

ARTIKELEN

McDonaldisering van ambtelijk vakmanschap

Een inleidende beschouwing

Tom Daems, Bas van Stokkom & Jan Terpstra

'American theory is never served apart from the meat and potatoes of evidence, facts, data. When American theory becomes German, as it does in Ritzer, it is like a hamburger that has migrated to become a beefburger: what it lacks in style it makes up in ubiquity.' (McNeill, 1999: 51)

1 De these van Ritzer

Dertig jaar geleden publiceerde de Amerikaanse socioloog George Ritzer (1993) de eerste editie van zijn boek *The McDonaldization of Society*. In dat invloedrijke boek reflecteert Ritzer aan de hand van het functioneren van de alomgekende hamburgerketen over fundamentele kenmerken van de hedendaagse samenleving. Het streven naar efficiëntie, berekenbaarheid, voorspelbaarheid en het op grote schaal inzetten van *non human* technologie brengt allerhande neveneffecten teweeg en roept ethische vragen op. De eerste ideeën hieromtrent formuleerde Ritzer reeds in een artikel dat in 1983 gepubliceerd werd in *Journal of American Culture* (Ritzer, 1983). Veertig jaar later lijkt de term *McDonaldization* nog altijd aan zeggingskracht te winnen en is inmiddels sociologisch gemeengoed geworden. Ritzer heeft die belangstelling ook altijd brandende weten te houden, door talloze bijgewerkte edities van zijn boek te publiceren (in 2020 verscheen een tiende editie, *Into the digital age*) en te schrijven in een stijl die uitzonderlijk toegankelijk is en over een fenomeen dat goed herkenbaar is. Hoewel Ritzer zijn boek inmiddels drie decennia geleden schreef, is de relevantie daarvan in zijn ogen onder invloed van de toenemende digitalisering van de samenleving alleen maar toegenomen (Ritzer & Miles, 2019).

Met het boek haakt Ritzer in op een aantal grote debatten in de klassieke sociologie, in het bijzonder het werk van Max Weber over rationalisering en bureaucrativering, maar hij haalt de mosterd ook bij ideeën rond *scientific management* en de analyse van Zygmunt Bauman (1989) over moderniteit en een verwoestend streven naar controle, rationalisering en bureaucrativering. Ook Ritzer heeft oog voor de schaduwzijde van processen van McDonaldisering: samenleven op het ritme van een hamburgertent brengt ongewenste, irrationele en dehumaniserende neveneffecten voort.

2 McDonaldisering in het domein van politie en justitie

Debat en discussie over het streven naar een snelle, efficiënte en doeltreffende bestrijding van criminaliteit gaan al lang mee. In 1964 had Herbert Packer het over het 'crime control model', waarvoor hij de productiebend als meest geschikte metafoor identificeerde:

'The image that comes to mind is an assembly line or a conveyor belt down which moves an endless stream of cases, never stopping, carrying the cases to workers who stand at fixed stations and who perform on each case as it comes by the same small but essential operation that brings it one step closer to being a finished product, or, to exchange the metaphor for the the reality, a closed file.' (Packer, 1964: 11)

Het *crime control model* staat op gespannen voet met het *due process model* dat allerhande obstakels opwerpt door procedurele waarborgen in te bouwen. Dergelijke spanningen zijn de afgelopen decennia vaker voorwerp geweest van discussie, zoals de spanning tussen instrumentaliteit en rechtsbescherming ('t Hart & Foqué, 1990), of het belang van autonoom recht en rechtspositieontwikkeling ten overstaan van het repressieve recht (Nonet & Selznick, 1978; Kelk, 1983). Sinds de jaren 1980 zien we dat ook in reflecties op de opmars van een bedrijfsmatige benadering in de strafrechtsbedeling (Van Swaaningen, 1995), managerialism (Bottoms, 1995) of een nieuwe penologie (Feeley & Simon, 1992).

Tegen die achtergrond hoeft het niet te verbazen dat ook Ritzers werk werd opgepikt en gemobiliseerd in allerhande beschouwingen over rationalisering, beheersing en efficiëntiewinsten. In nagenoeg alle publieke sectoren, of het nu justitie en politie betreft, of reclassering en jongeren- en welzijnswerk, zijn tendensen van McDonaldization herkenbaar. Een vroege reflectie over bemiddeling onder de noemer 'McJustice' vinden we terug bij Silas (1986), die het verhaal bracht over advocaat Michael Gillie. Gillie prees bemiddeling en arbitrage aan als 'marketable commodities', verhandelbare producten. United States Arbitration Inc. had midden jaren tachtig een hoofdkantoor in Seattle en franchises in acht andere staten. Hij ging daarbij te werk volgens het gekende afroomprincipe van de hamburgerketen:

'Lawyers who open a franchise pay USA an initial fee, usually \$7,500, and are given training and materials. Franchisees then pay Gillie 5 percent of their gross annual income for the first year of operation, and 10 percent each subsequent year. Each franchisee is an independent contractor who must administer the program and build up a panel of arbitrators. The programs operate out of the lawyers' law offices, handling small and mid-size business disputes.' (Silas, 1986: 17)

Mark Umbreit (1999) mobiliseerde Ritzer in een beschouwing bij de groei van slachtoffer-daderbemiddeling. De succesvolle uitbouw van bemiddeling is niet zonder risico's, zo waarschuwde Umbreit:

'... a tremendous temptation for agencies to deemphasize the restorative values on which mediation is based, while emphasizing the values of efficiency and moving cases quickly in the interest of relieving the overcrowded court system.' (p. 214)

Umbreit had het over de McDonaldisering van bemiddeling: bemiddeling zou kunnen vervellen tot een fastfoodversie van zichzelf, waarbij de kenmerkende herstelrechtelijke uitgangspunten overboord dreigen te vallen. Umbreit wees in dat verband op een aantal zorgwekkende evoluties: de afschaffing van afzonderlijke ontmoetingen tussen de bemiddelaar, dader en slachtoffer voorafgaand aan de bemiddeling, bemiddeling die resultaatgericht ingezet wordt en ten koste gaat van de dialoog, een zorgvuldige selectie van casussen om risico's te vermijden en een gebrek aan slachtoffergevoeligheid en -betrokkenheid (Umbreit, 1999: 226-229).

In dit verband kan ook gewezen worden op publicaties over '*criminal justice as a production line*', handelend over de Nederlandse aanpak van ZSM (Salet & Terpstra, 2020) en over het ontstaan van een abstracte politie (Terpstra, Fyfe & Terpstra, 2019). Bij dat laatste is sprake van een groeiende afstand, zowel binnen de politie als tussen politie en burgers, en van een groeiende afhankelijkheid van systeeminformatie. De toegenomen abstractie van de politie kan ook worden gezien als het grotendeels onbedoelde resultaat van bredere en langdurige processen van rationalisatie, zoals Ritzer (1993) die heeft geschetst. De sterke nadruk op controle leidt er in zijn visie toe dat het menselijk oordeel wordt vervangen door 'dictaten van regels, voorschriften en structuren', waardoor werkprocessen minder afhankelijk worden van menselijke vaardigheden, capaciteiten en kennis. Met andere woorden, volgens Ritzer draagt McDonaldisering bij aan ontmenselijking, de-professionalisering en de groei van onredelijke systemen (Ritzer, 1993: 21, 118-122).

In veel opzichten kan het ontstaan van een abstracte politie worden gezien als een proces van McDonaldisering. Dit is vooral zichtbaar bij de grootschalige politiehervormingen – waaronder die in Nederland – die gericht zijn op het verbeteren van de efficiëntie en controle van politieorganisaties, maar ook resulterend in irrationaliteit, verlies aan efficiëntie en voorspelbaarheid, en in controleproblemen. Door de grotere afstand tussen politie en burgers, de versnippering van organisatie, werkprocessen en verantwoordelijkheden, en de sterkere afhankelijkheid van IT-communicatie en van systeeminformatie en bureaucratie op systeemniveau, wordt de politie geconfronteerd met wat Ritzer 'ontmenselijking' noemt (Terpstra et al., 2019: 354; zie ook het essay van Schaap in dit nummer).

Vaak wordt erop gewezen dat dit proces van een steeds abstracter wordende politie onbedoeld resulteert in een 'ijzeren kooi', een term die oorspronkelijk door Max Weber is geïntroduceerd. Die kooi wordt doorgaans geïnterpreteerd als een kafkaeske ervaring van het individu dat gevangen zit in een 'ijzeren bureaucratie' (zie Ritzer, 1993). Maar oorspronkelijk had Weber een andere interpretatie van de 'ijzeren kooi' in gedachten, die nog relevanter is om de risico's van abstract politiewerk te begrijpen: namelijk een hard, maar flexibel omhulsel dat onderdeel is geworden van de mens (zie Baehr, 2001). Volgens deze interpretatie fungeert de kooi niet als gevangenis voor de individuele politiebeambte, maar zorgt ervoor dat werken in een abstracte organisatie geheel en al vrijwillig wordt aanvaard (Terpstra, Fyfe &

Salet, 2019: 354). Ritzer heeft het in dat verband ook wel over een *'velvet cage'*, een fluwelen kooi, die zacht en warm is en waarbinnen het aangenaam toeven is. Denk bijvoorbeeld aan onderwijs, waarbij docenten volgens vaste schema's studenten met hapklare brokken klaarstomen voor voorspelbare multiplechoice-examens. Studenten worden consumenten, en *they're loving it* (Ritzer et al., 2018).

3 New Public Management

McDonaldisering werkt ook door in (semi)overheidsinstellingen en openbaart zich misschien het zuiverst in het veranderende karakter van ambtelijk en professioneel werk. Bij de overheid hebben namelijk system-level ICT-bureaucratieën hun intrede gedaan, waardoor professionals sterk afhankelijk zijn geworden van informatie van computersystemen (Bovens & Zouridis, 2002). De marginalisering van beginselen van behoorlijk bestuur komt hier pregnant in beeld.

Bij die veranderingen hebben ook de uitgangspunten van en opvattingen binnen het *New Public Management* (NPM) een grote rol gespeeld. In die zin is er een zekere verwantschap tussen processen van McDonaldisering en het sinds eind jaren tachtig groeiende belang van NPM voor de publieke sectoren in veel westerse landen. NPM is ontstaan als reactie op de klassiek statelijke preoccupatie met bureaucratische regels en hiërarchisch gezag. Om een einde te maken aan die ondoelmaticheid moest een prestatiegericht stelsel worden ingevoerd, waarbij marktwerking vooropstaat. Burgers moesten goede waar voor hun belastinggeld krijgen. Daartoe moest een ontvlechting gerealiseerd worden: bestuurders en hun procesmanagers stellen de politieke beleidsstrategie vast en het uitvoerende apparaat wordt uitbesteed aan zelfstandige units en private aanbieders, die verantwoordelijk zijn voor de implementatie van het beleid. Voor deze uitvoerende diensten werden meetbare output, efficiency en afrekenen op prestaties de leidende principes. De gedachte was dat professionals vraaggericht zouden gaan werken wanneer diensten door private partijen zouden worden aangeboden. Twee centrale onderdelen van NPM komen hier bij elkaar, namelijk de transformatie van de burger tot 'klant' en het centrale uitgangspunt van *value for money* dat iedere burger als belastingbetaler van de overheid mag verlangen.

Deze gigantische boedelscheiding tussen beleid en uitvoering bracht vele contraproductieve effecten met zich mee, waaronder de vernietiging van kennis en expertise van inhoudelijk goed onderlegde ambtelijk specialisten. Ook de interne overdracht van kennis en het vertrouwen daarin is goeddeels teloorgegaan (zie ook Sennett, 2006). Een ander pervers gevolg is de opkomst van wat Power (1997) heeft omschreven als de *Audit Society*, met zijn uitgebreide en vele facetten van het maatschappelijk leven doordringende arrangementen van permanent toezicht, auditing en monitoring. Er is daarmee sprake van een nieuwe controlegerichte bureaucratie waar digitale beheersingssystemen een doel op zich lijken te zijn geworden, en waar het werk van medewerkers in een korset van kwantificeerbare resultaten wordt geperst (WRR, 2004; Bovens & Zouridis, 2002). Chris Lorenz (2013) wijst in dat verband op een reeks andere onbedoelde gevolgen, waaronder het tolereren van irrationele managementpraktijken (van permanente reorganisa-

ties tot het opsplitsen van vakmanschap in processen die afzonderlijk kunnen worden gemeten en gecontroleerd), de-professionalisering, en demoralisatie en demotivatie van het ambtelijk personeel.

Bovendien kwam de rechtsstatelijke waardeoriëntatie van de overheid in het nauw. Ten eerste heeft het nieuwe managementmodel een negatieve impact op de publieke verantwoording over financiën. Contracten die aanbesteding regelen, beogen commerciële belangen te beschermen en vallen onder het privaatrecht. Ook de inhuur van externe leidinggevendenden onttrekt zich aan publieke transparantie. Ten tweede ondermijnen kwantitatieve ramingen en evidencebased metingen van producten en prestaties de normatieve basis van beleidsvorming en het vermogen om in de beleidspraktijk prudente en legitieme beslissingen te nemen (zie de bijdrage van Terpstra in dit nummer). Zoals de toeslagenaffaire heeft aangetoond: het vocabulaire van rendement en efficiency is ten koste gegaan van loyaliteit aan de publieke zaak.

Willem Trommel (2006) attendeert, in navolging van Hood (1991), op de innerlijke tegenstrijdigheden van NPM: de geautomatiseerde beheersingssysteematiek in de uitvoerende instanties drijft op digitaal klantmanagement, terwijl de NPM-retoriek juist vindt dat de vraag van klanten leidend hoort te zijn. Organisaties in de publieke sector zijn geen flexibele en decentrale uitvoeringseenheden geworden, maar ondoordringbare vestingen waar professionals onbereikbaar zijn. Volgens Trommel blijken de NPM-recepten een 'uiterst hardnekkig leven te leiden' (Trommel, 2006: 145). 'Met al zijn innerlijke tegenstrijdigheden is het NPM tot diep in de kerninstituties van het publieke leven doorgedrongen' (Trommel, 2006: 145). Zelfs publieke dienstverleners die kritisch staan ten opzichte van vraagsturing of prestatiecontracten lijken zich te hebben neergelegd bij die dominante cultuur.

Deze omslag gaat gepaard met de vestiging van een nieuw jargon en taalgebruik. Er lijkt sprake te zijn van een *Newspeak* die op gespannen voet staat met common sense inzichten en ambtelijk vakmanschap op voorhand lijkt te willen ondermijnen. Zo spreekt de Raad voor de rechtspraak niet meer over burgers, maar over de 'klanten' van de rechtspraak. Bij de Belastingdienst is de klassieke terminologie van 'ambtenaren' vervangen door die van 'klantmanagers'. Uit de analyses over de toeslagenaffaire die in dit nummer zijn opgenomen, blijkt hoe giftig die 'hersenspoeling' kan uitwerken.

Niet alleen de kerndepartementen, maar ook universiteiten, ziekenhuizen, welzijn, arbeidstoeleiding en vele andere publieke instellingen, kregen te maken met de principes van bedrijfsmatig werken. De uitvoerders (docenten, zorg- en dienstverleners) werden doorlopend geconfronteerd met prestatie- en outputmetingen. Een steeds verder in omvang groeiend management nam de controle op zich.

4 McUniversity

De perverse effecten van de NPM-revolutie zijn misschien het beste waarneembaar in het onderwijs. Juist omdat in het hoger onderwijs vanouds gehecht wordt aan het ontwikkelen van een zelfstandige en kritische houding bij studenten, vallen de gestandaardiseerde producten van McUniversity scherp in het oog. Sinds ongeveer

twintig jaar is op universiteiten het belang van een brede academische vorming en reflectie steeds meer onder druk komen te staan. De nadruk ligt voortaan op studierendement, modulisering, standaardisering, het vastleggen van tijdslimieten en het afrekenen op behaalde studiepunten. Sturing op efficiëntie brengt vele perverse uitkomsten met zich mee, waaronder een opeenstapeling van procedures, diploma-inflatie en een gigantische overhead. Zo is berekend dat slechts een klein deel van het beschikbare budget daadwerkelijk wordt besteed aan onderwijs en onderzoek. De rest gaat naar de gebouwen, prestigeprojecten en een almaar uitdijend kader van managers, coördinatoren, communicatiemedewerkers, onderwijskundigen, visitatiebedrijven en consultancybureaus.¹

Willem Halffman en Hans Ratzler (2015) spraken in hun 'Academic Manifesto' al over een door het management 'bezette universiteit'. Dat management houdt de academische staf op gepaste afstand en negeert hun klachten. Docenten ervaren hun werk steeds meer als geestdodend. In termen van Ritzer: de academische professie lijkt een McJob te zijn geworden.

Veel studenten lijken een voorkeur te hebben voor hoorcolleges waarin de stof in hapklare brokken wordt aangeboden. Zij lijken weinig sympathie te hebben voor de veeleisende academicus die het binnenhalen van het diploma 'bemoeilijkt'. Er zijn veel websites waar studenten sardonisch worden uitgenodigd hun docent te beoordelen. Ook op andere wijzen krijgen de vermarkting en ondermijning van het ideaal van een academische vorming gestalte. De website customwritingservice.com biedt studenten 'hulp van gecertificeerde schrijvers' die een origineel paper voor hen opstellen. Het volgende stond op de website vermeld: 'De bestelde papers zijn 100 procent plagiaatvrij, geschreven door experts op PhD-niveau.' En: '99 procent van de studenten kreeg het gewenste cijfer!'² Vermoedelijk zal genoemd bedrijf snel de deuren sluiten, want inmiddels is ChatGPT op de markt gebracht. Alles rechtstreeks, automatisch en gratis!

Om 'efficiëntiewinst' in het universitair onderwijs te boeken, wordt ook steeds meer gebruikgemaakt van digitale middelen, zoals het afstandelijke e-learning. Ook hier gaat dat met perverse bijwerkingen gepaard. Onderzoek van Carroll (2013) wijst uit dat de potentiële belofte van e-learning niet waargemaakt kan worden. Het leerproces wordt vergemakkelijkt, maar wordt tegelijk een geïsoleerde ervaring. Omdat online contacten beperkt blijven, wordt het voor docenten moeilijker om de cursusstof betekenisvoller te maken. Studenten komen minder toe aan het ontdekken en bevragen van kennis en zijn in feite consumenten van 'voorverpakt onderwijs' geworden. En ook hier doet zich standaardisering voor: na verloop van tijd worden dezelfde kant-en-klare cursussen door verschillende universiteiten gebruikt.

1 Zie Dennis van den Berg, 'I'm not lovin' it: het hoger onderwijs als McDonalds, kl.nl/opinie/im-not-lovin-de-universiteit-als-mcdonalds.

2 www.voxweb.nl/nieuws/vox-test-paper-op-bestelling.

5 De veranderende positie van de consument: prosumentisme

In zijn latere werk richt Ritzer zich onder meer op de veranderende positie van de consument. In zijn boek over McDonaldisering in het digitale tijdperk (2021) zet hij uiteen dat de moderne samenleving fundamenteel veranderd is door de manier waarop mensen consumeren. Grote bedrijven benaderen klanten als producenten én als consumenten, oftewel als 'prosumenten'. Prosumenten bestellen bij McDonalds hun eten middels een touchscreen en halen het eten bij voorkeur op in McDrive. De online verkoop van kant-en-klare maaltijdboxen benadert dat ideaal nog meer: de consument bereidt het voedsel zelf. In een economisch systeem à la McDonalds is het volgens Ritzer de kunst uiteindelijk alle menselijke werkers af te stoten. Consumenten moeten zo veel mogelijk de kosten van sales & merchandising voor hun rekening nemen, onder andere door bedrijven van digitale feedback te voorzien na hun aankoop. Mensen doen dat doorgaans op onnadenkende wijze, maar het gevolg is dat digitale technologieën kunnen gedijen (Ritzer et al., 2018: 125).

Archetypisch voor die rationalisering is Amazon, het digitale platform dat nog steeds een groeiend aantal consumenten voor zich weet te winnen. Volgens Ritzer vervullen zij productietaken waarvoor ze niet betaald worden en zij voorzien die platforms van lucratieve informatie. Ritzers these is dat de digitale snelweg de kenmerken van McDonaldisering – efficiëntie, voorspelbaarheid; enzovoort – intensiveert. De tendens dat het koopplatform hyperconsumptie aanmoedigt, vat Ritzer op als het belangrijkste 'irrationele' gevolg: consumenten worden aangemoedigd items te selecteren waarvan ze niet wisten dat die nodig of wenselijk waren. Typend voor Amazon is dat dit bedrijf weinig tot niets zelf produceert. Het bedrijf is:

'... very clearly in the business of maximizing opportunities for consumption. As such, they constitute iconic brands of a post-industrial society intent on shifting the economic center of advanced societies from manufacturing to consumption. This is reflected in the fact that, for example, over 70% of the economy of the United States is traceable to consumption.' (Ritzer & Miles, 2019: 6)

Vergeleken met de fysieke locaties van McDonalds of Wal-Mart is het voor consumenten veel gemakkelijker om zelf online te werken en zichzelf te bedienen.

'The whole ethos of the digital naturalizes a situation in which consumers produce in order to consume (...). Consumption sites (...) make it necessary for consumers to devote more time and energy to production as they consume.' (Ritzer & Miles, 2019: 9)

Volgens Ritzer stellen massa's consumenten de rol van prosument op prijs, mede omdat zij menen dat zij hun eigen keuzes kunnen maken. De grote hoeveelheid gegevens die gebruikers iedere dag opnieuw produceren, fungeren als Big Data waarop algoritmes worden losgelaten om gedragspatronen bij consumenten vast te stellen en te manipuleren. Digitale platforms zijn op die manier in staat om aanbiedingen gericht bij gebruikers onder de aandacht te brengen. Ritzer vraagt zich ver-

volgens af of hij dit rationaliseringsproces niet zou moeten omdopen in ‘Amazonization’ (Ritzer & Miles, 2019: 11). Hij ziet daar echter van af, omdat hij de basisprincipes van McDonaldisering kenmerkender acht voor een prosument-kapitalisme dan die van digitale platforms. Bij Amazon en verwante websites zien we volgens Ritzer in feite een proces van McDonaldisering, omdat de consument gedwongen is de eigen consumptiebeleving te produceren. Ritzer houdt dan ook vast aan de these dat het fastfoodrestaurant de bureaucratie zou hebben afgelost als paradigma van het rationaliseringsproces (Ritzer & Miles, 2019: 15).

6 Enkele kanttekeningen

Ritzer toont overtuigend aan dat prosumptie een steeds dominantere rol speelt in het hedendaagse kapitalisme. Er is veel voor te zeggen dat een koopkrachtig publiek zichzelf in de eerste plaats begrijpt als consument. Maar omdat hij alle aandacht richt op consumptie, gaat hij eraan voorbij dat juist marketingmanagement ervoor zorgt dat consumenten zichzelf als ‘producenten’ gaan beschouwen (Verhoeven, 2015; Zwick, 2015). Dat marketingmanagement is kenmerkend geworden voor de digitale, geautomatiseerde sturing van klanten door grote bedrijven en grote overheidsorganisaties. Een meer overtuigende stelling zou zijn dat ‘bureaucratie’ nog altijd paradigmatisch voor dat proces is, zij het dat Webers hiërarchische organisatie – gekenmerkt door formele, onpersoonlijke relaties – vervangen lijkt te zijn door een ‘ICT-bureaucratie’ van geautomatiseerde klantmanagement- en controlesystemen. Beide vormen van bureaucratie worden gekenmerkt door regels, procedures, efficiëntie en doelmatig werken, zij het dat de tweede erop gericht is het gedrag van de individuele klant te managen. Dat klantmanagement is kenmerkend voor wat Shoshana Zuboff (2019) ‘surveillance-kapitalisme’ noemt. Marketingprofessionals gebruiken Big Data om het individuele gedrag van de consument (bij) te sturen en zij creëren de algoritmen die de keuzecontexten van de consument verder kunnen verfijnen. Volgens Zuboff worden juist daardoor de morele autonomie en keuzevrijheid van het individu verwoest (Zuboff, 2019: 31).

Met die ontwikkeling in het achterhoofd kunnen we twee kanttekeningen plaatsen bij Ritzers theorie. Op de eerste plaats zouden we prosumenten beter ‘vercommercialiseerde subjecten’ kunnen noemen. Immers, de autonomie die Ritzer toeschrijft aan prosumenten lijkt in veel opzichten geprefabriceerd te zijn. Ritzer schenkt ten onrechte geen aandacht aan vormen van marketingmanagement waarbij consumenten digitaal benaderd worden om hen én te engageren én te controleren. Dat contradictoire proces draagt zorg voor de geïntensiverde rationalisering die kenmerkend is voor het hedendaagse digitale tijdperk: enerzijds bevordert dat management de autonomie van de consument tot een ongekend niveau, maar anderzijds bewerkstelligt dat management de totale controle over en manipulatie van zijn of haar keuzes (Darmody & Zwick, 2020). Dat Ritzer wil vasthouden aan het fastfoodrestaurant als verzinnebeelding van hedendaagse rationalisering is dan ook een zwaktebod. Steeds weer opnieuw meet hij rationalisering af aan het vierluik van efficiëntie, berekening, voorspelbaarheid en controle. Hij laat na de manipulatieve aspecten van marketingmanagement te analyseren.

Op de tweede plaats heeft Ritzer weinig aandacht voor de thematiek van ‘georganiseerde onverantwoordelijkheid’ die kenmerkend is voor grote bedrijven en overheidsinstanties (Cullan, 2018; Galantino, 2022; Van Stokkom & Schuilenburg, 2020). Die term is gemunt door de Duitse socioloog Ulrich Beck (1995). Curran (2018) vat ‘georganiseerde onverantwoordelijkheid’ op als een ontwikkeling waarbij bedrijven cumulatief kunnen bijdragen aan risico’s, maar individuele schuld kunnen vermijden. Hiaten in wetgeving (van uiteenlopende jurisdicties) maken dat mogelijk.³ Ook de uitbesteding van het recht aan een ondoorzichtig conglomeraat van regelaars, waaronder private toezichthouders in de branche van kwaliteitszorg, heeft aan die ontwikkeling bijgedragen, zonder dat die regelaars verantwoording afleggen aan een democratisch lichaam (Westerman, 2018). Überhaupt ontloopt Ritzer de vragen hoe de tendens van digitale classificatie en profiling aan banden kan worden gelegd en hoe bevorderd kan worden dat die grote organisaties hun maatschappelijke verantwoordelijkheid oppakken. Voor strafrechtelijke en criminologische aspecten van McDonaldisering lijkt hij zich dan ook niet te interesseren.

Meer in het algemeen heeft Ritzer weinig oog voor de spectaculaire groei van marketing, promotie en verwante gerationaliseerde overtuigingstechnieken (Cronin, 2018; Davis, 2013; Miller & Robinson, 2019).⁴ Die megabranche is in de publieke opinie een doorslaggevende factor geworden bij het legitimeren van politieke en economische beslissingen. Immers, de noodzaak om steun te krijgen voor het ontwikkelde beleid is veel groter geworden. In omstandigheden van grotere zichtbaarheid van besluitvorming maken strategieën van publiciteit en promotie deel uit van pogingen om informatiecontrole te behouden (Corner, 2007: 672). Een voorbeeld daarvan vormen de presentatie-strategieën van de Nederlandse politie die onder meer gericht zijn op klanttevredenheid en klantgericht werken (Terpstra & Trommel, 2009; zie ook de bijdrage van Schaap in dit nummer). Tegenwoordig zijn marketing- en promotionele rationaliteiten kenmerkend voor alle grote organisaties en ze zijn ook doorgedrongen tot gebieden die traditioneel buiten het bereik van de markt liggen, zoals onderwijs en gezondheidszorg (Davis, 2013; Cronin, 2018). Deze rationaliteiten zijn intrinsiek verbonden met het inspelen op emoties en authenticiteit; amusement wordt beschouwd als een efficiënte vorm om de aandacht te trekken en vast te houden (vergelijk de slogan van de Nederlandse Belastingdienst: ‘leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker’).

Niettemin, met de schandalen en affaires die in het laatste decennium door overheden en grote bedrijven veroorzaakt zijn, lijken deze marketing- en controlerationaliteiten op meer kritiek te kunnen rekenen. De studie van Shoshana Zuboff (2019) is daarvan de beste illustratie. Hightechbedrijven en veel (semi)overheidsorganisaties blijken het niet zo nauw te nemen met de bescherming van persoonlijke gegevens en blijken de belangen van hun klanten doorgaans te negeren. Bo-

3 Curran (2018) wijst erop dat ‘georganiseerde onverantwoordelijkheid’ – vooral in de financiële wereld – uitgebreide mogelijkheden biedt voor risicoarbitrage, een proces waarbij organisaties sociale risico’s creëren, van deze risico’s kunnen profiteren en erin slagen de gevolgen van de risico’s (onevenredig) te vermijden, zelfs als de samenleving als geheel er slechter aan toe is.

4 Voor een contextuele duiding van die ontwikkeling, zie Van Stokkom, 2021.

vendien blijken die instanties nauwelijks aanspreekbaar te zijn: door talloze beschermingswallen zijn de 'klantmanagers' voor hun klanten onbereikbaar. Dat roept bij burgers aan de lopende band gevoelens van onvrede en onmacht op. Bovenal voedt dat het verzet tegen illegitiem geachte overheidsorganisaties en laat dat het vertrouwen in die instanties kelderen.

Een laatste kanttekening bij de analyse van Ritzer is dat hij een blinde vlek lijkt te hebben voor de culturele aspecten van McDonaldisering (zie ook Kellner, 1999). Dat geldt in minstens twee opzichten. In de eerste plaats is de groeiende populariteit van McDonalds niet te begrijpen zonder de glamour en aantrekkingskracht die blijkbaar uitgaat van een verblijf in een van deze restaurants. De symboliek van de grote gele M, de vrolijk kijkende clown en de lichte, fleurige inrichting van de restaurants zijn net zo belangrijk voor het begrijpen van het succes van deze eetketen als het feit dat het eten daar goedkoop is en snel. In de tweede plaats veronderstelt McDonalds een bepaalde culturele omgeving waarin snel, gemakkelijk en goedkoop eten meer waardering ontvangt dan kwaliteit, stijl en uitgebreid gezellig met een grote groep genieten van elkaars aanwezigheid. Een dergelijke omgeving was in de VS vermoedelijk al eerder aanwezig dan in grote delen van Europa, waar echter amerikanisering van de cultuur en de noodzaak van aanpassing aan een jachtig bestaan de weg openen voor McDonalds en andere eetketens. Tegelijk verklaart deze culturele factor ook waarom in kringen die zich laten voorstaan op een uitgebreid cultureel kapitaal vaak wordt neergekeken op het nuttigen van een Big Mac en het bezoeken van de gele M.

Vergelijkbare culturele elementen zijn ook van belang voor het begrijpen van processen van McDonaldisering in andere sectoren en organisaties. McDonaldisering van publieke en dienstverlenende organisaties is niet alleen gebaseerd op een streven naar efficiëntie, controle en berekenbaarheid, maar vindt ook plaats omdat de moderne, rationele organisatie een aansprekender symboliek en uitstraling heeft dan die van de duffe, saaie en traag opererende overheidsbureaucratie. Het beeld van de verwarde academicus die wekenlang in de stofnesten van de universitaire bibliotheek zich verdiept in onleesbare boeken legt het in deze culturele omstandigheden af tegen de McUniversity en de daar verkondigde PR- en reclametaal.

Het voorgaande maakt duidelijk dat zich rond McDonaldisering een culturele strijd kan voordoen, een element dat evenmin bij Ritzer aan bod komt. Een voorbeeld van een dergelijke culturele strijd wordt beschreven in het essay van Tom Daems over elektronisch toezicht. Vanuit internationaal perspectief bezien kan die strijd overigens tot verschillende uitkomsten leiden.

7 De artikelen in dit nummer

In het eerste artikel zet **Sophie Mommers** uiteen dat de tendens tot standaardisering in de Nederlandse strafrechtspraak begrepen kan worden als een proces van McDonaldisering. Uit een analyse van het beleid van de Rechtspraak blijkt dat de vier centrale dimensies van dat proces goed te herkennen zijn: efficiëntie, berekenbaarheid, voorspelbaarheid en controle. Met deze standaardiseringstendens kunnen strafzaken snel(ler) afgedaan worden. De auteur wijst erop dat die ontwikke-

ling risico's met zich meebrengt voor de rechtspraak, de verdachte en de rechter. Die risico's worden overigens door de Raad voor de rechtspraak erkend en in het beleid voor de strafrechtspraak is dan ook meer aandacht gekomen voor kwaliteit, maatwerk en ruimte voor de beoordeling door de rechter. Bezien moet worden of dat in de rechtspraktijk ook daadwerkelijk voldoende tegenwicht kan bieden.

In de bijdrage van **Jan Terpstra** staat de centrale positie centraal die evidence-based policing (EBP) de afgelopen 25 jaar heeft verworven binnen de politie en de politiewetenschap. Hij ziet deze ontwikkeling als een dubbel proces van McDonaldisering. De vier door Ritzer onderscheiden kenmerken zijn terug te vinden in zowel het wetenschappelijk onderzoek, als in de wijze waarop EBP invloed tracht uit te oefenen op politiewerk en politieprofessie. In beide gevallen wordt verondersteld dat context en verschillen daarin zo veel mogelijk moeten worden uitgeschakeld. Ze berusten op miskennis van het belang van de 'menselijke factor'. Beide resulteren in wat Ritzer noemt dehumanisering en irrationaliteiten.

Hans Nelen, Roland Moerland, Karin van Wingerde en Lieselot Bisschop analyseren in hun bijdrage de zogenaamde geïntegreerde aanpak om de georganiseerde drugsgelateerde misdaad in Nederland te bestrijden en in te dammen. Tegenwoordig wordt deze vorm van georganiseerde misdaad in Nederland 'ondermijnende misdaad' genoemd. Al decennialang is de integrale aanpak van de georganiseerde misdaad gebaseerd op een aantal vaste uitgangspunten en een vast stramien, die zelden ter discussie worden gesteld. De auteurs trekken echter de cognitieve en operationele logica van deze leidende principes in twijfel. Ten eerste stellen zij dat de kernbegrippen van de aanpak ('ondermijnende criminaliteit' en 'geïntegreerd') tot veel verwarring en onbegrip hebben geleid. Ten tweede, door de integrale aanpak te bekijken vanuit Ritzers invalshoeken van voorspelbaarheid, berekenbaarheid, efficiëntie en beheersing, concluderen ze dat de aanpak enerzijds heeft geleid tot een aantal interessante nieuwe initiatieven en ontwikkelingen, maar tegelijkertijd heeft geleid tot bestuurlijke drukte en veel organisatorische wanorde.

In dit nummer zijn tevens vier essays opgenomen, waarvan de eerste twee handelen over de toeslagenaffaire. **Ringo Ossewaarde** betoogt dat de kinderopvangtoeslagaffaire zich manifesteerde in de politieke, bureaucratistische en technologische context van algoritmisch bestuur. Zoals bekend, gebruikte de Belastingdienst dubieuze algoritmen om vermoedelijke toeslagfraude op te sporen. De auteur kritiseert de aard van dat algoritmisch bestuur en laat zien dat de achterliggende bureaucratistische processen worden gekenmerkt door een inherente, kafkaëske irrationaliteit. Het essay van **Bas van Stokkom** is gecentreerd rondom het boek van Jesse Frederik over het toeslagenschandaal, in het bijzonder rondom de beleidsfantasie dat strengere fraudehandhaving zichzelf zou terugverdienen. Frederik biedt een uitstekend overzicht van een lange periode van meedogenloos antifraudebeleid. Anderzijds lijkt Frederiks inschatting dat uiteindelijk 'niemand schuld heeft' moeilijk vol te houden. De top van de Belastingdienst – voor een groot deel bestaande uit ingevlogen verandermanagers – nam zijn toevlucht tot riskante geautomatiseerde fraudedetectiesystemen en besloot bewust de grenzen van de wet te overschrijden.

Dorian Schaap onderzoekt in zijn essay de rol van McDonaldisering in de strategieën van de politie om de vertrouwensrelatie met het publiek te verbeteren. Hoewel de essentie van politiewerk bestaat uit individuele contacten met burgers, vor-

men de voortdurende rationalisering en digitalisering van de organisatie een vruchtbare voedingsbodem voor tendensen van McDonaldisering. De auteur bespreekt twee strategieën die afhankelijk zijn geworden van die tendensen, namelijk het 'dienstverleningsconcept' van de politie en de strategie om tijdens politiecontroles door middel van checklists potentieel schadelijke interacties tussen politie en burgers te voorkomen. Die methode heeft geleid tot een mentaliteit van 'afvinken' en moedigt de politie impliciet aan om interactie met burgers te vermijden. De conclusie van Schaap is dat beide pogingen om de relatie tussen politie en burger te rationaliseren contraproductief zijn en dat er alternatieve benaderingen nodig zijn om de vertrouwensrelatie met burgers te verbeteren.

In het laatste essay bekijkt **Tom Daems** het ontstaan en de wereldwijde ontwikkeling van het elektronisch toezicht door de bril van Ritzer. De elektronische enkelband leent zich op het eerste zicht goed voor een dergelijke analyse: het gaat immers om een Amerikaanse uitvinding en exportproduct waarbij technologische controle menselijke opvolging potentieel overbodig maakt. En inderdaad, er zijn heel wat mogelijkheden om de analyse van Ritzer ook vruchtbaar te maken om de groei en de verspreiding van de enkelband beter te begrijpen. Maar anderzijds stelt Daems vast dat Ritzer veranderingsprocessen al te snel reduceert tot voortschrijdende McDonaldisering en de weerstand ertegen, waardoor we onvoldoende greep krijgen op ontwikkelingen die niet of moeilijker te vatten zijn in dergelijke termen.

Literatuur

- Baehr, P. (2001). The 'iron cage' and the 'shell as hard as steel': Parsons, Weber, and the stahlhartes Gehäuse metaphor in the protestant ethic and the spirit of capitalism. *History and Society*, 40(2), 153-169.
- Bauman, Z. (1989). *Modernity and the Holocaust*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Beck, U. (1995). *Ecological politics in an age of risk*. Cambridge: Polity Press.
- Bottoms, A.E. (1995). The philosophy and politics of punishment and sentencing. In C. Clarkson & R. Morgan (Eds.), *The politics of sentencing reform* (pp. 17-50). Oxford: Oxford University Press.
- Bovens, M. & S. Zouridis (2002). From street-level to system-level bureaucracies: how information and communication technology is transforming administrative discretion and constitutional control. *Public Administration Review*, 62(2), 174-184.
- Carroll, N. (2013). E-learning – the McDonaldization of education. *European Journal of Higher Education*, 3(4), 342-356.
- Corner, J. (2007). Mediated politics, promotional culture and the idea of 'propaganda'. *Media, Culture and Society*, 29(4), 669-677.
- Cronin, A.M. (2018). *Public relations capitalism. Promotional culture, publics and commercial democracy*. London: Palgrave Macmillan.
- Curran, D. (2018). Organized irresponsibility. In S. Bittle, L. Snider, S. Tombs & D. Whyte (Eds.), *Revisiting crimes of the powerful: Marxism, crime and deviance*. Abingdon: Routledge.
- Darmode, A. & D. Zwick (2020). Manipulate to empower: hyper-relevance and the contradictions of marketing in the age of surveillance capitalism. *Big Data & Society*, January-June, 1-12.

- Davis, A. (2013). *Promotional cultures: The rise and spread of advertising, public relations, marketing and branding*. Cambridge: Polity Press.
- Feeley, M.M. & J. Simon (1992). The new penology: notes on the emerging strategy of corrections and its implications. *Criminology*, 30(4), 449-474.
- Galantino, M.G. (2022). Organised Irresponsibility in the Post-Truth Era: Beck's Legacy in Today's World at Risk. *Italian Sociological Review*, 12(8), 971-990.
- Halfmann, W. & H. Radder (2015). The Academic Manifesto: From and Occupied to a Public University. *Minerva*, 53, 165-187.
- Hart, A.C. 't & R. Fokué (1990). *Instrumentaliteit en rechtsbescherming: grondslagen van een strafrechtelijke waardendiscussie*. Arnhem: Gouda Quint.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons? *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Kelk, C. (1983). *Recht voor geïnstitutionaliseerden. De functies van het recht in penitentiaire inrichtingen, psychiatrische ziekenhuizen en andere totalitaire instituties*. Arnhem: Gouda Quint.
- Kellner, D. (1999). Theorizing/Resisting McDonaldization: A Multiperspectivist Approach. In B. Smart (Ed.), *Resisting McDonaldization* (pp. 186-206). London: Sage.
- Lorenz, C. (2013). If you're so smart, why are you under surveillance? Universiteiten, Neoliberalisme en New Public Management. *De Uil van Minerva*, 26(3), 171-202.
- McNeill, J. (1999). Have You Had Your Theory Today? In B. Smart (Ed.), *Resisting McDonaldization*. Londen: Sage.
- Miller, D. & P. Robinson (2019). Propaganda, politics and deception. In T. Docan-Morgan (Ed.), *The Palgrave handbook of deceptive communication* (pp. 969-988). London: Palgrave.
- Nonet, P. & P. Selznick (1978). *Law and Society in Transition*. New York: Harper & Row.
- O'Neill, J. (1999). Have you had your theory today? In B. Smart (Ed.), *Resisting McDonaldization* (pp. 41-56). London: Sage.
- Packer, H.L. (1964). Two Models of the Criminal Process. *University of Pennsylvania Law Review*, 113(1), 1-68.
- Power, M. (1997). *The Audit Society. Rituals of verification*. Oxford: Oxford University Press.
- Ritzer, G. (1983). The 'McDonaldization' of society. *Journal of American Culture*, 6(1), 100-107.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (2015). Prosumer Capitalism. *Sociological Quarterly*, 56(3), 413-445.
- Ritzer, G. (2021). *McDonaldization of Society: Into the Digital Age* (tenth edition). Thousand Oaks: Sage.
- Ritzer, G. & S. Miles (2019). The changing nature of consumption and the intensification of McDonaldization in the digital age. *Journal of Consumer Culture*, 19(1), 3-20.
- Ritzer, G., P. Jandric & S. Hayes (2018). The velvet cage of educational con(pro)sumption. *Open Review of Educational Research*, 5(1), 113-129.
- Robinson, G. (2018). Delivering McJustice? The probation factory at the Magistrates' court. *Criminology and Criminal Justice*. OnlineFirst, doi. org/10.1177/1748895818786997.
- Salet, R. & J. Terpstra (2020). Criminal Justice as a Production Line. ASAP and the managerialization of criminal justice in the Netherlands. *European Journal of Criminology*, 17(6), 826-844.
- Sennett, R. (2006). *The culture of the new capitalism*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Silas, F.A. (1986). McJustice: Mediation franchising begins. *ABA Journal*, 72(1), 17-18.
- Stokkom, B. van (2021). Outrage marketing and deceptive campaigning. Populist and epistocratic pathologies of an anti-political era. In T. Daems & S. Pleysier (Eds.), *Criminology and Democratic Politics* (pp. 141-162). London & New York: Routledge.

- Stokkom, B. van & M. Schuilenburg (2020). Macht, misdaad en exces. Enkele inleidende reflecties. *Tijdschrift over Cultuur & Criminaliteit*, 10(1), 3-17.
- Swaaningen, R. van (1995). Het confectiepak van product-manager Justitia; acht verhalen achter een law and order beleid. *Recht & Kritiek*, 21(1), 13-37.
- Terpstra, J. & W. Trommel (2009). Police, managerialization and presentational strategies. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management*, 32(1), 128-143.
- Terpstra, J., N. Fyfe & R. Salet (2019). The Abstract Police: A conceptual exploration of unintended changes of police organisations. *The Police Journal: Theory, Practice and Principles*, 92(4), 339-359.
- Trommel, W. (2006). NPM en de wedergeboorte van het professionele ideaal. *Beleid & Maatschappij*, 33(3), 137-147.
- Umbreit, M.S. (1999). Avoiding the marginalization and 'McDonaldization' of victim-offender mediation: A case study in moving toward the mainstream. In G. Bazemore & L. Walgrave (Eds.), *Restorative Juvenile Justice: Repairing the Harm of Youth Crime* (pp. 213-234). Monsey, NY: Criminal Justice Press.
- Verhoeven, P. (2015). Corporate communication or McCommunication? Considering a McDonaldization of corporate communication hypothesis. *Journal of Promotion Management*, 21(2), 288-298.
- Westerman, P. (2018). *Outsourcing the Law*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) (2004). *Bewijzen van goede dienstverlening*. Amsterdam: AUP.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York, NY: Public Affairs.
- Zwick, D. (2015). Defending the Right Lines of Division: Ritzer's Prosumer Capitalism in the Age of Commercial Customer Surveillance and Big Data. *Sociological Quarterly*, 56(3), 484-498.