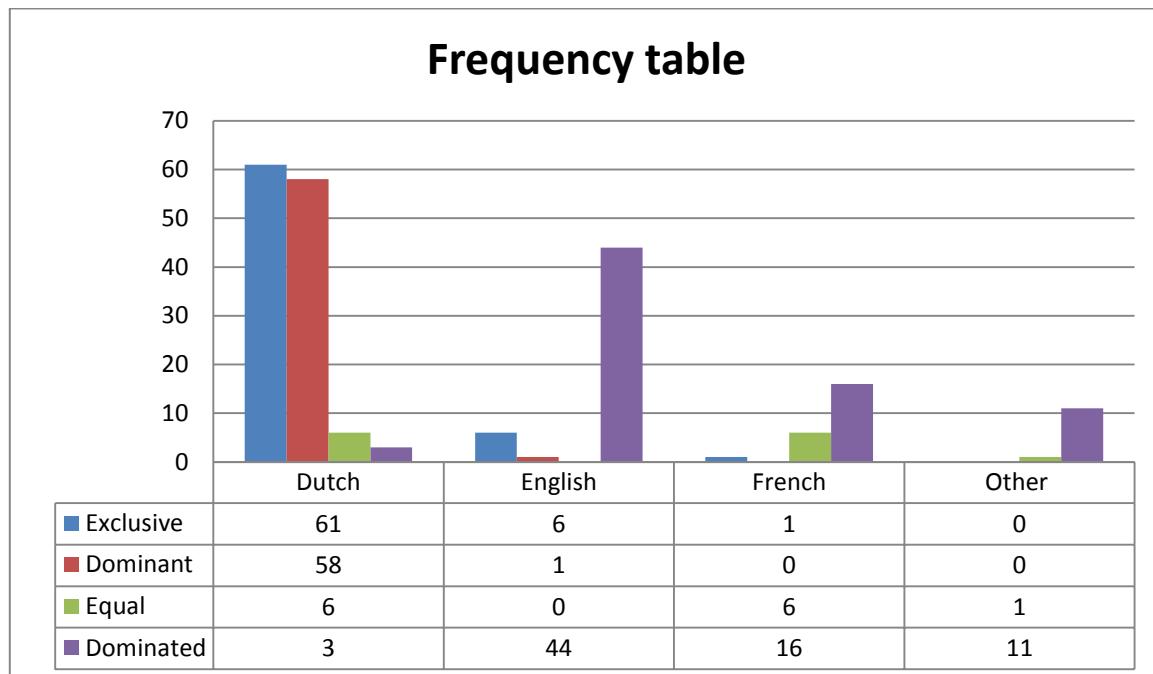
### Bottom-up units

The street visibility per language for the 133 bottom-up units in Kortrijk is given in figure 20a. This figure shows that the absolute score of Dutch is significantly highest.



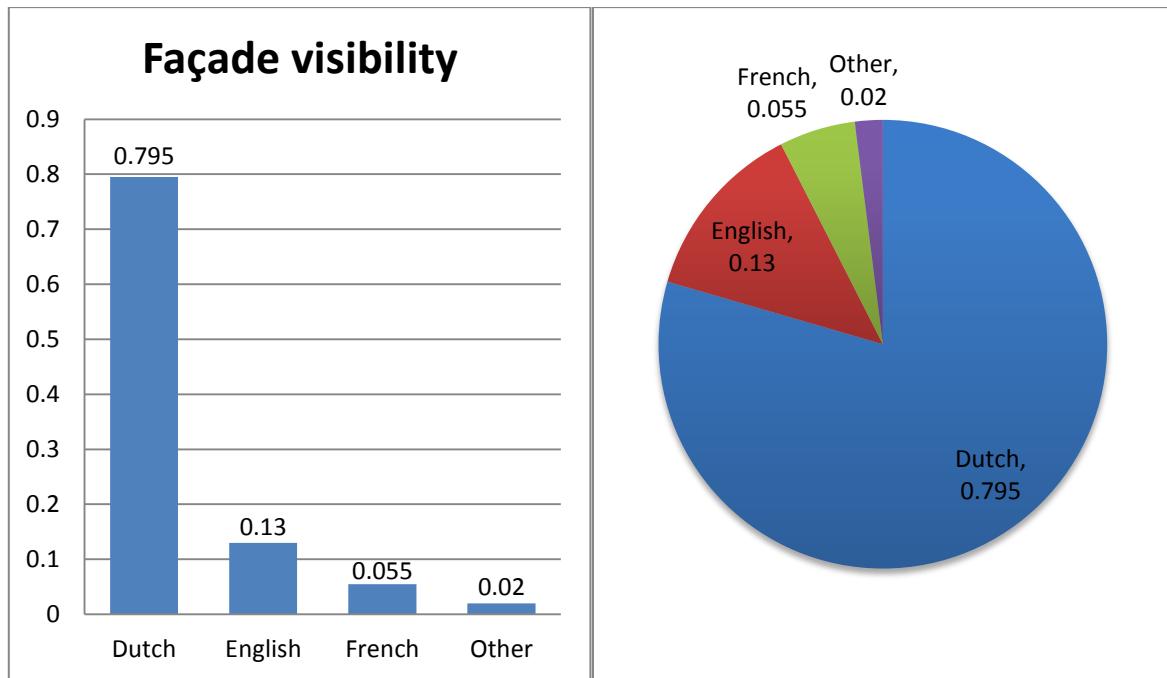
**Figure 20a:** Bottom-up results Kortrijk

The frequency table for bottom-up signs in Kortrijk (Figure 20b) shows that Dutch occurs in all positions but most frequently in exclusive or dominant position. All other languages occur most often in dominated position. French is encountered in a monolingual unit once.



**Figure 20b:** Bottom-up results Kortrijk

The relative scores and thus the façade visibility of the discussed languages for all bottom-up signs in Kortrijk is represented in figure 20c.

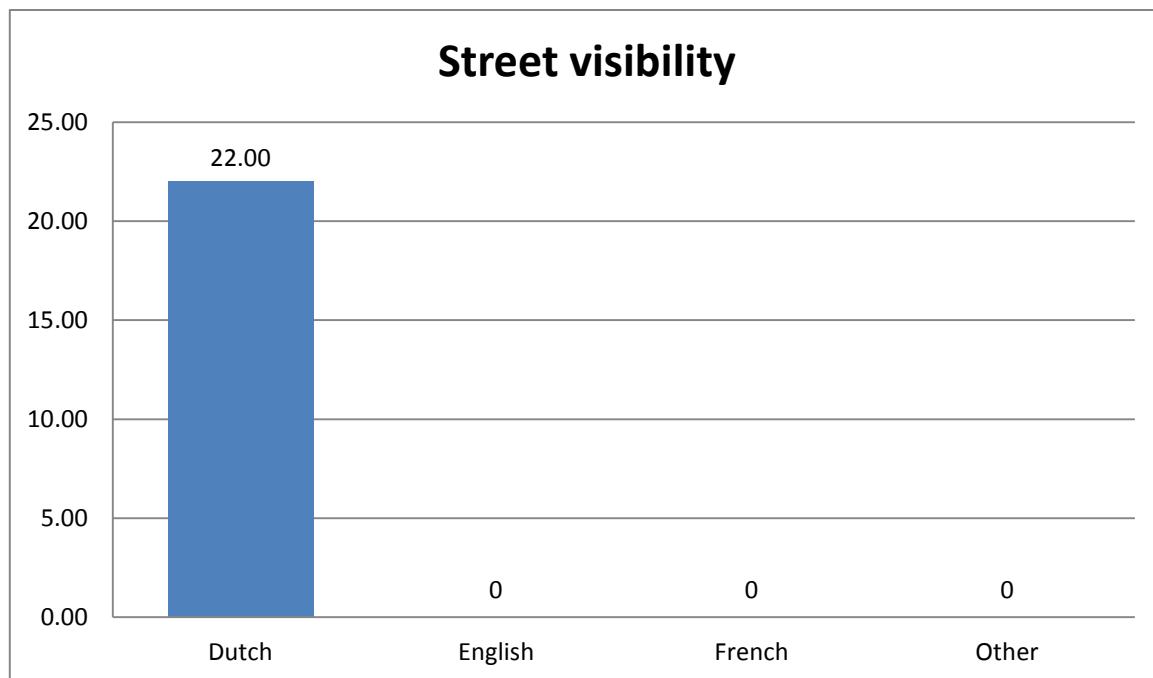


**Figure 20c:** Bottom-up results Kortrijk

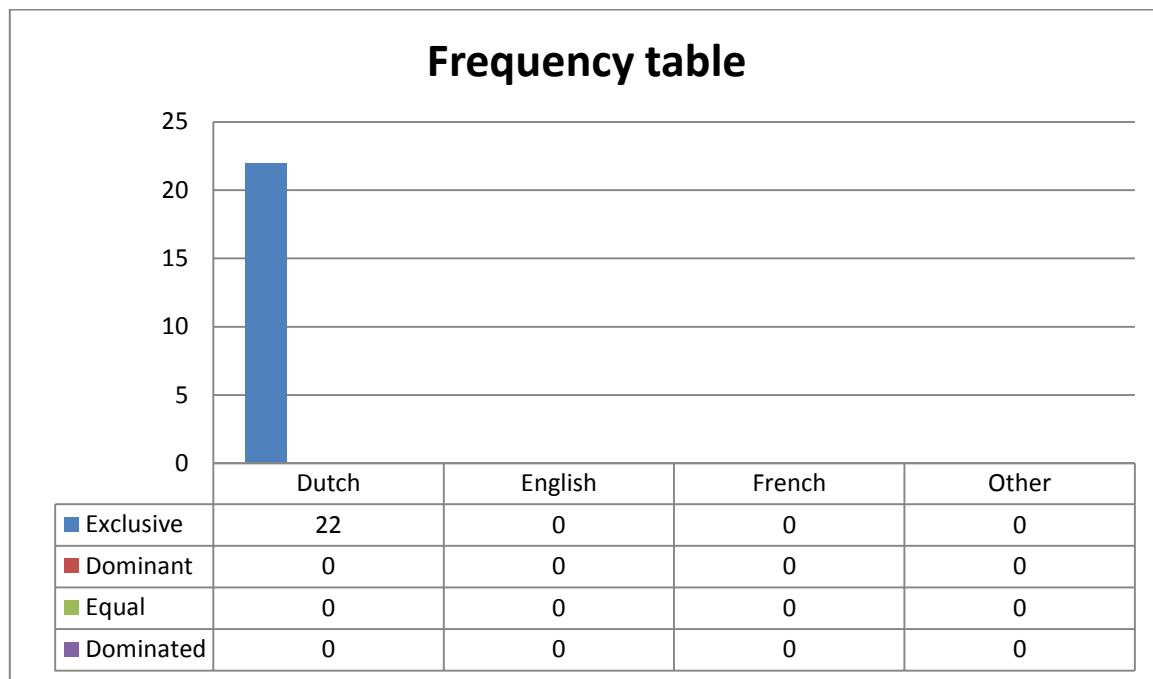
## 2.2 Aalst

### Top-down units

In Aalst, 22 top-down units were encountered. The street visibility of the languages for these signs is presented in figure 21a. Immediately obvious is the fact that all top-down signs are monolingual Dutch, as can also be seen from the frequency table in figure 21b.

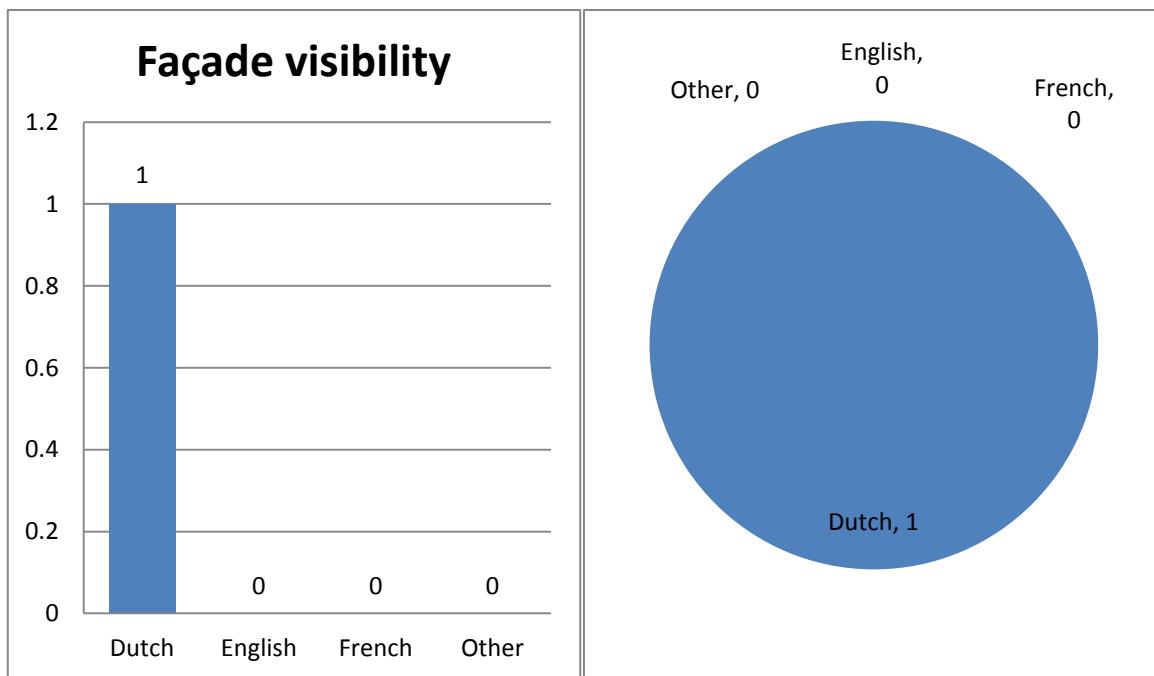


**Figure 21a:** Top-down results Aalst



**Figure 21b:** Top-down results Aalst

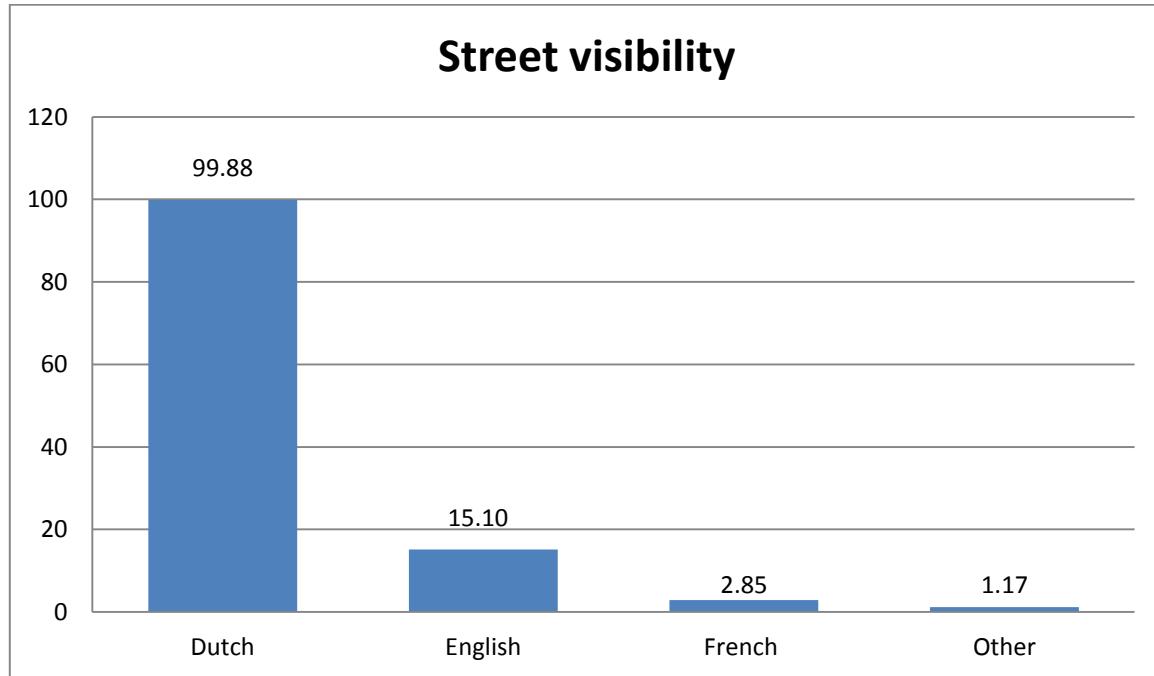
From this it is obvious that the relative numbers present the top-down signs in Aalst as 100% Dutch. However, in order to present an analysis that is as complete as possible, the figures are included (21c).



**Figure 21c:** Top-down results Aalst

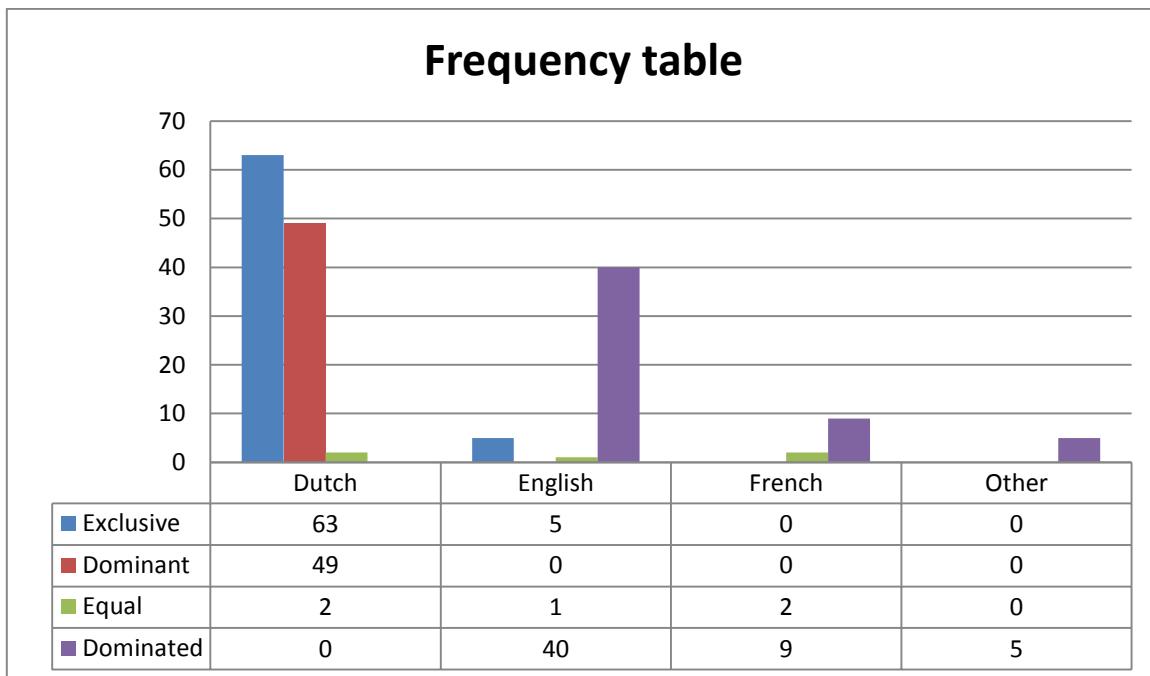
#### Bottom-up units

In Aalst, 119 bottom-up units were encountered. The street visibility of the languages, presented in figure 22a, is again highest for Dutch, followed by English, French and Other.



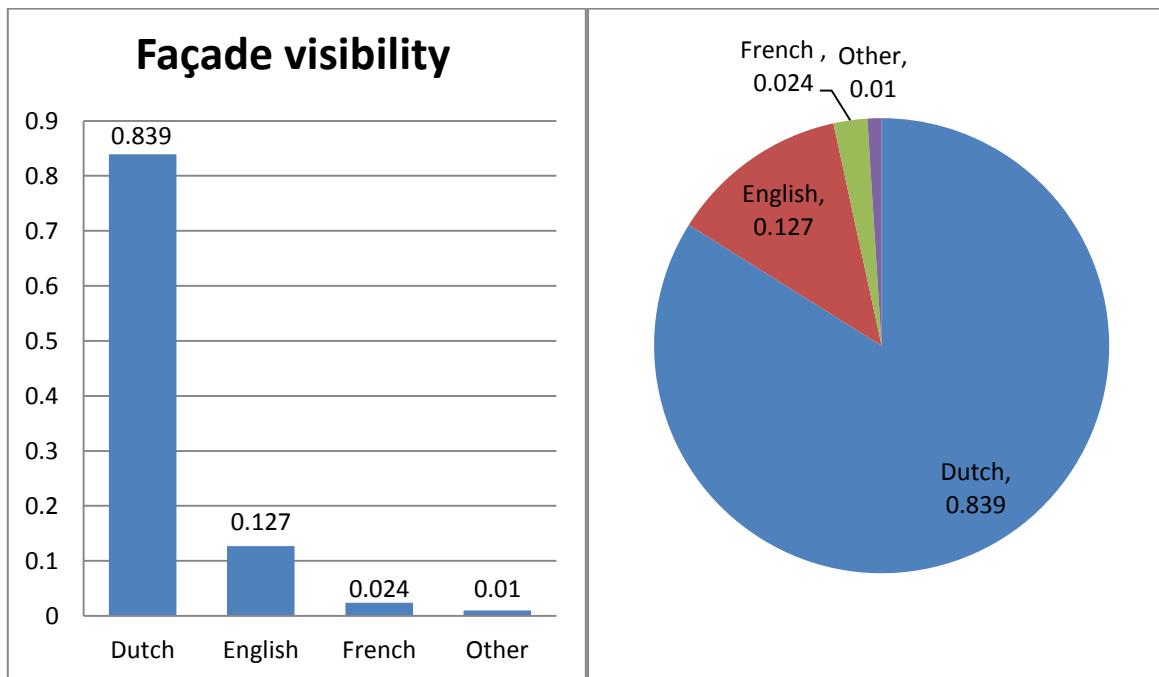
**Figure 22a:** Bottom-up results Aalst

The frequency table for the bottom-up units in Aalst is presented in figure 22b, showing that monolingual bottom-up units only present Dutch and English and that other languages than Dutch (i.e. English, French and the category Other) almost always occur in dominated position.



**Figure 22b:** Bottom-up results Aalst

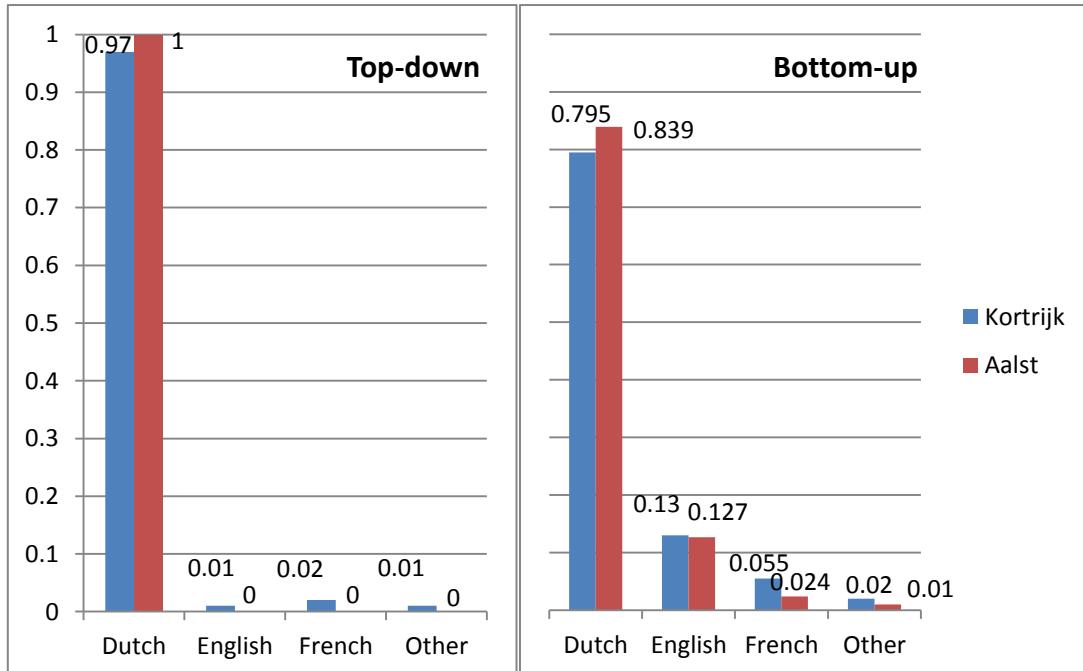
The relative numbers for bottom-up signs in Aalst is represented in figure 22c and will be discussed in the comparative section 2.3.



**Figure 22c:** Bottom-up results Aalst

### 2.3 Comparative discussion

Before thoroughly discussing the results from the top-down and bottom-up analysis, figure 23 will recapitulate the relative visibility for each category per city.



**Figure 23:** Top-down vs. bottom-up Kortrijk & Aalst

When comparing the top-down units in both cities the difference becomes immediately obvious: all top-down units in Aalst are monolingual Dutch while some top-down units in Kortrijk are multilingual. The top-down units encountered in Aalst are units displaying street names, road signs, a city map, signs providing information supplied by the local authority, a plaque on the city hall and a sign indicating a building is a protected monument. In Kortrijk the following top-down units were encountered: street name signs, road signs, indication of tourist attractions, a city map, a memorial plaque for Jozef Van Dale, a plaque on the city hall and a sign which was encountered multiple times but only counted as one unit of analysis: a sign indicating the shop received a gift certificate from the city of Kortrijk (this can be seen in figure 24).



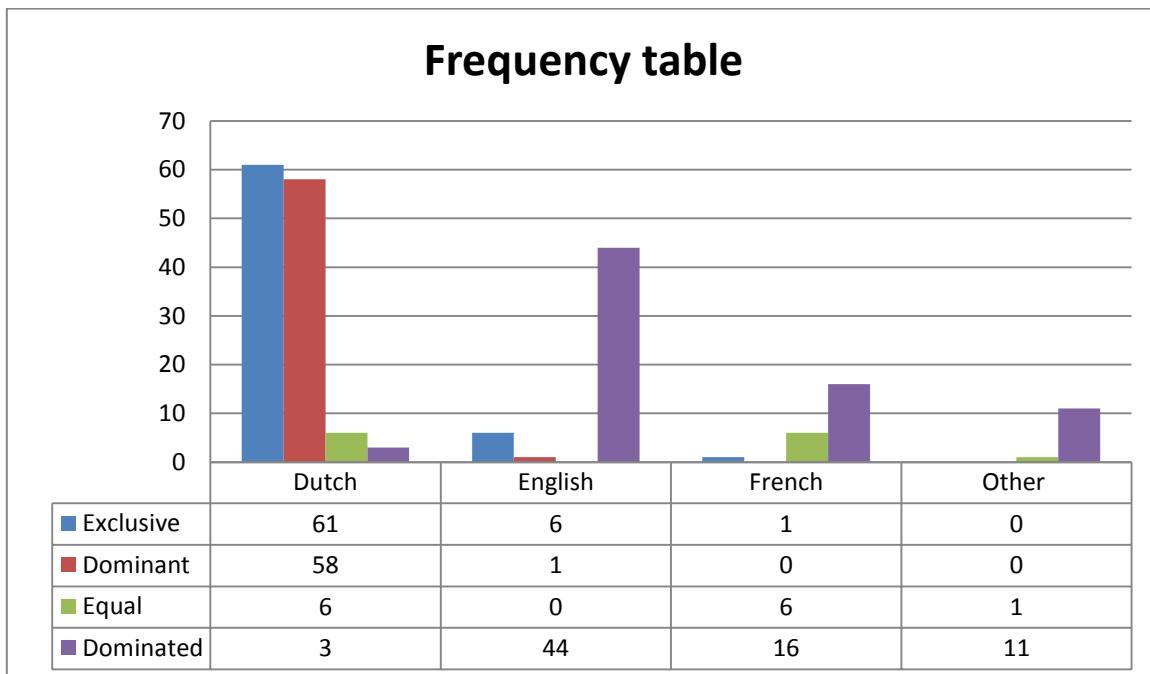
Figure 24: Gift certificate city of Kortrijk

The reason to consider this sign as a top-down unit is because it is mentioned on the city's website as stemming from *Het Handelsdistrict* and the city of Kortrijk itself.<sup>17</sup> On this sign all information, except the words 'Wij aanvaarden' (we accept) and 'Kortrijk' in the middle, is displayed in both French and Dutch. Even the Dutch 'cadeau bon' (gift certificate) is translated to 'bon cadeau'. Nevertheless, no full translation of all information was provided in both Dutch and French and thus according to the sign coding system, Dutch received a value of 3 and French a value of 1. In this respect, Reh (2004: 8-15) has distinguished four types of multilingual information: "*duplicating multilingual writing*" – fully translating a text and thus representing it completely in more than one language – "*fragmentary multilingualism*" – full information in one language and selected parts translated into an additional language – "*overlapping multilingual writing*" – a text translated in another language but with a certain additional part of the text only represented in one language – and "*complementary multilingual writing*" – different parts of the information in different languages and thus knowledge of all displayed languages is needed in order to fully comprehend the message. This unit could be considered as an instance of overlapping multilingual writing since only a small part of the text (*wij*

<sup>17</sup> On the website it is mentioned that the local authority in Kortrijk is part of this enterprise: ("het stadsbestuur is immers partner in het hele verhaal"). <http://www.kortrijk.be/nieuws/nieuwe-cadeaubon-in-kortrijk-is-vooruitstrevend>

*aanvaarden* and *Kortrijk*) is displayed in Dutch only which is why French could be considered as an additional language. This unit of analysis will be discussed in more detail in the qualitative discussion (chapter 3, cf. infra). Next to this unit, one other multilingual top-down unit was encountered in Kortrijk. This unit was located on the city's belfry and consists of signs providing information about the tower in Dutch, English, French and German. However, some of the information (16 sentences) is not translated which again led to the decision to consider Dutch the dominant language (and attribute it a value of 3) and the other languages as being dominated. With regard to the belfry, the choice of multilingual top-down sign is motivated by the choice to provide information for tourists. In the case of the gift certificate, however, a similar motivation is hard to image as it only offers a partial French translation while English can be construed as a tourist language par excellence. Nevertheless, from a purely quantitative point of view it is important to bear in mind that top-down units in Kortrijk do display foreign languages while none of the top-down units in Aalst do so.

More bottom-up than top-down units were encountered and thus one could argue "this demonstrates that the multilingual landscape (...) is determined more by the citizens than by the authorities", as Backhaus (2006: 56) also found for the LL of Tokyo. For the bottom-up landscape both cities are comparable in that Dutch has the highest relative visibility score (0,795 in Kortrijk and 0,839 in Aalst). For this part of the analysis the frequency table is especially interesting as it has to be determined whether or not foreign languages, French in particular, are used as additional languages. The frequency table of the bottom-up signs in Kortrijk (20b) will be repeated as figure 25.



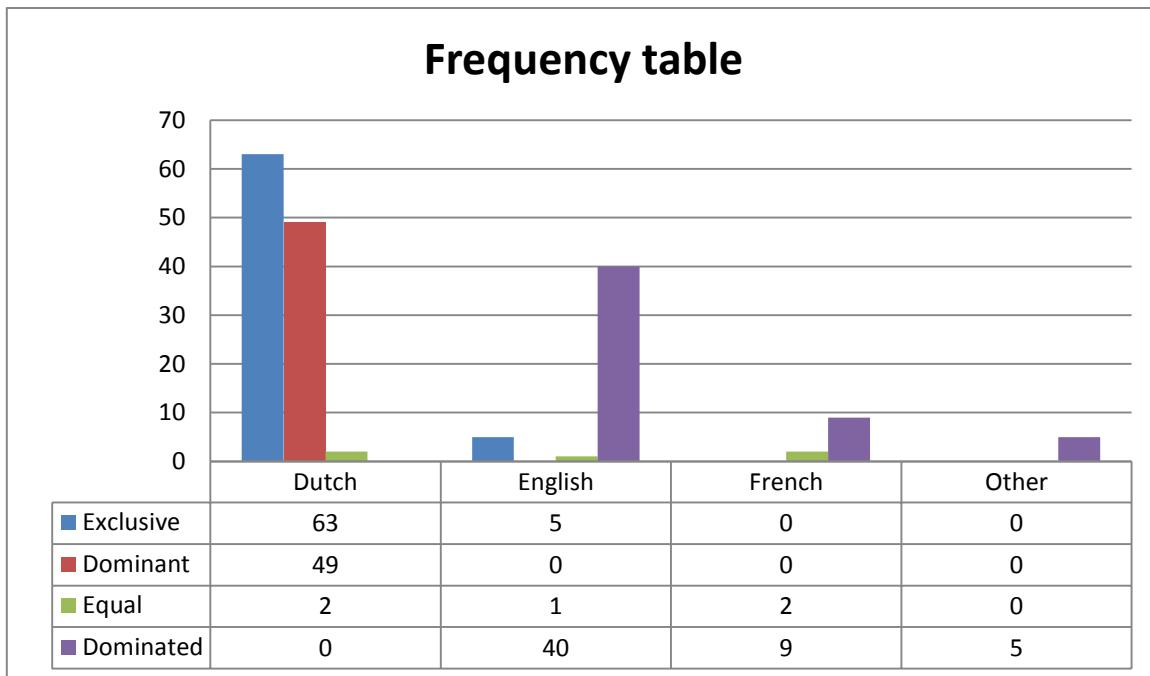
**Figure 25:** Bottom-up results Kortrijk

From this figure, it becomes obvious that the usage of foreign languages is not always limited to symbolical or additional use in Kortrijk. 6 Monolingual English units and 1 monolingual French unit were encountered. Next to that, 1 unit displayed English as the dominant language and 6 signs presented the French language as being equal to Dutch. In the case of English, the usage of the language is mostly limited to symbolical or additional use. In the case of French there is a smaller difference compared to English when it comes to displaying the language as subordinate and displaying it as equal or exclusively. Out of 23 occurrences of French, 7 are not limited to symbolical or additional use, which implies that the usage of foreign languages is not solely for symbolical or additional purposes. As an example, figure 26 presents one of the encountered equivalent multilingual units displaying Dutch and French.



**Figure 26:** Kipling, Steenpoort Kortrijk

For the city of Aalst the results are somewhat different, however. The frequency table for the bottom-up signs in Aalst (22b) is repeated as figure 27.



**Figure 27:** Bottom-up results Aalst

From this figure it can be seen that there are 8 instances in which the usage of foreign languages (i.e. not Dutch) is not limited to symbolical use and in which English and French were used to convey relevant info to clients. Conversely, in Kortrijk this was the case in 15 instances. In Aalst, 5 monolingual English units were encountered, the language occurred on equivalent multilingual signage once and French was displayed in equivalent multilingual signage 2 times, indicating that even though the number is limited, foreign languages are not solely displayed in dominated position in both cities.

With regard to the relative proportion of each language in bottom-up signage it is noteworthy that the façade visibility of English is larger than that of French in each city. In Kortrijk the relative proportion of English is 0,13 and that of French 0,055. For Aalst the relative proportion of English in bottom-up signage is represented by the number 0,127 while the relative visibility score of French is 0,024. This is remarkable as both cities claimed the usage of French was rising and should be limited (which is not disproven by these numbers) while the usage of English was not commented on or perceived as a threat. This is arguably due to the fact that French is also an official language in Belgium while English is not and language legislation specifies that French is the official language in the region of Wallonia, not Flanders. French has often been focussed on because of the Belgian history in which French was the dominant language in all political and economic domains. This issue is for example addressed by Jaspers (2009: 22-23) who argues that up until the first half of the 20<sup>th</sup> century a language struggle took place in Belgium in which the Flemish had to stand their ground against the French-speaking higher classes. Because of this history there is a feeling among many

Flemish inhabitants that they fought their battles to defend their language and that French should never threaten Dutch again and thus it should be banned. This issue was also addressed in the first chapter as the “emancipatory struggle” as referred to by Arblaster (2006). It could thus be argued that when foreign languages are used in Flanders, for example in the discussed setting, English is preferred over French which was, and is arguable still seen, as a threat.

In conclusion, the top-down results for Aalst were in line with the hypothesis that all foreign languages would be banned and excluded from this type of signage. In Kortrijk, however, this was not the case. Nevertheless, it is important that in one case this was due to the desire to provide information for tourists. For the bottom-up signage it could be concluded that the usage of foreign languages is mostly limited to symbolical use, but not exclusively. Thus purely from a quantitative perspective, it could be argued that the top-down agents trying to intervene in the LL were right in that the usage of French (and other foreign languages) is not solely symbolical. However, the relative proportion of the usage of English in bottom-up signage is always larger than that of French, while English was never mentioned in the previously discussed newspaper articles.

### 3. SUBCATEGORIES

In this section a second subdivision will be made - following Cenoz & Groter (2006: 71) – with regard to the bottom-up signs between international, national and local shops or commercial spaces. For this subdivision some bottom-up units were not taken into account, i.e. posters to local events as they are not issued by a shop or restaurant in the area. For this section, first the results for the international shops are presented and compared, for which both cities are expected to show very similar results since it is expected that these companies are not focussed on local dynamics with regard to language use. In this analysis, again street visibility, frequency tables and façade visibility will be presented. After that, the analysis of national chain shops will be dealt with and discussed. Thirdly, this section will focus on local privately owned businesses, again first presenting the quantitative data followed by a discussion of the analysis. In these discussion, my hypotheses will be compared to the results. Lastly, a brief conclusion taking all three categories into account will be formulated, concerning commodification and fetishization.

#### 3.1 International chains

##### Kortrijk

In Kortrijk 34 units were categorised as belonging to the international chain commercial space. Examples of shops belonging to this category and encountered in Kortrijk are *United Colors of Benetton*, *Promod*, *Kruidvat*, etc. Figure 28a displays the street visibility per language for this type of businesses, showing that the absolute values obtained by the category Other are very low (0,17).

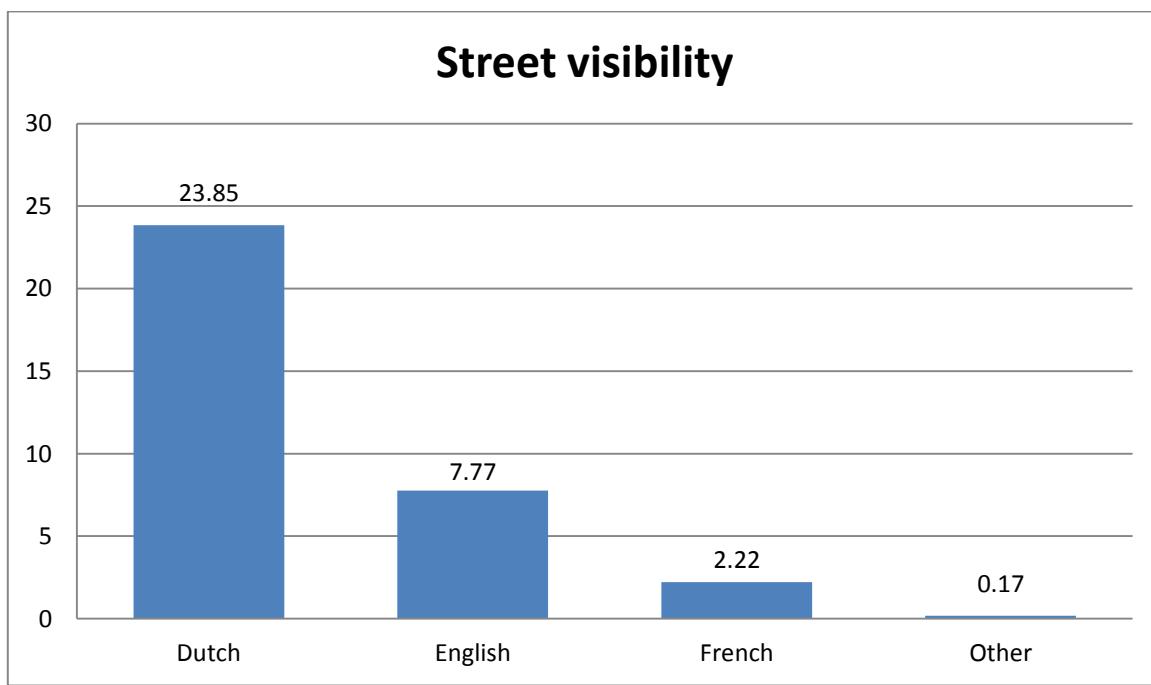
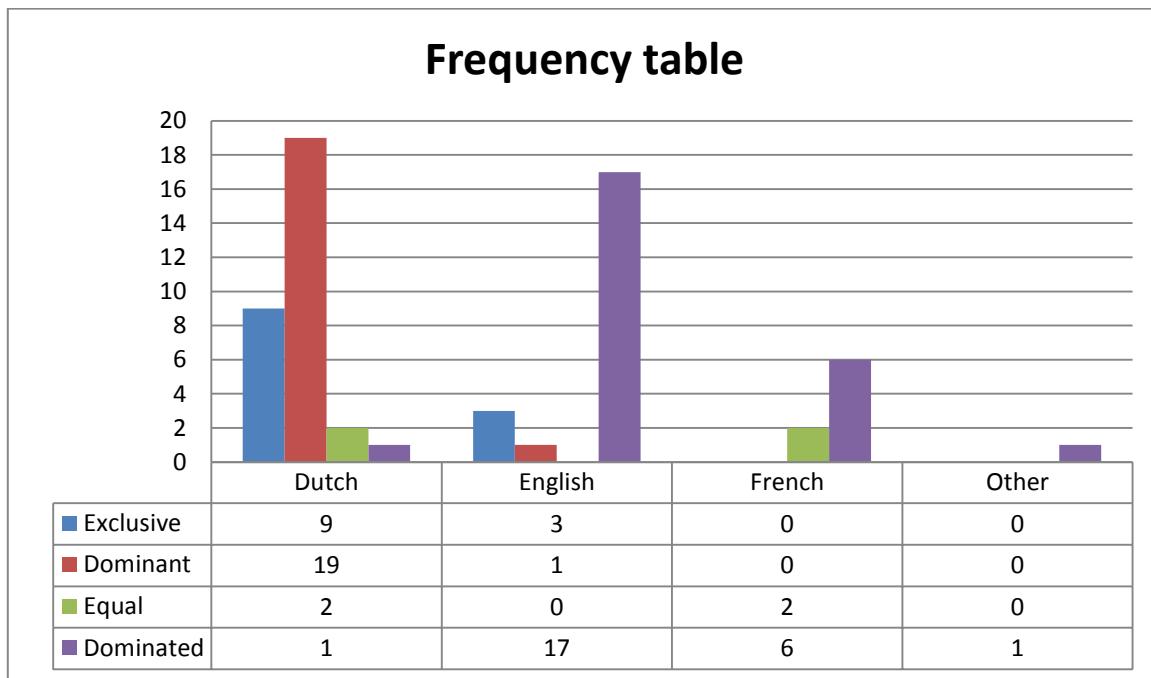
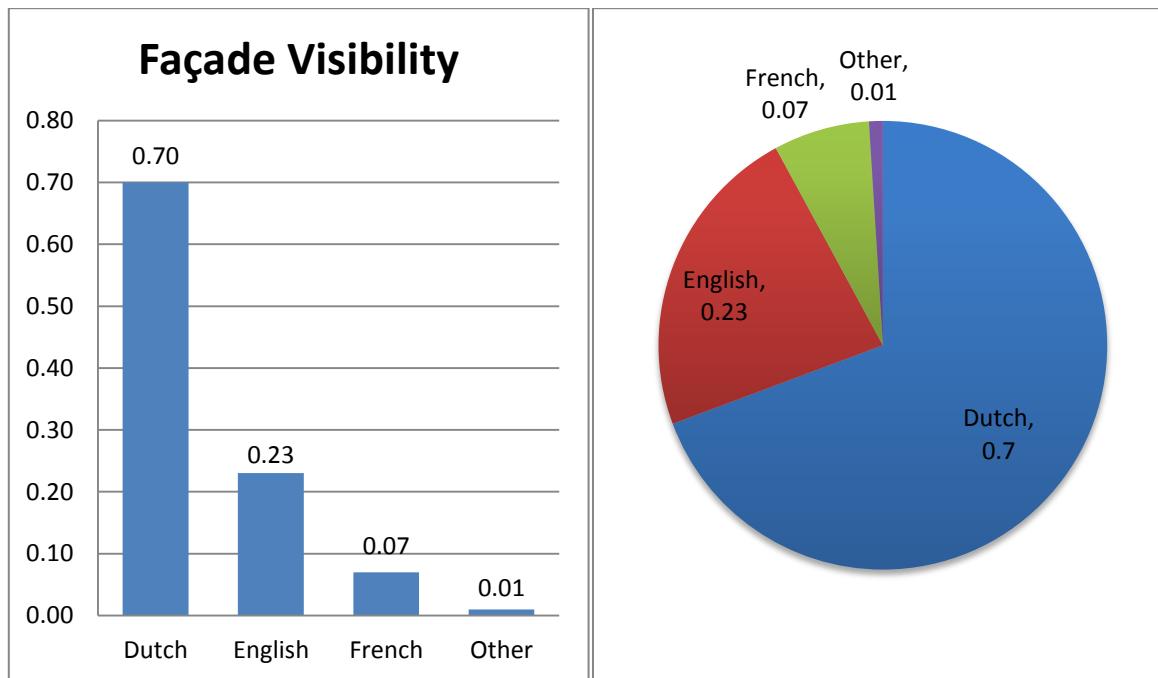


Figure 28a: International chain Kortrijk

Figure 28b represents the frequency table for the international chain businesses in Kortrijk. Interesting is the fact that Dutch occurs more often in dominated position on non-equivalent multilingual signage than on monolingual Dutch signage. English occurs most often in dominated position and two equivalent multilingual units displaying both French and Dutch were encountered.



**Figure 28b:** International chain Kortrijk

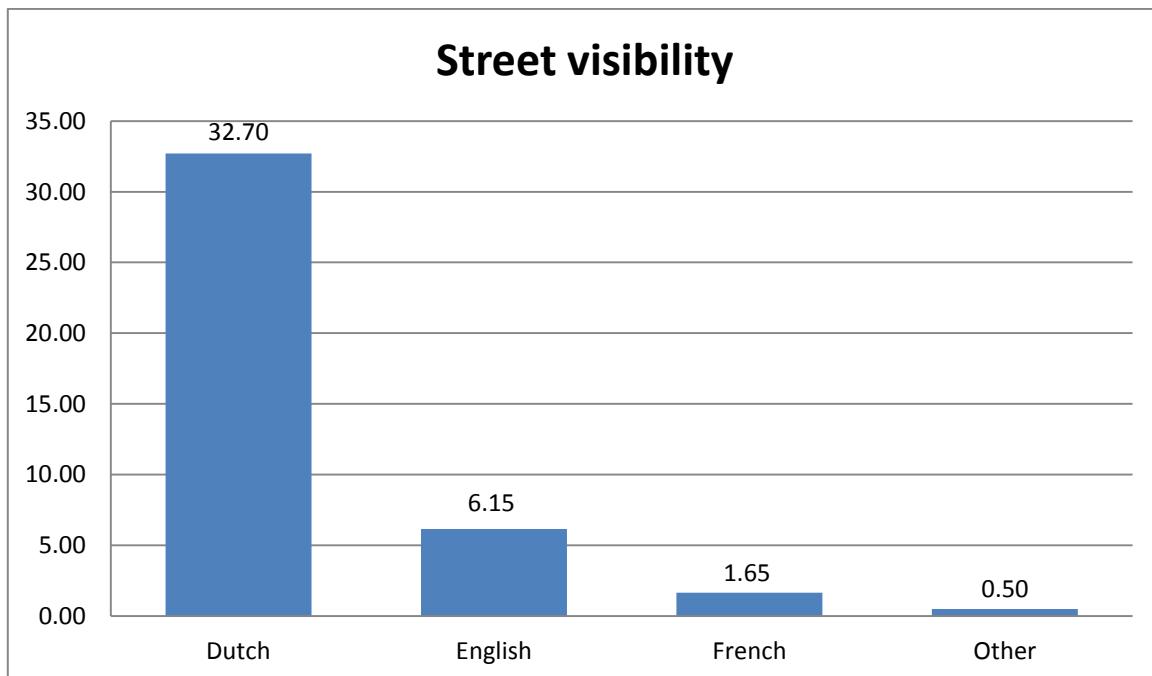


**Figure 28c:** International chain Kortrijk

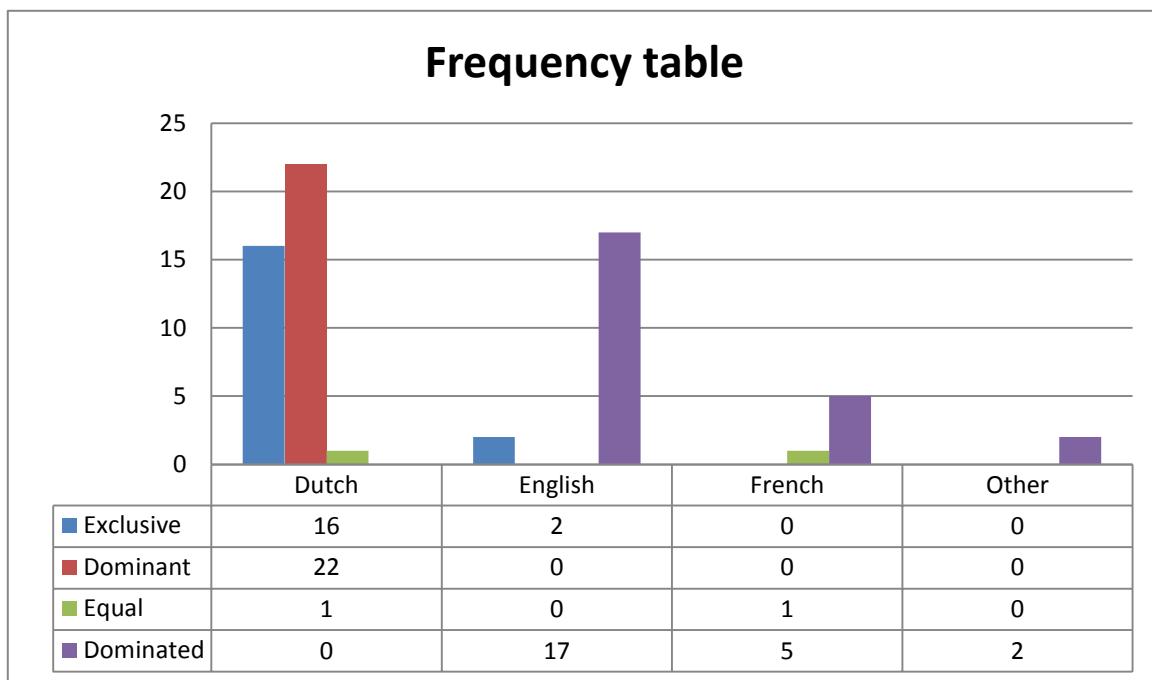
Figure 28c represents the relative visibility scores for Dutch, English, French and Other in this subcategory. The relative visibility score of Dutch (0,70) is highest. However, a fairly high score is obtained by English (0,23).

### Aalst

In Aalst 41 units were classified as international chain commercial space, for which the street visibility per language is given in figure 29a, clearly showing the dominance of Dutch.



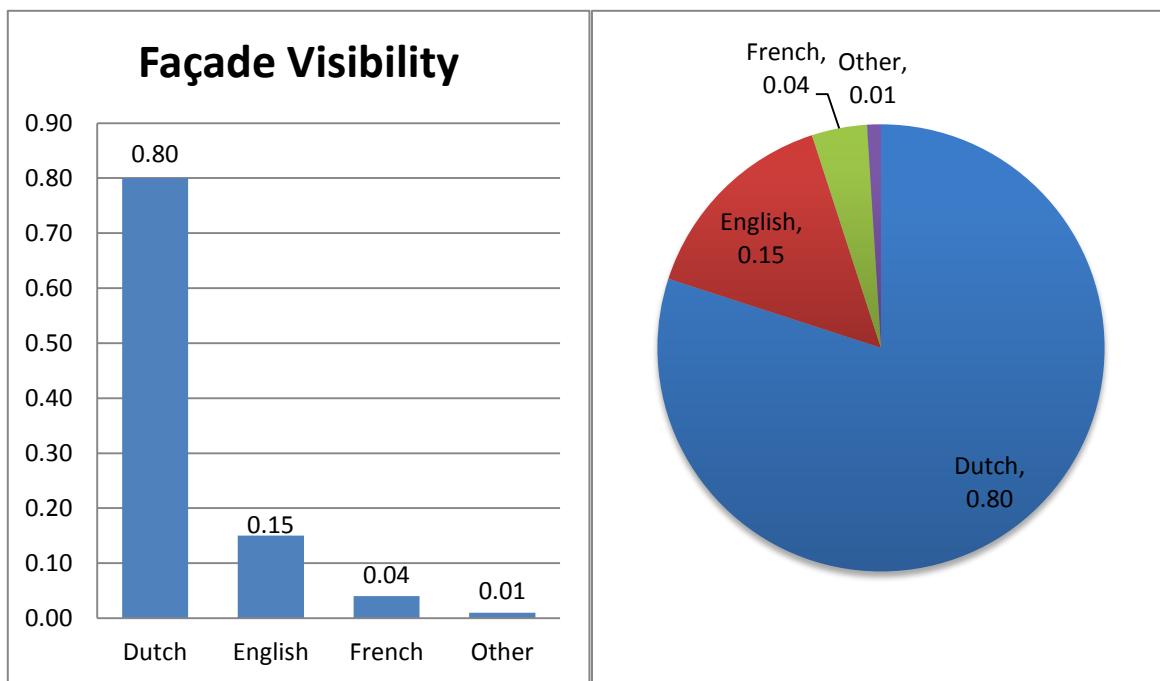
**Figure 29a:** International chain Aalst



**Figure 29b:** International chain Aalst

The frequency table (29b) suggests that Dutch occurs more often in dominant position while English occurs almost exclusively in dominated position, with the exception of two monolingual English units. The category Other only occurs two times, both in dominated position. One equivalent multilingual unit was encountered displaying French and Dutch.

The relative visibility score of Dutch is highest (0,8) followed by English (0,15) as can be seen from figure 29c.



**Figure 29c:** International chain Aalst

#### **Discussion international chain**

As expected the international chain results do present a similar picture for both cities. While in the general landscape results Dutch was most often displayed on monolingual signage, the language is more encountered as being dominant rather than exclusive for signage issued by international chain shops and businesses. The most frequently encountered language combination on this type of signage is Dutch and English, more specifically on non-equivalent multilingual signage. For example, in Aalst the shop *Takko* displayed a sign with the opening hours in Dutch and the English slogan ‘Best fashion, best prices’.

The relative visibility scores for English are fairly high: 0,15 in Aalst and 0,23 in Kortrijk, which comprises almost a quarter of the pie chart in figure 28c. These high scores are not unexpected in this type of signage since globally English is an important language. As could be seen from the frequency tables, English most often occurred as the dominated language. English has thus most

often received a score of 1 which indicates that English is most often used as an additional language, either to supply a translation or for symbolical purposes and clearly dominated by Dutch in terms of quantity and relevance of information<sup>18</sup>. The above example of *Takko* also illustrates this usage of English. As explained in the theoretical framework (section 2.3, cf. supra) language use for symbolical purposes comprises the use of a language in slogans or short campaign sentences displayed on shop windows. Piller (2001: 160) explains that “slogans, short phrases that accompany the brand name, are meant to encapsulate the identity or philosophy of a brand” and says that the language of the slogans in her corpus was English in 45% of the cases. It is thus not surprising that the results of this research corroborate this and that English occurred most often in dominated position. With regard to the relative visibility scores of English for the international chain commercial spaces, it could also be argued that language is viewed as a tool to enter the globalised market as described by Duchêne & Heller (2012: 371).

For both cities several instances of equivalent multilingual signage were encountered for which the language combination was always Dutch and French. This was encountered e.g. for *Mister Minit* in Aalst and for *Kipling* and *Delvaux* in Kortrijk. The choice for the display of both Dutch and French in equal position could be based on different motivations for these shops. For *Mister Minit* and *Kipling* the choice could be motivated by “budgetary considerations” (Vandenbroucke 2010: 64). This comprises that the international chain company decides to produce one advertisement campaign, or in the case of *Mister Minit* one décor, which is then spread across all Belgian shops of the company. In other words, the same posters and props are then spread in Flanders, Wallonia and Brussels-Capital Region. For the *Delvaux* shop in Kortrijk the same motivation may have led to the display of Dutch and French in equivalent multilingual signage. However, it might also be possible that the choice to display French in Flanders in a *Delvaux* shop is motivated by other reasons. Kelly-Holmes (2000: 74) has stated that “apart from its function as a signifier of good food and drink, the French language has also become a social hieroglyphic for femininity, fashion and beauty in intercultural advertising communication”, after which she refers to an advertisement by *Chanel*, a brand similar to *Delvaux*. It is thus possible that the usage of French in the *Delvaux* shop in Kortrijk aims at instigating associations with French fashion and femininity which has a certain prestige. Put differently, the French language might be fetishized in this case, while that is unlikely in the case of *Mister Minit* and *Kipling*.

Concerning the category Other, the relative visibility scores are fairly low in both cities (0,01 in both cases). For both Kortrijk and Aalst the language that was encountered and classified as Other was German. The German language was for example encountered on the façade of a shop called

---

<sup>18</sup> The usage of English as an additional language will further be discussed in chapter 3, qualitative discussion (cf. infra).

*Vom Fass* in Aalst, selling different types of oil. German was solely encountered in the shop's name (the brand was originally created in Germany) while other information was given in Dutch. It is noteworthy that German is the third official language in Belgium. Consequently, with regard to all international chain businesses encountered in both cities, the three official languages of Belgium and additionally English are displayed. However, it is unlikely that the German language was consciously used because it is an official language in Belgium by *Vom Fass* since the company originated in Germany.

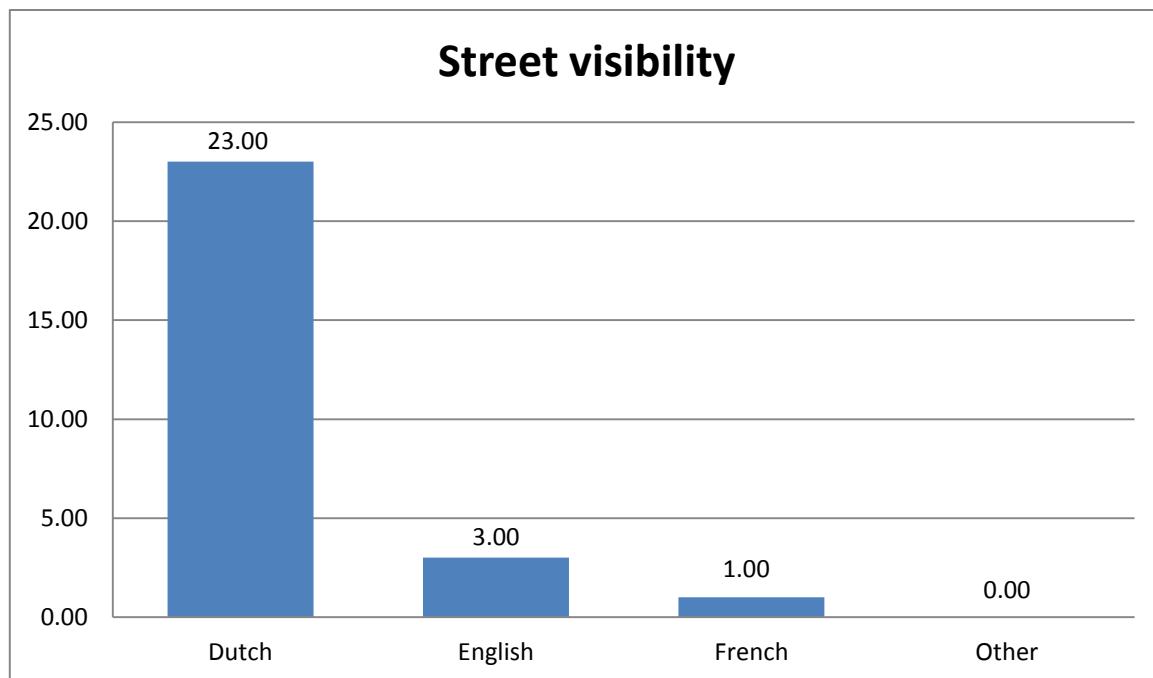
In general the results confirm the hypothesis that both cities present similar display of languages with regard to international chain businesses, especially concerning the display of English. The relative visibility score of English is fairly high in both cities. Dutch occurs less frequently in monolingual signage as a result of the larger number of non-equivalent multilingual signage displaying Dutch and English. The display of equivalent multilingual signage in Dutch and French could be motivated by various strategies.

### **3.2 National chain**

For both cities, shops like *Chill'out*, *Van Hassels* and *T2* were categorised as national chain shops. These shops originated in Belgium and only have establishments in the country. Shops like *Panos*, who originated in Belgium but have holdings in foreign countries were considered to be international chain shops. There are three possible hypotheses for the national chain businesses. First it is possible that English is less strong than in international chain shops because national businesses are influenced by the national language policy concerning Dutch and French and thus are more attentive towards the local language policy and dynamics than international chain businesses. Secondly, more equivalent multilingual units displaying French and Dutch might be encountered for budgetary reasons. Additionally, one could hypothesise that the relative visibility of Dutch would be fairly large for this type of businesses, since within Belgium the different LL actors could be very aware of the language history (cf. supra) and sensitivity in the country and thus would be more prone to opt for Dutch in Flanders and French in Wallonia.

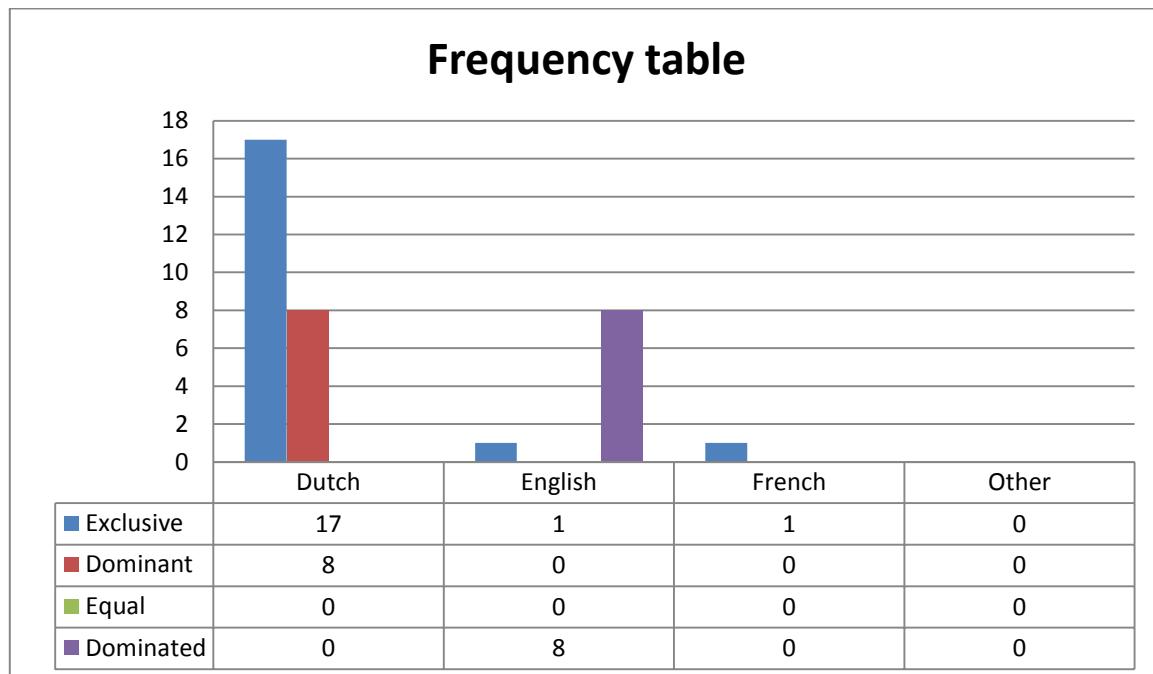
#### **Kortrijk**

In Kortrijk 27 units of analysis of this type were encountered. The street visibility scores per language are shown in table 30a. This figure shows the clear dominance of Dutch and the fact that the category Other is not encountered on signage issued by national chain businesses.



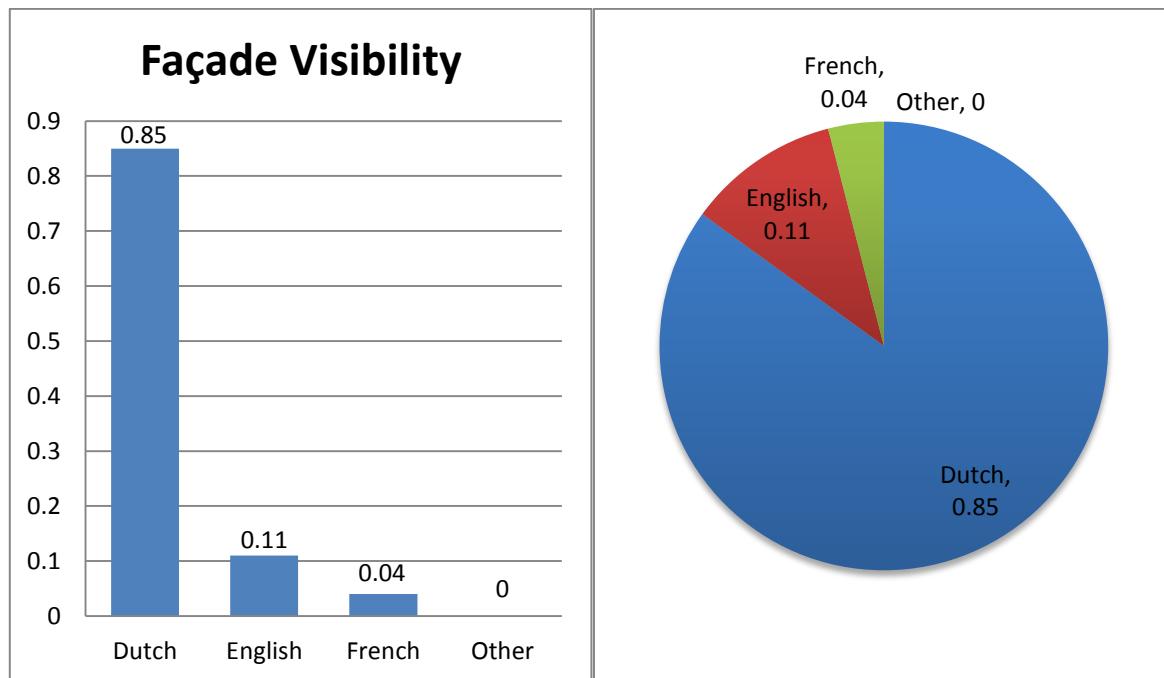
**Figure 30a:** National chain Kortrijk

The frequency table (30b) suggests that most units display exclusively Dutch. One monolingual English and one monolingual French unit were encountered. Other units displayed non-equivalent multilingual signage with Dutch as the dominant and English as the dominated language.



**Figure 30b:** National chain Kortrijk

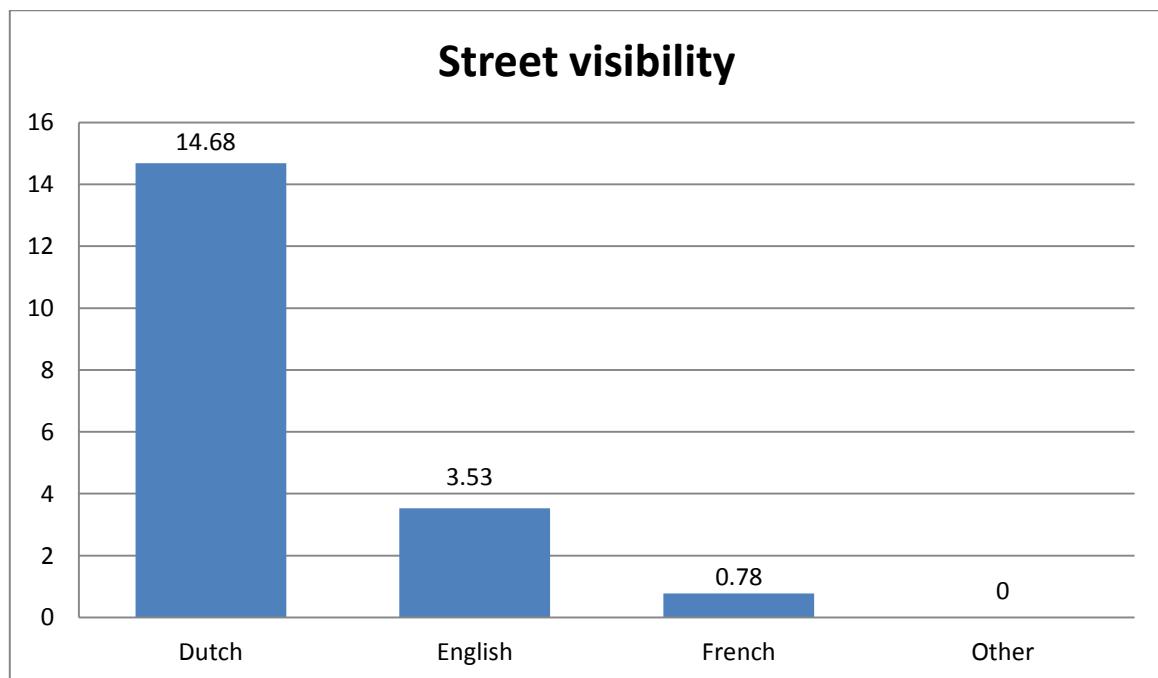
The façade visibility of the languages encountered on these signs is presented in figure 30c, showing that Dutch (0,85) is most strongly represented. English (0,11) and French (0,04) were also encountered while other foreign languages were not.



**Figure 30c:** National chain Kortrijk

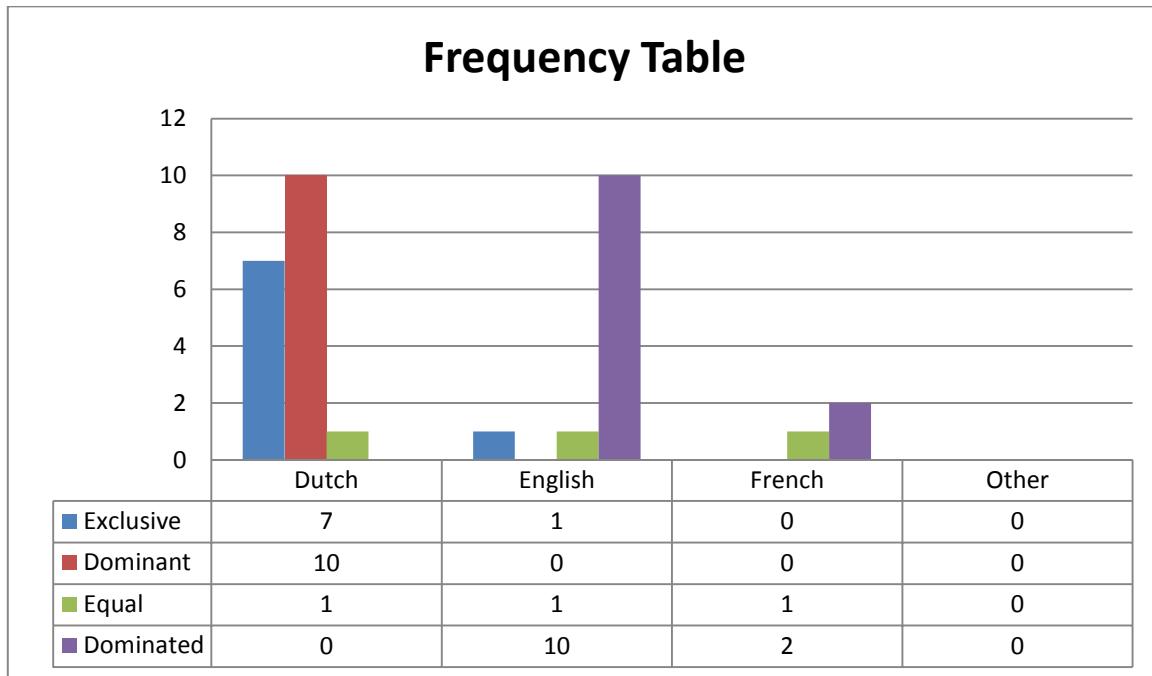
### Aalst

The national chain results for Aalst are presented in figures 31, concerning 19 units of analysis.

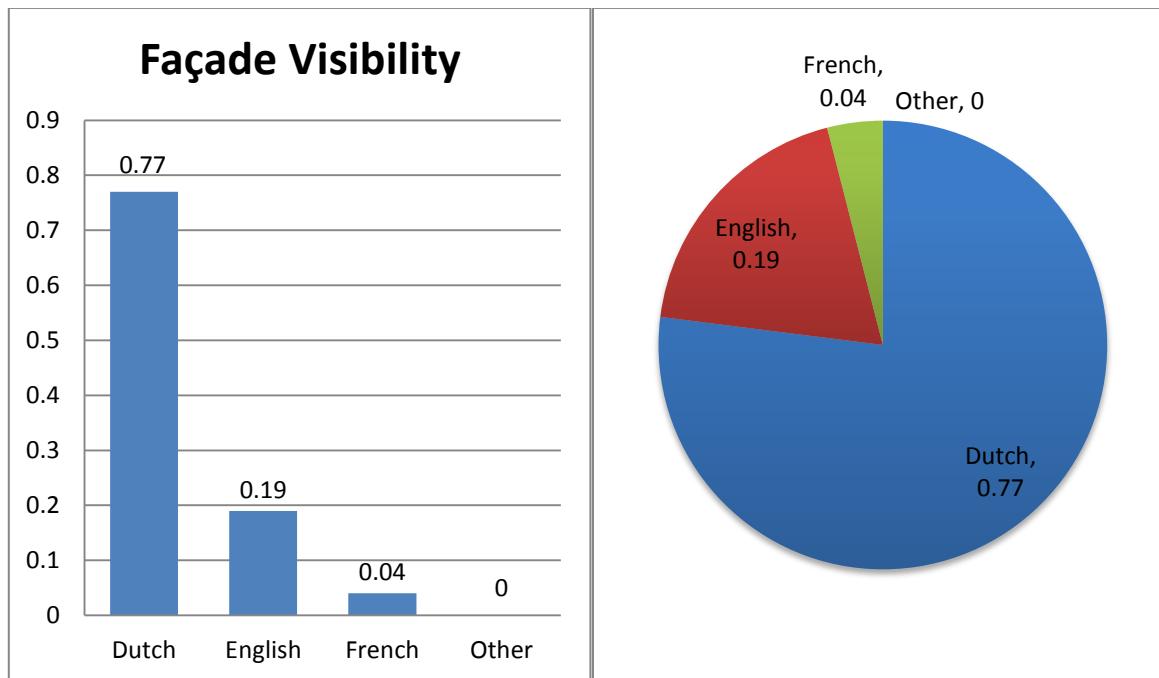


**Figure 31a:** National chain Aalst

Figure 31a shows how Dutch is again strongest with regard to street visibility and that the category Other was not encountered. Figure 31b shows the frequency table from which it becomes obvious that most signage displayed both Dutch (dominant) and English (dominated). One monolingual English unit was encountered and one equivalent multilingual unit displaying Dutch, English and French.



**Figure 31b:** National chain Aalst



**Figure 31c:** National chain Aalst

Figure 31c represents the relative visibility scores. From this figure it can be seen that the façade visibility of French (0,04) is lowest with regard to the occurring languages. The façade visibility of Dutch is again highest (0,77), followed by English (0,19).

### Discussion national chain

For the national chain commercial spaces, both cities present a somewhat differing picture in that for Kortrijk most units were exclusively Dutch, while for Aalst most units were non-equivalent multilingual, displaying Dutch and English. I expected the relative visibility score of English to be lower in this analysis, but for Aalst it remains higher than expected. Next to that, in both cities monolingual English units were encountered, while this is not an official language. The monolingual English sign in Aalst was issued by a company called *SCMS real estate* while that in Kortrijk was encountered in relation to a shop called *Lab9*, selling Apple products.<sup>19</sup> From a purely quantitative point of view it was surprising to encounter monolingual national units displaying another language than Dutch. Also the number of non-equivalent multilingual units displaying Dutch and English was unexpected. English was for example encountered at a shop called *Tiffany's* (Aalst), more specifically in the shop's slogan "the most precious of gifts". In Kortrijk, English was for example encountered in the slogan of the shop *T2*: "Vintage second hand" and in the not-abbreviated version of the shop's name: "*think twice*". Both examples illustrate the usage of English as the subordinate language (because factual information - such as opening hours - was given in Dutch). The unexpectedly high number of non-equivalent multilingual signage displaying English and the high relative visibility score of English could be due to a desire of national chain businesses to express modernity, as English is more suited for that than the local language (Cenoz & Gorter 2006: 79). Kelly-Holmes (2000) explains why the usage of English in intercultural advertising is unique, however, the explanation might also clarify why national companies in Belgium feel the need to display English:

(...) the English language has meaning, use and significance independent of the countries in which it is spoken. Thus we see its use as a symbol of anational identity, of globalism, of youth, of progress and modernity; at one and the same time, it can bear the properties of pan-Europeanness / Americanness / globalism. (76)

In other words, Belgian companies might feel the need to display English as it is associated with attractive qualities such as youth and modernity. Next to that it is a symbol of a-national identity and thus neutral, which would not be the case when a slogan would be presented in French. From a quantitative perspective it is hard to judge whether or not English is fetished but its stronger relative

---

<sup>19</sup> Even though Apple is an international brand, the company Lab9 selling it, is only located in West Flanders and East Flanders: <http://www.lab9.be/nl/winkels-4252.htm>

visibility score then French in both cities suggests that its usage might be preferred over the less neutral French.

With regard to the category French it could be expected to encounter especially equivalent multilingual signs in the national chain commercial space as national companies then provide one advertisement and spread it across all stores in Belgium which is arguably less expensive. However, across both cities only one equivalent multilingual unit was encountered (in Aalst). This unit concerns a telephone booth displaying all information in Dutch, French and English. Prominent is the fact that all information was displayed in these three languages and not in Belgium's three official languages – in which case German would be displayed instead of English – as these telephone booths are spread across the country. With regard to French, the one monolingual French unit was also unexpected. This unit concerns the already discussed *Bar des Amis*.<sup>20</sup> Altogether, the results are not in line with the second established hypothesis concerning French being displayed for budgetary considerations.

With regard to the language category Other, no units were encountered. This was not surprising (except for the above explained example of the telephone booth and German) as it was hypothesised that foreign languages belonging to the category Other would be especially encountered on both cities' Grote Markt in relation to pubs and restaurants, which are businesses that are usually privately owned and thus will be discussed in the next section.

### **3.3 Local privately owned business**

This part of the analysis concerning the different subcategories will discuss the privately owned commercial spaces' LL for Kortrijk and Aalst. Local shops encountered in both cities are for example restaurants on the cities' Grote Markt or shops that have no other establishments in other cities. For these businesses it was expected that more multilingualism would be encountered because privately owned businesses are often restaurants and pubs focussing on tourists and thus displaying foreign languages. In this respect, often made associations between a language and a certain type of business were also expected, for example the display of Italian in relation to a business selling food (e.g. an Italian restaurant or Italian grocery store). Next to that, for local businesses the choice of displayed languages on the business' façade depends on the owner's preferences and desires. In this case, as opposed to the international and national chain businesses, there is thus a greater influence of the local LL actor. In this respect, Spolsky (2009: 30) has discussed "agency in public signage" which thus should be considered when researching local privately owned businesses. Spolsky (2009: 33) proposes three conditions for the choice of languages: the first is to "write a sign in a language

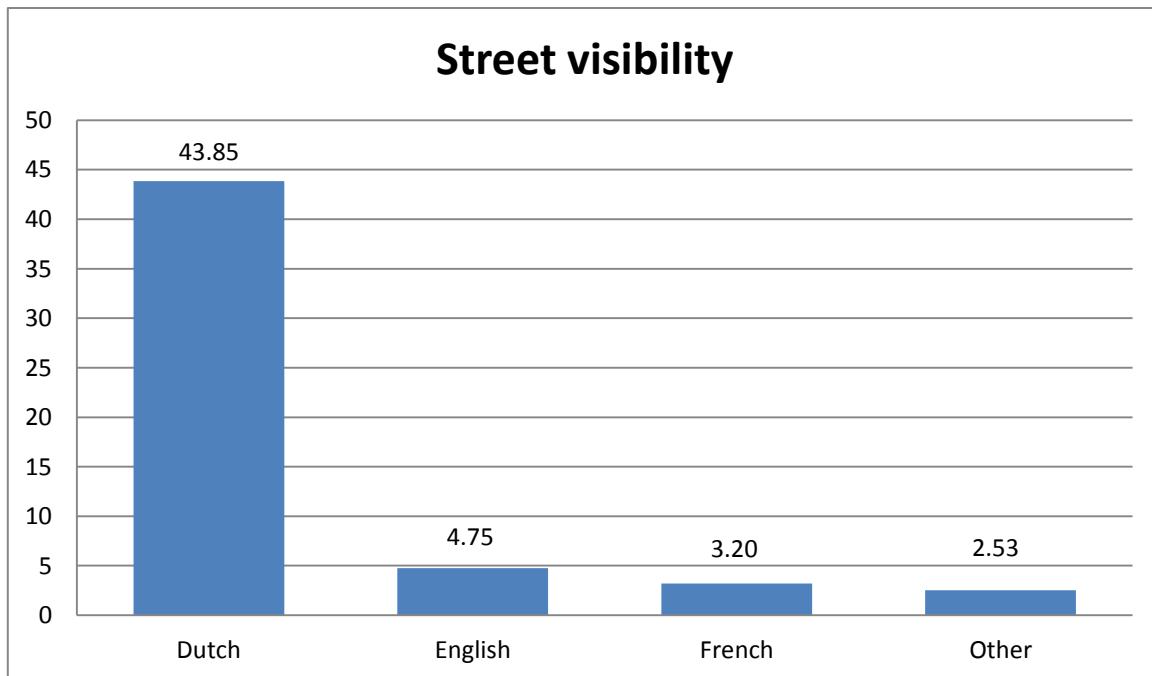
---

<sup>20</sup> Bar des Amis is a pub but was considered as belonging to the national chain commercial space as other establishment of this business are located in Ghent, Bruges and Brussels: <http://www.bardesamis.be/> As was previously discussed in this chapter, this unit only consisted of the name of the business. No other information was displayed (cf. supra).

you know", the second the "presumed reader's condition" - which is explained as "prefer to write a sign in a language which can be read by the people you expect to read it" - and the third is termed the "symbolic value condition" which is explained as "prefer to write a sign in your own language or in a language with which you wish to be identified". These conditions could on the one hand lead to a higher relative visibility score of Dutch as the shop owner might want to stress his or her own language. On the other hand it might lead to an increased usage of English so as to be associated with the above explained positive values (i.e. modernity, youth, etc.). In this respect, the category Other might be increasingly encountered as foreign languages could be used as a means of authentication.

### Kortrijk

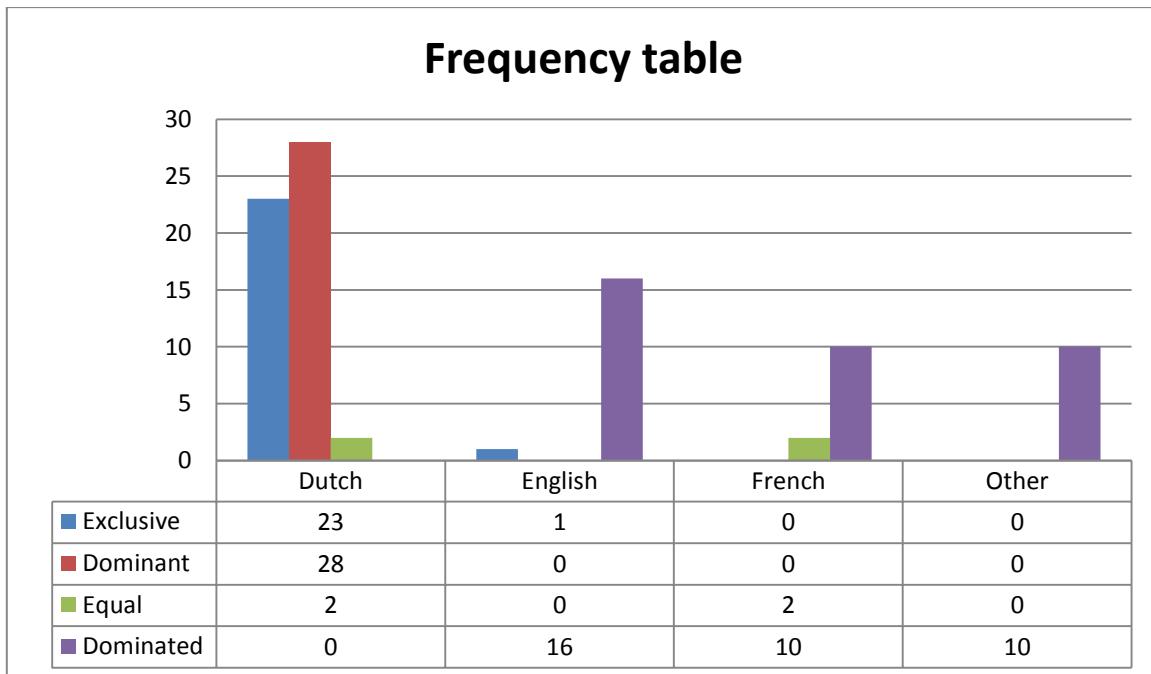
In Kortrijk 54 units of this type were encountered, for which the street visibility per language is shown in figure 32a. The absolute scores obtained by Dutch are highest (43,85). The scores for English (4,75), French (3,20) and Other (2,53) are equipollent.



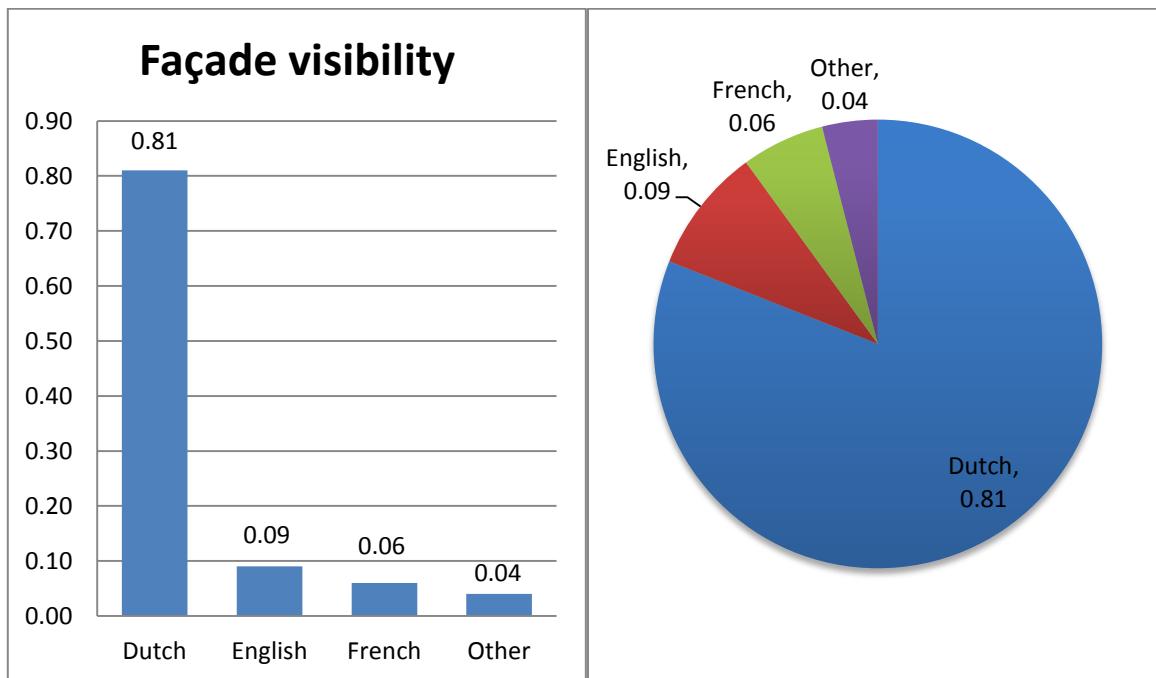
**Figure 32a:** Local business Kortrijk

The frequency table is represented in figure 32b. Dutch occurred most often in dominant position on non-equivalent multilingual signage. The display of foreign languages (i.e. languages other than Dutch) in dominated position is rather high and comparable: 16 for English, 10 for French and 10 for

Other. Two units displayed equivalent multilingualism including the languages Dutch and French.



**Figure 32b:** Local business Kortrijk

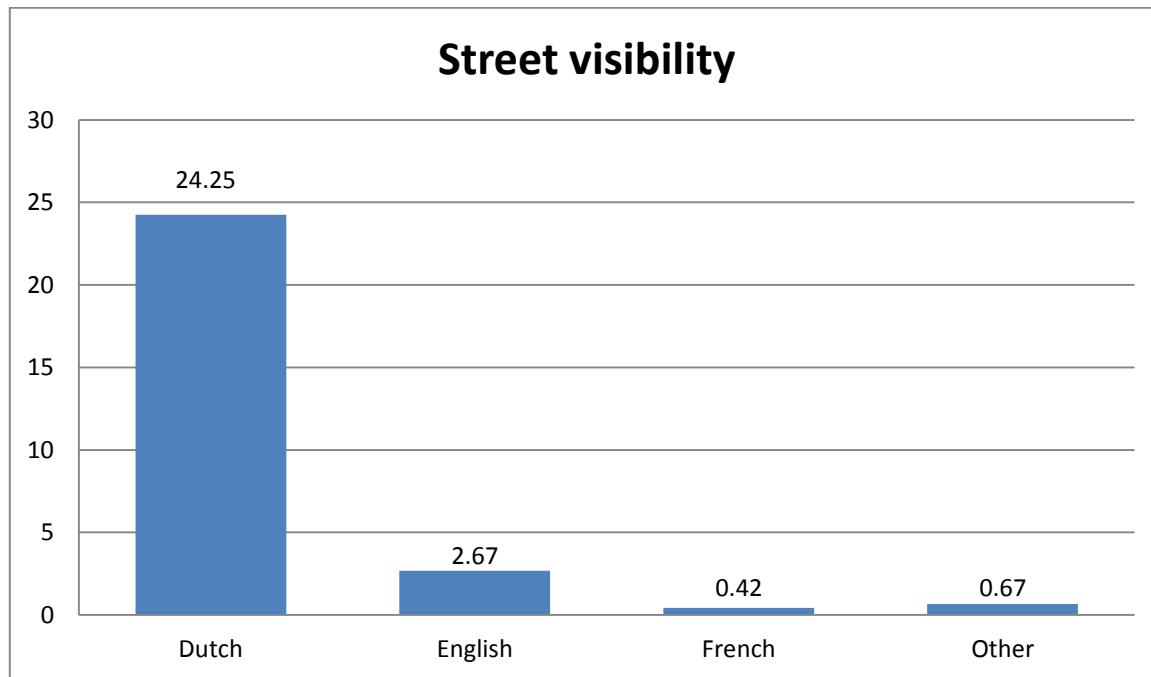


**Figure 32c:** Local business Kortrijk

The façade visibility for the encountered languages for local shops in Kortrijk can be seen in figure 32c. This figure shows that the relative visibility score of Dutch is clearly highest (0,81).

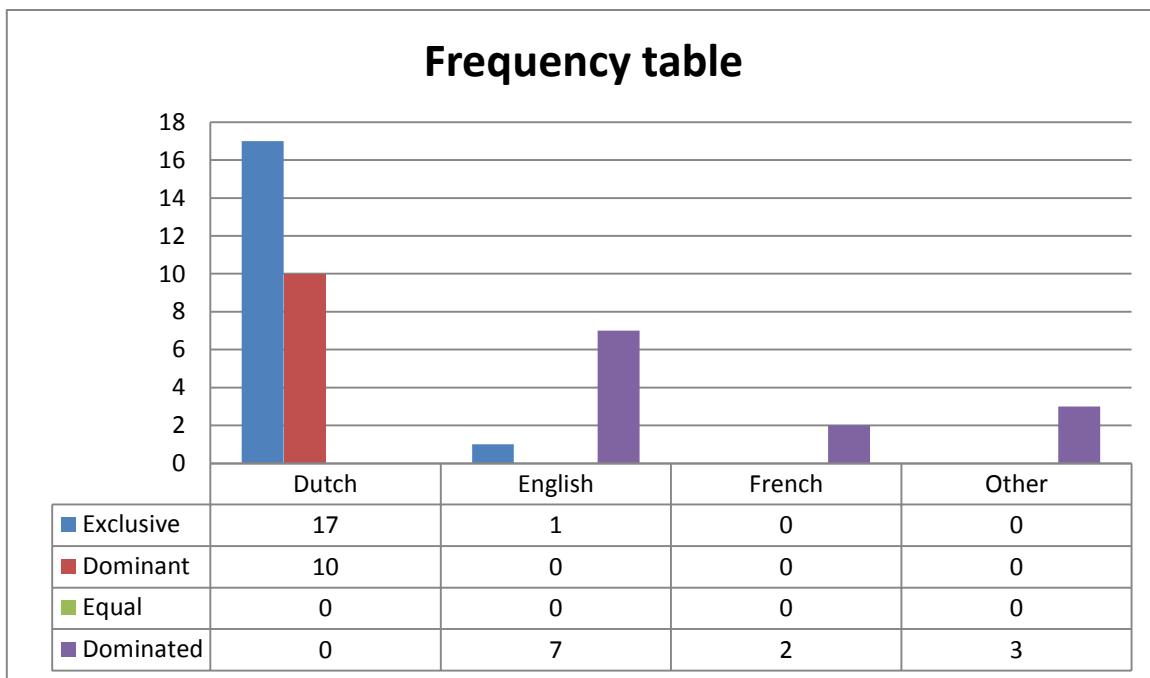
## Aalst

Figures 33 shows the results for the local businesses encountered in Aalst. Here only 28 units were classified as local business while 55 local units were encountered in Kortrijk. The absolute scores per language can be seen in figure 33a.



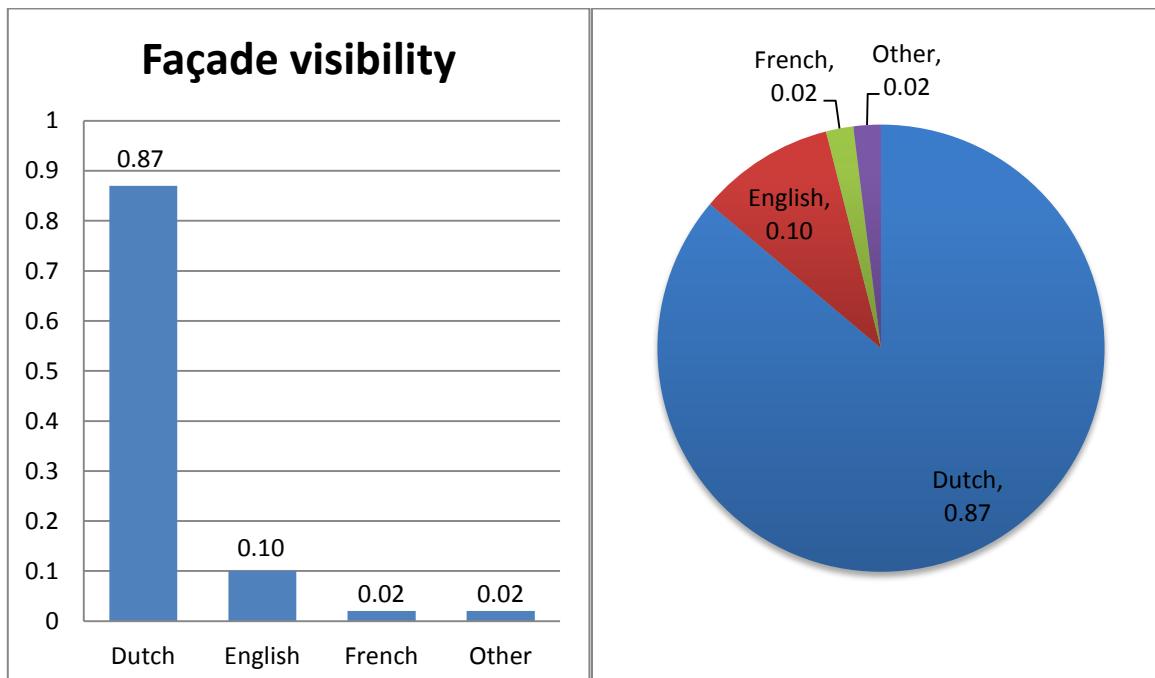
**Figure 33a:** Local business Aalst

The frequency table in 33b suggest that the majority of the units were monolingual Dutch. All other encountered units displayed non-equivalent multilingualism with the exception of one monolingual English unit.



**Figure 33b:** Local business Aalst

Figure 33c shows that only low relative visibility scores are attributed to foreign languages (0,1 to English, 0,02 to French and 0,02 to Other) while a very high score is encountered with regard to Dutch (0,87).



**Figure 33c:** Local business Aalst

### **Discussion local privately owned businesses**

For this part of the quantitative analysis, it was first of all hypothesised that more multilingual units of analysis would be encountered. The local business frequency table of Kortrijk confirms that hypothesis in that more non-equivalent multilingual units were encountered than monolingual units. In these units, English, French and Other occur a significant number of times in subordinate position (English 16 times, French and Other 10 times). Foreign languages encountered in Kortrijk in the privately owned business' façades were: German, Italian, Thai and Japanese. However, the relative visibility scores show that Dutch is yet much stronger (0,81) than the other language categories, which is due to the number of monolingual Dutch units as opposed to the smaller number of monolingual foreign units. The frequency table of Aalst is not in line with the proposed hypothesis. Most units (17) displayed solely Dutch and only 10 units displayed (non-equivalent) multilingualism. Nevertheless, it should be kept in mind that fewer local businesses were encountered in Aalst than in Kortrijk. Looking at the façade visibility of the languages in Aalst, a similar picture is presented. Dutch has the highest relative visibility score (0,87), much higher than the other language categories. With regard to the first hypothesis concerning multilingualism it is also noteworthy that no units displaying equivalent multilingualism were encountered in Aalst while two were encountered in Kortrijk: one on the Grote Markt (for a restaurant) and one in the Lange Steenstraat (*Scaldis*, which will be further discussed in chapter 3, cf. *infra*). Taking all this information into consideration, it could be concluded that Aalst and Kortrijk present different results in that Kortrijk confirms the hypothesis regarding the expected multilingualism more than Aalst does.

Secondly, it was expected that the same associations between a language and a type of business would return in both cities. For Kortrijk, German occurred one time and thus will not further be discussed. Japanese also occurred one time, in relation to a Japanese restaurant (*Nagomi*). Thai was encountered two times, both in relation to a Thai restaurant. In this case it could be argued that the language was used in order to create a certain ethnic ambiance associated with the country, similar to the usage of Chinese in Chinatowns as described by Leeman & Modan (2009). The usage of Thai in these businesses probably does not go as far as turning it into a commodity (like Chinese in Chinatown is) but it is a clear example of using a language in the LL to evoke authenticity. Another unit displaying Thai was encountered, a poster for a Thai party, which was not taken into consideration in this part of the quantitative discussion.<sup>21</sup> On this poster all practical information regarding the party was provided in Dutch, French and Thai equally. Thai is not the subordinate language for this unit but treated as equal to Dutch and French. For that reason it is safe to assume

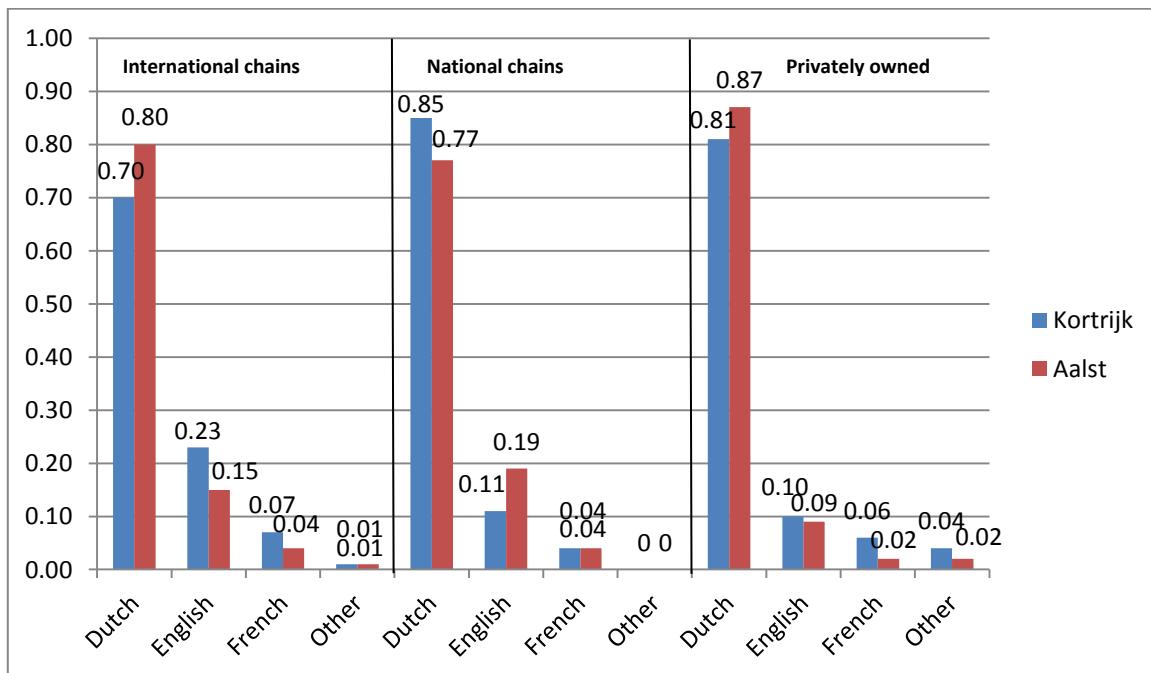
---

<sup>21</sup> As was explained before, posters were not taken into account when analysing the different subcategories as they were not issued by a shop in the researched LL.

that the purpose is not to evoke associations with authenticity, but to genuinely inform an ethnic Thai community, presumably living in the area. This example could thus be contrasted with the two instances of Thai in relation to a restaurant. The third foreign language (i.e. belonging to the category Other) encountered in Kortrijk was Italian; two times in relation to clothing and food, four times in relation to food and drinks. In Aalst, Italian was encountered two times, both on the façade of a clothing shop. This is the only language belonging to the category Other that can be compared across both cities as in Aalst no other foreign languages – with the exception of one German and one Spanish sentence on the menu card of Café de Paris<sup>22</sup> – than Italian occurred. The same associations are thus made between Italian and high end fashion. Within Kortrijk the same associations return as well, which is in line with the hypothesis based on research that has been done on language fetishization (Kelly-Holmes 2000) and language being turned into a commodity (Leeman & Modan 2009, Piller 2001, Duchêne & Heller 2012, Heller 2003).

### 3.4 Commodification and fetishization along the three subcategories

In this section the findings are recapitulated and the second main research question concerning commodification and fetishization of especially English or other foreign languages, along all three subcategories: international chain commercial spaces (3.1), national chain commercial spaces (3.2) and privately owned businesses (3.3), is addressed. Before starting this discussion, figure 34 represents the façade visibility of the researched language categories for the three subcategories.



**Figure 34:** Subcategories façade visibility

<sup>22</sup> On the menu card of *Café de Paris* the sentence “*de keuken is doorlopend open*” was translated in French, German, English and Spanish respectively.

As expected the relative visibility score of English was high in both cities on signage issued by businesses classified as international chain business (0,23 in Kortrijk, 0,15 in Aalst). It was pointed out that English most often occurred as the dominated language on non-equivalent multilingual signage. International chain businesses could be related to the new economy Duchêne & Heller (2012: 370) talk about, as their activity is organised on a global scale. They argue that in this respect “language choice does not occur in a vacuum; it is a highly strategic choice that is contingent upon the desire to target a specific market” (373). Duchêne & Heller (2012: 381) also mention that English is considered as a lingua franca in this new economy, which is in line with the quantitative data in this research. Remarkable, however, is the relative visibility score of English in Aalst with regard to national chain businesses; 0,19 which is higher than that of the international chain businesses (0,15). The high façade visibility of English for national chain businesses was in part related to the association that is made between the English language and a sense of youth and modernity on the one hand, but especially to a-nationality on the other hand. With regard to English, Duchêne & Heller (2012: 376) also state that “multilingualism can be seen as problematic if English is not among the national languages” but this is seemingly not the case for Kortrijk and Aalst as we can derive from the discussed newspaper articles in which English was not perceived as a threat. Arguably, this could by extension be relevant for Belgium as a whole. The relative visibility score of English with regard to privately owned businesses is comparable for both cities: 0,09 in Kortrijk and 0,10 in Aalst. This means that English is omnipresent in all three categories which could possibly be an indication that the English language might be fetished, not in the sense that we link it with what we know about the speakers of English (as in the definition of fetishization by Kelly-Holmes (2000)) but probably with American culture which we associate with modernity. Next to that we might say English is turned into a commodity as it is considered as a valuable ‘tool’ or marketing selling strategy by the shops belonging to all three categories. More specifically, since English has the highest relative visibility score of all foreign languages (i.e. languages other than Dutch) encountered in both cities, across all three categories, one could derive from this information that English is considered as a tool for selling more goods and attracting more clientele, because as Piller (2001: 163) explains: “a general advantage of the use of a foreign language is that it impedes automatic processing and thereby arrests the attention of recipients for a longer timespan than monolingual native-language advertisements would”. The following extensive quote from Kasanga (2012: 64) summarises how we should perceive the omnipresence of English:

The symbolic value of English has been identified variously as “language display” (Eastman and Stein 1993), “linguistic fetish”, “commercial symbolism” (Kelly-Holmes 2000; 2005), “mystique” (Bhatia 2006), or “ethnolinguistic value” (Haarmann 1989). (...) English is seen as

a symbol of modernity (Veléz-Rendón 2003), and prestige (van Meurs et al. 2006); it is, thus, used to give superiority to products (Baumgardner 2006), to make them look fashionable (Thonus 1991), sexier and cooler (Moore and Varantola 2005); it may also serve for ornamentation and aesthetic appeal (Ndinga-Kouumba-Binza 2006) to enhance products' image (van Meurs et al. 2006) or simply "add to the colourfulness and attraction of an ad" (Chen 2006: 467). In brief, English has persuasive power to sell (Masavisut et al. 1986; Thonus 1991).

With regard to the languages other than Dutch and English, fetishization of French was discussed in the case of *Delvaux*. For the category Other the same associations were made across all three categories. This was explained in relation to the desire to express authenticity. This could also be linked to commodification of language in the new economy because as Duchêne & Heller (2012: 374) state: "authenticity becomes one of the main selling points in the global network in that it creates a niche market. And language plays a central role in creating an air of authenticity". This means that one could presumably argue that instances of language commodification and fetishization were found for English, French and Other languages. Individual instances illustrating this conclusion will be discussed in the following qualitative chapter.

## 4. CONCLUSION

In this quantitative chapter I have focussed on three main aspects: the general landscape results, the discrepancies between top-down and bottom-up units and the different configurations with regard to international chain, national chain and privately owned commercial spaces. I have formulated my hypotheses which were then confirmed or disproven by the quantitative data, based on a specific language visibility score system focussing on Dutch, English, French and Other. In the discussion of the data, a possible explanation was offered in order to account for the quantitative results as presented in this study.

For the general landscape results the next observations were made. First of all, the relative proportion of Dutch was – not surprisingly – highest in both cities in comparison to the other language categories. Within both cities, the relative visibility score of Dutch was higher on the Grote Markt when compared to the main shopping street. Dutch is the “leading language both in terms of dominance” (i.e. from a quantitative perspective) “and in terms of autonomy” (i.e. the official language for public communication) (Barni & Vedovelli 2012: 29). Secondly, in both cities English was the second most prominent language, even though it is not an official language in our country. A comparison was then made to the LL of other regions, for example Israel, Ljouwert and Bloemfontein – cities across different continents – from which it was concluded that the strong position of English is a widespread phenomenon. Thirdly, French was considered. The presented data show that the relative visibility scores of French are in both cities higher on the Grote Markt as compared to the shopping street. Especially the Grote Markt of Kortrijk turned out to be exceptional in that the façade visibility of French was higher there than that of English, which was not the case in any other research setting. Fourthly, the relative visibility scores for the category Other were rather low in both cities. For the general landscape results it could thus be said that the two chosen cities, Kortrijk and Aalst present very similar results.

In the second section I discussed top-down and bottom-up results for both cities. From this analysis it became obvious that Kortrijk and Aalst presented somewhat different results. With regard to top-down signage it was concluded that Aalst confirmed the hypothesis that all foreign languages would be banned and excluded. Next to that, attention was paid to the occurrence of multilingualism on official signage in Kortrijk. This was attributed to the desire to provide information for tourists in one case, while this explanation was insufficient for a second multilingual top-down unit in Kortrijk. With regard to bottom-up signage it was to be determined whether the usage of foreign languages, especially French, would be limited to symbolical or additional use. In both cities instances of foreign languages, including French, used with informational value were encountered. As an illustration, photographic material from the *Kipling* shop in Kortrijk was added to the discussion. It was also

argued that the display of foreign languages for informational purposes was more encountered in Kortrijk than it was in Aalst. Another important observation was the relative visibility score of English, which was in both cities higher in bottom-up signage than the relative visibility score of French. When concerns about foreign languages in the LL were uttered in the press review, English was not mentioned as a threat as the focus was always aimed at French. As a possible explanation accounting for the quantitative results, I mentioned the Belgium language history and how this has affected language sensitivity in Flanders (especially vis-à-vis French). Nevertheless, it was concluded that from a quantitative point of view it cannot be said that foreign languages are only used because of their symbolic value.

A third analysis focussed on three different subcategories. For the international chain businesses the data confirmed the hypothesis in that Dutch was more frequently encountered on (non-equivalent) multilingual signage than on monolingual signage in both cities. With regard to the equivalent-multilingual signage displaying Dutch and French two possible strategies were discussed which could have instigated the choice of displayed languages. The case of *Delvaux* was arguably analysed as an instance of language fetishization as the French language was associated with fashion and beauty. A second motivation comprises budgetary considerations in the production of posters for a particular campaign. As expected, the relative visibility scores of English were rather high in international chain businesses' façades, which was explained – based on other LL research – by stating that English could be considered as a lingua franca in the new economy. With regard to the national chains commercial spaces, it was argued one could expect to encounter multiple equivalent multilingual signs for the above explained budgetary considerations. However, this was not the case in both cities. Another hypothesis comprised that LL actors in Flanders are possibly aware of the Belgium language history and as a result they are more prone to opt for the display of Dutch in Flanders. Unexpected was the fairly high relative visibility score of English in both cities for the national chains commercial space. A possible explanation that was given is the association between English and modernity, again an attractive quality. It was also explained that it might be possible that English is seen as a neutral, a-national language by national chain companies, as opposed to French. This could explain why the relative visibility score of English was higher than that of French in both cities for this subcategory. In line with the expectation, the category Other was not encountered. With regard to the privately owned businesses, Kortrijk and Aalst were not as similar as in other cases. Kortrijk presented more multilingual units – confirming the hypothesis – while in Aalst the majority of units solely displayed Dutch. What was, however, similar for both cities was the high façade visibility of Dutch. Secondly, in so far as comparison was possible, the same associations between a language and a particular type of business were encountered in both cities: the Italian language was associated with clothing in Kortrijk and Aalst. Within Kortrijk there was also a recurrent

pattern of the association of Italian with food and drinks (e.g. restaurants). Finally, in a comparative section it was argued that the rather large façade visibility of English in all three categories could be due to commodification of the English language because it is probably seen as a valuable tool for selling products and catering to a younger demographic. Next to that, fetishization of the English language was discussed but in a more general sense, which comprises that English is presumably not associated with what we know about speakers of the language (as in Kelly-Holmes' (2000) definition of fetishization) but with attractive qualities like youth, modernity and particularly for Belgium a-nationality.

In all cases and all analyses Dutch is the most powerful language which is not peculiar as it is the official language in Flanders and the obligatory language for official communication (cf. supra). Striking is the strong position of English while this was not referred to as a threat in the press review. The above analyses also suggest that the usage of French is not limited to additional or symbolical purposes in both cities. The usage of foreign languages is very limited in both Kortrijk and Aalst. In general it could be concluded that the cities of Kortrijk and Aalst present a similar picture but when looking deeper into the different subtypes of signage (top-down, international chains, national chains, privately owned businesses) some small differences between the two cities are revealed.

# CHAPTER 3: QUALITATIVE DISCUSSION

In the first chapter it was explained why a quantitative discussion on its own is not sufficient to analyse the photographic material. Next to that, examples of other LL research combining a quantitative and qualitative approach were discussed. In the first section of this chapter some LL elements that were encountered will be discussed from a qualitative perspective, focussing on French, English and complex multilingual units. A second section will comprise some notes on the semiotic landscape of Kortrijk and Aalst for which the scene and setting were broadened and thus not only taking the main shopping street and Grote Markt into account but also the surrounding streets located in the city centre. Thirdly, the interviews that were conducted will be discussed in order to gain more insight into how the linguistic landscape as recorded and presented in this study is perceived, focussing on three different groups: top-down actors (one alderman in both cities), bottom-up actors (two shopkeepers in both cities) and LL interpreters (four passers-by per city).

## 1. DISCUSSION OF PHOTOGRAPHIC MATERIAL

In this section a variety of LL items will be focussed on in more detail. First some photographic material related to the display of French will be discussed. Secondly, the display of English will be focussed on in relation to the commodification and fetishization of the language. A third subsection will discuss some complex multilingual units and how they were coded according to the sign coding system established in this study.

### 1.1 French

As was specified in section 3 of chapter one, the Belgian language legislation states language use is free in private affairs (cf. supra). With regard to the commercial space it was stated that commercial signs issued by the government have to use Dutch in Flanders. In this respect, a signs that was considered as a top-down unit in Kortrijk, which was already mentioned in the previous chapter (quantitative results and discussion, cf. supra), is noteworthy and will be repeated here as figure 35.



Figure 35: Gift certificate, Kortrijk

Most information (except ‘*wij aanvaarden*’ and ‘*Kortrijk*’ in the middle) is displayed in both Dutch and French even though this sign is partly issued by the local authority of Kortrijk. This sign thus seems to be in conflict with the language legislation. However, as was already mentioned, the sign is also issued by *Het Handelsdistrict Kortrijk* which is a corporation of business owners in Kortrijk and thus to be considered as bottom-up. Consequently, no straightforward answer as to whether or not this sign is in line with the Belgian language legislation can be given. In the previous chapter this sign was discussed as a top-down unit but one could consider this a hybrid sign since no clear categorisation of the sign is possible. In this respect some researchers (e.g. Kallen 2009 in Jaworski & Thurlow 2010) have written on the sometimes problematic distinction between top-down and bottom-up. Spolsky (2009: 28) for example states that often a third possibility is missed by which he refers to private and government signs both regulated by the government or government signs under local control. He further argues “I suggest we consider a sign as the result of a process with several participants” (31). Coupland (2010: 97) has argued “we need to see *all* linguistic landscaping as generated ‘from above’, if, as I propose, this means that it is conditioned by language-ideological forces and strategies” and thus he argues all LL elements are influenced in a top-down manner. Nevertheless, as we have seen in the quantitative discussion, some differences between the top-down and bottom-up analysis were revealed. When considering this unit of analysis as top-down, the following assertion from Jaworski & Thurlow (2010: 10) is particularly interesting for the status of French in Kortrijk:

It is commonly believed that, apart from indexing a particular linguistic community, the act of displaying a language, especially on official, central or local government signage, carries the important symbolic function of increasing its value and status.

Increasing the status of French, perhaps subconsciously, thus seems to be in contrast with the discussed newspaper articles in which the usage of the language was disputed via a particular incident (i.e. *Frituur Grand Place*). A second issue regarding this unit was discussed in the quantitative chapter as it was explained why Dutch received a value of 3 and French a value of 1, even though a lot of information was displayed in French. This sign was thus included in this qualitative chapter in order to demonstrate how the French language was used in the LL in order to provide information for passers-by, arguably by top-down LL actors.

A second interesting example of the informational value of French was encountered on the storefront of a shop called *Systar*. Figure 36 shows two signs that were displayed on the entrance door.

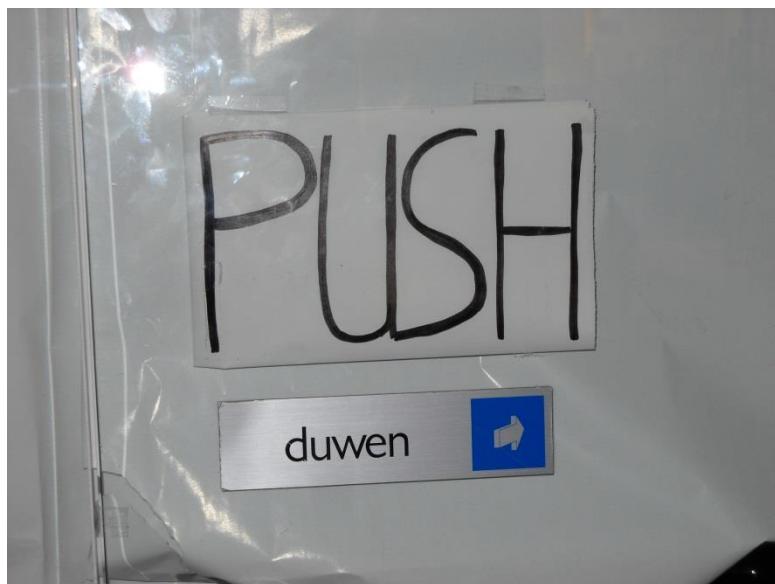


**Figure 36:** Systar, Steenpoort Kortrijk

The metal sign saying '*duwen*' (push) is clearly purchased and is displayed and addressed to Dutch-speaking clientele. We can derive from this picture the owner felt the necessity to display this information in French as well, as he or she deliberately added a hand-made sign on which '*duwen*' is translated to the French '*pousser*' and placed above the Dutch sign. I hypothesise from this that we can project the two different signs onto a time scale, in that the metal Dutch sign was purchased and displayed first and only later the hand-made sign was added. Supporting this hypothesis is the difference in material used to produce the signs, because as Vandenbroucke (2010: 104) mentions:

Different orientations of signs onto a time scale often go hand in hand with differences in material qualities. The material quality of a sign thus provides information about the sign's intended temporal relevance, durability or importance and which position it takes on a time scale.

The choice to later add a French translation of the Dutch sign could be due to an increase in the French-speaking clientele and thus due to the necessity to provide information in French. The idea of a time scale is especially interesting with regard to this shop since in a later stage of this study, the shop's façade had changed. When I returned to Kortrijk to analyse the semiotic landscape (cf. infra), I noticed the French sign was replaced by another hand-made sign as can be seen in figure 37.



**Figure 37:** Systar, Steenpoort Kortrijk

The French sign '*pousser*' was now replaced by another hand-made sign saying '*push*'.<sup>23</sup> Since the store was closing down, no questions could be asked about the change in signage. However, it presents an interesting example of how bottom-up actors cope with multilingual clientele.

A different example of the informational value of French stems from *Ici Paris XL* in Kortrijk which can be seen in figure 38. Here the same information as in the above discussed *Systar* example is given: '*duwen*', '*pousser*'. However, both are displayed on metal signs. All signs (i.e. from *Systar* and *Ici Paris XL*) were analysed in the same way, since from a purely quantitative perspective both French and Dutch were displayed. Nevertheless the contrasting of both units reveals interesting insight into the display of French for informational purposes.

<sup>23</sup> Since this sign was encountered in a later stage, this is not represented in the quantitative analysis because as explained in the methodology section (4.3 unit of analysis, cf. supra) this study represents a screenshot of reality and thus the units of analysis as encountered on a specific day.



**Figure 38:** Ici Paris XL, Lange Steenstraat Kortrijk

The above mentioned examples could be contrasted with occurrences of French for symbolical reasons, similar to *Frituur Grand Place* (cf. supra). As an example *Schoonheidsinstituut Femme* could be mentioned, from which a poster can be seen in figure 39. This unit could be analysed as an example of language fetishization because as was previously mentioned, Kelly-Holmes (2000) has stated that the French language could be associated with femininity.

From these examples and the previously discussed units of analysis in relation to French in the quantitative chapter, one can conclude the French language is used for a variety of reasons. Even though the relative visibility of the French language turned out to be rather small in the quantitative chapter, one should bear in mind the complex reality presented by certain signs, as can be seen from the discussed photographic material.



**Figure 39:** Femme, Grote Markt Kortrijk

## 1.2 English

In this subsection bottom-up units of analysis will be discussed in order to further address the usage of English in the LL. Interesting in this respect is the finding that monolingual English signs were encountered on which informational content was displayed. The following pictures (figures 40-42) are illustrations of these monolingual English signs.



**Figure 40:** Score, Lange Steenstraat Kortrijk



**Figure 41:** Pieces, Steenpoort Kortrijk



**Figure 42:** Rituals, Nieuwstraat Aalst

These examples show how the English language is used to provide information about discounts (figure 40), opening hours (figure 41) and type of clothing ('trousers'; figure 41) and thus including these pictures serves as a useful illustration as to how English is omnipresent in the LL and how information is provided in a language that is not an official one in Belgium. Especially important is that for all the examples in the above pictures, no Dutch translation was to be found. In this respect Vandenbroucke (2014) has argued:

As pointed out by various scholars, the place occupied by English in the global LL is becoming increasingly more prominent and dominant, regardless of whether the local population is proficient in English or whether the language has any official status in the region and, at times, its hegemony can even result in English monolingual signage without concession to the local autochthonous languages.

I already proposed different possible reasons for the display of English in the quantitative chapter. These possibilities include: English as a tool for selling more goods (commodification), the usage of English to be associated with attractive qualities (fetishization), English as a lingua franca in international chain commercial spaces and the choice of an a-national language. For the latter possibility, Ben-Rafael & Ben-Rafael (2012: 82) have already argued English "depolarises" the tension

between Dutch- and French-speaking inhabitants of Belgium and they describe the language as being neutral. Similarly, Ben-Rafael *et al.* (2006: 12) have termed English a “nonforeign language”. Interestingly, Vandenbroucke (2014) explains “it could be argued that English as a stand-off compromise is still a meaningful and loaded choice not to become involved in the conflict and is *ipso facto* not neutral” which aids the interpretation of the above discussed photographs.

### 1.3 Complex multilingual units

During the LL research some complex multilingual units were encountered. A first example is the Italian restaurant *Ristorante Da Franco*, located on the Grote Markt of Kortrijk. The following pictures (figure 43) are extracts from the menu card.

Friesdranken	Boissons Rafraîchissantes
San Pellegrino Bruisend Mineraalwater ¼ l	€ 02,50
San Pellegrino Bruisend Mineraalwater ½ l	€ 04,00
San Pellegrino Bruisend Mineraalwater 1 l	€ 07,00
Coca_Cola	€ 02,50
Coca_Cola Light	€ 02,50
Gini	€ 02,50
Ice_Tea	€ 03,00
Orangeade	€ 02,50
San Pellegrino Plat Water ¼ l.	€ 02,50
San Pellegrino Plat water ½ l.	€ 04,00
San Pellegrino Plat water 1 l.	€ 07,00
Vers Sinaasappelsap	€ 03,50
Tonic	€ 02,50

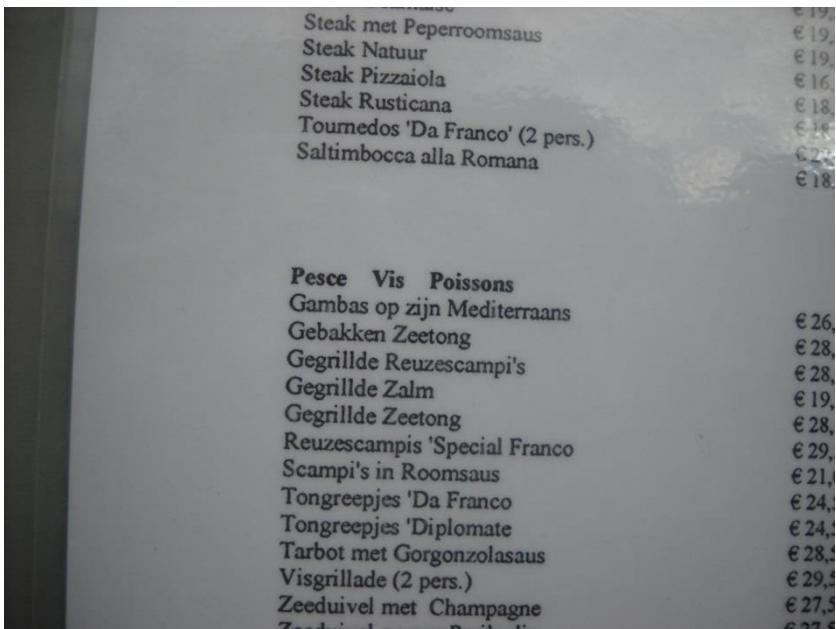
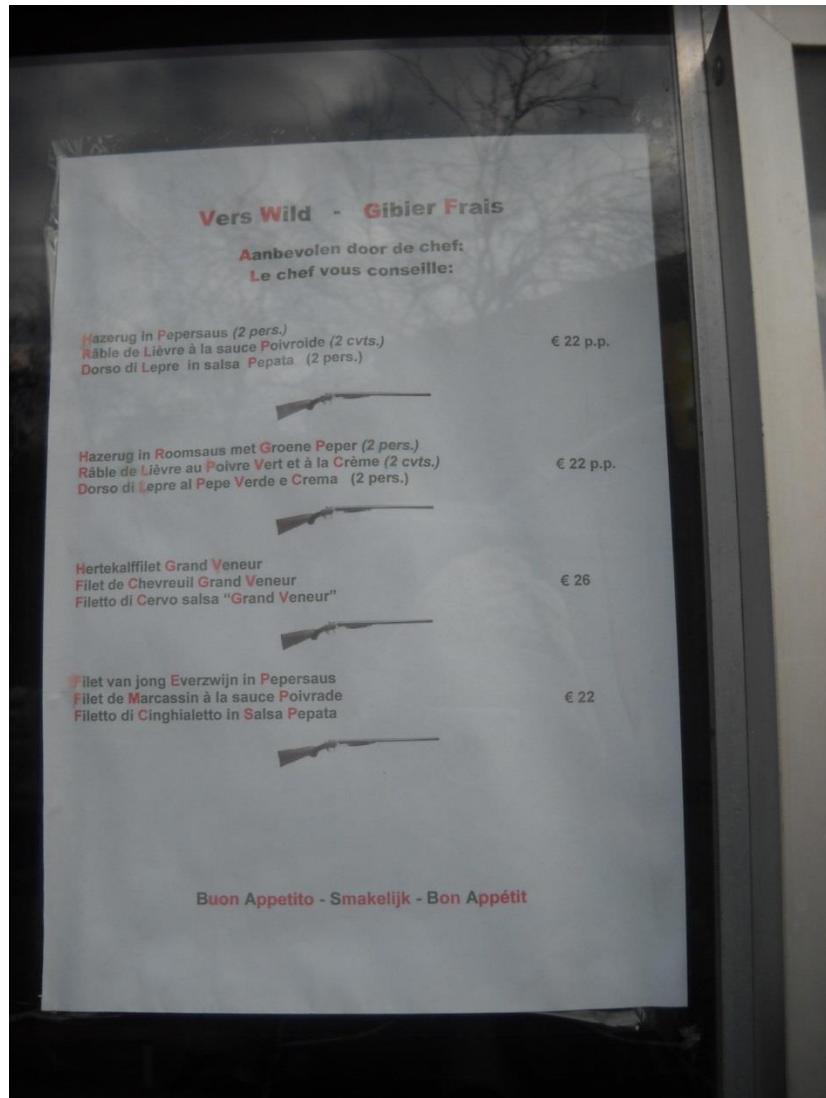


Figure 43: Ristorante Da Franco, Grote Markt Kortrijk

From these pictures it can be seen that three different strategies were used in displaying information. For the first picture, the section for soft drinks is labelled with the Dutch and French word, with a spelling mistake in the Dutch word (*friesdranken* instead of *frisdranken*). On the bottom of that picture '*vers sinaasappelsap*' (fresh orange juice) is only displayed in Dutch, however. On the second picture all information (the dishes' names and heading of the section) is displayed in Dutch. On the third picture the section for all fish dishes is headed by the Italian (*pesce*), Dutch (*vis*) and French (*poissons*) word while for all dishes only the Dutch name is given, again with spelling mistakes (*gegrillde* instead of *gegrilde*). Next to this menu card a special menu was displayed which can be seen in figure 44. All dishes are named in Dutch, French and Italian (in that order) but on top of the

page the information is only given in Dutch and French (*Vers wild – Gibier Frais; aanbevolen door de chef – le chef vous conseille*). This complex unit of analysis was thus hard to analyse according to the established visibility score system. In the score system it was decided to attribute a value of 3 to Dutch since all names of dishes were given in Dutch on the menu card. Dutch was the only language consistently present – even though spelling mistakes were encountered – while French and Italian were considered as additional languages and thus these languages received a value of 1. This example demonstrates the complexity of certain units of analysis.



**Figure 44:** Ristorante Da Franco, Grote Markt Kortrijk

Since spelling mistakes were made in Dutch, one could possibly derive from the pictures of this unit of analysis that the LL actor(s) are not mother tongue speakers of Dutch. Since *Ristorante De Franco* is an Italian restaurant and Italian translations were provided, it could be hypothesised the LL actor(s), and thus the owners of the business, are authentic Italian speakers. Furthermore, an Italian and Sicilian flag were displayed on the business' façade which could arguably support this hypothesis.

The choice to display Italian could in that case be explained as a display of the native language (i.e. “write a sign in a language you know” as explained by Spolsky (2009: 33), cf. supra). The choice to display Dutch could be explained by the “presumed reader’s condition”, as termed by Spolsky (2009: 33) since Dutch is the local language and thus the language of the readers you expect to read the sign. The display of French could be due to a variety of reasons including the desire to provide information for tourists or addressing French-speaking inhabitants of the city of Kortrijk.

A second example comprises the shop *Springfield* in the Nieuwstraat in Aalst. The following poster (figure 45) was encountered there. This example again portrays the complexity of certain units of analysis. The asterisk is accompanied by the word ‘gratuit’ (free) on top of the poster but the conditions under which the discount is granted are displayed in Dutch. This could be due to a translation error as I hypothesise that these posters are distributed in the same configuration along all Springfield shops in Belgium and that they are translated according to where they will be displayed (in Dutch for Flanders and in French for Wallonia). It is possible that one forgot to translate ‘gratuit’ to ‘gratis’. Nevertheless, this poster present an interesting example for LL research. Since other and more Dutch informational content and the English slogan ‘Today is a good day’ were encountered in the shop’s façade, Dutch received a value of 3, English a value of 1 and French a value of 1.



**Figure 45:** Springfield, Nieuwstraat Aalst

## 2. SEMIOTIC LANDSCAPE

The semiotic landscape was defined as “any (public) space with visible inscription made through deliberate human intervention and meaning making” by Jaworski & Thurlow (2010: 2). Gorter (2006b: 87) defined the field of semiotics as “the study of the signs and symbols what they mean and how they are used”. In this section some of these signs and symbols in both cities will be discussed, first for Kortrijk, secondly for Aalst. As was explained before, in order to do so, the scene and setting as established in the methodology section was expanded. Not only the main shopping street and Grote Markt were taken into account but rather a larger portion of the city centre of each city.

### 2.1 Kortrijk

For Kortrijk, an important observation with regard to the semiotic landscape was the occurrence of three Flemish flags on an arch as can be seen in figure 46. This arch is called the ‘*Groeningepoort*’ and commemorates the place where the Battle of the Golden Spurs took place in 1302.



**Figure 46:** Groeningepoort, Kortrijk

The *Groeningepoort* is the entrance to the *Groeningepark* where the following monument (figure 47) is located.



**Figure 47:** Groeningemonument, Kortrijk

The *Groeningepoort* and *Groeningemonument* refer to and commemorate the Battle of the Golden Spurs and were produced in 1902, 600 years after the battle. Important symbols for the semiotic landscape are the Flemish flags and the statue. From the statue, a protected monument, one can see the Virgin of Flanders taming the Flemish lion, a symbol for the Flemish power that has broken loose, roaring threateningly in the direction of France.<sup>24</sup> The Battle of the Golden Spurs is an important moment in Flemish history as it often described in relation to a feeling of ‘Flemishness’ and is still commemorated every year in Flanders on the 11<sup>th</sup> of July as the official holiday of the Flemish community. In French the battle is called ‘*Battle of Courtrai*’ referring to Kortrijk where the battle took place. In article (1) and (2) from the press review appendix, it is mentioned that the alderman Rudolf Scherpereel referred to Kortrijk as being the city of the Battle of the Golden Spurs in which it is inappropriate to display French – inferring it is inappropriate since the Flemish stood their ground in the city against the French army in an attempt of the French to subdue the County of Flanders.

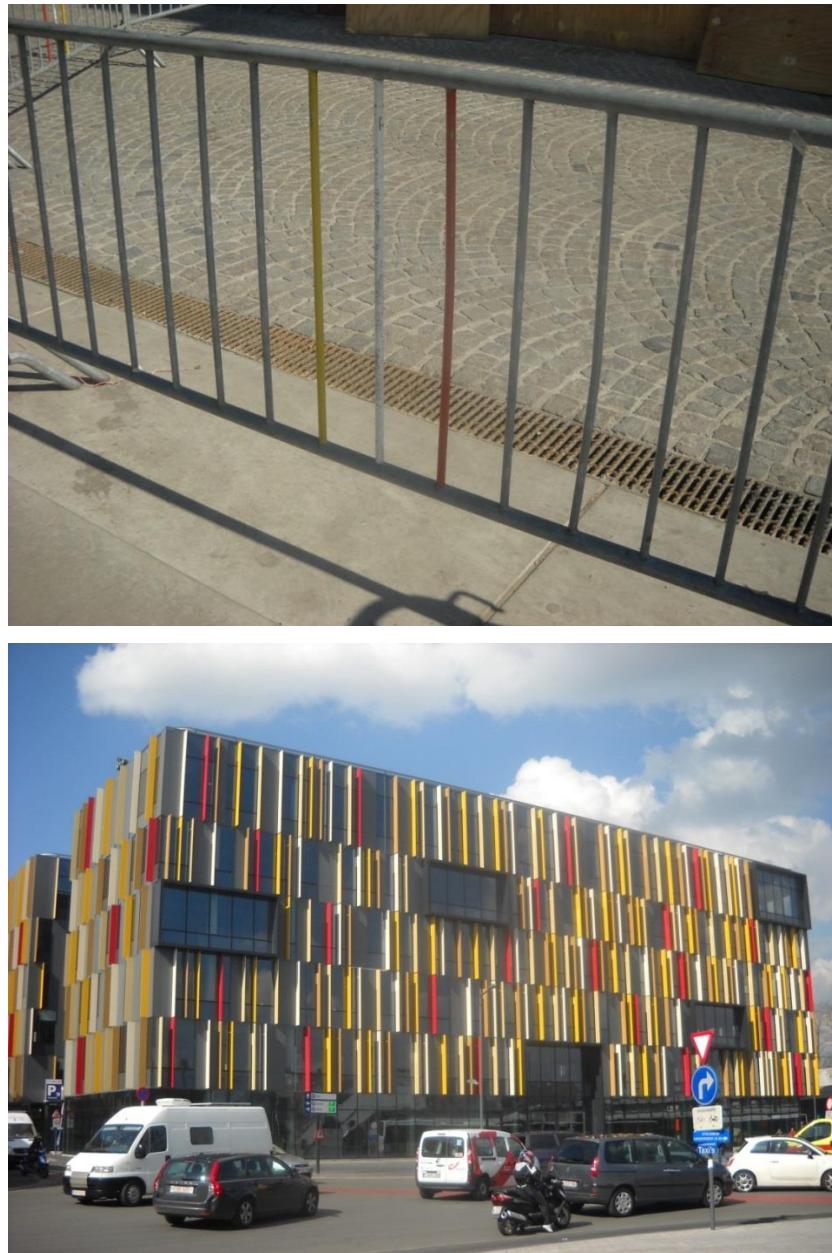
With regard to the semiotic landscape of Kortrijk this example could arguably be seen as an illustration of the importance of stressing the Flemish history and perhaps by extension also the Flemishness of the city, located closely to the French-Belgian border.

---

<sup>24</sup> A source for information on the *Groeningemonument* - used for this study - is the website of the inventory of protected estates: <https://inventaris.onroerendergoed.be/dibe/relict/59613>

## 2.2 Aalst

For Aalst's semiotic landscape colours are especially important. When walking through the city centre, the colours of the city's emblem – yellow, white and red - were encountered multiple times as can be seen in figure 48. The emblem itself is also displayed on street name signs as can be seen in figure 49.



**Figure 48:** Colours of Aalst



**Figure 49:** Emblem, Aalst

In figure 48 a barrier is to be seen from which three bars are painted in the city's colours. Next to that, a picture is included of the building that houses *the Federaal Administratief Centrum Aalst* (federal centre for administration Aalst) which is ornamented by the same colours. Colour obtaining meaning is addressed by Eckstut & Eckstut (2013:210):

From subway maps to weather maps to maps of the human genome; from traffic lights to road signs to terrorist alert systems; from Venn diagrams (which reveal the relationship between illustrated objects or concepts) to pie charts (which reveal the relative proportions of various objects or concepts) to flowcharts (which break up projects into steps); from safety color codes to knitting patterns to reflexology charts – we are constantly using color to break down intellectually and reconstruct the world around us.

Since colour thus can be used to reconstruct the world around us, we could see colour as a valuable semiotic mode in the LL or semiotic landscape of a given territory. In Aalst, the three colours combined could be perceived as a symbol of the local identity.

In the press review it was mentioned alderman Karim Van Overmeire planned on displaying the Flemish lion on the city's street name signs and removing the Belgian flag from the city hall, so as to only display the Flemish flag. It was thus expected to encounter symbols of Flemishness in Aalst. As can be seen from figure 49 the Flemish lion is not displayed on street name signs and figure 50 shows how the Belgian flag is still to be seen on the city hall's façade, next to the flag of Aalst (again

showing the red, white and yellow colours), the European flag, the Flemish flag and the flag of East Flanders.<sup>25</sup>



**Figure 50:** City hall, Aalst

A second observation with regard to the semiotic landscape is the display of the local dialect. Even though this could be considered as the display of language and thus be considered as part of the linguistic landscape, the display of the local dialect is discussed here and could arguably be seen as part of the semiotic landscape since it is interpreted as a marker and symbol of local identity – similar to the cities' colours. Examples of the display of the local dialect can be seen in figure 51.



**Figure 51:** Local dialect, Aalst

<sup>25</sup> On the city hall of Kortrijk, a similar range of flags was presented: the flag of West Flanders, Flanders, Belgium, Europe and Kortrijk.

In the first picture a local pub can be seen displaying the local dialect. The second picture displays a poster issued by *Neckermann* which is an international chain business. In this picture only the name of the city is displayed in the local dialect (Oilsjt).

Taking the display of colours and local dialect into account, it could be argued that in Aalst there is some sort of local patriotism to be considered in which the stressing of local identity is important.

### 2.3 Soundscape

In the methodology section (cf. supra) it was already mentioned that several researchers have focussed on what is termed the ‘soundscape’. For example Mitchell (2010: 179) argued he took into account different languages or varieties he heard when doing research on Beechview and said “it proved to be a useful way to supplement conventional linguistic landscape data”. Mitchell (2010) explains he made notes while walking along a business corridor every time he heard a certain language being used and reports on how many people he heard speaking Spanish or English. Similar observations were made in this research in both cities, in that when research was being done in Aalst and Kortrijk foreign languages were heard, however, no notes were taken on how many people specifically used a certain language. Since the soundscape was not a primary focus in this research, no recordings were being made.<sup>26</sup> Nevertheless, it is important to mention that foreign languages were heard in both cities when research was being done, especially since French was the language most frequently encountered – i.e. heard. English was not heard, only French and languages that could not be labelled - since they were unfamiliar to me – were perceived.

In the interviews with the aldermen, shopkeepers and passers-by in both cities, the participants were asked about the soundscape as well since I asked whether or not foreign languages were often heard (in contrast to seen) in Kortrijk or Aalst, to which the answer was often positive. A further discussion of the interviews can be found in the next section.

---

<sup>26</sup> No recordings were made with the intention to record the soundscape. Nevertheless, all interviews were recorded and foreign languages can be heard in the background when passers-by were interviewed.

### **3. INTERVIEWS**

In this third section of the qualitative discussion an overview will be given of some important opinions and observations made about the linguistic landscape of Kortrijk and Aalst as presented in this study. These observations and opinions stem from different LL actors and observers, representing three different layers. First the top-down actors will be focussed on (two aldermen) whose opinions will be discussed separately after which a brief discussion will be presented. Secondly, the motivations behind the display of a certain language will be discussed from the point of view of different bottom-up LL actors (two shopkeepers per city). The most prominent information from each interview will be summarised, again followed by a brief discussion. Thirdly, the opinion on and perception of the LL of the main shopping streets will be focussed on, based on interviews with several passers-by (four per city). The transcription of all interviews can be found in appendix 4.

#### **3.1 Aldermen in Kortrijk and Aalst**

##### **Rudolf Scherpereel – Kortrijk**

Rudolf Scherpereel (N-VA party) is – among other things – in charge of economy and tourism in Kortrijk and was previously mentioned in this study since he gave the advice to the business owners of *Frituur Grand Place* to change the name of the business to a Dutch translation or variant.

During the interview, Scherpereel described three strategies in naming a business. As a first strategy he mentioned using a proper name for which he referred to Leonidas as an example. Secondly, he referred to naming the business according to what goods are being sold. As a third strategy he mentioned choosing an attractive name of which the owner thinks it adds a certain value to the shop. For the latter option Scherpereel mentioned he thinks it is unfortunate that people are often prone to choose a name in a foreign language. He unknowingly mentions language fetishization as he gives the example that shopkeepers often choose a French name for their business in fashion. He further goes on saying that “we” – by which he refers to people living in Flanders – cope with an inferiority complex when we express ourselves in Dutch.

With regard to the usage of the English language and multilingualism in general in Kortrijk, Scherpereel said he is not satisfied with especially younger people being attracted to English. He thinks this is due to the influence of television and argues that in Belgium younger people should more focus on learning French as that gives more opportunities for the future from which one could benefit. In relation to this I asked whether or not it would be a good idea to introduce an alderman in charge of Flemish affairs – like in Aalst. Scherpereel replied that Kortrijk is closely located to the Belgian – French border which is an important difference between the two cities. Secondly, he said

that one out of five buyers in Kortrijk speaks the French language and that the trade business is important for the city. This commercial argument is important to consider since Scherpereel in the first article of the press review appendix mentions that when a French name for a business would be proposed, he would make a counterproposal with a Dutch name as he is convinced the business would benefit from choosing a name in the local language. It thus seems that these two commercial arguments are in conflict with one another.

From the interview I thus conclude that Scherpereel thinks multilingualism, in the case of foreign language use for the naming of a business and the usage of English for slogans etc. is unfortunate in the city of Kortrijk. Next to that, I conjecture he would prefer more Dutch names for businesses, which would be the case when Flemish people would be more convinced and confident about their own language and culture. Nevertheless Scherpereel takes commercial arguments into consideration.

#### **Karim Van Overmeire – Aalst**

Karim Van Overmeire (N-VA party) was previously mentioned as the alderman in charge of *Vlaams karakter* (Flemish affairs) in Aalst.<sup>27</sup> He himself – during the interview - described his function in relation to the growing group of people speaking a foreign language. As important goals with regard to Flemish affairs he mentioned a uniform language policy (especially for people working for the local authority and for communication between schools and parents in Aalst) and integration in the community.

With regard to the usage of French in general, I asked Van Overmeire's opinion on *Frituur Grand Place*, for which he mentioned that the Belgian language law specifies language use is free and thus there are no legal steps one could take. Nevertheless, he argues it could be a fruitful idea to have business owners think about the role they play in creating a certain image of a city and let them think about choosing a Dutch name for their business (as Scherpereel suggests in Kortrijk).

In relation to the usage of foreign languages in the LL of Aalst, Van Overmeire made a distinction between functional and symbolical reasons for displaying languages since he gave the example of *Café de Paris* and said language use like that – i.e. a foreign language used for a shop's name - was not an issue. What is, however, an issue that should be paid attention to is the posters produced by businesses on which information is displayed in a foreign language and the foreign languages being spoken in certain shops. In relation to the use of English for slogans, Van Overmeire said that English language use like that is a widespread phenomenon which is not only encountered

---

<sup>27</sup> Karim Van Overmeire as an alderman is also in charge of education, integration, etc. as can be seen on the website of the city of Aalst:

<http://www.aalst.be/default.asp?siteid=1&rubriekid=658&url=%2Fbo%2Ftooncts%2Easp>

in Aalst but also in other Belgian cities. However, he does not applaud it but thinks that positive initiatives – for example granting a prize to the most original Dutch name for a business, which is done in Aalst – is a more fruitful approach than banning it, which is legally not even possible.

With regard to French in Aalst, Van Overmeire said the language is not neutral when compared to English. Slogans like ‘Happy Holidays’ are an international phenomenon and could be interpreted as instances of neutral language use. When those slogans would be displayed in French (‘Joyeux Noël’) in Aalst, this would be perceived as if the Francophone population of Aalst would not be willing to adapt to the local language, Van Overmeire argues. Nevertheless, he states that essentially both are instances of the display of a foreign language and thus no distinction should be made. The reason why French is not perceived as a neutral language, Van Overmeire says, is the sensibility towards languages in Flanders because of the language history.

In conclusion, Van Overmeire mentions multiple issues addressed in this study: language use being free as established by the Belgian language legislation, the distinction between language display for symbolical or informational purposes, the global spread of English and the use of English as an a-national language in Belgium as opposed to French.

## **Discussion**

From a comparative perspective, it could be argued that both aldermen have a similar opinion about the usage of a foreign language in the LL of a Flemish city in that they prefer Dutch over the usage of foreign languages in the LL of Kortrijk and Aalst. The awareness is stated that possibilities to intervene in the LL are limited because of the Belgian language legislation – which is different from the discussed examples Québec and Italy in chapter 1 - nevertheless, initiatives are proposed to stimulate the usage of Dutch in the LL (e.g. as proposed by alderman Van Overmeire: a prize for the most original Dutch name). These initiatives to stimulate the usage of Dutch could also be contrasted to the “flanking policy” in Brussels where actual actions and initiatives aimed at regulating language use that is by law free in order to impose Dutch (Janssens 2012: 47). Both aldermen are also aware of the usage of English and both state the underlying reason is probably that English is perceived as more fashionable than Dutch. The issue of language fetishization is also addressed with regard to French (i.e. alderman Scherpereel mentions the link between French and fashion). The interviews with both alderman thus support some conclusions that were drawn in the quantitative chapter.

### **3.2 Bottom-up LL actors**

#### **Kortrijk**

In Kortrijk, a first interview was conducted with the shopkeeper of *Frituur Grand Place*, S.D.<sup>28</sup> She stated the name of the business has not changed even though several newspaper articles mentioned the name had changed. The reason not to change, S.D. explains, is that she wanted to stick to her first choice for a name and because she thought it sounded nice. When I asked about other businesses located on the Grote Markt of Kortrijk with a French name (*Brasserie Royale, Bar des Amis*), S.D. said she had noticed these businesses' names but does not think it is an issue that no attention was paid to these pubs and restaurants while *Frituur Grand Place* received a lot of media attention. When I asked about the display of French for informational purposes, i.e. the '*duwen*', '*pousser*' signs that were encountered, S.D. stated Kortrijk has always been bilingual as far as she knows which could possibly explain the encounter of these signs.

A second interview was conducted in a jewelry shop called *Scaldis*, with shopkeeper M. Scheldeman. The shop's name refers to the owners last name since *Scaldis* is the Latin translation of the river *Schelde* (Scheldt). M.S. argues this is a very fortunate name for a business since it is considered to be neutral, even by people with an American or Chinese background. He also stated a great number of clients speaking a foreign language are encountered in the shop, not only speaking French but a variety of languages, ranging from French and English to Chinese. The reason to conduct an interview with the shopkeeper of *Scaldis* was because the shop's façade displays equivalent multilingualism (Dutch and French) as can be seen in figure 52. It is thus noteworthy that even though M.S. states that multiple languages are encountered in the shop, English – often described as a lingua franca – is not displayed. The reason behind the display of both Dutch and French was explained by M.S. by stating that his main occupation is wholesale trade and manufacture for which he is for 70% active in Wallonia. He also explained this was already the case when his father founded the business and that they left the signage.

When I asked about the LL of Kortrijk, M.S. declared the linguistic landscape of the city had changed enormously in the past decades in that there is a decline in the visibility of French. M.S. also mentioned that the Lange Steenstraat was previously named in French: Rue Longue des Pierres. This thus ties in with S.D.'s claim that Kortrijk was or is a bilingual city.

---

<sup>28</sup> For convenience's sake, all names of the bottom-up actors that were interviewed will be represented by the person's initials when these interviews are discussed.



**Figure 52:** Scaldis, Lange Steenstraat Kortrijk

### Aalst

In Aalst, a first interview was conducted with W.T who works at *Mister Minit*, located on the Grote Markt. Again equivalent multilingualism displaying Dutch and French was encountered here as can be seen in figure 53. When asked about multilingual clientele, W.T. said foreign languages were often heard in the shop, especially French. Nevertheless, W.T. thinks the display of French in Aalst is not necessary. Furthermore, W.T. thinks that having an alderman in charge of Flemish affairs in Aalst is not going to cause great changes, even though Aalst is becoming more globalised.

A second interview was conducted in the shop called *Ken*, located in the Nieuwstraat. V.C., working at *Ken*, said the most encountered language in the LL of Aalst was Turkish in her opinion. This language was, however, not encountered in the main shopping street or on the Grote Markt. An interview was conducted in the shop because the display of equivalent multilingualism (Dutch and French) was encountered when research was being done, as can be seen in figure 54. V.C. said the display of French in this case is due to budgetary considerations (as was hypothesised in the quantitative chapter) since the poster in figure 54 is spread across Belgium. Like W.T. in *Mister Minit*, V.C. thinks it is not necessary to display French in Aalst. Nevertheless, she declared to be 100% supportive of the decision to appoint an alderman in charge of Flemish character as she feels the Flemish character in Aalst needs to be preserved.



Figure 53: Mister Minit, Grote Markt Aalst



Figure 54: Ken, Nieuwstraat Aalst

## **Discussion**

From these interviews with different bottom-up LL actors it can be concluded that various reasons for the display of French are mentioned: personal preference (*Grand Place*), budgetary considerations (*Ken, Mister Minit*) and historical reasons (*Scaldis*). Next to that it reveals a big difference between both cities with regard to how the language situation is perceived by bottom-up LL actors. In Kortrijk it was two times mentioned that the city could be considered as bilingual – Dutch and French - because of its location close to the Belgian-French border. In Aalst it was both times argued that the display of French is not necessary in Aalst, even though it was recognised the city is becoming increasingly globalised.

### **3.3 Passers-by**

#### **Kortrijk**

In Kortrijk four passers-by were interviewed. Two of them claimed to often hear the French language in the city. When asked if they paid attention to visible language, and thus the LL, most passers-by said they are generally not attentive towards visible language use. Nevertheless, questions were asked about their opinion on the usage of French and English. Overall all four passers-by were positive towards the LL of Kortrijk. One person mentioned the usage of English for slogans comes across as more fashionable and French as more chic. This person thus indirectly referred to language fetishization in commercial discourse as defined in the quantitative chapter, in that English is associated with attractive qualities and perceived as more young while French is associated with elegance. Another person thought that the frequent encounter with the English language in the LL is due to a growing group of people learning and mastering the language.

Two specific LL elements were pointed out to the passers-by. First the façade of *Scaldis* to which all passers-by responded with a positive attitude in that they claimed to have no problem with the display of both Dutch and French. A second example was the *Leonidas* shop, more specifically its slogan ‘Fresh Belgian Chocolates’. Again all passers-by were positive and one person explained she had no problem with the slogan since she thinks everybody understands ‘Fresh Belgian Chocolates’. A second person said the slogan was well chosen since English people are pleased by the usage of their language.

#### **Aalst**

In Aalst, also four passers-by were interviewed. When asked about which languages they are audibly confronted with in Aalst, the responses mentioned a variety of languages: French, Arab, Turkish, Moroccan, Tunisian and languages the passers-by could not identify because they were unfamiliar to

them (but referred to as stemming from Eastern Europe). With regard to the usage of English most passers-by were positive. One person replied the usage of English is a common phenomenon and thus she had no problem with the language occurring in Aalst. One person (passer-by 2 in appendix 4), however, was displeased with the usage of English in Aalst. He claimed that since Aalst is a Flemish city the language for all kinds of interaction should be Dutch. This person was also unhappy about the usage of French in Aalst. He referred to an earlier moment the day of the interview when he heard another passer-by talking French on the phone (and thus he referred to the soundscape) and claimed that one should adapt him- or herself to the local language. Next to that, this passer-by claimed everyone in Aalst should use the Dutch language for communication and interaction with immigrants so as to make sure they are aided by hearing Dutch in their integration process. Finally, this passer-by claimed that shop owners should not hesitate to display Dutch in the LL since he is convinced that would not affect the number of products being sold. With regard to the usage of French, the other passers-by had differing opinions. One other passers-by claimed to have no problem with it, while another claimed to have the same opinion but was more hesitant. The third passer-by said she would prefer English above French.

Again specific examples of LL items were pointed out to the passers-by. For the usage of English, different examples were used according to the location of the interview. Nevertheless, all but one (passer-by 2) reacted positively and are convinced there is no harm in the display of English. For French the example of *Mister Minit* was referred to. One passer-by said she was fine with the usage of French in this shop's façade since *Mister Minit* shops are spread across Belgium and all use the same posters and props displaying Dutch and French. She thus had no problem with the display of French for budgetary considerations. One person, the above discussed passer-by 2, said he refuses to speak French in this shop. Another passer-by had never paid attention to the display of both languages there.

## **Discussion**

Because of these interviews with several passers-by, valuable insights into the perception of the LL can be discovered, in that they show people's ideas on why a certain language is used in the LL. Motivations that were mentioned by passers-by were: the display of a language for strategic reasons (being fashionable or chic), as a mirror of reality (when more people actively use the language it will be displayed in the LL) or to please native speakers (as was said for the case of *Leonidas* in Kortrijk). Secondly, it shows that on the one hand passers-by have no problem with the display of a foreign language because it is a common phenomenon in society nowadays, while on the other hand another passer-by clings to the territoriality principle, being convinced immigrants will benefit from it

and the usage of Dutch will not influence economic aspects. Nevertheless, it seems passers-by are more open to the usage of English than towards the usage of French.

## 4. CONCLUSION

In this chapter, following - among others - Marten, Van Mensel & Gorter (2012: 3-4), a more in-depth analysis of some photographic material was presented, next to information on the LL obtained via interviews. Additionally, following Gorter (2006b) and Jaworski & Thurlow (2010) the semiotic landscape of Kortrijk and Aalst was focussed on. All three aspects were combined in this qualitative chapter in order to both clarify and somewhat nuance the quantitative results, and in an attempt to add other valuable information so as to be able to interpret the LL of both cities in a sufficient way.

First some of the photographic material was explained. First French was focussed on and some illustrations of the informational display of French were discussed, even though according to the score system these units received a value of 1 for French as only partial translations were provided in French. Next to that, some units displaying English were discussed, illustrating how the language is used in the LL. For both languages, these pictures served as illustrations of the possible reasons behind the display of a language. For French, the usage in order to address French speaking clientele was opposed to the fetishization of the language. For English it was argued that when its usage is interpreted as a-national and neutral, this could be contested since the choice of a language to avoid conflict is in itself never neutral. Other possibilities, already discussed in the quantitative chapter, were repeated from which the usage of English in the photographs could be interpreted as commodified or fetishized. Some complex multilingual units were discussed as well to reveal the sometimes complicated reality of the LL.

Secondly the semiotic landscape of the city centre of Kortrijk and Aalst was discussed. For Kortrijk the display of Flemish flags and the monument commemorating the Battle of the Golden Spurs was discussed. It was argued this could be interpreted as a symbol of Flemishness. For Aalst the local identity was discussed based on the display of the local dialect and the colours that are associated with the city. Next to that, the soundscape of both cities was briefly discussed since for this study it was noteworthy French was often heard when research was being done. Next to the quantitative results, this analysis of the semiotic landscape could further clarify why top-down LL actors have tried to intervene in the LL and promote the visibility of Dutch.

Thirdly this qualitative chapter focussed on the interviews that were conducted. The first goal was to give an overview of how top-down actors consider the LL for which two aldermen were interviewed, who both preferred the display of Dutch over that of other languages. These interviews illustrated that the two aldermen are aware of the language legislation in Belgium and the limited possible measures of intervening in the LL as opposed to the discussed examples of Québec and Italy. Nevertheless, legal strategies in order to promote the visibility of Dutch in the linguistic landscapes were discussed (i.e. counter-proposing a Dutch name when a French one is suggested and granting a

prize to original Dutch business names). A second goal was to gain insight into the various reasons for the display of a certain language for which four bottom-up LL actors were interviewed. Multiple strategies were surfaced in the display of a foreign language: personal preference, budgetary considerations and historical reasons. A difference between the two cities was revealed in that the bottom-up LL actors in Kortrijk argued the city is or was bilingual while in Aalst both shopkeepers thought it unnecessary to display French in the city. A third goal comprised to gain insight into how the LL of the cities is perceived by various passers-by. It was discovered the overall tendency is that passers-by do not generally pay attention to visible language. When certain LL items were pointed out to them, most passers-by declared to have no problem with the display of a certain foreign language. It was discovered passers-by are often more welcoming towards the usage of English as opposed to French which is probably due to the previously discussed language sensitivity which was also referred to by alderman Karim Van Overmeire. Taking all interviews into account, it can be argued that they often back up and support some conclusions that were drawn in the quantitative chapter in that language fetishization was indirectly referred to, the difference between the display of a language for informational or symbolical reasons, the usage of English as being a-national opposed to French and language sensitivity in Belgium and finally English being perceived as a global, modern language were mentioned.

## CHAPTER 4: CONCLUSION

This study was centred around the linguistic landscapes of the main commercial street and Grote Markt of two Flemish urban areas, Kortrijk and Aalst – a choice based on two specific instances of top-down interaction in the LL – in an attempt to address the presence of multilingualism from both a quantitative and qualitative perspective. The functional and symbolical or additional usage of French and English were particularly focussed on, next to an analysis of the usage of Dutch and other foreign languages. By systematically coding language visibility and predominance patterns, the quantitative discussion has aimed at describing the linguistic configurations of the encountered LL elements in both cities. In this discussion, the general landscape of Kortrijk and Aalst was compared, next to the analysis of certain subcategories that were established in order to have a deeper look into the functional usage of other languages than Dutch and in an attempt to discover various motivations behind specific instances of language display. My hypotheses were formulated which were then confirmed by the quantitative results or disproven, in which case a possible explanation was given. Next to that, I have explained why the material was also discussed qualitatively and named other researchers combining both techniques. In the qualitative chapter I have first of all further elaborated on the issue of the functional or symbolical usage of other languages than Dutch in relation to possible motivations for this language display, by discussing some prominent photographic material in more detail. Secondly, the semiotic landscape of both cities was discussed in order to gain inside into why attempts were made to intervene in the LL and in order to address the claim that is presently made in LL research to include semiotic modes in LL research. Finally, I have addressed several interviews that were conducted in which the opinions towards and perceptions of the LL from three distinct groups – i.e. institutional voices, bottom-up LL actors and passers-by – were presented in an attempt to provide multiple viewpoints that aid in the interpretation of the LL. In relation to all these analyses, the first chapter aimed at supplying a sufficient amount of relevant background information.

Certainly, these discussions have not addressed all possible interpretations and observations of the LL elements, which could perhaps be addressed in future research. Because of the complex Belgian language situation with three regions and communities, which was only briefly discussed, it might be interesting to look for similar occurrences of top-down LL actors trying to intervene in the LL in another Belgian region. An analysis of the LL might then aim at comparing the possible underlying reasons or purposes in language display with those as proposed in this study. Furthermore, it might be interesting to compare the LL of Kortrijk and Aalst to that of other Flemish cities where linguistic display was not contested in order to discover whether or not major differences in the presence (quantitative and qualitative) of multilingualism can be perceived.

Finally, I hope this dissertation has somewhat contributed to the extending corpus of linguistic landscape research and that it sufficiently ties in with previously made claims in LL research, in that “in this era of modernity, globalisation and multiculturalism” (Ben-Rafael *et al.* 2006: 9) the act of local policy makers trying to intervene in the LL demonstrates the importance of “the symbolic value of the LL” (Janssens 2012: 47) and that this dissertation has showed that “multilingualism can be regarded as both a practical necessity in terms of profitability and productivity and as a marketing strategy” (Duchêne & Heller 2012: 381).

## REFERENCES

- Arblaster, P. (2006). *A History of the Low Countries*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan.
- Backhaus, P. (2006). 'Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape' *International Journal of Multilingualism*, 3:1, 52-66.
- Backhaus, P. (2009). 'Rules and Regulations in Linguistic Landscaping. A Comparative Perspective' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & New York: Routledge. 157 – 171.
- Barni, M. & C. Bagna (2008). 'Immigrant Languages in Italy' in Extra, G. & D. Gorter (eds.) *Multilingual Europe: Facts and Policies*. Berlin: Mouton De Gruyter. 293 – 314.
- Barni, M. & C. Bagna (2009). 'A Mapping Technique and the Linguistic Landscape' in Shohamy, S. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & New York: Routledge. 126 – 140.
- Barni, M. & C. Bagna (2010). 'Linguistic Landscape and Language Vitality' in Shohamy, E., E. Ben-Rafael & M. Barni (eds.) *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters. 3-18.
- Barni, M. & M. Vedovelli (2012). 'Linguistic Landscapes and Language Policies' in Hélot, C., M. Barni, R. Janssens & C. Bagna (eds.) *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang. 27 – 38.
- Ben-Rafael, E., E. Shohamy, M.H. Amara & N. Trumper-Hecht. (2006). 'Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel' *International Journal of Multilingualism*, 3:1, 7-30.
- Ben-Rafael, E. & M. Ben-Rafael (2012) 'Le paysage linguistique belge: Un chaos intelligible' parallèles' in Hélot, C., M. Barni, R. Janssens & C. Bagna (eds.) *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang. 69 – 85.
- Bevolkingscijfer per provincie en per gemeente (2014). Downloaded from:  
<http://www.verkiezingen.fgov.be/index.php?id=2982&l=1>
- Boes, M. & K. Abbeloos (1999). 'Vernederlandsing van het straatbeeld en verfijning van de bestuurstaalwetgeving' Instituut voor Administratief Recht K.U. Leuven.
- Cenoz, J. & D. Gorter (2006). 'Linguistic Landscape and Minority Languages' *International Journal of Multilingualism*, 3:1, 67-80.
- Collins, J. & S. Slembrouck (2007). 'Reading Shop Windows in Globalized Neighborhoods: Multilingual Literacy Practices and Indexicality' *Journal of Literacy Research*, 39:3, 335-356.

- Coulmas, F. (2009). 'Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & New York: Routledge. 13 – 24.
- Coupland, N. (2010). 'Welsh Linguistic Landscapes 'From Above' and 'From Below'' in Jaworski, A. & C. Thurlow (eds.) *Semiotic Landscapes. Language, Image, Space*. Bloomsbury Academic. 77 – 99.
- Dal Negro, S. (2009). 'Local Policy Modeling the Linguistic Landscape' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & New York: Routledge. 206 – 217). New York: Routledge.
- Duchêne, A., & M. Heller (2012). 'Multilingualism and the new economy' in Martin-Jones, M., A. Blackledge, & A. Creese, *Handbook of Multilingualism*. London: Routledge. 369-383.
- Du Plessis, T. (2010). 'Bloemfontein/Mangaung, 'City on the Move.' Language Management and Transformation of a Non-representative Linguistic Landscape' in Shohamy, E., E. Ben-Rafael & M. Barni, *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters. 74-95
- Eckstut, J. & A. Eckstut (2013). *The Secret Language of Color. Science, Nature, History, Culture, Beauty of red, orange, yellow, green, blue & violet*. New York: Black Dog and Leventhal Publishers.
- Edelman, L. (2009). 'What's in a Name? Classification of Proper Names by Language' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & NY: Routledge. 141 – 153.
- Garvin, R. T. (2010). 'Emotional Responses to the Linguistic Landscape in Memphis, Tennessee: Visual Perceptions of Public Spaces in Transition'. Indiana University of Pennsylvania
- Gorter, D. (2006a). 'Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism' *International Journal of Multilingualism*, 3, 1-6.
- Gorter, D. (2006b). 'Further possibilities for Linguistic Landscape Research' in Gorter, D. (ed.) *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters. 81-89.
- Heller, M. (2003). 'Globalization, the New Economy, and the Commodification of Language and Identity' *Journal of Sociolinguistics*, 7, 473 – 492.
- Huebner, T. (2006). 'Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change' *International Journal of Multilingualism*, 3 (1), 31-51.
- Janssens, R. (2012). 'The Linguistic Landscape as a Political Arena: The Case of the Brussels Periphery in Belgium' in Hélot, C., M. Barni, R. Janssens & C. Bagna (eds.) *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang. 39 - 51.

Jaspers, J. (2009). 'Inleiding' to Jaspers, J. (red.) *De klank van de stad. Stedelijke meertaligheid en interculturele communicatie*. Acco. 7-32.

Jaworski, A. & C. Thurlow (2010) Introduction to Jaworski, A. & C. Thurlow (eds.) *Semiotic Landscapes. Language, Image, Space*. Bloomsbury Academic. 1 – 33.

Kasanga, L. A. (2012). 'English in Democratic Republic of the Congo' in *World Englishes*, 31 (1), 48-69.

Kelly-Holmes, H. (2000). 'Bier, Parfum, Kaas: Language Fetish in European Advertising' *European Journal of Cultural studies*, 3 (1), 67-82.

Landry, R. & R.Y. Bourhis (1997). 'Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study' *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 23-49.

Leeman, J., & G. Modan (2009). 'Commodified Language in Chinatown: A Contextualized Approach to Linguistic Landscape'. *Journal of Sociolinguistics*, 13 (3), 332-362.

Leeman, J. & G. Modan (2010). 'Selling the city: Language, Ethnicity and Commodified Space.' in Shohamy, E., E. Ben-Rafael & M. Barni, *Linguistic Landscape in the city*. Bristol: Multilingual Matters. 182-198

Lokale Inburgerings- en Integratiemonitor Aalst (2013) downloaded from:

<http://aps.vlaanderen.be/lokaal/integratiemonitor.html>

Lokale Inburgerings- en Integratiemonitor Kortrijk (2013) downloaded from:

<http://aps.vlaanderen.be/lokaal/integratiemonitor.html>

Lou, J. J. (2010). 'Chinese on the Side: The Marginalization of Chinese in the Linguistic and Social Landscapes of Chinatown in Washington, DC' in Shohamy, E., E. Ben- Rafael & M. Barni (eds.) *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters. 96 - 114.

Malinowski, D. (2009). 'Authorship in the Linguistic Landscape. A Multimodal-Performative View' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & NY: Routledge. 107 – 125.

Marten, H.F., L. Van Mensel & D. Gorter (2012). 'Studying Minority Languages in the Linguistic Landscape' in Gorter, D., H. F. Marten & L. Van Mensel (eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Hampshire: Palgrave Macmillan. 1 – 13.

Mettewie, L., P. Lamarre & L. Van Mensel (2012). 'Clins d'oeil bilingues dans le paysage linguistique de Montréal et Bruxelles : Analyse et illustration de mécanismes parallèles' in Hélot, C., M. Barni, R. Janssens & C. Bagna (eds.) *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang. 200 – 215.

- Mitchell, T. D. (2010). "A Latino Community Takes Hold": Reproducing Semiotic Landscapes in Media Discourse' in Jaworski, A. & C. Thurlow (eds.) *Semiotic Landscapes. Language, Image, Space*. Bloomsbury Academic. 168 – 186.
- Piller, I. (2001). 'Identity Constructions in Multilingual Advertising' *Language in Society*, 30, 153 – 186.
- Puzey, G. (2012). 'Two-Way Traffic: How Linguistic Landscapes Reflect and Influence the Politics of Language' in Gorter, D., H. F. Marten & L. Van Mensel (eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Hampshire: Palgrave Macmillan. 127 – 145.
- Reh, M. (2004). 'Multilingual Writing: a reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)' in *International Journal of the Sociology of Language*, 170, 1-41.
- Shohamy, E. (2012). 'Linguistic Landscapes and Multilingualism' in Martin Jones, M., A. Blackledge, A. Creese (eds.) *The Routledge Handbook of Multilingualism*. London: Routledge. 5 38 – 551.
- Spolsky, B. & R.L. Cooper (1991). *The Languages of Jerusalem*. Oxford: Clarendon Press.
- Spolsky, B. (2009). 'Prolegomena to a Sociolinguistic Theory of Public Signage' in Shohamy, E. & D. Gorter (eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. Oxon & New York: Routledge. 25- 39.
- Tulp, S. (1978). 'Reklame en tweetaligheid. Een onderzoek naar de geografische verspreiding van Franstalige en Nederlandstalige affiches in Brussel' in *Taal en Integratie*, 1, 261 – 289.
- Vandenbroucke, M. (2010). *Multilingual Landscapes and Ethnolinguistic Vitality in the Case of Brussels-Capital: An Empirical Study*. Ghent: Ghent University.
- Vandenbroucke, M. (2014). 'Language visibility, functionality and meaning across various Time Space scales in Brussels' multilingual landscapes' in *Journal of Multilingual and Multicultural Development* (in press).
- Van Mensel, L. & J. Darquennes (2012). 'All is Quiet on the Eastern Front? Language Contact along the French-German Language Border in Belgium' in Gorter, D., H. F. Marten & L. Van Mensel (eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Hampshire: Palgrave Macmillan. 164-178.
- Wenzel, V. (1998). 'Reclame en tweetaligheid in Brussel. Een empirisch onderzoek naar de spreiding van Nederlandstalige en Franstalige affiches' *Brusselse Thema's* 3. Brussels:VUBPRESS.
- Zabrodskaja, A. (2010). 'Observations on the Perception of the Multilingual Linguistic Landscape: the Case of Estonia'. Seminar of the Lithuanian Association of Applied Linguistics LITAKA. Vilnius, Vilnius University.

# **APPENDICES**

## **OVERVIEW:**

1. Photographic material
2. Excel files
3. Press review
4. Interviews

## **1. PHOTOGRAPHIC MATERIAL**

Disk photographic material Kortrijk and Aalst.

## **2. EXCEL FILES**

Disk quantitative analysis Kortrijk and Aalst.

### **3. PRESS REVIEW**

OVERVIEW:

#### **Kortrijk**

Frituur Grand Place ‘te Frans’ voor N-VA in Kortrijk, Het Laatste Nieuws: (29/05/13)

N-VA wil geen Frituur ‘Grand Place’ in Kortrijk, De Standaard (29/05/13)

Vlaamse namen niet verplicht in Kortrijk, Het Nieuwsblad: (30/05/13)

Paul’s Boutique verandert in Paul’s Winkeltje, Het Nieuwsblad: (05/06/13)

KV Kortrijk gaat Frans praten, Knack.be (24/10/12)

N-VA-Ministers tegen lessen Frans bij KV Kortrijk, Gazet Van Antwerpen (26/10/12)

#### **Aalst**

Karim Van Overmeire wordt schepen van Vlaamse Zaken, De Standaard: (19/10/12)

Schepen van Vlaamse Zaken in Aalst, Belang van Limburg: (19/10/12)

VTM News report: (18/10/12)

Gebekvecht over schepen van Vlaamse Zaken in Aalst: (22/10/12)

Opinion piece in De Morgen: (22/10/12)

Discussion ‘Kan een schepen Vlaamse Zaken verfransing tegenhouden?’ Radio 1: (24/10/12)

Reaction of Johan Heldenbergh in Gazet Van Antwerpen: (22/10/12)

‘Vlaamse’ straatnaambordjes afgevoerd? Het Laatste Nieuws, via website Karim Van Overmeire: (12/06/13)

Aalst maakt geen haast met vervlaamste straatnaamborden, Het Laatste Nieuws, via website Karim Van Overmeire: (12/06/13)

Vlaamse straatborden zijn van tafel geveegd, Het Nieuwsblad: (30/01/14)

Gevraagd: verpleegkundige die zowel Nederlands als Arabisch spreekt, De Standaard (30/08/13)

## **Other regions**

Vlaams Belang Meise kritisch voor N-VA schepen van Vlaams Karakter, Het Nieuwsblad:  
(22/10/12)

Ook Temse krijgt schepen voor Vlaamse Zaken, De Standaard: (19/11/12)

Opinion piece Gratis Taaladvies, De Morgen: (23/10/12)

Opinion piece Temse verfranst, De Morgen (21/11/12)

250 Euro boete voor tweetalige signalisatieborden, Het Nieuwsblad (19/12/13)

(1) Frituur Grand Place 'te Frans' voor N-VA in Kortrijk, Het Laatste Nieuws: (29/05/13)

<http://www.hln.be/hln/nl/957/Binnenland/article/detail/1641929/2013/05/29/Frituur-Grand-Place-te-Frans-voor-N-VA-in-Kortrijk.dhtml>

### **Frituur Grand Place 'te Frans' voor N-VA in Kortrijk**

**Rudolf Scherpereel (N-VA), economieschepen te Kortrijk, heeft de uitbater van frituur Grand Place op de Grote Markt gevraagd een andere naam te kiezen voor zijn zaak. Dat meldt de krant Het Nieuwsblad. "Of het niet wat Vlaamser kon", zou het geklonken hebben.**

"Kortrijk is de stad van de Gulden Sporenslag, dan moet je toch niet voor een Franse naam kiezen?", verdedigt schepen Scherpereel zijn tussenkomst. Uitbater Tony Verhaeghe volgde de visie en veranderde de naam van zijn zaak: frituur Grand Place werd Grote Markt. De naamsverandering stoort hem niet, "zolang de zaak maar draait". "Grote Markt, Het Kotje of Grand Place, dat maakt niets uit." Een telefoontje van de schepen had hij wel niet verwacht, aldus Verhaeghe.

#### **"Logisch"**

Schepen Scherpereel benadrukt dat het niet om een algemene richtlijn gaat, maar dat hij de namen van handelszaken in de stad wel in het oog zal houden. Bij toekomstige aanvragen voor zaken met een Franse naam zal Scherpereel telkens "een Vlaams voorstel" doen, wat volgens de lokale politicus ook de verkoop ten goede zal komen.

Burgemeester Vincent Van Quickenborne (Open Vld) vindt de naamsverandering "logisch". "Onze markt heet toch ook niet Grand Place?"

Scherpereel liet zich naar eigen zeggen leiden door een nationale richtlijn van N-VA om alles in de eigen taal te doen. Over namen van handelszaken is nooit iets gezegd, wilde partijwoordvoerder Joachim Pohlmann hierover kwijt.

#### **Eerdere tussenkomst**

Het is niet de eerste keer dat de partij door dergelijke tussenkomst het nieuws haalt. Eerder tekende parlementsvoorzitter Jan Peumans (N-VA) nog verzet aan tegen een Franstalige tekstballon op de affiche voor de tentoonstelling 'Strips in originelen' in het Vlaams Parlement. De inhoud van de tekstballon werd uiteindelijk verwijderd.

#### **Beleid**

Volgens de stadscoalitie is het geenszins de bedoeling om namen van handelszaken, noch voor

bestaande, noch voor nieuwe, te veranderen. Nochtans had Scherpereel aangegeven dat hij bij nieuwe handelszaken met een anderstalige naam een eigen Vlaamse variant zou geven.

Bovendien benadrukt de coalitie ook dat het initiatief van de uitbater van de frituur uit vrije wil is genomen, na een persoonlijk gesprek met de betrokken schepen.

(2) N-VA wil geen Frituur 'Grand Place' in Kortrijk, De Standaard (29/05/13)

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20130529\\_011](http://www.standaard.be/cnt/dmf20130529_011)

## **N-VA wil geen Frituur 'Grand Place' in Kortrijk**

29/05/2013 om 08:19

**De Kortrijkse schepen van Economie Rudolf Scherpereel (N-VA) heeft aan de eigenaars van het nieuwe frietkot 'Grand Place' gevraagd om voor een Vlaamse naam te kiezen: 'Frituur Grote Markt'. Dat schrijft Het Nieuwsblad woensdag.**

Als de eerste frieten gebakken worden in de frituur waar nu nog 'Hier komt Frituur Grand Place' aangekondigd staat, zal dat zijn onder de naam 'Frituur Grote Markt'. De naamswijziging komt er op persoonlijke vraag van de Kortrijkse economieschepen, zo schrijft Het Nieuwsblad.

'We zijn de stad van de Guldensporenslag', zegt hij. 'Dan moet je toch niet voor een Franse naam kiezen?' Scherpereel zegt dat uitbater Tony Verhaagen zijn visie volgde, maar wel even 'de wenkbrauwen fronste', toen hij het bewuste telefoontje kreeg. 'Mij is het allemaal om het even', aldus de uitbater.

### **'Goed voor de verkoop'**

'Het is geen algemene richtlijn', verzekerde de schepen. 'Dat is niet haalbaar, maar ik ga het wel in de gaten houden. Komen er nog aanvragen voor nieuwe zaken met een Franse naam', dan stelt Scherpereel 'telkens een vlaams tegenvoorstel' te doen. 'Dat is tevens goed voor de verkoop', argumenteert hij.

Scherpereel stelt gemotiveerd te worden door de nationale richtlijn van zijn partij om 'alles in de eigen taal te doen', al laat partijwoordvoerder Joachim Pohlmann in de krant optekenen dat er nooit iets gezegd is over namen van handelszaken.

Burgemeester Vincent Van Quickenborne(Open VLD) heeft alvast geen problemen met de naamsverandering. 'Logisch', vindt hij. 'Onze markt heet toch ook niet *Grand Place*!'

(3) Vlaamse namen niet verplicht in Kortrijk, Het Nieuwsblad: (30/05/13)

[http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20130529\\_00603055](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20130529_00603055)

STAD MOET GEMOEDEREN SUSSEN NA HEISA OVER FRITUUR

## **Vlaamse namen niet verplicht in Kortrijk**

Donderdag 30 Mei 2013, 03U00 Auteur: KRIS VANHEE

KORTRIJK - Dat N-VA aan een uitbater vroeg om de naam van zijn frituur van 'Frituur Grand Place' te veranderen in 'Frituur Grote Markt' heeft gisteren Kortrijk op stelten gezet. 'Namen van handelszaken veranderen, wordt echter geen verplichting', liet de meerderheid al snel weten. De oppositie vraagt om te stoppen met handelaars te pesten.

'Ken je frituren in Wallonië die *Frituur Grote Markt* heten? Ik ook niet. Waarom moet het omgekeerd dan wel kunnen?' Schepen van Economie Rudolf Scherpereel (N-VA) bleef gisteren bij zijn standpunt. Dinsdag raakte bekend dat hij aan Tony Verhaeghe, uitbater van de nieuwe frituur op de Grote Markt, had gevraagd om de naam van zijn frietkot te 'vernederlanden'. Het bericht weekte een stortvloed aan reacties los.

### **Schepen onwrikbaar**

'Eerlijk gezegd schrok ik me een hoedje', zegt Scherpereel over die reacties. 'Natuurlijk zijn er belangrijkere zaken dan dit, maar ik blijf bij mijn standpunt. Ik heb de eigenaar niet verplicht. Ik gaf Tony advies en hij heeft dat aanvaard.'

De bal ging aan het rollen toen de uitbater een vergunning aanvroeg. Daarop stond *Frituur Grand Place* vermeld, terwijl de bouwvergunning sprak over *Frituur Grote Markt*. 'Daarop schoot ik actie', aldus Scherpereel.

Moeten alle Kortrijkse handelszaken zich nu verwachten aan een advies van de stad over welke naam ze best gebruiken? 'Nee hoor', zegt Scherpereel, lang voorzitter van Unizo Kortrijk. 'Als we de ondernemer daarmee kunnen helpen, geven we advies, meer niet. En bestaande zaken gaan we niet verplichten om van naam te veranderen.'

### **'Bakpatattent'**

Scherpereels collega, schepen Marc Lemaitre van SP.A, maakte zich 's morgens vrolijk op Facebook over de kwestie. 'Bakpatattent', zo verzon hij meteen een Vlaamse variant voor het woord frituur. 'Ik neem er een patent op!' Maar die post was volgens Lemaitre geen veeg uit de pan voor coalitiepartner N-VA. 'Aan een grapje moet je geen politieke conclusies verbinden', zegt Lemaitre. 'Ik vind dat horecazaken en winkels best zelf hun naam kiezen, dat wel, maar dat heeft de uitbater van de frituur in deze wel degelijk mogen doen. Ik ben vooral blij dat er een nieuwe zaak komt op de Markt.'

### **Niet de eerste keer**

Het is trouwens niet de eerste keer dat dit gebeurt in Kortrijk. In 2003 mocht de uitbater van een nieuw danscafé onderaan het stadhuis de naam *Sous-Sol* niet op de gevel plaatsen. Toen was CD&V aan de macht. ‘Maar het stadhuis is een overheidsgebouw’, zegt fractieleidster Hannelore Vanhoenacker. ‘En daar passen Vlaamse namen. Dit is iets anders. We wachten nog altijd op maatregelen van de nieuwe coalitie die de lokale economie ondersteunen. Dit soort pesterijen zal niet veel helpen.’

Volgens Scherpereel wilde hij de handelaar niet pesten maar helpen. ‘Het is een goed idee om je zaak aan te prijzen met een verwijzing naar de locatie ervan, zeker als dat de Grote Markt is. Maar dan gebruik je wel best de correcte naam.’

De stadscoalitie van Kortrijk sloot in de namiddag de rangen. Het veranderen van anderstalige namen van handelszaken door Vlaamse varianten wordt geen beleidslijn in Kortrijk.

### **Tot in Nederland**

En friturist Tony Verhaeghe? Die wist gisteren even niet meer waar hij het had. ‘Ik kreeg zelfs journalisten uit Nederland over de vloer.’

‘Ik hoop dat de friturist me een half jaar lang gratis frieten geeft voor al die aandacht’, besluit Scherpereel met een kwinkslag.

(4) [Paul's Boutique verandert in Paul's Winkeltje, Het Nieuwsblad: \(05/06/13\)](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20130604_00610819&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_term=nieuwsblad&utm_content=article&utm_campaign=seeding)

[http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20130604\\_00610819&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_term=nieuwsblad&utm\\_content=article&utm\\_campaign=seeding](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20130604_00610819&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_term=nieuwsblad&utm_content=article&utm_campaign=seeding)

## **Paul's Boutique verandert in Paul's Winkeltje**

Woensdag 05 Juni 2013, 03U00 Auteur:VKK

**KORTRIJK - Hamburgerrestaurant Paul's Boutique heet voortaan Paul's Winkeltje, zij het maar voor één week. Daarmee wil uitbater Paul Drèze protesteren tegen de door N-VA gevraagde vervlaamsing van Franse namen in de stad.**

De Kortrijkse hamburgertent van Paul Drèze krijgt voor één weekje een andere naam. De zaakvoerder wil daarmee protesteren tegen de door N-VA gevraagde vervlaamsing van de namen van horecazaken in de stad. 'We sturen met deze actie een vette knipoog richting schepen Rudolf Scherpereel (N-VA)', zegt Paul Drèze. 'Ik, Paul Drèze van Paul's Boutique, geef in elk geval gevolg aan zijn oproep. Mijn vaste ontwerper Frederique Deltour heeft speciaal voor de zaak een nogal Arisch aandoend en gotisch lettertype gekozen dat gebruikt zal worden om de nieuwe naam van Kortrijks bekendste hamburgertent aan te brengen.'

Paul's Boutique zal dus voortaan Paul's Winkeltje heten. De nieuwe gevelbekleding zou er deze namiddag moeten hangen. De zaak wordt dan officieel herdoopt. 'Hopelijk zal ook het stadsbestuur een glasje komen heffen op deze heuglijke gebeurtenis', aldus Drèze. 'We mogen toch grappen, niet?'

De Boutique, of het Winkeltje, vind je in de Kleine Sint-Jansstraat 13.

(5) KV Kortrijk gaat Frans praten, Knack.be (24/10/12)

<http://sportmagazine.knack.be/sport/nieuws/voetbal-nationaal/kv-kortrijk-gaat-frans-praten/article-4000197665982.htm>

## **KV Kortrijk gaat Frans praten**

woensdag 24 oktober 2012 om 04u53

*KV Kortrijk zal binnenkort Franse lessen voorzien om het Frans van A-kernspelers die het onvoldoende spreken te verbeteren.*

Hein Vanhaezebrouck hecht belang aan een goede talenkennis.© BELGA

Waarbij je je de vraag kunt stellen: waarom niet spelers die weinig of geen Nederlands spreken Nederlands leren?

“Omdat in Kortrijk Frans de voertaal is”, zegt hoofdtrainer Hein Vanhaezebrouck in Sport/Voetbalmagazine. “Meer dan de helft van mijn kern spreekt Frans en ook de vijf Nederlandstaligen trekken hun plan in het Frans. Het is voor de vijf Engelssprekenden dat we het doen: Keet, Pavlovic, Carevic, Mitrovic en Zukanovic. De vraag is trouwens gekomen van onder meer Keet en Pavlovic.”

Dat in een Vlaamse club Frans de voertaal is, stoort Vanhaezebrouck niet. “Neen, ik ben geen Vlaams Belangstemmer en ik ben ook niet voor de onafhankelijkheid van Vlaanderen”, zegt hij. “Pas op, ik pleit voor meer Vlamingen, hoor. Ik vind dat zij minstens de helft van de groep zouden moeten uitmaken, omdat dat de band met het volk uit Kortrijk en omstreken steviger maakt. Maar dan nog zou Frans misschien de voertaal blijven.”

“Bijna alle Vlamingen spreken Frans en dat is een groot pluspunt voor ons. Maar dat betekent niet dat ze onder elkaar geen Nederlands meer mogen spreken. Onderling spreekt iedereen de taal die hij wil. Het is hier niet zoals je in Duitsland wel eens hoort, dat er in de kleedkamer niets anders dan Duits gesproken mag worden.”

## (6) N-VA-Ministers tegen lessen Frans bij KV Kortrijk, Gazet Van Antwerpen (26/10/12)

<http://www.gva.be/sport/voetbal/voetbal-binnenland/aid1268689/n-va-ministers-tegen-lessen-frans-bij-kv-kortrijk.aspx>

### **N-VA-ministers tegen lessen Frans bij KV Kortrijk**

N-VA-ministers Geert Bourgeois en Philippe Muyters vinden het een "verkeerd signaal" dat KV Kortrijk zijn anderstalige spelers lessen Frans wil geven. Een Vlaamse club als Kortrijk zou hen beter een taalbad Nederlands geven, meent minister van Inburgering Bourgeois. Sportminister Muyters van zijn kant wil met de sportsector overleg plegen over het gebruik van het Nederlands.

In Kortrijk verlopen de trainingen in het Frans omdat het merendeel van de spelers Franstalig is. Voor enkele anderstalige spelers worden nu Franse lessen voorzien.

#### **Verkeerd signaal**

N-VA-ministers Bourgeois en Muyters spreken van een "verkeerd signaal". "Ik heb grote bewondering voor trainer Hein Vanhaezebrouck, maar deze beslissing begrijp ik niet. In plaats van die Franse lessen, zou de club zijn anderstalige spelers beter een taalbad Nederlands geven", aldus Bourgeois.

Volgens Bourgeois zijn er voldoende voorbeelden van sporters die de inspanning gedaan hebben om Nederlands te leren. "Denken we maar aan Zdenek Stybar, Eidur Gudjohnson, Trond Sollied, Robbie McEwen, Svetlana Bolshakova..." "Signalen vanuit Vlaamse clubs dat de kennis van het Nederlands overbodig is, betreur ik dan ook ten zeerste", stelt de N-VA'er.

#### **FC Barcelona**

Ook sportminister Muyters stoort zich aan het Kortrijkse initiatief. Muyters zegt dat hij begrijpt dat het aanleren van het Nederlands voor een club een uitdaging is, maar dat buitenlandse voorbeelden bewijzen dat het kan. "FC Barcelona heeft bijvoorbeeld in de statuten opgenomen dat Catalaans de omgangstaal in de club is. Alle spelers van FC Barcelona leren er Catalaans om het contact met de streek, de supporters en de jeugdspelertjes te vergemakkelijken", aldus Muyters.

Muyters wil zelf over het gebruik van het Nederlands overleggen met de Vlaamse sportsector. "Ik zou graag in de bestuurskamers van onze clubs in Vlaanderen een mentaliteit zien groeien waarbij het gebruik van Nederlands een evidentie is. We moeten samen eens nagaan hoe we dat kunnen doen, zonder de clubs met nieuwe regeltjes en verplichtingen te overladen".

(7) Karim Van Overmeire wordt schepen van Vlaamse Zaken, De Standaard: (19/10/12)

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20121019\\_008](http://www.standaard.be/cnt/dmf20121019_008)

## **Karim Van Overmeire wordt schepen van Vlaamse Zaken**

19/10/2012 om 19:26 door bbd

**Karim Van Overmeire wordt in Aalst schepen van Vlaamse Zaken. Hij moet het Vlaams karakter van de stad bewaken. Zelf zegt Van Overmeire dat de verdeling van de bevoegdheden niet helemaal rond is. Maar hij ziet de functie wel zitten.**

Van Overmeire stapte in juli 2010 uit het Vlaams Belang. Samen met lijsttrekker Christoph D'Haese won hij met N-VA de verkiezingen in Aalst. N-VA vormt er nu een coalitie met SP.A en CD&V.

Een voormalig Vlaams Belanger als schepen? D'Haese herhaalde in *De Kruitfabriek* (Vier)dat Van Overmeire 'de democratische principes in zijn hart draagt'.

Nieuw bij de bevoegdhedsverdeling is de benoeming van een schepen voor Vlaamse Zaken in Aalst. Al is dat minder nieuw dan het lijkt. Ook in de Rand rond Brussel hebben enkele gemeenten zo'n schepen.

Bovendien wijst N-VA erop dat de coalitiepartners SP.A en CD&V het eens zijn met de aanstelling van een schepen voor Vlaamse Zaken.

### **Spoorwegfenomeen**

Volgens de nieuwe burgemeester D'Haese heeft Aalst in toenemende mate te maken met de verfransing. Het 'spoorwegfenomeen' noemt hij het. Omdat er een goede spoorverbinding is tussen Brussel en Oost-Vlaanderen, trekken Franstaligen weg uit Brussel en vestigen ze zich iets verderop. In Aalst bijvoorbeeld, vanwaaruit Brussel gemakkelijk te bereiken is.

'Voor de N-VA is het heel belangrijk om te waken over de authenticiteit en het Vlaams karakter van onze stad,' zegt D'Haese. Hoe dat precies moet gebeuren is iets minder duidelijk. D'Haese heeft het onder meer over de beflagging van de officiële gebouwen in Aalst.

Daarnaast krijgen de straatnaamborden in Aalst een "Vlaamse Leeuw" en opgestickerd stadsschild. Bij enkele straten komt ook een naambordje in het plaatselijk dialect.

De nieuwe schepen moet waken over het gebruik van het Nederlands in de kinderdagverblijven, aan het onthaal in het stadhuis, in de scholen. Omdat er ook veel migranten in Aalst komen wonen, wil D'Haese het aantal taallessen opdrijven in de stad.

'Het is niet provocatief bedoeld, integendeel. Het is een positief idee. We sluiten anderstaligen in onze armen en leren hen Nederlands spreken zodat ze gemakkelijker integreren.' De primeur van de nieuwe schepen stond vanmorgen trouwens in *Le Soir*.

D'Haese onderstreept verder dat het ambt niet tot een symbolenkwestie herleid mag worden. 'We willen de eigenheid van de sympathieke toffe stad Aalst bewaren en taal is daarbij het instrument bij uitstek voor integratie. Het gaat dus om een andere inslag dan het louter communautaire.'

De nieuwe schepen heet trouwens voluit 'schepen van Vlaamse Zaken en Integratie'. Naast Vlaamse Zaken krijgt schepen Van Overmeire allicht ook Bevolking, Burgerlijke Stand en eventueel Onderwijs tot zijn bevoegdheden.

**(8) Schepen van Vlaamse Zaken in Aalst, Belang van Limburg: (19/10/12)**

<http://www.hbvl.be/nieuws/verkiezingen2012/aid1263878/schepen-van-vlaamse-zaken-in-aalst.aspx>

## **Schepen van Vlaamse Zaken in Aalst**

9/10/'12 Verkiezingen 2012

Een schepen van Vlaamse Zaken en Inburgering moet er in Aalst over waken dat de Nederlandse taal gebruikt wordt in het bestuur en als instrument voor integratie. Dat stelt toekomstig burgemeester Christoph D'Haese, waarmee hij krantenberichten in die zin bevestigt.

"We worden in Aalst, amper dertig kilometer van Brussel, geconfronteerd met een toenemende verfransing", aldus D'Haese. "Dat heeft te maken met wat het 'spoorwegfenomeen' genoemd wordt, waarbij alle steden en gemeenten langs de spoorlijn Gent-Brussel geconfronteerd worden met anderstaligen die Brussel verlaten."

D'Haese benadrukt dat N-VA daar op een positieve manier meer wil omgaan. "Taal is het instrument bij uitstek voor integratie", klinkt het. "En dat is geen provocatief verhaal maar een positief verhaal. Het is voor ons belangrijk dat mensen die naar Aalst komen welkome zijn, maar de Nederlandse taal moeten spreken."

De schepen van Vlaamse Zaken en Inburgering, die bevolking, burgerlijke stand en eventueel onderwijs tot zijn bevoegdheid krijgt, zal er bijvoorbeeld over waken dat het Nederlands consequent gebruikt wordt in bestuurszaken en aan loketten, in de kinderopvang en scholen. Ook het aanbod om de taal te leren zal uitgebreid worden, naast straatnaamborden die een Vlaamse Leeuw en opgestickerd stadsschild krijgen.

D'Haese onderstreept verder dat het ambt niet tot een symbolenkwestie herleid mag worden. "We willen de eigenheid van de sympathieke toffe stad Aalst bewaren en taal is daarbij het instrument bij uitstek voor integratie. Het gaat dus om een andere inslag dan het louter communautaire."

(9) VTM News report: (18/10/12)

<http://nieuws.vtm.be/verkiezingen/2013010829434-aalst-krijgt-schepen-voor-vlaamse-zaken>

(10) Gebekvecht over schepen van Vlaamse Zaken in Aalst: (22/10/12)

<http://www.hbvl.be/nieuws/binnenland/aid1265462/gebekvecht-over-van-overmeire-als-schepen-in-aalst.aspx>

## **Gebekvecht over schepen van Vlaamse Zaken in Aalst**

22/10/'12

De CD&V in Aalst heeft geen probleem met de mogelijke voordracht van Karim Van Overmeire (N-VA) als schepen van Vlaamse Zaken. De Christendemocraten wijzen erop dat elke partij zelf beslist wie schepen wordt en dat de afspraken uit het bestuursakkoord nageleefd moeten worden. Sp.a heeft, bij monde van partijvoorzitter Bruno Tobback, wel bezwaren.

"Iedereen heeft bij het tekenen het bestuursakkoord goed gelezen en die overeenkomst moet wat ons nageleefd worden", aldus uittredend burgemeester Ilse Uyttersprot. "Pacta sunt servanda."

Uyttersprot wijst erop dat elke coalitiepartner zelf de afgesproken bevoegdheden verdeelt. "Wij doen dat voor CD&V en moeien ons niet met de andere partijen die ons bestuur uitmaken."

Inhoudelijk blijft Uyttersprot ook achter het programmapunt uit het bestuursakkoord. "We moeten niet onder stoelen of banken steken dat er een uitdijend effect is van Brussel naar Aalst. Het staat ook in het bestuursakkoord omdat het door de drie partijen is ervaren als belangrijk gegeven."

Tobback

Uyttersprot reageert na uitlatingen van Bruno Tobback die in De Morgen stelde dat sp.a het niet ziet zitten dat Van Overmeire schepen van Vlaamse Aangelegenheden wordt. "Dit is niet één brug te ver voor ons, dit is alle bruggen te ver", zegt nationaal voorzitter Bruno Tobback. De lokale sp.a houdt hierover maandagavond een fractievergadering en later een partijbestuur.

Tobback struikelt vooral over het feit dat Van Overmeire in de periode van Het Vlaams Blok meeschreef aan het 70-puntenplan tegen migratie.

## (11) Opinion piece in De Morgen: (22/10/12)

<http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1521227/2012/10/22/Nationalistische-prietpraat-in-de-Ajuinenstad.dhtml>

### **Nationalistische prietpraat in de Ajuinenstad**

Opinie - 22/10/12, 06u17

**Blijkbaar zijn hét probleem in Aalst niet de publieke financiën, de tewerkstelling, de mobiliteit of het onderwijs. Dat veronderstelt Mathias De Clercq, uittredend schepen in Gent.**

**"Ook in het programma ingeschreven: 'promotie Nederlandstalige benaming handelszaken'. Café de Paris op de Grote Markt mag op zoek naar een andere naam**

Als de voorbije gemeenteraadsverkiezingen één positieve conclusie kennen, is het toch wel het feit dat het racistische Vlaams Belang compleet van de kaart is geveegd. Eindelijk begrijpen steeds meer Vlamingen dat een stem voor Filip Dewinter en Bruno Valkeniers zinloos is.

Een goede zaak, maar tegelijk sluimert hier een gevaar. De VB-kiezer stelt nu immers zijn hoop in de N-VA om waar te maken wat het VB niet kon. Niet vreemd gezien menig VB-politicus eieren voor zijn geld kiest en de overstap naar de N-VA maakt. Dat was al duidelijk voor de verkiezingen toen bleek dat een vijftigtal Vlaams Belang-mandatarissen op N-VA-lijsten prijken. Denk aan de gewezen VB-mandatarissen Karim Van Overmeire en Jurgen Ceder die mee aan de wieg stonden van tal van radicale teksten en gewezen VB-volksvertegenwoordigers Bruno Stevenheydens en Luc Sevenhans die zonder veel poeha werden opgenomen op N-VA-lijsten.

Die grote overstap leidt tot een sterke concentratie van alle krachten binnen de Vlaamse beweging, van gematigd tot extreemrechts. Dat heeft zo zijn gevolgen, want de gematigde geesten binnen de N-VA komen zo onder druk te staan. De tienduizenden overgestapte VB-kiezers verwachten nu immers dat hun nieuwe partij dezelfde rabiate standpunten zal innemen als ze gewoon waren voorheen. En hun nieuwe leiders, zeg maar de N-VA-bestuurders, lijken dat goed begrepen te hebben. Ze kerlen zich tegen de Franstaligen, tegen de media, tegen de alternatieve kunstenaars, tegen Europa, tegen al wie kritiek heeft op het Vlaams nationalisme. De N-VA zit dus met een probleem. Ze heeft het vertrouwen gewonnen van tal van kiezers, zowel gematigde als radicale nationalisten, maar moet nu ook een beleid voeren dat tegemoet komt aan de gematigde én radicale eisen van hun achterban. De eerste signalen na de gemeenteraadsverkiezingen zullen die radicale achterban alvast hoopvol stemmen. De partij raakt meer en meer in radicaal vaarwater.

#### **Opgekropte haat**

Louis Paul Boon had gelijk toen hij schreef: "Vandaag of morgen zullen zij weer door onze straten trekken met hun leeuwenvlaggen, hun benagelde botten, hun roffelende trommen." Het leek wel een taferel van de jongste verkiezingsavond. We zagen een arrogante en rancuneuze N-VA-voorzitter, die in een zorgvuldig geregisseerd schouwspel met stoottroepen naar het Antwerpse stadhuis marcheerde. Nadien kwam er dan een overwinningstoespraak die bol stond van opgekropte

haat en radicaal ressentiment. Ik beaam volkomen wat de Gentse burgemeester Daniël Termont daarover zei: "Ik kreeg koude rillingen bij de speech van De Wever. Ik hoorde klanken uit de jaren dertig. Die houding, dat roepen in die harde, onverzoenlijke taal."

Het ergste moet echter nog komen, de talrijke N-VA'ers (een bonte verzameling van gematigde en radicale Vlaams-nationalisten en ook wat opportunisten) die zich in hun nieuwe mandaten zullen willen bewijzen in 'Vlaams' zijn. De eerste beslissing van de nieuwe coalitie in Aalst is daar tot nu toe een eerste tekenend voorbeeld van.

Blijkbaar is het grote probleem in de Ajuinenstad niet de publieke financiën, de tewerkstelling, de mobiliteit, de middenstand, de kinderopvang of het onderwijs. Neen, niets van dat alles. De bevlagging van de gebouwen en de Vlaamse leeuw op de straatnaambordjes, dat is de prioriteit, zo zei toekomstig N-VA-burgemeester Christoph D'Haese.

Die 'prioritaire' taak zal uitgevoerd worden door een schepen voor Vlaamse Zaken. Niemand minder dan Karim Van Overmeire zal die taak op zich nemen. Zijn staat van dienst belooft alvast weinig goeds voor de Aalstenaars: 20 jaar lang federaal volksvertegenwoordiger, Vlaams Parlementslid en gemeenschapssenator voor het racistische Vlaams Blok, later Vlaams Belang, en daarvoor actief binnen extreemrechtse groeperingen zoals Voorpost en de Nationalistische Studentenvereniging.

In Terzake van vrijdag 19 oktober liet Karim Van Overmeire zich ook ontvallen dat men Vlaamse leeuwenvlaggen zou bedelen onder de bevolking, zoals in punt 3.5 van het programma van N-VA Aalst staat vermeld (het verspreiden van een feestvlag onder de inwoners). Of hoe een stadsbestuur met geld van de belastingbetalers, actief zieltjes moet winnen voor de Vlaamse Zaak.

Dit doet onmiddellijk denken aan de actie van een 20-tal Vlaams Belang-leden onder leiding van Karim Van Overmeire op 28 juni 2008 waarbij 1.200 Vlaamse vlaggen werden uitgedeeld op de zaterdagmarkt van Aalst. Het leek toen wel op een vorm van bewapening.

### **Echte beleidsuitdaging**

De Aalstenaars mogen zich ondertussen aan nog meer dergelijke onzin verwachten. Zo staat in het programma ook ingeschreven: 'promotie Nederlandstalige benaming handelszaken'. Café de Paris op de Grote Markt mag alvast op zoek naar een andere naam en logo - de Eiffeltoren godbetert.

Het wordt daarom hoog tijd dat alle democratische politici de radicalisering van de N-VA naar een Vlaams Belang 2.0 aan de kaak stellen. Want terwijl hun grote leider ervan overtuigd is dat hij namens alle Vlamingen spreekt, moeten we duidelijk maken dat de meerderheid in Vlaanderen oplossingen vraagt voor de echte beleidsuitdagingen en niets moet weten van nationalistische pietpraat die men in Aalst in de praktijk wil brengen.

(12) Discussion 'Kan een schepen Vlaamse Zaken verfransing tegenhouden?' Radio 1:  
(24/10/12)

<http://www.radio1.be/programmas/de-ochtend/kan-een-schepen-vlaamse-zaken-verfransing-tegenhouden>

(13) Reaction of Johan Heldenbergh in Gazet Van Antwerpen: (22/10/12)

<http://www.gva.be/nieuws/binnenland/aid1265303/heldenbergh-start-actie-tegen-vlaamse-schepen-in-aalst.aspx>

## **Heldenbergh start actie tegen 'Vlaamse' schepen in Aalst**

22/10/'12

Acteur Johan Heldenbergh, die in Hofstade woont (een deelgemeente van Aalst), is op zijn Facebookpagina een actie begonnen waarmee hij het voornemen van de nieuwe burgemeester Christoph D'Haese (N-VA) om in Aalst een schepen van Vlaamse Zaken te benoemen, hekelt.

De nieuwe functie zou vervuld worden door Karim Van Overmeire, die twee jaar geleden van het Vlaams Belang overstapte naar de N-VA. "Ik geloof nooit dat de N-VA, en dus bij uitbreiding de nieuwe Aalsterse burgemeester, dit meent. Ik vermoed dat ze die ex-blokker (waarschijnlijk terecht) geen echte zaken kunnen laten opknappen en hem zeker geen belangrijke verantwoordelijkheid willen geven", stelt Heldenbergh.

### **"overbodig"**

"Ik stel voor dat we die arme overbodige schepen van Vlaamse Zaken in Aalst ook werkelijk wat om handen geven. Laten we met zijn allen zijn departement bestoken met Vlaamse zaken... E-mails en e-mails met belangrijke vragen als daar zijn: Is het nog toegelaten om Brusselse wafels te eten? Is de burgemeester verfranst als hij "dictionnaire" zegt op tv in plaats van "woordenboek"...?

Voor Heldenbergh kan de nieuwe schepen bij zijn aantreden op 2 januari niet genoeg bestookt worden met voorstellen. "Als we met duizend zijn, sturen we elke dag een mail. Wat als we met tienduizend waren?"

### **sp.a verzet zich, CD&V niet**

Intussen stelt de sp.a, de coalitiepartner van N-VA in het nieuwe Aalsterse gemeentebestuur, zijn veto tegen de benoeming van Karim Van Overmeire als nieuwe schepen. Van Overmeire was bij zijn vroegere partij Vlaams Belang een van de auteurs van het 70-puntenplan tegen migratie. Partijvoorzitter Bruno Tobback zegt in *De Morgen* dat hij de aanstelling van Van Overmeire niet ziet zitten.

CD&V-Aalst, de partij van aftredend burgemeester Ilse Uyttersprot heeft veel minder moeite met de keuze van N-VA voor Van Overmeire en zal zich er dan ook niet tegen verzetten. "We hebben dat bestuursakkoord getekend en ik veronderstel dat iedereen toch leest wat hij tekent. In dat akkoord zijn de functies verdeeld over de partijen, maar het is de partij die de mensen benoemt. Daar hebben wij dus niets over te zeggen", zegt Uyttersprot op *Radio 1*.

**RDC**

(14) 'Vlaamse' straatnaambordjes afgevoerd? Het Laatste Nieuws, via website Karim Van Overmeire: (12/06/13)

<http://karimvanovermeire.n ва.be/citaten/vlaamse-straatnaambordjes-afgevoerd>

## 'Vlaamse' straatnaambordjes afgevoerd?

12 juni 2013

*KARIM VAN OVERMEIRE NOEMT SYMBOOLDOSSIER 'NIET PRIORITAIR'*

**Karim Van Overmeire** (N-VA) vindt de vervlaamsing van de straatnaambordjes niet meer prioritair en het ziet ernaar uit dat hij de maatregel op de lange baan schuift. "*Niet omdat wij dat hebben gevraagd*", zegt sp.a Aalst, die in de problemen was gekomen door de Vlaamse symboolstrijd van coalitiepartner N-VA.

De N-VA lijkt niet veel zin meer te hebben in de vervlaamsing van de straatnaamborden in Aalst. Vlak na de verkiezingen ontstond er heel wat heisa over dat een regeltje in het bestuursakkoord dat vooropstelde dat straatnaamborden een Vlaamse leeuw kregen, en dat van sommige straatnamen ook de Aalsterse dialectvorm zou opgehangen worden. De 'vervlaamsing' van de straatnaamborden werd een symbooldossier, ontketende een mediastorm, en bij N-VA staan ze duidelijk niet te springen om dat nog eens te ondergaan. "*Het staat wel in het bestuursakkoord, maar er zijn nog geen concrete afspraken over*", reageert Van Overmeire.

Andere prioriteiten

"*We hebben de 'vlaggenkwestie' (verwijdering van Belgische vlaggen uit stadsgebouwen, nvdr.) gehad, maar er zijn andere prioriteiten zoals onderwijs en de realisatie van een nieuw stadhuis. De vervlaamsing van de straatnaambordjes blijft in het bestuursakkoord opgenomen, maar er is geen haast bij*", zegt hij. Of dat zinnetje in het bestuursakkoord geen dode letter zal blijven, is niet zo zeker. Van Overmeire schuift de beslissing daaromtrent voor zich uit. "*Ik ben nu bezig met taalondersteuning in het onderwijs en daarna komt het taalbeleid*", zegt hij. Is dit een eerste stap om het idee af te voeren, heeft N-VA geen zin meer in nog een robbertje Vlaams symboolgeweld, of heeft de schepen het echt te druk om zich met dat soort zaken bezig te houden? Sp.a zal allicht opgelucht ademhalen als het idee wordt geschrapt, want de nationale top ziet het allemaal niet graag gebeuren. "*We gaan ons hier niet tegen verzetten, het klopt dat er andere dringender zaken zijn*", zegt fractieleider van sp.a Patrick Jacobs. "*Vanuit sp.a is niet gevraagd om dit af te voeren. Het akkoord is het akkoord. Ik stel wel vast dat niemand het een prioriteit vindt. Ik deel de mening van zij die vinden dat je er geen prijzen mee kunt winnen. Het is een punt van de N-VA, en wij zijn daar niet wild enthousiast over*", zegt Jacobs.

**Bron:**

Rutger Lievens, in Het Laatste Nieuws.

(15) Aalst maakt geen haast met vervlaamste straatnaamborden, Het Laatste Nieuws, via website Karim Van Overmeire: (12/06/13)

<http://karimvanovermeire.n-vlaamse.be/citaten/aalst-maakt-geen-haast-met-vervlaamste-streetnaamborden>

## Aalst maakt geen haast met vervlaamste straatnaamborden

12 juni 2013

*Ze waren voor velen dé steen des aanstoots in het bestuursakkoord van Aalst, maar na vijf maanden N-VA-bestuur is er nog steeds geen spoor van te bekennen: de vervlaamste straatnaamborden, al dan niet met een Vlaamse Leeuw erop. "Geen prioriteit", zegt schepen van Vlaamse Zaken **Karim Van Overmeire**. "Ik sluit niet uit dat we die borden nog aanpassen, maar een timing daarvoor is er niet, neen."*

In Denderleeuw, een buurgemeente van Aalst, duiken intussen de eerste nieuwe straatnaamborden mét leeuwenvlagje op. Maar in Aalst, waar ze door de oppositie én door de nationale sp.a-leiding gezien worden als het symbool van een bekrompen Vlaamse politiek, blijven ze voorlopig achterwege. En zijn er geen plannen om ze dringend in te voeren. Is N-VA bang om nodoeloos op gevoelige tenen te trappen en zijn die bordjes-met-leeuwenvlag "een besmet idee", zoals een lokale N-VA'er zegt?

Niet bang

*"Besmet? Bang? Helemaal niet", zegt Karim Van Overmeire (N-VA). "Als we bang waren, dan hadden we hier ook de Belgische vlaggen laten hangen. Maar die hebben we meteen verwijderd, op die ene aan het stadhuis na. Waar spreken we over? We zijn pas vijf maanden ver. Tijd zat om die straatnaamborden nog aan te passen. Ik sluit niet uit dat we dat nog doen, maar een prioriteit is het niet - nooit geweest. We maken eerst werk van wat het meest dringend is: de taalondersteuning in het onderwijs en de aanpak van de verfransing. In het basisonderwijs van de stadskern spreekt 27 procent van alle kinderen thuis geen Nederlands. En in de deelgemeente Erembodegem, waar ik woon, spreekt 12 procent van alle inwoners Frans. Men heeft uit ons bestuursakkoord één klein element gehaald - die straatnaamborden - om van onze aanpak een karikatuur te maken. Aan die karikatuur gaan wij niet meewerken op een tempo dat anderen ons zouden willen opdringen." En dus blijven de oude Aalsterse straatnaamborden tot nader order hangen - nog even of voorgoed. (RLA/JS)*

### Bron:

Rutger Lievens, in Het Laatste Nieuws.

(16) Vlaamse straatborden zijn van tafel geveegd, Het Nieuwsblad: (30/01/14)

[http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20140129\\_00954171](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20140129_00954171)

N-VA SLUIT ZICH NIET MEER AAN BIJ VLAAMS BELANG-VOORSTEL

## **Vlaamse straatborden zijn van tafel geveegd**

Donderdag 30 Januari 2014, 03U00 AUTEUR:LEEN DE SMEDT

**AALST - Buiten Vlaams Belang wil geen enkele partij in Aalst de straatnaamborden bedrukken met een Vlaamse leeuw. N-VA had dat punt nochtans opgenomen in haar verkiezingsprogramma.**

In Aalst hebben alle partijen met uitzondering van Vlaams Belang het voorstel van VB-fractieleider Steve Herman om de straatnaamborden in Aalst te vervlaamsen, van tafel geveegd. Ook de N-VA-raadsleden en hun schepen van Vlaamse Zaken Karim Van Overmeire, stemden tegen. Opmerkelijk, want in het verkiezingsprogramma van N-VA was de maatregel opgenomen: er zou een vervlaamst welkombord komen aan de invalswegen van de stad en de straatnaamborden moesten bedrukt worden met een Vlaamse leeuw. In het bestuursakkoord worden deze 'gemeenschapsversterkende maatregelen' naar voor geschoven als voorbeeld van een 'Vlaams Manifest'.

Toen Steve Herman (VB) dinsdagavond tijdens de gemeenteraad voorstelde om het plan tegen 2015 uit te voeren, stootte hij bij elke partij echter op een 'njet'.

'Ik sluit niet uit dat de leeuwtjes er ooit nog komen', repliceerde Van Overmeire (N-VA). 'Maar ze zijn geen prioriteit, in tegenstelling tot het uitrollen van een goed taalbeleid. Dit jaar wordt hiervoor in Aalst 20.000 euro uitgetrokken, terwijl daarvoor vroeger geen geld was. Stadsdiensten, scholen, verenigingen, handelaars, iedereen wordt bij het taalbeleid betrokken. Het is pas als we op dat terrein goed bezig zijn, dat gemeenschapsversterkende maatregelen als leeuwtjes mogelijks ondersteuning kunnen bieden. Wat we nu echter helemaal niet willen is dat er van ons beleid opnieuw een karikatuur wordt gemaakt, en dat hierdoor het draagvlak weggeslagen wordt van een taalbeleid dat absoluut noodzakelijk is.'

### **Symbolische waarde**

'De Vlaamse leeuwtjes zijn slechts symbolen van ons taalbeleid', zegt burgemeester Christoph D'Haese (N-VA). 'Ze hebben als symbool een belangrijke waarde, maar we willen hoe dan ook eerst ons beleid in de praktijk omzetten.'

'Het is een jammere zaak dat N-VA zijn eigen verkiezingsbeloftes inslikt om het nu plots een karikatuur te noemen', oordeelt Vlaams Belang. 'In Denderleeuw is het stadsbestuur er wel in geslaagd om de straatnaamborden te vervlaamsen. Hier in Aalst zijn de N-VA'ers helaas de gegijzelden van links in hun eigen meerderheid.'

De Vlaams Belangers laten nog weten dat ze op eigen houtje een groot Vlaams welkombord zullen plaatsen aan de Siesegemlaan, een van de belangrijkste invalswegen naar Aalst.

(17) Gevraagd: verpleegkundige die zowel Nederlands als Arabisch spreekt, De Standaard  
(30/08/13)

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20130829\\_00714367](http://www.standaard.be/cnt/dmf20130829_00714367)

## **Gevraagd: verpleegkundige die zowel Nederlands als Arabisch spreekt**

Een opmerkelijke vacature bij de VDAB zorgt voor ophef. ‘Maar er is hier geen sprake van segregatie.’

*Brussel We zijn op zoek naar een verpleegkundige voor de regio Aalst. Belangrijk is dat je zowel de Nederlandse taal als de Arabische taal machtig bent.*

Een aantal twitteraars stelden vragen bij deze VDAB-vacature. ‘Moet je nu al Arabisch kennen om verpleegster te worden? Of: Een symptoom van mislukt migratiebeleid’.

Bij de VDAB zijn ze verwonderd over zoveel ophef. ‘Het komt inderdaad niet vaak voor dat kennis van het Arabisch gevraagd wordt’, zegt Jan Denys van Randstad. ‘Maar het is zeker niet de eerste keer. Het is wel altijd in het kader van een speciale job. Er is hier geen sprake van segregatie. Er wordt geen verpleegster aangeworven die Arabisch kent omdat er patiënten zijn van allochtone afkomst die geen Nederlands spreken. In dergelijke gevallen zijn er andere oplossingen. Er zijn, zeker in het Brusselse, al genoeg verpleegkundigen die in ziekenhuizen werken en die van allochtone afkomst zijn, en dus de taal van de patiënten machtig is. Of er worden familieleden of een tolk ingeschakeld.’

De verpleegkundige die in de vacature van VDAB gezocht wordt, heeft te maken met het aantrekken van buitenlanders die zich in Belgische ziekenhuizen laten verzorgen. Enkele jaren geleden werd hiervoor de vzw Healthcare Belgium opgericht. Het Onze-Lieve-Vrouw ziekenhuis in Aalst werkt in dit kader een project uit.

‘Deze patiënten spreken uiteraard geen Nederlands of Frans en verblijven maar korte tijd in België, vandaar de noodzaak om iemand in het ziekenhuis te hebben die hun taal spreekt’, aldus Denys.’

(11) Vlaams Belang Meise kritisch voor N-VA schepen van Vlaams Karakter, Het Nieuwsblad: (22/10/12)

[http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20121022\\_023](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMF20121022_023)

## **Vlaams Belang Meise kritisch voor N-VA schepen van Vlaams Karakter**

maandag 22 oktober 2012, 10u56 Auteur:rd

**MEISE - Ook Meise krijgt een schepen voor het behoud van het Vlaams Karakter, en wel Willy Kerremans van N-VA. De lokale afdeling van Vlaams Belang reageert kritisch: 'Wat deed N-VA de laatste 6 jaar?'**

Niet alleen Aalst krijgt een schepen die moet waken over het Vlaamse karakter van de stad, ook de Brusselse randgemeente Meise krijgt zo'n ambt. Die wordt toegewezen aan Willy Kerremans (N-VA), maar daar stelt Jörgen Noens van Vlaams Belang zich enkele vragen bij.

'Wat deed N-VA de laatste 6 jaar?', klinkt het in een persbericht. De Vlaams Belanger haalt de *Commissie ter vrijwaring en bevordering van het Vlaams karakter van de gemeente Meise* en een *protocol ter vrijwaring en bevordering van het Vlaams karakter van de gemeente Meise* aan, waar Vlaams Belang mee aan de basis van lag en 'door iedere partij vorige legislatuur ondertekend werd'.

Niet alleen bestaat er dus al een waakhond, op de koop toe vindt Noens dat N-VA er tot nu toe heel weinig beroep op gedaan heeft. Daarnaast klinkt in het persbericht nog heel wat kritiek op wat maandag in *Het Laatste Nieuws* staat, zoals de vraag of er straatnaamborden met een Vlaamse leeuw erop zullen komen.

'Op voorstel van het Vlaams Belang zijn straatnaamborden al vervangen door straatnaamborden waar de Vlaamse leeuw staat opgedrukt. Dat een toekomstige schepen van Vlaamse zaken dit niet weet, vind ik raar', aldus Noens.

Het persbericht sluit af met 'tientallen voorbeelden ter vrijwaring en bevordering van het Vlaams karakter van de gemeente', en vraagt zich nogmaals af wat de N-VA de afgelopen 6 jaar deed.

(12) Ook Temse krijgt schepen voor Vlaamse Zaken, De Standaard: (19/11/12)

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20121119\\_054](http://www.standaard.be/cnt/dmf20121119_054)

## Ook Temse krijgt schepen voor Vlaamse Zaken

19/11/2012 om 17:09 door bm, bbd

**Na Aalst en Brasschaat krijgt ook Temse een schepen voor Vlaamse aangelegenheden. Omdat er te veel Frans gesproken wordt, vindt de plaatselijke N-VA. 'Hilarisch', reageert de oppositie.**

In Temse ruilt CD&V partner Open VLD in voor de N-VA. Wie welke schepenpost krijgt, is nog niet duidelijk. Maar de N-VA pakt er wel al mee uit dat er een schepen van Vlaamse aangelegenheden komt, zo meldt *Het Nieuwsblad*.

De plaatselijke N-VA-voorzitter Werner Maerevoet vindt dat er stilaan te veel Frans gesproken wordt in Temse. Vooral in de buurt van de Zaat, een nieuwe en vrij chique woonwijk op de vroegere Boelwerf aan de Schelde. In de supermarkten daar in de omgeving wordt volgens Maerevoet tegenwoordig nogal wat Frans gesproken, en dat moet de nieuwe schepen tegengaan.

Hoe dat moet, weet Maerevoet niet. 'Dat moet de nieuwe schepen uitzoeken.' Maar Maerevoet besefte dat het om privewoningen gaat, waar de overheid dus niet zomaar taaleisen aan de inwoners kan opleggen.

De oppositie in Temse snapt niet waar N-VA die verfransing vindt. 'Het is echt hilarisch', zegt SP.A-lijsttrekker Bert Bauwelinck. 'Eerlijk gezegd, ik hoor hier nooit Frans spreken.'

De bestuurscoalitie CD&V en N-VA laat nog niet in haar kaarten kijken. Wie de schepen voor Vlaamse Zaken wordt, wordt dan eind deze week bekendgemaakt. Het is ook mogelijk dat de bevoegdheid voor Vlaamse zaken wordt toegekend aan de schepen voor Integratie, merkt de VRT op.

### (13) Opinion piece Gratis Taaladvies, De Morgen: (23/10/12)

[http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1521945/2012/10/23/  
Gratis-taaladvies-voor-de-N-VA.dhtml](http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1521945/2012/10/23/Gratis-taaladvies-voor-de-N-VA.dhtml)

## **Gratis taaladvies voor de N-VA**

Opinie – 23/10/12, 07u30

Bart Eeckhout is chef M van De Morgen.

### ***Waarom geen voorbeeld nemen aan het pragmatische taalbeleid in de meeste Nederlandstalige scholen in Brussel?***

Waarschuwing! Dit wordt een genuanceerd stuk. De oplossingen die N-VA biedt voor de gevolgen van binnenlandse migratie rammelen aan alle kanten. Maar de analyse dat de grootsteden letterlijk uit hun voegen barsten, klopt wel degelijk en verdient een politiek antwoord.

Het is niet moeilijk om de draak te steken met de installatie van een schepen van Vlaamse Aangelegenheden in carnavalsstad Aalst. Soms is de reactie ook echt geestig en scherp, zoals in de opiniebijdrage van de onvolprezen 'taalgrenswatcher' Renaat Vekemans (alias pdw, DM 22/10). Een andere keer klinkt de toon al dubbelzinniger en verkrampter. Het Facebookinitiatief van acteur Johan Heldenbergh om de nieuwe schepen te spammen met onzinnige vragen, is vast uit edelmoed geboren, maar riskeert kleingeestig uit te draaien.

Het zou uiterst jammer zijn mocht links en progressief Vlaanderen vandaag opnieuw op het 'signaal van de kiezer' repliceren zoals het dat eenentwintig jaar geleden deed na Zwarte Zondag. Ook toen werd het 'foute' kiesgedrag eerst geblameerd en geridiculiseerd, en de maatschappelijke problematiek die eraan ten grondslag ligt werd ronduit ontkend. Vandaag dreigt hetzelfde te gebeuren. Toen ging het om de gevolgen van een globaliserende en multiculturele samenleving; vandaag gaat het (onder meer) om de gevolgen van stedelijke bevolkingsgroei, uitbreiding en migratie.

Toen capteerde het Vlaams Blok het burgerverzet tegen dat fenomeen, vandaag is dat de N-VA. Telkens gaat het om een partij die verwerpelijke of (in het geval van N-VA) bedenkelijke oplossingen aanreikt, maar die wel de verdienste heeft dat ze een samenlevingsprobleem op de kaart zet. Het gevaar is nu dat in het verzet tegen de N-VA meteen ook de onderliggende maatschappelijke analyse genegeerd of belachelijk gemaakt wordt. Dat is riskant omdat zo (opnieuw) de rug gekeerd wordt naar een relatief nieuwe maar tastbare uitdaging voor onze samenleving. Het is dom om de illusie te wekken dat je de gevolgen van de ver(voor)stedelijking kunt terugdraaien met vlagvertoon; het is even dom om te ontkennen dat er sowieso gevolgen zijn.

Met name om en rond Brussel blijft de verdichting van het stedelijk netwerk niet zonder gevolgen. Voor Brussel wordt de komende tien jaar een bevolkingstoename van 200.000 inwoners voorspeld. Dat zal hoe dan ook een effect hebben op de randstad en de omliggende kernsteden. Dat die demografische ontwikkeling te laat politiek beantwoord is, is mede een gevolg van de staatshervorming waarbij gewesten meer als concurrenten dan als partners tegenover elkaar zijn

komen te staan.

Soit, dat is het verleden. Ook in de nabije toekomst zal het beleid inzake huisvesting, werkgelegenheid en onderwijs in de ruime metropolytane hoofdstedelijke zone een antwoord moeten bieden op de verdichte verstedelijking. Zoals professor Eric Corijn in deze krant aankaart zal de invoering van een sneller openbaar vervoer middels een gewestelijk expresnet dat fenomeen nog versterken. In Parijs heeft het RER-netwerk mee de banlieuïsing in de hand gewerkt. Dat is niet de weg die we moeten volgen, maar de angst bij een deel van de bevolking voor een soortgelijke ontwikkeling is reëel en legitiem. Die problematiek vereist ook van progressieve zijde een ernstige repliek.

Dat is zeker zo omdat het (conservatieve) antwoord dat de N-VA vandaag biedt, wel degelijk bijzonder problematisch is. In haar Aalsters verkiezingsprogramma stelt de partij zonder meer voorop dat ze de stedelijke groei kan 'stoppen'. Niet alleen in Aalst maar ook in Antwerpen, in de Antwerpse noordrand en in de Gentse stadsrand is die belofte electoraal lonend gebleken. Proficiat, maar dat neemt niet weg dat het een illusie is.

Minstens zo onzinnig zijn de remedies die de N-VA naar voor schuift. Het van overheidswege opleggen van vertoon van vlaggen en emblemen doet denken aan staatsnationalistische regimes waar Vlaams-nationalisten zich niet graag mee zouden mogen laten associëren. Het afdwingen van uniform Nederlands taalgebruik in de publieke ruimte zet Vlaanderen te kijk als een angstige en defensieve gemeenschap. Dezelfde gesloten houding blijkt ook uit het voorrangsbeleid voor nieuwe woningen in de Brusselse rand.

Dit soort beleid brengt zware schade toe aan het gastvrije, innovatieve en flexibele imago dat mee het succes bepaalt van de open Vlaamse/ Belgische economie van vandaag. Het is bovendien niet efficiënt: de claim dat je de verstedelijking ermee tegenhoudt, is even onzinnig als de belofte eertijds om de multiculturele realiteit terug te draaien. Ten gronde moet de N-VA zich bezinnen over de vraag of de Vlaamse Gemeenschap anno 2012 niet meer is dan de som van haar historische communautaire frustraties.

Mogen we de N-VA daarom geheel gratis en belangeloos een taaladvies cadeau doen? Waarom geen voorbeeld nemen aan het pragmatische taalbeleid in de meeste Nederlandstalige scholen in Brussel. Uit eerste hand kan ik getuigen dat het actief maar open stimuleren van Nederlands in de klas tot meer integratie en een hoger pedagogisch rendement leidt dan het gespannen bestraffen van elk onvertogen vreemd woord.

Wie nu roept dat een dergelijke aanpak enkel leidt tot meer verfransing en vervreemding miskent het resultaat en het engagement van het onderwijspersoneel in de Vlaams-Brusselse schooltjes. Als Vlaanderen het fenomeen van de verstedelijking het hoofd wil bieden, kan het heus geen kwaad om de goede praktijken in de hoofdstedelijke omgang met hetzelfde fenomeen te leren kennen. Toegegeven, dan moet je eerst wel de intellectuele eerlijkheid hebben om te erkennen dat er überhaupt iets goeds uit Brussel kan komen.

**(14) Opinion piece Temse verfranst, De Morgen (21/11/12)**

<http://www.demorgen.be/dm/nl/2461/Opinie/article/detail/1537424/2012/11/21/Brief-van-de-dag-Temse-verfranst-Putain.dhtml>

## **Brief van de dag: Temse verfranst. Putain!**

Opinie – 21/11/12, 08u47

Triomfantelijk komt N-VA naar buiten met bijzonder nieuws: ook in Temse, pal in de Vlaamse Scheldepolders op 15 km van Nederland en 50 km van Brussel, komt een schepen bevoegd voor Vlaamse Aangelegenheden. De N-VA gaat hier de komende jaren samen met de CD&V besturen en ze nemen alvast een dolkomische start. Er moet opgetreden worden tegen mensen die Frans spreken in het openbaar, de anderstalige winkelopschriften moeten naar het Nederlands worden vertaald, er moeten standbeelden komen van beroemde (bijna zeker Vlaamse!) historische figuren uit Temse en als vanzelfsprekend: de 11 juli-viering moet verhevigd gevieren.

De lokale N-VA-voorzitter heeft in de nieuwe wijk 'De Zaat' op de voormalige Boelwerfgronden in en om de lokale Delhaize al Frans horen spreken. Frans! Sommige appartementen zijn daar wat poeneriger dan andere en dat trekt vreemd volk aan, nietwaar? Iemand anders heeft aan de zijlijn van een sportclub ook de taal van Molière al horen klinken. C'est quoi cette connerie? Het spreekt vanzelf dat daar een actieplan voor moet komen.

Nog straf qua punt: toekomstige beeldhouwwerken moeten heroïsche eigen helden gaan uitbeelden. Religieuze helden als Priester Poppe en Temse-patrones H. Amelberga staan er al. Wie nog? De Gebroeders Van Raemdonck dan, die zoals de lokale N-VA'ers ook al zullen weten, gestorven zijn in de armen van hun Waalse strijdemaker. Kan ook een ontroerend beeld opleveren!

Als het niet om te lachen was zou ik huilen.... N-VA is in vooroorlogse tijden blijven steken. Enkel in Noord-Korea houdt men nog vast aan een standbeeldenbeleid dat roemruchtig eigen volk vereeuwigt.

### **Scilt ende Vrient!**

Temse kent geen taalfaciliteiten en men moet er dan ook niet over beginnen leuteren. In Temse is er ook geen rondzendbrief-Peeters waarmee Franstaligen bestuursdocumenten in hun moerstaal kunnen opvragen. Dat is dan ook opgelost. Kunnen de N-VA-schepenen zich dan gaan bezighouden met de echte bekommernissen van de Temsenaren: verkeersonveiligheid, te dure huurwoningen, verloedering van het centrum, onzekerheid over hun werk, het verdwijnen van de middelbare scholen uit Temse, het tekort aan ouderenvoorzieningen en de snel stijgende armoede? Dat de lokale N-VA dáár eens de pers over bijeenroeft.

Zijn die N-VA'ers naïef en wereldvreemd of zit er meer achter? Voorzeker dat laatste. De kracht van de verandering zit er in dat N-VA 'problemen' uit de Brusselse Rand exporteert naar de verre uithoeken van Vlaanderen, in de hoop dat ze daar de electorale vuurtjes warm kunnen houden tot 2014 en ver daarna. 'Sainte Amalberge, mère de Tamise, priez pour nous', want die stoute potverterende PS'ers en hun achterban liggen in hun zuidelijke Vikingboten te wachten om Temse stormenderhand in te nemen via de Schelde. En daarna varen ze in één ruk door naar Antwerpen...

We zijn verdoemd. Vlug, een Schepen van Vlaamse Zaken!

**Bert Bauwelinck**, sp.a-gemeenteraadslid in Temse (Waasland) / Tamise (Pays de Waes)

(15) 250 Euro boete voor tweetalige signalisatieborden, Het Nieuwsblad (19/12/13)

[http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=dmf20131218\\_00894081](http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=dmf20131218_00894081)

## **250 euro boete voor tweetalige signalisatieborden**

Donderdag 19 December 2013, 04U00

GERAARDSBERGEN - Aannemers die tijdens werken een tweetalig signalisatiebord zoals bijvoorbeeld 'Omleiding - Déviation' plaatsen, riskeren voortaan een geldboete in Geraardsbergen. 'Het is aan de stad om ervoor te zorgen dat de taalwetten worden gerespecteerd. Die verbieden tweetalige signalisatie- en verkeersborden in het Nederlandstalig landgedeelte', zegt N-VA-gemeenteraadslid Steven De Boe. Hij is tevreden dat zijn voorstel om de tweetalige borden te verbieden door de gemeenteraad is goedgekeurd.

## 4. INTERVIEWS

OVERVIEW:

### Top-down LL actors

R. Scherpereel – alderman Kortrijk

K. Van Overmeire – alderman Aalst

### Bottom-up LL actors

*Frituur Grand Place* – Kortrijk, Grote Markt

*Scaldis* – Kortrijk, Lange Steenstraat

*Mister Minit* – Aalst, Grote Markt

*Ken* – Aalst, Nieuwstraat

### Passers-by

Passer-by 1 – 4 ,Kortrijk

Passer-by 1 – 4, Aalst

## Top-down LL actors

### INTERVIEW RUDOLF SCHERPREEEL

MARCH 27, 2014

SB Zou u misschien uzelf eerst even willen voorstellen alstublieft?

RS Dus ik ben Rudolf Scherpereel. Ik ben eerste schepen in de stad Kortrijk. En wat uw materie betreft ben ik in feite niet bevoegd voor de benamingen in het straatbeeld, of taalgebruik in het straatbeeld in de stad.

SB Neen?

RS Neen

SB En wie, wie is dat dan wel als ik vragen mag?

RS Dat is wat de straatbewegwijzering en dergelijke meer betreft is dat Marc Lemaitre ja. Dat is de dienst mobiliteit.

SB Ok. Maar u bent wel bevoegd voor toerisme?

RS Ja inderdaad.

SB Mag ik vragen, wat, of er daar bij belangrijke agendapunten zijn nu, die binnenkort verwezenlijkt willen worden?

RS We zijn bezig met volledige bewegwijzering voor hande.. wandelaars te veranderen. Wij zitten nog met een problematiek voor bewegwijzering van privédoelen, zoals hotels en belangrijke gebouwen, privéondernemers. Dat komt eraan maar er is daar een problematiek vanwege Toerisme Vlaanderen die daar moet opgelost worden, dat nog niet helemaal rond is. Dat zijn wat bewegwijzering betreft.. hetgeen die in de pijplijn zit. Dus bewijzering voor voetgangers is het nu, ja denk ik binnen de maand dat gerealiseerd wordt.

SB En grote even..evenementen of zo?

RS Op toeristische gebied of hoe bedoelt u?

SB Ja op toeristisch gebied.

RS Goh wij hebben ja bepaalde grote openingen he dit jaar. Wij hebben bijvoorbeeld de opening van het Museum aan de Leie. Dat is een nieuw museum die opengaat langs de Leie en die nogal wat bezoekers zal trekken, en dat gaat open in oktober. Dan hebben wij deze.. in ja in, in begin van het jaar opening van de Broeltorens die dus volledig gerestaureerd geweest zijn. Dat zijn 14<sup>de</sup>-eeuws, neen 13<sup>de</sup>-eeuws en 14<sup>de</sup>-eeuws gebouw. Excuseer ik moet eens.. [Telefoon] Dan hebben wij de opening van een jeugdherberg, die wij binnenkort, ook in oktober gaan openen om de rugzaktoerist in Kortrijk te krijgen. En ja, wij hebben nogal wat, wij hebben 175.000 overnachtingen in, in Kortrijk wat niet onbelangrijk is voor een stad

als Kortrijk. Dus we zijn nogal wat tevreden.

SB Veel mogelijkheden voor toeristen oké (...) En ik neem aan dat u zelf ook wel eens door Kortrijk wandelt. Staat u dan stil bij taal die u kan zien? In het straatbeeld?

RS Bedoelt u van de winkels enzoverder?

SB Ja in de winkelstraat, op de Grote Markt,...

RS Goh ja, ik ik kijk het een beetje commercieel en ik stel mij altijd de vraag of de wandelaar die naar een winkel kijkt, of dat de vlag de lading dekt. Met andere woorden je hebt drie mogelijkheden om een benaming te doen van een bedrijf of van een winkel. Ofwel ga je je eigen naam gaan gebruiken en dan ja, dan ga je met uw naam gaan profileren en dan weet iedereen dat Leonidas pralinen zijn en dergelijke meer. Ofwel ga je gaan... eenvoudigweg de inhoud van de zaak verwoorden in de benaming van de zaak. En ga je bijvoorbeeld, weet ik veel, een apotheker e, apotheker eenvoudigweg dan weten de mensen onmiddellijk waar ze moeten zijn. Ofwel ga je een aantrekkelijke naam dat je denkt dat een beetje meerwaarde geeft aan je zaak gaan, gaan doen. En dan ja laat zich de keuze van de taal natuurlijk, spijtig genoeg, beïnvloeden en wanneer men in mode artikelen gaat – tot spijt voor wie het benijdt – wordt nogal wat Frans gebruikt. Wat wij spijtig vinden. Maar er zijn veel modezaken die een even mooie Nederlandstalige naam ook gebruiken. Dusja.

SB Maar u staat er dan ook toch wel bij stil als u het dan jammer vindt ...

RS Ja inderdaad ja. Maar dat is in feite, in feite heeft dat niet alleen te maken met die handelaar. Want die handelaar, allez ja als, u weet dat ik een incident heb gehad over een frietzaak in Kortrijk. Dus die man heeft daar nooit bij stil gestaan. Hij dacht natuurlijk dat hij meer frieten ging verkopen als ie Grand Place noemde. Maar wat dat ik natuurlijk nog altijd in twijfel trekt. Maar het heeft een beetje met de identiteit van onszelf te doen he. Wij denken dat wij niet goed genoeg zijn wanneer wij in het Nederlands ons profileren. En dat is een beetje een ingesteldheid van een Vlaming. Laat ik het zo zeggen.

SB En denkt u, is er dan een verschil bijvoorbeeld dan bij de naam van die frietzaak en bijvoorbeeld een slogan, of openingsuren, menukaarten en dergelijke? Kan daar dan een onderscheid in gemaakt worden als u zegt dat u het jammer vindt bijvoorbeeld dat er dan zo een Franse naam voor een zaak komt? Maar dan op de Grote Markt bij de eetgelegenheden, als er nu Frans op het menu zou staan zou dat dan iets anders.. Zou dat anders geïnterpreteerd kunnen worden?

RS Op een menukaart is dat natuurlijk... Je kan er niet van uit dat wij hier tegen de Franse grens zitten en nogal wat Fransen op bezoek hebben en als je iedere keer je kaart moet gaan uitleggen aan een Franstalige wat we juist bedoelen dan is dat nogal arbeidsintensief. Met andere woorden dat men menukaarten in meerdere talen publiceert waaronder bijvoorbeeld het Frans of ook in het Engels enzoverder, daar heb ik absoluut geen bezwaar tegen zolang het ook in het Nederlands staat. Ja.

SB Oké. Het sluit er dan misschien een beetje bij aan maar toen ik hier ook rondliep, heb ik bijvoorbeeld veel Engelse slogans gezien. Dat was in de winterperiode, bijvoorbeeld Happy

Hollidays en Merry Christmas enzo. Denkt u dan dat meertaligheid in een stad als Kortrijk een troef is meer, of dat het iets positiefs is, het aantrekkelijk maakt? Of neen?

- RS Neen neen, ben daar niet zo gelukkig om. (...) om het gebruik van het Engels in die city marketing neen. Maar kom... ik ben, ik laat ik laat het een beetje aan merchandisers – om nu een keer in het Engels te spreken – over om, om die keuzes te gaan bepalen. Het is nu eenmaal zo, bij jongeren vooral, dat men nogal gevoelig is voor het Engels. Ik ben voor het moment bezig met een ding, met de mensen te gaan... engageren, jonge mensen die bij mij in het bedrijf gaan komen, en dan stel ik hen... die moeten werken in het Franstalig gedeelte in Henegouwen. En dan is het schijnend hoe weinig jongeren nog het Frans kennen. Dus wat ik spijtig.. maar Engels zonder problemen. En hier in België, sorry hoor maar met Frans ga je toch veel verder geraken dan met het Engels. En dus die gevoeligheid van de jongeren voor het Engels die ingegeven wordt door televisie, en wat weet ik meer, dat is een spijtige keuze, dat is iets wat ik betreur. (...)
- SB Oké. En komt u zelf vaak in aanraking met mensen die een andere taal spreken hier in Kortrijk? Dan heb ik het over inwoners en toeristen.
- RS Ja ja (...) regelmatig eens.
- SB Vooral Franstalig dan of ook ..
- RS Ja ook Engelsen he. Engelsen ook veel ja. Je mag het, hier in de streek heb je natuurlijk dat, dat fronttoerisme he. Dus 14-18 ligt nu al hoog in de agenda en dan komen de Engelsen. De Engelsen zijn veel meer gewonnen om dat hier te komen bezoeken dan bijvoorbeeld Duitsers. Duitsers liggen daar niet zo warm van om te komen. Maar... Engelsen wel. Niettegenstaande dat de Duitsers veel belangstelling hadden voor de fronttoerisme na de eerste wereldoorlog. Dus tussen oorlogse perioden waren er veel bussen uit Duitsland die ook gekomen zijn. Maar nu is het eerder nog altijd bij de Engelsen en ook Engelse scholen die nog altijd naar hier komen. Dus men komt nogal eens een Engelstalige in Kortrijk tegen ja.
- SB Oké. Nu en u zei zelf ook dat u dan die Franstalige benamingen toch wel betreurt enigszins. Ik ben ook naar Aalst geweest, daar is er een schepen van Vlaams Karakter – om nu toch eventjes naar de politiek te gaan – en denkt u dat dat misschien in Kortrijk ook een goed idee zou kunnen zijn?
- RS Goh men moet niet te.. purisme gaan toepassen. Ik kan niet zo purist zijn in Kortrijk zoals dat men in Aalst kan zijn. Ik heb 30 jaar in Groot-Bijgaarden gewoond, aan de frontlijn dus waar ik dagdagelijks, ik werkte in Brussel, waar ik dagdagelijks mijn eigen taal moest gaan verdedigen, als klant he dus. Altijd gaan zeggen 'In het Nederlands alsjeblieft' in Brussel als men bediend werd en dus die strijd heb ik wel gestreden en ik kom nu in Kortrijk. Maar in Kortrijk zit je nu ook eenmaal – ik herhaal het – met de nabijheid van Frankrijk op 15 kilometer en er lopen hier nogal wat Fransen rond he. Dus 1 op 5 kopers in Kortrijk is een Franstalige dus... dus dat is wezenlijk. En men moet, we leven nog altijd een beetje met de commerce ook he.

SB Oké, dat was denk ik alles wat ik wou vragen. Tenzij u nog iets...

RS Neen maar ik... ik ben, men moet en ik herhaal dat .. het heeft eerder, het gebruik van de Nederlandse taal in het straatbeeld heeft eerder met de trots van een Vlaming te maken of niet. Een Vlaming zou veel beter overtuigd zijn over zijn cultuur en over zijn taal. Dan zou dat probleem zich absoluut niet stellen. Voilà.

SB Oké dank u wel.

RS Alstublieft.

(10.11 min)

## INTERVIEW KARIM VAN OVERMEIRE

MARCH 6, 2014

SB Ik zal misschien beginnen met een gemakkelijkere vraag en dat is: zou u uzelf eens willen voorstellen qua functie hier in Aalst?

VO Ja,... Graag natuurlijk. Mijn naam is Karim Van Overmeire en ik ben.... Vlaams volksvertegenwoordiger, Vlaams Parlement en ook schepen in de stad Aalst sinds vorig jaar dus 1 januari 2013 na de verkiezingen 2012 met als bevoegdheden... een hele rits....onderwijs zit daarbij, inburgering en vreemdelingenzaken zit daarbij... bibliotheek en erfgoed... en ook wat we Vlaams karakter genoemd hebben... in een poging – want daar zal het dan wellicht voor een stuk over gaan – in een poging om in Aalst ook een beleid te ontwikkelen dat in Vlaams Brabant ontwikkeld wordt – nog altijd want ook daar is men nog aan het zoeken -... en dat natuurlijk in functie van het feit dat we in.... geconfronteerd worden met een steeds groter wordende groep, niet zozeer Franstaligen – voor een stuk wel – maar vooral ja anderstaligen die dus een steeds groter deel van de bevolking gaan uitmaken en als je kijkt naar cijfers lager onderwijs, centrum Aalst kom je toch in de buurt van 20, 25 procent. ...Ja al die kinderen hebben ouders, die wonen in Aalst dus je kan eigenlijk dat projecteren op de taal van de bevolking en dan kan je zeggen dat ja Aalst ongeveer 10% anderstaligen en ook wel wat – hoe zou ik zeggen - aantrekkingskracht heeft vanuit Vlaams Brabant natuurlijk, ook de Franstaligen die daar wonen. Maar nu ben ik al een heel eind in het interview... (...) En dus ja ik zit in..ik ben één van de... 5 NVA'ers in een college van 10... 10...leden... Ja goed.

SB Ik dat dat het belangrijkste is.

En zou u kunnen vertellen nu naar Vlaams Karakter toe... wat dan nu momenteel op de agenda genoteerd staat? Of wat in de toekomst nog in dat opzicht verwezenlijkt wil worden?

VO Wel eigenlijk hebben we met dat... die benaming Vlaams Karakter wel heel veel pers gehaald. (...) Maar het beleid... moeten we nu nog uitrollen. En waarom hebben we daar zo lang mee gewacht: dat is een beetje van moeten. Ik heb dat ook zelf vastgesteld toen ik schepen werd... voor heel veel bevoegdheden, problemen, thematieken staat er personeel, is er een budget en kan je eigenlijk vanaf 1 januari, als je schepen wordt, beginnen met dat bij te sturen of de richting uit te sturen die in het bestuursakkoord vermeld staat. Met zoiets als Vlaams Karakter en taalbeleid was dat niet het geval want goed... ik ... dat staat dan misschien wel op mijn naamkaartje maar voor de rest is daar nul personeelsleden die zich daar mee bezig houden, nul euro's die daarvoor voorzien waren. En dus heeft dat een jaar geduurd, die budgetbespreking enzovoort. Eer we dus nu in een situatie zijn dat we dit jaar 20.000 euro voorzien hebben en elk komend jaar 10.000 euro om dat taalbeleid... uit te rollen. Ik wil daar graag de komende weken dan mee uitpakken... En dat zou gebaseerd zijn op een aantal pijlers. Eén: ja, eenvormigheid ...naar stadsadministratie toe... taalgebruik aan de loketten, goed de wetgeving is duidelijk hé, enkel Nederlands. Maar da's gemakkelijk geproclameerd, in de praktijk zijn er natuurlijk heel veel praktische problemen. Hoe ga je daar mee om? En ik denk dat het goed is dat dat... op een hoffelijke, klantvriendelijke,

correcte manier verloopt en dat je ook aan alle loketten in alle stadsdiensten dezelfde richtlijnen hebt en dezelfde houvast hebt, he. Ik denk dat houvast een beter woord is dan richtlijnen... want ik denk dat de ambtenaren zelf vragende partij zijn ook , om te weten wat ze wel en niet mogen doen. ... Tweede punt, tweede pijler is onderwijs, waar we denk ik al heel veel doen wat de leerlingen in de klassen betreft, waar we toch wel redelijk wat taalondersteuning geven. ... Maar waar we toch een redelijk groot probleem hebben wat communicatie met de ouders betreft. Ik geef een heel concreet voorbeeld, iets wat de directeur mij ook gezegd heeft, maar eigenlijk doet die situatie zich elke week wel ergens voor. In een klas wordt een... luizen ontdekt. ... Goed dat is normaal, dat gebeurt in alle klassen. Je schrijft een brief naar de ouders, zegt die directeur: wat moet ik doen? Als mijn brief enkel in het Nederlands verstuurd wordt, de helft van de ouders, ja die begrijpen zelfs niet wat daar in staat en dus blijven die luizen in de klas. En als ik dat in het Frans doen? Ja welke taal, alleen Frans, ook Engels, ook Russische enzovoort. Waar eindigt dat? En dan ben ik wel niet meer conform de taalwetgeving. Dus ook die, ook die directeurs, die leerkrachten zijn vragende partij voor een houvast, voor een taalbeleid. ... Drie, denk ik, ... verenigingsleven. Een grote rol. Je ziet dat die instroom naar het verenigingsleven.. toch eerder beperkt is he.. Dat die, zeg maar nieuwkomers, dat die... eilandjes blijven vormen ook omdat die in aantallen groot genoeg zijn om eilandjes te vormen, eigenlijk de rest van de gemeenschap niet nodig hebben, tussen aanhalingstekens, kan u perfect... in je klein gemeenschap blijven en naar de winkel gaan enzovoort, zonder dat je eigenlijk met de autochtone Aalstenaar in contact moet komen maar of dat ideaal is, is iets anders. Maar dus zijn er drempels naar het gemeenschapsleven? Hebben die te maken met taal? Hoe kunnen we dat oplossen?... Andere pijler: we doen een aantal taalcursussen, enfin taalcursussen dat is een groot woord. Taalinitiatieven, zoals Taalbubbels tijdens de vakantie, waar we dus trachten om kinderen die thuis geen Nederlands spreken ... zeker tijdens de periode van de grote vakantie, ja dat is toch ettelijke weken, maanden... ze halverwege toch een taalbad te geven zodanig dat ze in september beter mee kunnen he. Of dat ze beter gezegd geen achterstand oplopen in die periode juni tot september... We hebben ook... Babylonië waar we dat met volwassenen trachten te doen he. Dus die mensen die een beetje Nederlands spreken maar toch nog niet vlot brengen we samen in groepen waar ze dan dat Nederlands verder kunnen oefenen. ... We hebben die initiatieven uitgebreid, we hebben daar ook middelen voor voorzien. De vraag is; staat dat nu op punt? Kan dat nog verbeterd worden? Is dat efficiënt genoeg? Dat is natuurlijk een blijvende zoektocht he, je gaat nooit de perfectie hebben. Dus je moet altijd kritisch analyseren en ... bijsturen. En dan denk ik dat er ook .. heb ik horeca... horeca heb ik nog niet vermeld zeker he? Horeca, middenstand, denk ik, hebben echt ook wel een rol te spelen... Ik geloof dat er in Vlaams-Brabant van die initiatieven...bestaan 'Oefen hier je Nederlands' he waar mensen die... Je hebt dikwijls het probleem ... in in kleine taalgebieden en dus ook in Vlaanderen is dat een probleem. Mensen komen hier, leren Nederlands: twee mogelijke problemen. Op straat wordt er alleen maar dialect gesproken, en ze zijn... met hun Standaardnederlands komen ze niet zo ver. Of twee, nog erger eigenlijk, van zodra dat de Vlaming door heeft dat een anderstalige, die probeert zich in het Nederlands uit te drukken, een probleem heeft, switcht die Vlaming naar Frans of Engels... waardoor die betrokkenen zich afvraagt, ja waarom moet ik eigenlijk nog Nederlands leren? (...) En ik denk dat ook handelaars en zo... handelaars, horeca en eigenlijk bij uitbreiding alle 82.000 Aalstenaars daar een rol kunnen spelen... In die zin dat je, ja, een

aantal... hoe moet je dat noemen want ja natuurlijk, het gebruik der talen is vrij staat in de Grondwet, je kan... het is ook niet de bedoeling dat we een taal gaan opleggen, maar dat je wel wat tips kan geven: gebruik Standaardnederlands, gebruik eenvoudige zinnen, heb een beetje geduld... En dikwijls ook ja... Enfin dat moeten dan... mensen die daartoe bevoegd zijn en onderlegd zijn moeten... moeten die.. die tips opstellen. Want dikwijls met kleine tips kan je een gesprek gemakkelijk faciliteren, door ook... ja dingen te tonen, of.. of ja een fout-uitgesproken zin misschien nog eens te herhalen op een goede manier zonder dat dat kwetsend of pedant overkomt. Maar dat soort tips, dat is niet aan mij om die uit te schrijven, dat is dan aan ... aan ja experten eigenlijk die we... ja ofwel halen we de expertise hier in huis ofwel gaan we die van buitenaf binnenhalen. Dus... En dat is eigenlijk wat ik de komende weken toch graag zou uittekenen.

SB Dus vooral eigenlijk een houvast zodat er een soort van consequentie is?

VO Ja ik denk dat consequent een belangrijk woord is, ja. En ook een duidelijk signaal. En niet... dat je in Aalst uiteindelijk toch wel met Engels of Frans uw slag kunt trekken en dat je dus geen inspanning moet doen. Het signaal is dat Aalst een Nederlandstalige stad is en wie hier komt wonen, oké die is welkom maar die moet wel de inspanning doen om het Nederlands te leren. En wij moeten als lokale overheid en als gemeenschap, ja, dan ook wel consequent zijn he. Door zelf het Nederlands te gebruiken, door eenvoudig, verstaanbaar, verstaanbare taal te gebruiken. Het is trouwens niet alleen naar anderstaligen toe maar ook naar taalzwakke Vlamingen. Dat ambtenares zoals ik dat altijd noem, he, die nota's die ik... Soms krijg ik hier nota's die ik ... die ik zelf... die zo ingewikkeld zijn of die zo in een ambtelijk taalgebruik opgesteld zijn, dat ik soms zelf mij afvraag: wat staat daar nu eigenlijk in? Laat staan dat iemand die veel minder met administratie in contact komt, die... die taalachterstand heeft, of taalzwak is, hoe gaat dat dan met die mensen?

SB Die zijn daar zeker niet in thuis dan, in dat jargon. (...)

En u zei het zelf al dat u, dan in de kranten vaak verschenen bent . Wordt u daar nu nog vaak over aangesproken?

VO Ho, dat blijft zo wat hangen zo he. Maar er is ook wel wat kwaadwilligheid mee gemoeid he. Ik heb... In het Vlaams Parlement heb ik nogal wat contact met mijn goede collega uit Menen, Martine Fournier die ik, dat zal u wel gevuld hebben ook. Menen was de facto eigenlijk, ja aan de loketten was men daar de facto tweetalig. Martine Fournier, CD&V burgemeester heeft gezegd, oké we gaan nu de taalwetgeving toepassen. Had dan het idee om de mensen te helpen met pictogrammen en dan heb je... nationale en internationale pers die daar neerstrijkt en alleen maar focust op die pictogrammen dan. Alsof dat dat de essentie is. He dus en de karikatuur zoals je hier hebt met de straatnaamborden en de vlaggen. Dat zijn zo van die ja... Karikaturen he, ja dat zijn symbolen. En dus dat 99% van het pleit ergens anders over gaat, dat vergeet men dan (...) Je moet daar toch wel mee opletten want het zou kunnen het draagvlak van onder uw beleid wegvalen ja... en misschien hebben we daar je fouten gemaakt. Fouten is een zwaar woord. Misschien hebben we de kwaadwilligheid van sommigen daar wel onderschat. Maar ik denk dat we daar nu toch wel ja... dat dat draagvlak er nu toch wel is. En ik voorzie eigenlijk geen al te grote problemen bij het invoeren van dat

taalbeleid.

- SB (...) Ik schreef ook al dat ik ook naar Kortrijk kijk. En dat heb ik vooral gedaan naar aanleiding ook van krantenartikels die verschenen zijn in verband met een nieuwe frituur op de grote markt, frituur Grand Place. De Schepen van Toerisme, onder andere, had dan het advies gegeven om dat te vernederlandsen. Nu, als schepen van Vlaams Karakter, zou u dan ook iets gelijkaardig doen in zo'n situatie?
- VO Ik denk dat je daar heel voorzichtig mee moet zijn. ... Ik begrijp ook de collega in Kortrijk. Dat is voor een stuk ook beeldvorming. Maar je hebt zelf ook gezegd, het was een advies of een suggestie en ik denk zelfs dat die man daarop is ingegaan. Of niet, Ik weet het niet. Enfin het doet er eigenlijk niet toe. Maar als dat niet in het juiste kader geplaatst wordt, lijkt dat alsof de stad dat wil opleggen aan. En dan zit je natuurlijk met, één: je hebt geen poot om op te staan wat taalwetgeving betreft, en twee: de vraag is: is dat wenselijk? Want als je ja alleen maar Nederlandstalige benamingen voor uw winkels en uw handelszaken gaat hebben, ja hebben we nog veel werk voor de boeg. Ik denk dat je dat eerder positief moet benaderen, en ik zeg niet dat men dat in Kortrijk niet geprobeerd heeft, maar de perceptie en de beeldvorming was anders he. ... En dat je, ja, ... Ik denk dat ook handelszaken en, en horeca dat die kunnen meehelpen dat beleid gestalte te geven... Dat je de mensen daar eens moet over laten nadenken, als je dan een zaak opent; waarom zou je die dan geen leuke Nederlandstalige benaming geven? Maar als je daar niet voor kiest, ja, even goeie vrienden natuurlijk. Ik denk dat je een soort...ja.... Mensen er op attent maken dat ze ook... ook zij een beeldvorming, een naamgeving, de reclame die ze voeren, voor een stukje bijdragen tot....ja het hoe zou ik zeggen... het karakter dat een stad of een gemeente uitstraalt. Ook op taalkundig vlak. Maar altijd in het achterhoofd houden, dat je in de privésfeer, dat taalgebruik vrij is. En ik zeg altijd als een Pakistaan een Chinees restaurant wil openen en alleen in Swahili reclame wil maken, die kan dat perfect – hij zal misschien weinig klanten hebben maar die kan dat perfect. En dus ... ja behalve mensen erop attent maken kan je niet veel meer doen.
- SB Ik denk dat het misschien een vergelijkbare situatie was, dat de pers dan ook...
- VO Ja je ziet, als het daarover gaat word je heel snel weggezet in het vakje van de kneuterigheid, en de navelstaarders en de mannen van onder de kerkturen. Terwijl het ook wel gaat... als je die cijfers van Aalst bekijkt; er zijn significante aantallen anderstaligen die binnenkomen en de vraag is: hoe ga je daar mee om? En zo vrij pleit (?) dat is allemaal goed en wel maar dat veroorzaakt spanningen, dat veroorzaakt achterstand op school, dat veroorzaakt segregatie. En de vraag is of je dat vanuit de overheid niet een beetje, de goede richting aansturen. Ik vind het ook wel wat... Men verwacht van de overheid, van de lokale overheid, dat we heel veel inspanningen doen inzake onderwijs, taalondersteuning enzovoort. We doen dat ook, ja maar dan mag de rest van de samenleving een beetje meehelpen ook. Iedereen vrijwillig natuurlijk...maar het kan geen kwaad dat alle neuzen een beetje in dezelfde richting staan.
- SB Ik vroeg mij ook af... als u nu zelf door Aalst wandelt, staat u dan stil bij taal die u ziet, op winkels, restaurants en dergelijke?

- VO Ik heb daar oog voor, meer als anderen. Maar je moet natuurlijk... Het is ook zo dat heel veel begrippen ingeburgerd zijn. Ik denk nu, als je het café op de Grote Markt daar... de Graaf Van Egmont, iedereen kent die als de Compte. Ook al staat, ik denk zelfs niet dat er Compte opstaat. Ik denk dat er de Graaf van Egmont opstaat (...) Je hebt natuurlijk de Café de Paris, maar dat is... in Aalst zo'n begrip, iedereen kent dat, niemand associeert dat met.. Ik denk, daarover gaat het ook niet. Ik bedoel... Maar je hebt daarnaast ook veel... Ik denk dat je een groter probleem, of probleem is een veel te sterk woord, ik denk dat we aandacht moeten hebben voor: één; reclame waarbij – dat is nu nog niet aan de orde hoor maar het zou kunnen komen – dat sommige handelszaken zeggen... ja hier zijn zo veel anderstaligen, we gaan niet alleen in het Nederlands maar ook in andere talen reclame beginnen voeren, zoals je soms in Vlaams-Brabant ziet he... Ik denk dat dat een aandachtspunt is, en twee; het taalgebruik in winkels, he, ik krijg zo nu en dan eens een klacht van iemand die vindt dat hij niet.. enfin iemand die zegt dat hij niet in het Nederlands in Aalst bediend wordt, da's heel uitzonderlijk. Ik kan mij wel voorstellen dat sommige laaggeschoolde jobs, rekken aanvullen enzovoort, dat daar soms jongeren in gezet worden... die dan geen Nederlands spreken... En voor de rest heb je zo de klassiekers van de ticketjes in het Frans, dat soort dingen. Of je daar nu moet.... Het is goed van er wel aandacht voor te hebben. Of dat nu een groot probleem is dat grote politieke mobilisatie vereist, dat is iets anders weer. Maar je moet er wel aandacht voor hebben. Want anders glij je af naar een soort... Vlaams-Brabantse toestanden, tweetaligheid enzovoort. En zoals we zelf zien... Het is niet omdat er tweetaligheid is dat de problemen opgelost geraken he. Dan beginnen de problemen nog maar. Je hebt eigenlijk ... Een groot deel van de Belgische taalproblemen zijn opgelost in 1962 – 63 met het vastleggen van de taalgrens, toen de taalgebieden duidelijk werden gedefinieerd. En dan is er eigenlijk over heel de taalgrens een soort... ja communautaire rust gekomen, behalve in die gebieden met faciliteiten waar die tweetaligheid, waar die spanning bleef verder... Eigenlijk als je, als je de lijnen, de lijn heel duidelijk trekt, en dat is voor iedereen duidelijk en je bent daar consequent in denk ik dat je geen problemen hebt. Net zoals ik naar Duitsland ga, verwacht ik daar niet om in het Engels of het Frans bediend te worden. En ook niet in het Nederlands. Als ik naar Spanje ga, minstens Castilië dan weet ik dat de taal daar het Castiliaans is. Enzovoort enzovoort. En nu is de taal het Nederlands en je moet daar consequent in zijn. Dat betekent niet dat je met een soort taalpolitie op zoek moet gaan naar... elk opschrift dat in een andere taal zou zijn. Maar het is wel goed om daar aandacht voor te hebben, ook voor het straatbeeld...
- SB Maar mag ik daar dan uit afleiden dat dan de nadruk meer ligt wel op taal in de omgang dan echt visueel.. en dat het belangrijker is dan, de gesproken taal?
- VO Ik denk dat, wat het visuele betreft dat Aalst niet zo heel sterk verschilt van alle andere Vlaamse steden. En dat je daar dus... ja... dat daar aandacht voor moet zijn maar dat ik op dit moment geen groot probleem zie. En zelfs wat gesproken taal betreft denk ik, is er op dit moment een eerder klein probleem en dat moeten we klein trachten te houden. Omdat we natuurlijk altijd instroom hebben met de toegenomen mobiliteit... maar daar moeten we wat meer op inzetten ja. Ik denk dat daar op dit moment... School, communicatie met ouders, verenigingsleven (...) En ook ja, ook ervoor zorgen, maar ja dat is dan weer... ook ervoor zorgen dat de kwaliteit van het Nederlands, dat dan aangeleerd wordt, dat dat ook genoeg is om te emanciperen he. Het is niet genoeg dat je... in gebrekbaar Nederlands een brood kan

bestellen. Het moet... U taalkennis moet u ook wel toelaten om toegang te krijgen tot de gemeenschap, toegang te krijgen , goed communiceren, informatie te krijgen, te geven, om een volwaardige burger te zijn. En dus denk ik dat niet alleen het aantal mensen dat een cursus volgt maar ook de kwaliteit van de cursussen belangrijk is.

- SB En ja, ik heb het zelf ook al gedaan, maar in die artikels werd u vooral aangesproken over het Frans. Maar dan bijvoorbeeld – ik heb nu een foto mee van toen ik hier onderzoek gedaan heb – bijvoorbeeld Engels is er ook wel een aantal keer. Vindt u dat dat - bijvoorbeeld dit - bijvoorbeeld in de kerstperiode hangen er overal, of toch wel bijna overal Engelse slogans, of is dat niet echt iets...?
- VO Goh, ik denk dat je dat van Veurne tot Maaseik ziet he, die Engelse slogans. Persoonlijk vraag ik mij af, is het zoveel hipper als het in het Engels is? Ik vind.. Maar ik denk ook dat je daar.. je moet daar ook niet te krampachtig of verkramp op reageren vind ik... Ik denk dat je dat positief moet, moet ... ja door juist Nederlands voor te stellen als een leuke taal dat je ook bijvoorbeeld bij ... benamingen van handelszaken dat je daar... We hebben nu een ... vanuit het elfjulicomité wordt dat nu gedaan, elk jaar een prijs voor de leukste, enfin meest originele Nederlandstalige benaming. Ik denk dat dat soort initiatieven... ja... misschien wel meer rendeert en beter is dan dat je daar .. Bedoel één; juridisch heb je geen poot om op te staan. Twee; ja waarom zou je in Aalst dan zoveel sterker gaan aanpakken? En als je naar Gent dan gaat en Antwerpen en Mechelen dan zie je net hetzelfde (...) Ja goed, dat is modieus. Ik denk dat is nu Engels he, 50 jaar geleden was dat Frans. Misschien is dat binnen 50 jaar weer een andere taal. Dat lijkt mij niet zo een groot probleem. Alhoewel ik mij.. ja je kan er even goed iets leuks in het Nederlands op zetten maar als je dat niet doet, ja dan doe je dat niet e. Je bent daar vrij in.
- SB Maar ik vroeg het omdat.. ja ik heb er natuurlijk specifiek op gelet ...
- VO Ja ja, maar dat valt mij ook wel op. Die... (...) je ziet ook wel veel meer, of vaker vind ik, bij fuiven en zo die opschriften in het Engels, ja... ik denk dat dat hip klinkt he. Want 99,99% van de mensen die naar die fuif gaan die spreken Nederlands. Maar ja... (...) Ik vind dat ook niet... ik vind dat voor een stuk merkwaardig maar ook niet van aard om daar nu... een kruistocht tegen te beginnen.
- SB Ok. En moest dat nu bijvoorbeeld , goh ik zeg nu maar iets, in een echte migrantentaal of..of in het Thai...
- VO Ik denk dat je vooral ... wel als dat een Thai.. een Thaise, een Thais restaurant die dat in het Thais doet, dan is dat te begrijpen. Mochten winkels dat vrij structureel ook in het Frans beginnen doen dan denk ik dat dat anders is. Die 'Happy Holidays' dat is internationaal. En dat Frans... ja hoe je het ook draait of keert, taal is niet neutraal. Dus dat Frans veroorzaakt toch wel een zekere gevoelighed (...) je hebt.. Happy Holidays zie je eigenlijk van in New York tot in Japan. (...) maar Joyeux Noël betekent eigenlijk dat de Franstaligen in Aalst niet van plan zijn om zich aan te passen. En eigenlijk in theorie is het dezelfde... een opschrift in een grote taal. Maar gezien de taalgevoelighed van Vlaanderen, zou dat iets helemaal.. Zou dat ook andere reacties geven bij de mensen denk ik. Je ziet het ook niet vaak of je ziet het niet, juist omwille van die gevoelighed he denk ik. Niemand, geen enkele Vlaming stoort zich

daar aan of heel weinig, maar mocht dat in het Frans zijn zouden heel veel Vlamingen daar zich wel aan storen en zouden die winkels heel veel negatieve reacties krijgen. Dus op dat vlak is er ook een soort zelfregulering denk ik. Maar ik vind wel dat we daar aandacht, enfin, daar attent voor moeten zijn en ik vind dat wel .. die taal in het straatbeeld kan een belangrijk element zijn van beleid, alhoewel je weinig instrumenten hebt om het te sturen.

SB Ja met de taalwetgeving. (...) Ik heb nog ... bijvoorbeeld deze twee [foto's Ken & Sleutelwinkel]. Uiteindelijk, want wat ik dan gedaan heb is gekeken en een onderscheid gemaakt heb tussen een slogan als bij Ici Paris XL en dan echt informatie zoals hier. En vindt u nu dat dan zoiets fout is?

VO .... Ik kan mij daarvoor... ikzelf ... ik weet waarom die affiches daar hangen, dat is natuurlijk omdat die voor heel België gemaakt worden (...) alhoewel ik mij afvraag of dat die ook in Wallonië hangen, of die dan ook tweetalig zijn. Maar goed ja... zoals deze ook dat is op de markt hier he. Ik ga daar ook... ik ga daar ook binnen. Ja dat is natuurlijk nationaal... die keten wordt.. de winkels van die keten worden op een bepaalde manier ingericht en men kiest daar... ja één; je hebt als lokale overheid weinig ... ik zou, ik ga die tweetaligheid niet aanmoedigen, maar ik vind ook niet dat als het zich beperkt tot dit soort dingen, denk ik, om daar op te reageren dat je meer... verbazing creëert dan dat je eigenlijk... Ik ben heel erg gericht, of ik tracht maximaal gericht te zijn op efficiëntie van een maatregel. En als ik nu ga reageren op het feit dat hier 'jusqu'à' onder die... Waar is die kerel nu mee bezig, is dat nu het belangrijkste dat hij te doen heeft? (...) Maar op zich natuurlijk, als je dat in alle andere Aalsterse winkels gaat vinden, dan creëer je wel een perceptie natuurlijk, ook naar anderstaligen die zeggen alle opschriften zijn tweetalig, waarom zou ik dan moeite doen om mij aan te passen? En dus dat kan ook niet de bedoeling zijn.

SB Maar ik denk wel dat het een interessante piste is om, zoals u zegt, om dan te bekijken of het in Wallonië ook...

VO Ja ik weet het niet hoor

SB Nee ik ook niet, ik vind...

VO Ja dan moet je naar La Louvière gaan, naar Namen. Misschien wel he dat kan.

SB Ik zou het graag weten. (...) En dan als laatste nog; komt u zelf vaak in aanraking eigenlijk met Franstaligen hier?

VO Eigenlijk niet nee. Enfin niet... Nee... Ik denk eigenlijk weinig Aalstenaars omdat... Ik heb het daarnet al gezegd bij het begin van het gesprek, de groepen zijn groot genoeg eigenlijk om als een soort clusters eilanden te bestaan. Wat je bijvoorbeeld ziet is... in de buurt van het station... Rechterover, heb je eigenlijk gemeenschappen die groot genoeg zijn om op zichzelf te bestaan. Dat zijn mensen die eigenlijk... dat zijn een soort, mensen hun gemeenschapsleven speelt zich grotendeels af in Brussel, nemen de trein naar Brussel, hebben daar, werken daar, kenniskring, en keren dan 's avonds terug naar Aalst, waar het veiliger is, waar het onderwijs beter is en waar de huizen goedkoper zijn he. Daar komt het eigenlijk op neer. Het is niet omwille van onze mooie ogen of omwille van onze mooie taal... ik bedoel, dat is een normale menselijke reflex, naar een gezellige woonomgeving voor een

betaalbare prijs he. En als je... als Brussel overstroomt he, en dus komt men naar hier afgezakt Maar dat zijn mensen die eigenlijk heel weinig betrokken zijn bij het Aalsterse gebeuren. En ja, je hebt eigenlijk een vrij grote segregatie als ik dat woord mag gebruiken... Behalve dan natuurlijk die kinderen, die mensen sturen hun kinderen wel naar de school in de buurt. En daar heb je dus het spanningsveld. Bij die kinderen is dat eigenlijk, die krijgen, we geven dan wat extra taalondersteuning. En kinderen zijn daar heel flexibel in he, zoals je ongetwijfeld weet, kinderen zijn veel gemakkelijker in een taal leren, voor een tweede, derde taal enzovoort. Dus die kinderen dat is wel oké. Alhoewel wat ik mij bijvoorbeeld ook afvraag, we wijken nu wat af, we hadden vorige week nog een overleg met de schooldirecteurs, ze wijzen er bijvoorbeeld op dat in de Turkse gemeenschap hier in Aalst, die hier toch al eventjes is, waar men nu toch al over een derde generatie spreekt, dat zelfs de kinderen van die derde generatie heel slecht Nederlands spreken, enfin slecht, met een zwaar accent. En dat komt natuurlijk omdat ze thuis enkel Turks spreken en dat is zo een soort, enfin ja een sub... je kent die wel de Turkse variant van het Nederlands. En ja ik denk dat dat ook wel een handicap is. Omdat je dan... ja niet als je een, een, ik zeg maar als arbeider in een fabriek gaat werken, dan kom je daar mee weg, maar als je wil doorstromen naar meer verantwoordelijke functies en..dan denk ik dat dat accent een handicap is en dat is... Maar goed om terug te komen, kinderen dat is wel oké. Maar het probleem is dat je dus die ouders met geen stokken... enfin, drie kwart van die ouders met geen stokken in contact kunt brengen met die school he, die zetten hun kinderen af en die gaan die halen en dat is het he. (...) En als je die daarmee tracht te communiceren 'ne comprends pas he' ... (...) en dan het.. dat is dus... he want ik heb eigenlijk vorige week dat overleg gehad met die directeurs en vooral hen laten spreken en ik wil dat beleid uittekenen maar ik wil ook eens van hen horen wat de problemen zijn. Dat is dus redelijk, ja ... dramatisch soms als je.. want dat gaat over een kind, dat gaat over schoolresultaten, dat gaat over studiekeuze enzovoort. En je moet daar communiceren met ouders die daar eigenlijk geen woord snappen. Of met een tolk die daarbij zit, die dan dikwijls slecht vertaalt of een eigen agenda heeft of .. he want schoolresultaten van het kind hebben ook te maken met altijd een beetje prestige natuurlijk altijd.. als uw kind het niet goed doet is het altijd slecht nieuws .. een tolk is dan toch maar een derde die daar tussen zit, een heel vervelende situatie .. Dat taalbeleid lijkt allemaal iets abstract en overbodig maar je ziet in de praktijk zijn er toch wel heel veel situaties die.. waar het toch wel van pas komt en waar de leerkrachten de schooldirecties, de ambtenaren, misschien ook wel een stuk horeca.. ja richtlijnen tips (...) willen en ook weten als ze dan zoiets doen dat ze dan gesteund. Nu is het heel veel.. nu doet eigenlijk elke school haar ding, in de hoop dat het, dat ze daar geen problemen mee hebben.. en het hangt zo wat af van de directeur en.. van de betrokken leerkrachten.

SB En dan krijg je grote verschillen.

VO En dan krijg je grote verschillen. Maar die mensen zijn eigenlijk, zij zijn de eerste vragende, enfin zij zijn vragende partij om toch.. daar een beetje structuur in te krijgen. (...) En dus dat gaan we trachten de komende weken te doen. Nu we daar eindelijk wat middelen voor hebben en daar misschien ook een ambtenaar kunnen voor verantwoordelijk maken, zodanig dat die dat wat kan opvolgen. Goed?

SB Ja dat was het wat ik wou vragen

VO Heb ik voldoende kunnen helpen?

SB Ja dank u wel...

VO Alstublieft

SB ..voor de tijd.

VO Met veel plezier.

(32.04 min)

## Bottom-up LL actors

### INTERVIEW FRITUUR GRAND PLACE KORTRIJK

MARCH 12, 2014

SB Zou u zichzelf eerst eens willen voorstellen?

SD Ik ben D.S., zaakvoerster van de frituur Grand Place

SB Ja, het is nu bijna een jaar geleden denk ik dat de frituur geopend is en dat is niet zonder slag of stoot verlopen. Weet u nog juist hoe dat in z'n werk ging want ik denk dat er in de krantenartikels te lezen was dat u telefoon hebt gekregen van de schepen?

SD Ja... gewoon goh eigenlijk als we bereid waren om de naam eventueel te veranderen in de Vlaamse versie in plaats van de Franse versie. Maar wij zaten zodanig bezig met de werken en met alles op tijd klaar te krijgen dat we er eigenlijk niet ... allez niet veel acht op gemaakt hebben van ja, neen, allez ja.

SB En wordt u er nog vaak over aangesproken?

SD In het begin veel, nu... nu en dan nog een keer maar niet zo veel meer eigenlijk. Want de mensen... allez ja het klinkt voor veel mensen bekend in de oren door, door het feit dat in de media geweest is

SB En heeft u de naam van de zaak dan veranderd? Want ik denk, in... in één van de krantenartikels stond er dat het dan Frituur de Grote Markt zou zijn nu. Of is het nog steeds Grand Place?

SD ...Het is nog steeds Grand Place gebleven, want op de papieren is het ook allemaal... voor de boekhouding is het ook allemaal Grand Place dus... En sowieso zeggen de mensen ook allemaal Grand Place dus allez ja in principe.

SB Dus jullie hebben er niet voor gekozen om de naam te veranderen?

SD Neen

SB Goed... Ik had ook opgemerkt dat er buiten niet echt een naam te zien is

SD Nog niet, allez met tijd misschien gaat dat wel er nog komen maar voor de moment waren er paardjes die vlugger dan....dan alleen maar de naam in feite.

SB Maar dat heeft niets te maken met de media-aandacht dan?

SD Neen, neen, neen zeker niet.

SB En krijgt u hier veel anderstalig cliënteel over de vloer?

SD Goh toch wel, Franstalig, Engelstalig... hier en daar wel een keer, allez, Duitstalig. Maar eigenlijk Frans en Engels, ja. En ook afhankelijk van het geen die te doen is, Kortrijk expo

ofzo, denk ik dat er op die manier...

SB En als u nu zelf door Kortrijk loopt, staat u dan stil bij de talen die u ziet in het straatbeeld?

SD Goh, in het begin, door het feit dat wij die naam gekozen hadden... allez ja, had ik zo iets van ik ga een keer zien van, allez ja, en viel het op.. Maar nu ja, in feite, in principe niet echt. Allez ja ben eigenlijk van Kortrijk dus sowieso, allez ja.

SB En u heeft dan ook naar de namen hier gekeken? Want bijvoorbeeld hier ook op de markt: Brasserie Royale, Bar Des Amis.. En, en denkt u dat men daar dan ook op had moeten reageren?

SD Ik denk het niet. Neen.

SB En vindt u dat er een verschil is tussen bijvoorbeeld de benaming van uw zaak en bijvoorbeeld...hier... want ik heb dus dat onderzoek gedaan en foto's genomen... hier zie je bijvoorbeeld dit bij Ici Paris XL, duwen en pousser.

SD Goh, Ik denk dat dat eigenlijk... Kortrijk is al altijd tweetalig geweest voor zover ik weet en ik denk dat dat eigenlijk de reden is waarom dat wij hier in Kortrijk, of in België zelf, eigenlijk de twee op de deur plaatsen qua... openingsuren of qua andere dingen, dat anderstaligen dat ook, allez ja.

SB En vindt u dat er een verschil is tussen...informatie, en openingsuren en dan echt een naam van een commerciële zaak.. In het Frans?

SD Ik denk dat niet.

SB U staat daar niet echt bij stil?

SD Neen?

SB Ok. Dus...Mag ik nog vragen waarom u de naam van de zaak niet veranderd heeft?

SD Goh, omdat dat uiteindelijk onze eerste keuze was en, en dat we dat, allez, mooi klonken, allez het klonk mooi en het was ons eerste keuze, dusja zijn we bij de eerste keuze gebleven, allez..niet echt geopteerd voor te veranderen.

SB Ok. Ik denk dat dat het belangrijkste is. Dank u.

SD Dank u wel.

(4.19 min)

INTERVIEW SCALDIS KORTRIJK

MARCH 12, 2014

SB Kan u misschien beginnen met uzelf voor te stellen?

MS Ik ben M. Scheldeman, juwelier Scaldis uit de Lange Steenstraat nr. 37, te Kortrijk.

SB Oké. Zou u de naam van uw zaak nog eens willen verklaren?

MS ... Toen dat mijn vader in het jaar 1956 een... een merk nodig had, en om te deponeren en als merk van uurwerken en als naam van handelszaak, werd toen der tijd in eerste instantie als merk van uurwerken... was het gebruikelijk dat alle merken die gedeponeerd waren, een Franse klankkleur hadden. Elk, elke naam die bij het Benelux Merkenbureau toen der tijd wilde deponeren, werden eigenlijk afgewezen want reeds bestaand of verwijzend naar... Toen dat er eigenlijk een meisje hem gezegd heeft dat, en dat meisje had Latijn gestudeerd, ja Jermain waarom zou je niet Scaldis nemen, uwen naam komt er in voor. En Scaldis is gewoon de naam van de rivier de Schelde in het Latijn. Vandaar Scaldis. Dat komt ons nu natuurlijk ongelooflijk goed uit, door het feit dat het linguïstisch volledig neutraal is. En Scaldis past in ons wereldbeeld, Scaldis past zowel in West-Europa, als voor Amerikanen, als voor Chinezen.

SB Oké, dank u. En, en krijgt u vaak anderstalig cliënteel over de vloer?

MS Wij hebben enorm, enorm veel anderstalige mensen over de vloer. We kunnen eigenlijk zeggen dat de dag van vandaag de helft van de wereld hier komt.

SB Ja, en is er dan één taal die daar uitspringt?

MS Niet meer (...) Het is uiteraard zo dat door het feit dat Kortrijk op, op 10 kilometer van de grens ligt, en dat er toch altijd, al 100 jaar ver zeer intense, zeer intensieve contacten zijn tussen Zuid-West-Vlaanderen en Noord-Frankrijk dat er automatisch heel veel Franse klanten naar Kortrijk komen. Maar de dag van vandaag met... al de Tsjetsjenen die in Kortrijk wonen... met, met bedrijven als... Barco, Bekaert, Van De Wiele, die continue met Chinezen in Kortrijk zitten, dat alle mogelijke talen gesproken worden hier.

SB Ok. En...ik vroeg mij ook nog af, staat u zelf stil bij de hoeveelheid an..of andere talen, of Frans die u ziet in het straatbeeld hier in Kortrijk?

MS Toen ik klein was, waren eigenlijk het overgrote deel van de benamingen F.. zeer veel benamingen waren Franstalig. Bijvoorbeeld in de Korte Steenstraat had u nog een..ne klerenwinkel die heette Au Soldat Français, verwijzend naar 1919, toen dat dus na de oorlog, heel veel Fransen, heel veel Franse soldaten eigenlijk naar Kortrijk kwamen. Ex-soldaten natuurlijk. En die mensen voelden zich daar thuis... De namen in het straatbeeld zijn inderdaad enorm veranderd. En op het naamkaartje van mijn grootouders, die hier in de straat woonden tot 1962, stond er niet Lange Steenstraat, maar Rue Longue des Pierres.

SB Ah dat wist ik niet.

- MS Neen, maar dat kun..maar dat was zo. En ze gingen niet gaan kaarten in de Sint-Rochuslaan maar in de Boulevard Saint Roch. Dat is van de jaren, tot de jaren 50.
- SB En dan is dat allemaal veranderd?
- MS En vanaf de jaren 60 zijn dingen inderdaad beginnen veranderen, dat klopt.
- SB En is dat ook daarom dan dat er bij jullie Frans op de gevel...
- MS Ah.. Neen maar dat is omwille van het feit dat dus effectief onze belangrijkste activiteit fabricatie groot- en kleinhandel is. De winkel is er als een entiteit maar fabricatie en groothandel is het belangrijkste. En dat is eigenlijk ook... op dit ogenblik ben ik voor zeker 70% actief in Franstalig België. Vandaar dat het er blijft opstaan.
- SB Oké. En denkt u nu, vindt u nu dat er dan een verschil is tussen die benaming zoals dan Grand Place en echt informatie?
- MS ... Het is zo dat ik persoonlijk op dit ogenblik in een hedendaagse maatschappij, mijn frituur niet meer Grand Place ging genoemd hebben. Dat is zo. Maar dat is dan de vrijheid van de benaming te geven die je zelf wilt... Die Vietnamese en Thais op de Grote Markt, en het hotel Damier, het oudste hotel van België noemt al sinds de jaren 1300 hotel Damier, dus.. Maar de dag van vandaag zou ik mijn frituur niet Grand Place genoemd hebben, ook niet Grote Markt he trouwens, want dat is toch een beetje dom he.
- SB Oké, heel erg bedankt.
- MS Met plezier.

(5.19 min)

**INTERVIEW MISTER MINIT AALST**

MARCH 25, 2014

SB Zou u zichzelf even willen voorstellen alstublieft?

WT Dus ik ben W.T. en ik werk bij Mister Minit.

SB Oké, en krijgt u hier vaak anderstalig cliënteel over de vloer?

WT Toch wel

SB En springt daar dan een taal uit?

WT Frans.

SB Frans, ja. ... Hier is ook veel Frans te zien, is dat dan noodzakelijk hier denkt u? In Aalst?

WT Neen, want ik sta ook nog in andere winkels van Mister Minit en ik merk dat in Antwerpen, Gent, dat daar ook veel anderstaligen zijn. Dus Frans en Engels zijn de meest voorkomende talen.

SB En dus u bent zelf niet van Aalst dan?

WT Neen, van Lede.

SB Ok. Maar.. als u door Aalst wandelt, staat u dan zelf stil bij de andere talen die u ziet in het straatbeeld?

WT Het valt mij op dat er inderdaad veel meer andere talen gesproken worden, dan heb ik het niet enkel over het Frans maar ook nog andere talen.

SB En echt zien in het straatbeeld staat u daar dan bij stil? Bij visu.. visueel?

WT Kan je verduidelijken?

SB Bijvoorbeeld hier is er nu daar véhicule/voertuig, bijvoorbeeld...

WT Ah de reclame. Ja op die manier. Neen, neen op die manier sta ik er niet echt bij stil, neen.

SB Nu, als we het dan hebben over andere talen, denkt u dat er een verschil is tussen de naam van een zaak en bijvoorbeeld openingsuren in het Frans, en dergelijke?

WT Ik denk dat dat ook veel te maken heeft van zaak tot zaak. Als een zaak bijvoorbeeld gespecialiseerd is in, ik zeg nu maar iets, Italiaanse producten, dat je dan maar Italiaans gaat gebruiken. Dan is dat normaal vind ik.

SB Ok.... In Aalst is er een schepen van Vlaamse, Vlaams Karakter. Denkt u dat dat nodig is hier in Aalst? Of dat dat meerwaarde is?

WT Ik denk eigenlijk van niet, en waarom: het wordt meer steeds geglobaliseerd dus je gaat denk ik meer en meer diversiteit hebben. Dus het zou wel zijn nut kunnen hebben maar ik weet niet of het veel gaat uithalen (...) Neen niet speciaal. Alei ja ik denk, ik zeg het, het

wordt meer en meer geglobaliseerd. Het is belangrijk dat het Vlaams karakter bewaard blijft, maar het moet niet bewaard worden om te bewaren.; alei om het te gaan opdringen.

SB Ok.

WT Goed?

SB Ja oke dank u wel.

WT Geen probleem.

(2.31 min)

INTERVIEW KEN AALST

MARCH 25, 2014

SB Zou u eerst even willen zeggen wie u bent alstublieft?

CV Ik ben V.C., de gerante van Ken in Aalst.

SB Krijgt u vaak anderstalig cliënteel hier over de vloer?

CV Ja

SB En springt daar dan één taal uit die u hoort hier?

CV Neen meestal blijven ze wel bij hun Frans of hun Engels en (...) meestal moeten wij ons dan toch een beetje aanpassen eigenlijk, aan de klant he.

SB En wanneer u door.. Bent u van Aalst?

CV Ik woon nu, nu woon ik in Aalst ja.

SB En wanneer u door Aalst wandelt, staat u dan zelf stil bij de taal die u kan zien hier in het straatbeeld?

CV ..Ja op sommige momenten wel en op sommige momenten niet, dat is zo de ene keer gaat u dat meer opvallen dan de andere keer.

SB Zijn er dan talen die u opvallen, vindt u, hier in Aalst?

CV .. Het meest eigenlijk is het... van Turken, ja dat wel e.

SB Ja. En vindt u nu bijvoorbeeld dat er bij taal in het straatbeeld een verschil is tussen de naam van een zaak, bijvoorbeeld hier in Aalst is er Café de Paris, en dan openingsuren en dergelijke?

CV En wat was juist de vraag?

SB Of er een verschil is tussen de naam bijvoorbeeld van een zaak en dan openingsuren en dergelijke in een andere taal

CV Ah neen, dat is mij nog niet...Mij persoonlijk is dat nog niet opgevallen.

SB Nu ik heb hier dus ook gekeken naar taal in het straatbeeld en ik heb.. ik vroeg mij af of jullie bijvoorbeeld – het is in de winterperiode gebeurd – dat er bijvoorbeeld twee talen op de affiches staan [foto Ken] maar jullie hebben daar waarschijnlijk zelf niet zo veel in te..

CV Ik heb daar eigenlijk niets aan te zeggen. Maar hoe komt dat: eigenlijk omdat Ken ook in Frankrijk zit en al, dus en die maken eigenlijk hun affiches dan ook eigenlijk voor, de twee kanten he, één keer. En dus daardoor is het eigenlijk meer dat dat de reden is dat het er tweetalig opstaat.

SB En denkt u dat dat hier in Aalst nodig is?

- CV In Aalst? Neen. Ik denk het niet, neen neen.
- SB En wat vindt u van de aanstelling van een schepen voor Vlaams Karakter in Aalst?
- CV .. Bwa, veel kan ik daar eigenlijk nog niet van vertellen want ja zo lang woon ik hier nog niet. Maar mijn dochter die werkt op het gemeentehuis en al dus, ze heeft er toch geen klagen van.
- SB Ok. En denkt u dat het nodig is in Aalst om het Vlaams Karakter te bewaren? Om dat het misschien bedreigd..
- CV Ja dat moet wel blijven, ik vind dat ook dus. Ja als je bij wijze van spreken naar een ander land gaat moet je u ook aanpassen en moet je u ook dus, ja ik vind dat goed. Je moet het karakter toch blijven houden in Aalst he. Daar sta ik 100% achter.
- SB Ok. Dank u wel.

(3.03 min)

## Passers-by

### INTERVIEW PASSER-BY 1 - KORTRIJK

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in de Lange Steenstraat?

PB Ja.

SB En hoort u hier vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Af en toe Frans.

SB Frans ja. En, staat u stil bij talen die u kan zien, bijvoorbeeld op affiches, in winkelvitrines?

PB Neen, eigenlijk niet nee.

SB En wat vindt u dan van het gebruik van een Engels slogan bij winkels?

PB Ik heb daar geen probleem mee, dat klinkt hipper.

SB En Frans?

PB Euh ja, soms staat dat ook wel chique.

SB Ja. Vindt u dan dat er een verschil is tussen het gebruik van een andere taal dan het Nederlands voor bijvoorbeeld openingsuren of voor bijvoorbeeld een slogan?

PB Neen eigenlijk niet neen.

SB En nu om concreet nog naar een voorbeeld te vragen, bijvoorbeeld deze slogan 'Fresh Belgian chocolates' u heeft daar geen problemen mee?

PB Neen want dat begrijpt iedereen. Ook mensen die als toerist komen.

SB En daar bijvoorbeeld bij juwelier Scaldis, staat alles in het Nederlands en in het Frans, vindt u dat...?

PB Ja maar Kortrijk is toch wel grotendeels tweetalig he.

SB Oké, en woont u in Kortrijk?

PB Neen.

SB Oké. En mag ik juist nog vragen hoe oud u bent?

PB 24.

SB Oké ja, dank u wel.

(1.02 min)

INTERVIEW PASSER-BY 2 - KORTRIJK

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in de Lange Steenstraat?

PB Ja.

SB En hoort u hier vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Ja

SB En springt daar dan een taal uit?

PB Neen niet specifiek. Frans..

SB En, staat u stil bij taal die u kan zien bijvoorbeeld slogans, winkelvitrines..?

PB Neen neen.

SB Eigenlijk niet? Maar wat vindt u van het gebruik van Engels voor een slogan?

PB Ik denk dat dat zich aanpast aan de realiteit waarbij dat heel veel mensen Engels spreken, zowel jongeren maar ook niet-Belgen enzoverder, die ook meer en meer Engels kunnen, vandaar.

SB En slogans bijvoorbeeld in het Frans, of iets anders?

PB Ik denk dat je dat minder ziet. Ik denk dat je meer en meer Engels ziet in vergelijking met het verleden.

SB En denkt u dat er een verschil is tussen het gebruik van een andere taal dan het Nederlands voor bijvoorbeeld een slogan of voor openingsuren?

PB Ik denk dat Engels vooral gebruikt wordt voor slogans, weinig voor openingsuren. Maar openingsuren zijn vooral cijfers en daarvoor heb je minder taal nodig.

SB En nu om nog naar concrete voorbeelden te vragen; hier Fresh Belgian Chocolates, daar hebt u geen problemen mee?

PB Ik heb daar geen problemen mee.

SB En daar bij Scaldis, staat alle informatie in het Nederlands en in het Frans...

PB Ook geen problemen mee.

SB En mag ik juist nog vragen, woont u in Kortrijk?

PB Ik spreek thuis Nederlands

SB Ja Nederlands ja. Mag ik juist nog naar uw leeftijd vragen?

PB Euh ja, ik ben 45

SB      Oké, dank u.

(1.26 min)

INTERVIEW PASSER-BY 3 - KORTRIJK

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in de Lange Steenstraat?

PB Ja.

SB En hoort u hier vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Eigenlijk let ik daar niet zo op.

SB En let u op taal die u kan zien bijvoorbeeld op affiches, of winkeletalages?

PB Ja, ja dat wel.

SB En wat vindt u van het gebruik van Engelse slogans?

PB Goed!

SB Goed? En van Frans bijvoorbeeld?

PB Frans ook wel, maar eigenlijk klinkt het Engels misschien wel beter?

SB U bent meer voorstander van het Engels?

PB Ja de beiden in feite.

SB En vindt u dat er een verschil is tussen het gebruik van een andere taal voor bijvoorbeeld een slogan of voor openingsuren bijvoorbeeld?

PB Ja dat wel.

SB Ja.. En nu om naar een concreet voorbeeld te vragen, bijvoorbeeld hier bij *Leonidas* is de slogan Fresh Belgian Chocolates..

PB Ja, ja, ja dat klinkt goed in de oren van de Engelsen he. Want ik ben eigenlijk van Ieper en daar hoort men tegenwoordig wel heel veel Engels.

SB Ja en daar bijvoorbeeld bij Scalids, ik weet niet er u al op gelet heeft (...) alle informatie in het Nederlands en het Frans.. Vindt u dat oké hier in Kortrijk?

PB Ja dat vind ik heel goed. In feite, ik ben wel voor informatie in het Frans he. Maar tegenwoordig wil ik m'n Engels een beetje bijschaven dus ik let op alles wat Engels klinkt.

SB Oké. En dus u bent van Ieper dus u woont hier niet?

PB Neen.

SB En u spreekt thuis Nederlands, u bent Vlaams?

PB En een beetje Engels en een beetje Frans.

SB      Ook, ah ja oké. En mag ik nog naar uw leeftijd vragen alstublieft?

PB      65.

SB      Oké, dank u wel.

(1.31 min)

INTERVIEW PASSER-BY 4 - KORTRIJK

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in de Lange Steenstraat?

PB Wel er woont hier een vriend van mij, ik kom hier wel soms eens ja.

SB En hoort u hier vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB .. Ik heb daar nog nooit echt op gelet.

SB En heeft u al gelet op taal die u kan zien in het straatbeeld, in winkeletalages, affiches en dergelijke?

PB Je ziet wel dat er hier veel diversiteit is en dat er hier veel van alles is...

SB Ja en wat vindt u dan van het gebruik van Engelse bijvoorbeeld in die etalages en slogans en zo?

PB Ik heb daar eigenlijk nog nooit bij stil gestaan neen.

SB Dus ook niet over het Frans?

PB Neen, ik val daar niet over, ik vind dat niet erg.

SB Oké ja, dat is al belangrijk. En dus dan vindt u ook niet dat er een onderscheid is tussen slogans en openingsuren in andere talen?

PB Neen ik heb daar geen problemen mee.

PB [Telefoon rinkelt]

SB Oké dat is goed, dank u wel.

(0.51 min)

INTERVIEW PASSER-BY 1 - AALST

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak winkelen in Aalst, in de Nieuwstraat dan in het bijzonder?

PB Euh ja, ja.

SB En hoort u hier vaak in Aalst andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Ja

SB Ja? En welke... Zijn er dan talen die daar uitspringen?

PB Euh neen, meestal is dat Frans. Of ja, dat Arabisch daar eh ja, waar we niks van verstaan.

SB En, staat u stil bij taal die u kan zien in de straat hier? Bijvoorbeeld op affiches, en dergelijke

PB Ah neen. Neen niet echt.

SB En wat vindt u dan van het gebruik van Engels voor bijvoorbeeld slogans bij winkels?

PB Ah ja, maar ja dat is in het algemeen overal he. Ja dus ja dat vind ik niet erg.

SB Dat vindt u niet erg. En voor Frans, geldt dat ook voor Frans voor het gebruik van slogans?

PB Awel, dan zou ik het toch liever in het Engels zien. Ja ja.

SB En denkt u dat er naast Engels en Frans nog veel andere talen effectief te zien zijn?

PB Hier?

SB Ja.

PB Neen, ik denk het niet neen.

SB Vindt u dan dat er een verschil is tussen het gebruik van een andere taal – het Engels, Frans of een andere taal – voor bijvoorbeeld een slogan of voor bijvoorbeeld openingsuren?

PB Ah, of je daar een verschil van maakt? Neen.

SB Dan zou ik juist nog naar twee concrete voorbeeldjes willen vragen. Bijvoorbeeld Mister Minit daar is alles in het Nederlands en in het Frans afgebeeld, bijvoorbeeld sleutel – clef, hebt u daar ooit al bij stil gestaan?

PB Neen eigenlijk niet.

SB En vindt u dat dat nodig is of wat denkt u daarover?

PB Ja dat is te zien welke winkel denk ik. Mister Minit is echt zo over het hele land door en dan is dat anders. Als dat gewoon kleine winkeltjes zijn...

SB Bijvoorbeeld daar is er *Freedom*, die winkelt heet *Freedom*, vindt u dat dan ook...

- PB Neen, neen. Dat eigenlijk...
- SB Geen probleem?
- PB Neen geen probleem.
- SB En mag ik dan juist nog vragen, woont u zelf in Aalst?
- PB Neen, ik woon in Erpe-Mere.
- SB In Erpe-Mere. Maar u bent wel Vlaams van afkomst..
- PB Ik werk hier in Aalst. Ja ja.
- SB En... spreekt u, u spreekt zelf dan thuis Nederlands?
- PB Ja.
- SB En andere talenkennis?
- PB Ja, we kunnen Frans, Engels, Duits, Spaans.
- SB Ah oké. En mag ik juist nog uw leeftijd vragen?
- PB Bijna 42.
- SB Oké, dank u wel.

(2.21 min)

INTERVIEW PASSER-BY 2 - AALST

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in Aalst, in de Nieuwstraat, naar de Nieuwstraat?

PB Soms he.

SB Soms. Om te winkelen?

PB Neen neen, mijn dochter woont hier. Regelmatig kom ik eens

SB En hoort u in Aalst vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Ja, maar dat vind ik niet goed. Daarjuist nog, er loopt er daar enen te telefoneren in het Frans. Ik vindt dat als ge hier zit moet je proberen aan te passen aan de taal dat hier is. Vind ik.

SB En is het dan vooral Frans of ook andere talen die u...

PB Van alle talen. Maar Fr.. allez kweet niet. Het is een Vlaamse stad. Ge moet u integreren en aanpassen aan de mensen dat hier wonen. Vind ik. Dat is heel simpel. Als wij naar Afrika gaan moeten wij ook geen Nederlands praten want ze gaan ons niet verstaan. Das waar he? (...) Dan proberen we Frans of de taal, wij proberen altijd. Maar die mannen doen niks. Niet goed.

SB En... staat u stil bij taal die u kan zien hier in het straatbeeld, taal die u kan zien?

PB Taal, hoe wil u zeggen?

SB Bijvoorbeeld op affiches..

PB Awel Engels. Engels begint erdoor te komen. Dat vind ik ook niet goed. Neen Neen.

SB Niet goed? Wel ik ging het vragen wat u dan vindt van het gebruik van Engels...

PB Neen, neen dat vind ik ook niet goed.

SB Liever Nederlands?

PB Ja. Het is voor ons ook zeker... ze zitten daar in het Engels iets te zeggen en wij moeten dat allemaal maar aanpassen. Niet goed. Niet goed.

SB En denkt u dat er naast Engels en Frans nog veel andere talen te zien zijn?

PB Te zien?

SB Te zien echt.

PB Eigenlijk niet. Dat pijs ik niet?

SB Vooral Engels en Frans?

- PB Engels en Frans he.
- SB En bijvoorbeeld nu om naar een concreet voorbeeld te vragen, daar is er Mister Minit.
- PB Awel dat is ook Engels he.
- SB Ja en binnen, bent u al binnen geweest?
- PB Ja dat wel.
- SB Daar staat alles in het Nederlands en in het Frans
- PB Alles in het Nederlands ja ja
- SB Bijvoorbeeld sleutel - clef
- PB Ja Frans heb ik daar nog nooit gesproken. Altijd Nederlands. Want ik zou nog niet willen Frans klappen hier. (...) Neen neen. Ik kan het maar ik wil het gewoon niet doen, we mogen dat gewoon niet doen. Alleen voor die mensen, ze moeten hun integreren. Op school ook, mijn kleinzoon gaat ook naar school hier, awel die juffrouwen willen geen Frans klappen tegen die moeders. Ze moeten Nederlands klappen. Ik vind dat goed, ik vind dat goed.
- SB En vindt u, als u nu taal kan zien, dat er een onderscheid gemaakt kan worden tussen bijvoorbeeld een slogan en informatie; openingsuren of zegt u.. beter alle twee niet?
- PB Beter alle twee niet. Neen neen, als het Nederlands is, is het Nederlands en daarmee gedaan vind ik. En dat Engels komt eigenlijk ik vind langzaam meer.. *fash..*
- SB Ja *fashion* daar.
- PB Op wat trekt dat allemaal. Allez. Zegt dat gewoon in het Nederlands en dat zal ook verkopen ze, dat denk ik wel. Waarom niet?
- SB En bent u zelf van Aalst?
- PB Neen ik woon in Lede.
- SB In Lede. En u spreekt thuis Nederlands?
- PB Ah ja tuurlijk.
- SB En andere talen, u hebt al gezegd u spreekt Frans, maar u kan wel...
- PB Ja Engels ook. Ik kan dat wel. Als het moet Duits ook maar ge past u aan. Ik moet hier niet zitten Frans klappen, dat gaat gewoon niet. Als ik naar Brussel ga, spreek ik ook Nederlands. Ik wil geen Frans daar klappen want het is een Vlaamse stad. Het is de hoofdstad van Vlaanderen.
- SB En mag ik nog naar uw leeftijd vragen?
- PB 66.

SB      Oké, dank u wel.

(3.10 min)

INTERVIEW PASSER-BY 3 - AALST

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in Aalst winkelen?

PB Ja.

SB In de La.. in de Nieuwstraat dan?

PB In de Nieuwstraat ja.

SB En hoort u hier vaak andere talen dan het Nederlands gesproken worden?

PB Heel veel.

SB Heel veel. En zijn er talen die daar uitspringen volgens u?

PB Ja ik vind dat wel ja. Welke talen, dat je niet verstaat he. Ik zou het niet weten

SB Talen die u niet verstaat?

PB Ja Turks en Marokkaans en Tunesisch..

SB Ah ja. En, staat u stil bij taal die u kan zien? Bijvoorbeeld op affiches, pijlen, winkeletalages?

PB Ja soms kijk ik daar eens naar.

SB En wat vindt u dan van het gebruik van Engels bijvoorbeeld voor slogans en zo in affiches?

PB Ja dat mag wel (...) Een mens begint dat te begrijpen op de duur he ja. Ge moet mee he met uw tijd.

SB En denkt u, vindt u hetzelfde voor affiches in het Frans bijvoorbeeld?

PB Ja. Ja dat mag allemaal. Waarom niet?

SB En zijn er naast Engels en Frans nog veel andere talen die u kan zien hier in Aalst denkt u?

PB Ja ik denk dat wel. Ik woon de brug over, he Sint-Anna brug over daar, die kant. En daar is veel, wat is dat, Arabisch of zo, ik weet het niet.

SB En vindt u dan dat er een verschil voor het gebruik van andere talen dan het Nederlands voor bijvoorbeeld een slogan of voor bijvoorbeeld openingsuren?

PB Ja. Eigenlijk heb ik dat het liefst in het Nederlands maar ja.

SB Dat is oké. Nu om naar een concreet voorbeeld te vragen. Bijvoorbeeld daar ziet u Street One. Hebt u daar, vindt u, denkt u daar bij na als u dat ziet of vindt u dat oké geen problemen mee?

PB Ik heb daar geen problemen mee.

- SB En op de Grote Markt is er een Mister Minit waar alles in het Nederlands en in het Frans is, vindt u dat dat in Aalst ook..
- PB Ik heb daar persoonlijk geen problemen mee. Waarom dat ze daar problemen van maken dat weet ik niet. Dat stoort niet he. Of dat nu drie keer in een andere taal of één keer..
- SB Oke dank u. Dus u woont zelf in Aalst?
- PB Ja ja ja.
- SB En u spreekt thuis Nederlands?
- PB Ja ja, veel andere talen kan ik niet.
- SB En mag ik juist uw leeftijd nog vragen?
- PB Oei ja, 66.
- SB Oké, dank u wel.

(2. 15 min)

INTERVIEW PASSER-BY 4 - **AALST**

APRIL 24, 2014

SB Komt u hier vaak in Aalst?

PB Ik woon in Aalst.

SB U woont in Aalst. En hier in de Nieuwstraat ook dan?

PB Ja ik woon hier juist achter, in de Ridderstraat.

SB En hoort u hier in Aalst andere talen dan het Nederlands vaak gesproken worden?

PB Dat zal wel!

SB En zijn er dan talen die daar uitspringen volgens u?

PB Ik ken ze niet... de talen die ik meestal hoor is.. ik denk Oostblok..

SB En, staat u stil bij taal die u kan zien in het straatbeeld? Bijvoorbeeld op affiches, in winkelletages...

PB Neen.

SB Neen niet zozeer. En wat vindt u van het gebruik van Engels voor bijvoorbeeld slogans van een winkelzaak?

PB Ja daar heb ik geen probleem mee.

SB En voor Frans? Juist hetzelfde?

PB Nja.

SB En zou dat anders zijn, of denkt u dat er een onderscheid is als een andere taal gebruikt wordt voor bijvoorbeeld een slogan bij een winkel of voor bijvoorbeeld openingsuren?

PB Ik heb er geen probleem mee. Ik spreek zelf enkele talen. Maar ik kan mij wel inbeelden dat dat voor oudere mensen wel een probleem is (...) Voor mij is het geen probleem maar ja.

SB En nu om naar een concreet voorbeeld te vragen, u zegt dat u er geen probleem mee heeft, maar bijvoorbeeld Mister Minit in, op de Grote Markt waar alles in het Nederlands en in het Frans is. Hier in Aalst, vindt u dat een probleem?

PB Voor mij niet neen.

SB En dus Engelse slogans bijvoorbeeld hier bij Tiffany's?

PB [Wijst ook naar andere winkel]

SB Ja hier bij Rituals. Geen probleem?

PB [Knikt van niet]

SB Oké. Dus u woont in Aalst?

PB Ja.

SB Oké. En mag ik nog vragen naar uw leeftijd alstublieft?

PB 45

SB Oké, dank u wel.

(1.27 min)