



Delft University of Technology

The Globalization of Nothing

Reinders, LGAJ

Publication date

2004

Document Version

Final published version

Published in

Agora

Citation (APA)

Reinders, LGAJ. (2004). The Globalization of Nothing. *Agora*, 20(4), 45.

Important note

To cite this publication, please use the final published version (if applicable).
Please check the document version above.

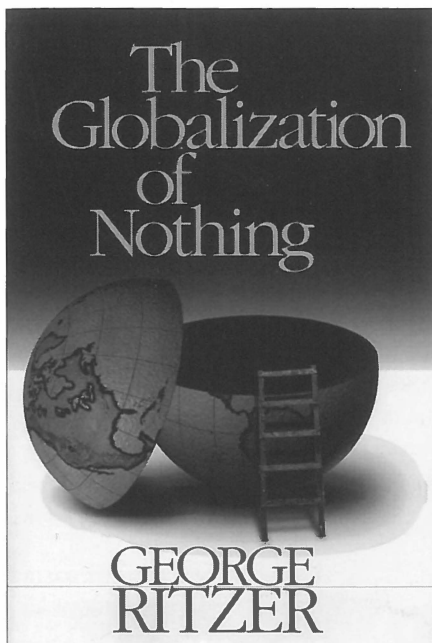
Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download, forward or distribute the text or part of it, without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license such as Creative Commons.

Takedown policy

Please contact us and provide details if you believe this document breaches copyrights.
We will remove access to the work immediately and investigate your claim.

George Ritzer, *The globalization of nothing*, Thousand Oaks, Londen en New Delhi: Pine Forge Press, 2004.



Op een voorjaarsdag in 2001 strandde ik, tijdens een rondreis door de Oriënt, in een Kentucky Fried Chicken in Kunming, een middelgrote stad in het zuidwesten van China. Het restaurant lag in het mondaine nieuwe centrum van de stad, omgeven door luxe woningen, hotels en appartementencomplexen. Op de promenade hingen groepjes jongeren rond, meisjes flaneerden er op hoge plateazolen, mobiele telefoons binnen handbereik. Bij de ingang van het restaurant heette een portier de gasten welkom. Midden in het restaurant zag ik een jong stel lunchen. De jongen at hapgraag van een hamburger, terwijl het meisje een dubieus uitziend zakje met melkpoeder vertwijfeld over haar portie 'kip nuggets' uitstrooide. Achter het stel was een personeelslid druk in de weer met het vangen van een rondvliegend insect, waarbij hij met een voorwerp om zich heen sloeg: een met elektrocuterende draden gespannen tennisracket, geïmporteerd uit het Brabantse Uden. Het is niet niks. In dit tijdperk, ook wel als postkoloniaal of postmodern betiteld, heeft het idee postgevat van een kleiner wordend universum. Mensen, kapitaal, ideeën en artefacten, zo luidt de veronderstelling, verspreiden zich over steeds grotere delen van de wereld. Sinds een aantal jaren is een groeiend aantal wetenschappers op zoek naar concepten om dit proces van globalise-

ring te duiden. In het debat over globalisering zijn twee veel gebruikte zienswijzen in omloop. De een voorziet een trend tot homogenisering en vervaging van culturele verschillen. De idee van globalisering gaat hier uit van de veronderstelling dat culturele vormen van het centrum - waaronder men veelal de Angelsaksische wereld verstaat - naar de periferie worden doorgegeven. Onder invloed van het selectieve oog van massamedia en van de door marktleiders geïntroduceerde modellen figureren mensen als passieve consumenten. Volgens een tweede zienswijze vormt globalisering juist een bron van culturele verschillen. Naast een trend van globalisering, waarin mensen lucht krijgen van wat zich buiten de eigen geografische grenzen afspeelt, vindt een proces van lokalisering plaats. Dit is wat wel de antropoloog Ulf Hannerz de "grounding of the general in the specifics of the face to face" noemt, de wijze waarop globale processen een lokale grondslag krijgen.

In het debat over globalisering neemt de Amerikaanse socioloog George Ritzer een expliciet standpunt in. In navolging van zijn eerdere thesen over Amerikanisering en 'McDonaldization' van de samenleving stelt Ritzer in zijn meest recente werk dat globalisering tot niets leidt. Economische groei heeft volgens Ritzer geleid tot een proces van 'globalisering', het ontstaan van een wereldwijd verkeer in inhoudsloze consumptieproducten. De term 'globalisering' ('gro' is een afkorting van 'grow') vormt een complement op het door de Amerikaanse socioloog Roland Robertson ontwikkelde concept van 'glocalisering'. Anders dan Robertson heeft Ritzer geen oog voor de diverse uitkomsten van globalisering, maar legt hij het accent op een algehele vervlakking en eenvormigheid. Ritzer vat dit samen onder de noemer van het 'niets'. Hieronder verstaat hij centraal beleefde en gecontroleerde sociale vormen, die iedere inhoud ontberen. Het 'niets', dat met het 'iets' het uiterste van een continuüm vormt, kent vele gedaanten. Ritzer schaaft deze onder vier zogenaamde 'nullities': non-plaatsen (fast-food restaurant, supermarkt, luchthaven en 'shopping mall'), non-dingen (jeans, Big Mac, creditcard), non-mensen (als Mickey Mouse verklede medewerkers in Disney World) en non-diensten (service op een 'cruise schip').

'The Globalization Of Nothing' is een strak verhaal met een heldere these, maar laat een onbevredigd gevoel achter. Ondanks zijn verfrissende ideeën is het 'grote verhaal' van George Ritzer tamelijk nietszeggend. Het boek is een aaneenschakeling van vluchtige interpretaties van oppervlakkige verschijnselen. Het handelt over sociale processen, maar de rol van organisaties, instituties, groepen of individuele actoren blijft onbelicht. Ritzer is bovendien een idiosyncratisch auteur. Zijn werk staat grotendeels op zichzelf en refereert slechts oppervlakkig aan anderen. Het aardigste deel van het boek is een bijgevoegde appendix, waarin andere denkers over het 'niets' genoemd worden, zoals de Griekse filosoof Parmenides, de Middeleeuwse denker St. Augustine en de Amerikaanse 'stand-up comedian' Jerry Seinfeld. Maar hoe de ideeën van deze grote denkers zich verhouden tot die in dit boek blijft ongewis. Tijdens het lezen van dit boek dwaalden mijn gedachten dan ook geregeld af naar het hyperreële tafereel in de KFC van Kunming. 'The Globalization of Nothing' leest in zekere zin, zoals een hamburger verteert. 'Much ado about nothing', om met Shakespeare te spreken.

LEEKE REINDERS