



Verengelsing is onvermijdelijk, maar het is verbijsterend hoeveel haast we daarmee hebben

Posted on 6 november 2025 by Hans Van Willigenburg

Kan een land zich beroepen op het hebben van een 'ziel'? En is het achterhaald dat je als inwoner van een land bepaalde nationale gebruiken of cultuurverschijnselen niet zomaar, zonder slag of stoot, weggegeven wilt zien worden? Nog los van de vraag of je hierop met 'ja' of 'nee' reageert, kunnen we veilig stellen dat Nederlanders niet erg happig zijn een nationale 'ziel' te ontdekken. Laat staan hun gedrag erop aan te passen.

Integendeel.

Door de bank genomen zijn we enorm ijverig trends en ontwikkelingen uit de Angelsaksische cultuur, niet in de laatste plaats de daar gebezigde Engelse taal, kritiekloos op te zuigen. Voorbeeld: omliggende landen als Frankrijk, België en Duitsland in ogenschouw nemend is het tempo en de welwillendheid waarmee wij trendy woorden als bijvoorbeeld *awesome* en *awkward* overnemen onvergelijkbaar

met de veel meer afwachtende houding om ons heen.

YouTube-invloed

Publiekshistoricus Coks Donders, die zelf een poosje in Amerika heeft gewoond, hintte er onlangs in het actualiteitenprogramma *Nieuws van de Dag* (SBS6) op dat we enige afremming van die Angelsaksische invloed hier ten lande naar het rijk der fabelen moeten verwijzen. Zeker als we uitgaan van het aloude adagium dat 'de jeugd de toekomst' heeft. 'Mijn ouders deden nog hun best me naar verantwoorde programma's als VPRO's *Achterwerk in de kast* te laten kijken. Maar de jeugd van nu navigeert op internet vrijelijk naar allerlei sociale media, waaronder YouTube. Gevolg? De kids hebben vloeiend Engels bijna eerder onder de knie dan vloeiend Nederlands.'

Een andere reden dat de verengelsing van de Nederlandse taal eerder zal versnellen dan vertragen (naast de enorme pijnlijke *content* over de digitale kabels), is dat D66 de winnaar is van de zonet gehouden parlementsverkiezingen. En er geen partij in de Tweede Kamer is die zo enthousiast gewerkt heeft aan de opmars van het Engels op onze universiteiten. Geen partij ook die zoveel angst heeft gevoeld dat als Nederland zich niet snel genoeg aanpast aan de internationale dominantie van het Engels, er negatieve consequenties voor onze economie aan vastzitten. Kortom, vanuit Den Haag zal de komende jaren weinig anders te verwachten zijn dan een nóg servielere houding jegens het vaakst als wereldtaal genomineerde Engels.

Of het nu de commercie is of de angst in het onderwijs voor patriottisch te worden versleten, zodra er een kans verschijnt zich via de Engelse taal het spook van provincialisme achter ons te laten en onszelf groter en relevanter voor te doen dan we daadwerkelijk zijn, tja, dan zwichten wij, Nederlanders, maar al te graag. Want wat zijn we bijvoorbeeld ongelofelijk blij dat onze afgestudeerden sinds enige tijd *bachelors* en *masters* heten! Zodat de hele wereld in een keer weet met welk opleidingsniveau ze te maken heeft en wat de bijbehorende verwachtingen mogen zijn. En wat praat de top van het bedrijfsleven graag over het halen van *targets* in plaats van doelen; hoeveel zwaarder lijkt het halen van die *targets* immers niet, en hoeveel meer *glamour* is eraan verbonden wanneer je ze bereikt, dan wanneer je op z'n suffe Jan Boerenfluitjes zegt 'we hebben dit jaar aan de doelstellingen voldaan'?

De tussenconclusie is dat de Nederlandse taal aan een kansloos lijkende tweefrontenoorlog lijkt blootgesteld; dat de verengelsing zowel van onderop (de jeugd) als van bovenaf (de managers en ceo's) wordt geïnjecteerd. En van dat laatste komen af en toe voorbeelden aan het licht, die het schaamrood op de kaken doet verschijnen, al ligt dat schaamrood soms dicht bij de onbedaarlijke schaterlach. Zoals in 2022, toen de nieuwe baas van Schiphol, Ruud Sondag, ter geruststelling van de vliegreiziger een introductievideo over zichzelf maakte en, staand tussen de transportbanden, rechtsreeks uit een drukbezochte hei-dag vol coke snuivende en managementjargon debiterende collega's leek te zijn gerold.

Binnen de tijdsspanne van een of twee minuten beloofde Sondag, kijkend in de cameralens, dat hij voor een '*flawless* passagiersbelevingsproces' zou gaan zorgen, dat hij beter zou gaan letten op '*what makes people tick*', dat Schiphol onder zijn leiding voortaan bereid zou zijn die '*extra mile*' aan servicegerichtheid te leveren en dat, mocht dit allemaal uitkomen, '*half of the battle*' al gewonnen was. De video werd onmiddellijk druk gedeeld. En toen *Vandaag Inside* er nog eens een slinger aan gaf en René van der Gijp haast bleef steken in zijn eigen lachkick, was Ruud Sondag binnen luttele uren het ultieme symbool van het blaaskakerige gilde der managers. Zeker toen hij benadrukte dat het goed functioneren van een internationaal vliegveld uiteindelijk draaide om het op orde krijgen van '*the basic*'.

Het niet te stoppen Halloween

Het zou nog te overzien zijn wanneer de Angelsaksische invloeden beperkt blijven tot lipbewegingen die Engelse in plaats van Nederlandse woorden vormen, maar zo onschuldig is het allang niet meer. Neem de opmars van het Halloween-feest, dat afgelopen weekend in tal van Nederlandse steden grootschalig werd gevierd. En dat door verkleedpartijen van de allerkleintjes en hun al even op verkleeden verliefde ouders een aanblik bood alsof we niet in Nederland waren maar in een middelgrote plaats in Amerika. Een van de organisatoren van de Halloween-viering in Zoetermeer noemde het astronomische getal van 35.000 aan opkomende bezoekers ('waarschijnlijk meer'). En vertelde in een adem dat er verspreid over Zoetermeer acht *scare-zones* waren ingericht, waar acteurs de rondlopende kinderen met hun optreden nog wat extra deden griezelen.

De actiegroep Kick Out Zwarte Piet (KOZP) moet ja-knikkend hebben toegezien hoe de kinderen in Zoetermeer op camera, gevraagd naar hun favoriete kinderfeest, de goedheiligman uit Spanje massaal oversloegen en Halloween op nummer een

plaatsten. Met Halloween was het 'schrikken én veel snoep krijgen', verklaarde een verklede dreumes (duidend op het ontbreken van dat eerste bij Sinterklaas). Een ander met verf beschilderd kind oordeelde al even hard ten nadele van de 5 december-vreugde, verlekkerd erop wijzend dat 'Halloween enger is' en dus leuker. Waarop een derde kind niet milder aansloot met de schampere constatering dat je bij Sinterklaas 'alleen cadeautjes' krijgt, suggererend dat het ten opzichte van Halloween ernstig tekortschiet in *entertainment*-waarde.

Zwarte Pieten-meetskunde

Het lijkt erop dat gewortelde najaarsfeesten als Sint Maarten en Sinterklaas in rap tempo aan de verliezende hand zijn; dat hun betekenis en het enthousiasme waarmee ernaar uitgekeken wordt drastisch afneemt. Het jaarlijkse gedoe rond de intocht van Sinterklaas en of er hier of daar geen geheel zwart geschminkte Zwarte Piet doorheen glipt, met een racisme-rel als standaard nevenverschijnsel, heeft de lol er voor jonge ouders danig van afgeschraapt.

De oplettende toeschouwer ziet de drommen mensen aan de kades elk jaar verder slinken, niet ondenkbeeldig vanwege het hen aangeprete bewustzijn ongemak te moeten voelen als de Pieten-brigades linksom of rechtsom etnisch geen exacte afspiegeling zijn van de huidige populatie. Het organiseren van een niet tot ophef leidende Sinterklaasintocht lijkt dan ook te zijn uitgegroeid tot een specialistische vorm van meetkunde.

Laatst nog, bij de spannende race tussen D66 en de PVV om de grootste partij van Nederland te worden, werd NOS-presentator Albert Bos vermoedelijk bevangen door koortsdromen dat hij de Amerikaanse in plaats van de Nederlandse verkiezingsuitslagen aan het verslaan was en riep hij met een orgiastische ondertoon '*too close to call!*'. Ja, in dit licht bezien is onze obsessie met president Trump en de potsierlijke stroom kritiek die we dagelijks vanuit ons miniland naar Amerika verschepen niets anders dan een verkapte sollicitatie de eenenvijftigste staat van de USA te mogen worden.

En hebben we zelf niet door dat we allang niet meer zonder de *entertainment value* van 'The Donald' kunnen.

Wynia's Week verschijnt 156 keer per jaar en wordt **volledig mogelijk gemaakt** door de donateurs. Doet u mee, ook straks in het nieuwe jaar? [**Doneren kan zo.**](#) **Hartelijk dank!**

Donateurs kunnen nu ook reageren op recente artikelen, video's en podcasts en ter publicatie in Wynia's Week aanbieden. Stuur uw reacties aan reacties@wyniasweek.nl. Vergeet niet uw naam en woonplaats te vermelden (en, alleen voor de redactie: telefoonnummer en adres). Niet korter dan 50 woorden, niet langer dan 150 woorden. **Welkom!**