

Ks. Marcin Wachowicz*

PROCES MAKDONALDYZACJI I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZEŃSTWO

THE PROCESS OF MCDONALDIZATION AND ITS IMPACT ON SOCIETY

Abstrakt: In the book *The McDonaldization of Society* American sociologist George Ritzer presents a phenomenon that he calls the functioning of the entire society according to the norms and standards introduced by the global brand McDonald's in its restaurants. McDonaldization not only has a huge impact on society, but also begins to dominate almost every dimension of human life.

Keywords: Macdonaldization of society, rationalization, bureaucratization.

Niemiecki socjolog z przełomu stuleci Max Weber pisał w XX w., że świat zachodni bardzo silnie dąży do procesu racjonalizacji społeczeństwa, który to proces nazywał biurokratyzacją. Wiązała się ona z budowaniem struktur społecznych na zasadzie relacji panujących w urzędzie posiadającym zbiurokratyzowaną strukturę hierarchiczną. Kontynuacją tego, zdaniem Georga Ritzera, jest obecnie proces zwany makdonaldyzacją¹. Swoją nazwę zawdzięcza on bardzo rozpoznawalnej na całym świecie restauracji McDonald's² i polega na stopniowym upowszechnianiu

* Ks. mgr Marcin Wachowicz – prezbiter archidiecezji wrocławskiej; absolwent Papieskiego Wydziału Teologicznego we Wrocławiu oraz Uniwersytetu Wrocławskiego; e-mail: marcin.wachowicz92@gmail.com.

¹ W pierwszym tłumaczeniu książki G. Ritzera *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* na język polski występowała pisownia: «macdonaldyzacja», jednak w publicystyce i w następnych tłumaczeniach przyjęła się spolszczona nazwa pojęcia «makdonaldyzacja», używana również przez autora artykułu.

² Największa na świecie sieć restauracji typu *fast food*. Koncern posiada ponad 32 tys. obiektów na całym świecie, część z nich działa na zasadzie franczyzy. W restauracjach sieci zatrudnionych jest ponad 400 tys. osób, a roczne dochody McDonald's przekraczają 20 mld dolarów. Restauracje sieci znajdują się obecnie w 119 krajach i dziennie obsługują około 58 mln klientów. W Polsce pierwszy lokal został otwarty 1992 r. w Warszawie. Model biznesowy restauracji jest zróżnicowany: część barów działa tylko jako typowe restauracje ze stolikami, część jako bary *Drive-in*, a część łączy oba modele (dane pochodzą z serwisu money.pl).

się zasad działania tejże restauracji szybkich dań we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Stanach Zjednoczonych oraz w innych krajach globu. Makdonaldyzacja łączy się ściśle z procesem amerykańskiej kultury, ekonomii, polityki, zwyczajów czy wartości. Jest związana z rozwojem technicznym, jak również z ewolucją społeczeństwa. Proces ten posiada wiele zalet i jednocześnie wiele wad, które autor niniejszej pracy postara się opisać, nazwać i przybliżyć czytelnikowi.

Praca opiera się na publikacjach naukowych dotyczących tematyki socjologicznej i społecznej, a także szeroko rozumianej kultury masowej oraz amerykańskiej kultury we współczesnym świecie.

Celem artykułu jest przede wszystkim scharakteryzowanie zjawiska makdonaldyzacji na podstawie głównej pracy Geорга Ritzera oraz ukazanie czytelnikowi, jakie są korzyści, zagrożenia i skutki wynikające z rozpowszechniania się nazwanego przez niego zjawiska.

Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej zostanie omówione znaczenie terminu, a także geneza zjawiska. Autor ukaze również, w jaki sposób wpływa ono na społeczeństwo i w jakich sytuacjach codziennego życia może być dostrzegalne. W drugiej części przedstawione zostaną zalety omawianego zjawiska, jak również jego wady. Część trzecia niniejszego artykułu poświęcona będzie wskazaniu skutków zjawiska makdonaldyzacji.

1. PROCES MAKDONALDYZACJI I JEGO PRZYCZYNY

Termin «makdonaldyzacja» został stworzony przez amerykańskiego socjologa Georgia Ritzera w 1993 r. Określał proces upowszechniania się zasad działania restauracji szybkich dań we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Stanach Zjednoczonych oraz na całym świecie. Restauracja, a w zasadzie marka McDonald's, posłużyła Ritzerowi za pewien paradygmat procesu zwanego makdonaldyzacją³.

McDonald's był marką restauracji szybkich dań prężnie rozwijającą się w Stanach Zjednoczonych pod koniec XX w. W 1991 r. natomiast otwarto pierwszą restaurację McDonald's poza Stanami Zjednoczonymi, co z czasem doprowadziło do tego, iż marka ta stała się prawdziwym symbolem Ameryki i wszystkiego, co amerykańskie na całym świecie, zajmując kluczowe miejsce w kulturze masowej i ściśle się z nią łącząc⁴. Restauracje McDonald's powstawały wszędzie, stopniowo opanowując niemal całkowicie branżę szybkich dań. Na początku XXI w. były już nie tylko w miastach, ale i w mniejszych miejscowościach oraz przy większych drogach czy autostradach. Owa marka zaczęła opanowywać rynki zagraniczne, stając się wiodącą marką restauracji szybkich dań na świecie. Dla niemal wszystkich

³ Por. G. Ritzer. *Makdonaldyzacja społeczeństwa*. Warszawa 1997 s. 16.

⁴ Por. B.R. Barber. *Dżihad kontra McŚwiat*. Warszawa 2007 s. 11.

firm zajmujących się sprzedażą szybkich dań marka McDonald's była wzorem organizacji i dystrybucji takiego modelu gastronomicznego. Jedzenie podawane w owych restauracjach szybko trafiło do spożycia w domach. Były to różnego typu pizze, hamburgery, hot dogi, frytki i ogólnie wszystko, co można było podać szybko, odmrażając za pomocą mikrofalówki lub przygotowując bez wysiłku w stosunkowo krótkim czasie.

W samych Stanach Zjednoczonych na wzór McDonald's zaczęły powstawać tzw. McGazety, McPrzedszkola, McDentyści, McLekarze a nawet McSex cluby⁵, oferujące szybką obsługę klienta oraz przystępne ceny.

Jak wielka była popularność McDonald's, pokazują badania przeprowadzane w 1986 r. Ritzer zauważa w swojej książce, że według badań aż 96% dzieci w wieku szkolnym potrafi bez problemu rozpoznać osobę Ronalda McDonalda, co zresztą stawiało go na drugim miejscu zaraz po św. Mikołaju⁶, natomiast znak restauracji McDonald's (słynne żółte M) jest jednym z najlepiej rozpoznawalnych logo na świecie.

Chcąc znaleźć przyczyny powyższego procesu, należy dokonać pewnej jego genezy. Początki makdonaldyzacji Ritzer upatruje w poprzedzającym ją procesie opisanym na początku XX w. przez socjologa Maxa Webera jako proces biurokratyzacji społeczeństwa. Jego zdaniem proces ten polegał na jasnym i formalnym strukturalizmie społeczeństwa i jego funkcjonowaniu na zasadzie dużej, zhierarchizowanej firmy⁷. Biurokratyzacja wytworzyła w społeczeństwie umiejętność tworzenia struktur z jasno określonymi zadaniami, celami, bez których nie byłoby możliwości wykonywania pracy o dużym nakładzie, tzw. papierkowej roboty. Przykładem takiej organizacji jest Urząd Skarbowy czy jakkolwiek bank. W instytucjach tego typu człowiek zajmuje określone stanowisko, będąc jedną z setek osób wykonujących zaplanowaną wcześniej i z góry ustaloną pracę, obejmującą każdego dnia te same lub podobne czynności.

Najbardziej skrajnym i przerażającym skutkiem rozwoju i postępowania procesu racjonalizacji i biurokratyzacji był w początkach XX w. Holokaust⁸. Pisze o tym Zygmunt Bauman w swojej książce *Nowoczesność i zagłada*, twierdząc, iż Holokaust jest najlepszym przykładem współczesnej racjonalności biurokratycznej, będąc, podobnie jak biurokracja, wytworem zachodniej cywilizacji. Co więcej jego zdaniem Holokaust nie był żadnym wynaturzeniem, ale pozostawał zgodny z myślą, priorytetami i duchem zachodniej cywilizacji, jednocześnie nie będąc możliwy w innym społeczeństwie niż społeczeństwo zracjonalizowane⁹. Tak więc

⁵ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 31.

⁶ Por. tamże s. 24.

⁷ Por. W. Welskop. *Makdonaldyzacja polskiego systemu edukacyjnego*. „Studia edukacyjne” 2017 nr 44 s. 318.

⁸ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 55.

⁹ Por. Z. Bauman. *Nowoczesność i zagłada*. Warszawa 1992 s. 149.

Holokaust był doskonale zorganizowanym procesem opartym na kalkulacyjności, którego produktem końcowym była właśnie śmierć.

Bez strukturyzacji jednak, czy jak pisze Weber biurokratyzacji, nie byłby możliwy proces makdonaldyzacji. Ciężko byłoby stworzyć restaurację szybkich dań, o skuteczności której przesądza właśnie jasne określenie zadań pracowników i efektywność ich wykonywania, gdyby nie wcześniejsza biurokratyzacja¹⁰. Biurokratyzacja więc w pewien sposób dehumanizuje człowieka i jego podmiotowość tak samo, jak czynią to restauracje szybkich dań.

Po przedstawieniu krótkiej genezy procesu makdonaldyzacji warto zadać pytanie, co przesądziło o sukcesie McDonald's i całego procesu związanego z tą siecią restauracji? Ritzer w głównym swoim dziele podaje cztery wyznaczniki makdonaldyzacji. Pierwszy z nich to efektywność. Polega ona na szybkim i efektywnym zaspokajaniu potrzeb, a w przypadku restauracji oczywiście głodu. Najlepszym tego przykładem jest to, że można zjeść obiad nie wysiadając ze swojego samochodu. Zestawy dań są również odpowiednio dobrane, aby po ich konsumpcji klient był zadowolony, a jego głód zaspokojony¹¹. Oferowane jest więc klientowi szybkie przejście od głodu do stanu sytości w stosunkowo krótkim czasie oraz w najbardziej optymalnym miejscu, gdyż bardzo łatwo można zauważyć, że restauracje są ulokowane w miejscach o dużym nasileniu liczby osób, takich jak galerie handlowe czy ruchliwe ulice¹².

Drugim wyznacznikiem jest kalkulacyjność, w tym wypadku jest to adekwatność ceny do ilości i do czasu świadczenia danej usługi. Najlepiej pokazuje to strefa „zamów” i „odbierz”, gdzie towar zamawiany jest przy kasie, aby klient mógł szybko zapłacić i odejść, natomiast odbierany jest w innym miejscu, po wyświetleniu numeru zamówienia. W ten sposób wydajność restauracji jest jeszcze bardziej zwiększona¹³. Strefy „zamów” i „odbierz” zostały w restauracjach marki McDonald's wprowadzone niedawno, co pokazuje, iż marka ciągle się rozwija, stosując nowe sposoby dystrybucji i produktu, unowocześniając jednocześnie sposoby konsumpcji, co jest spełnieniem kolejnego postulatu makdonaldyzacji wynikającego poniekąd z biurokratyzacji, czyli systemu działania taśmy produkcyjnej oraz postulatu ciągłego rozwoju i innowacyjności¹⁴.

Trzeci element to przewidywalność, która w naszych czasach stała się niemal standardem. Klient oczekuje, iż w każdej restauracji McDonald's na całym świecie – czy to w Warszawie, czy w Nowym Jorku, czy też w Pekinie – otrzyma takie samo danie, przygotowane w tym samym czasie i w podobnej cenie, a nawet

¹⁰ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 51.

¹¹ Por. tamże s. 31.

¹² Por. P. Mostyła. *Wielokulturowość a proces „makdonaldyzacji” świata*. „Drohiczyński Przegląd Naukowy” 2015 nr 7 s. 151-152.

¹³ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 32.

¹⁴ Por. tamże s. 58.

w podobnym opakowaniu. Sprawia to, że w restauracji w różnych miejscach na świecie klient czuje się jak „u siebie”. Również pracownicy w każdej restauracji świata mają mieć te same ubiory i zachowywać się podobnie, zgodnie z wytycznymi przez markę standardami i regułami. Chodzi o stworzenie iluzji, że w niemal każdym miejscu można znaleźć się w restauracji, która nawet nie tyle przypomina tę z naszego miasta, co jest taka sama¹⁵.

Czwarte kryterium to manipulacja. Polityka firmy zakłada, że ludzie mają jeść szybko i szybko opuszczać lokal, czemu służy wydawanie posiłku od razu przy kasie lub w strefie oczekiwania, niewygodne krzesła oraz okienko Mcdrive, zmuszające klienta do nabycia posiłku i szybkiego opuszczenia miejsca, gdyż w kolejce czekają już kolejni kierowcy (klienci) chcący złożyć zamówienie. Wybór menu jest także specjalnie ograniczony. Tablica umieszczona przy okienku na wysokości wzroku klienta wypełniona jest podstawowymi i najczęściej wybieranymi zestawami, co stanowi dodatkową stymulację dla odwiedzających lokal oraz powoduje, iż klient, zanim dojedzie do kasy, już wie, jakie danie będzie dla niego najodpowiedniejsze i jakie chce zamówić¹⁶. Nazwy również nieprzypadkowo mają swoje znaczenie i służą wpływaniu na konsumenta. Frytki i burgery określane się mianem *Big, Mega, Super, Double*, co dodatkowo ma sprawić wrażenie, że klient otrzymuje odpowiednio dużą ilość jedzenia w odpowiedniej, przystępnej dla niego cenie¹⁷.

W ten sposób restauracje McDonald's stały się jednymi ze świątyń współczesnego konsumpcjonizmu, służącymi za wzór w zaspokajaniu potrzeb klientów. Oddziaływanie marki na umysły ludzi jest tak silne, że każdy nie tylko zna tę markę i jej produkty, ale chce owe produkty nabywać. Dla wielu klientów goszczących za granicą produkty McDonald's są produktami sprawdzonymi i chętnie kupowanymi przez osoby niegustujące w obcej kuchni.

Zjawisko makdonaldyzacji bardzo jasno ukazuje również, jak daleko w dzisiejszym społeczeństwie posunął się proces skrajnego konsumpcjonizmu oraz potrzeby nabywania i posiadania dla samego posiadania, często nawet bez zastanowienia, czy nabywane przedmioty są nam rzeczywiście potrzebne. Dzisiejszy człowiek został więc całkowicie owładnięty przez „modus” posiadania – co w swojej książce pt. *Mieć czy być?* starał się ukazać Erich Fromm. Owy „modus” posiadania polega na ciągłej maksymalizacji zysków, pomnażaniu bogactwa, nabywaniu wciąż nowych rzeczy i przedmiotów¹⁸. Jest to bardzo specyficzna forma współczesnego konsumpcjonizmu, który swoją definicją różni się od tego z przełomu XIX i XX w. W dzisiejszej definicji przez konsumpcję rozumiemy zaspokajanie różnych potrzeb społecznych, co, mówiąc w skrócie, oznacza tyle, co korzystanie

¹⁵ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 33.

¹⁶ Por. tamże s. 35.

¹⁷ Por. Ł. Krzak. *Kultura masowa a społeczeństwa przełomu XX/XXI wieku w obliczu makdonaldyzacji, amerykańskiej i nowych mediów*. „Alcumena” 2020 nr 3 (3) s. 152.

¹⁸ Por. E. Fromm. *Mieć czy być?* Poznań 2009 s. 109-110.

bez żadnych granic z tego, co człowiek wyprodukuje¹⁹. Taki konsumpcyjny sposób wypełniania ludzkiej egzystencji jest kolejnym czynnikiem wzmacniającym proces makdonaldyzacji dzisiejszego świata.

Ritzer łączy zjawisko makdonaldyzacji ze zjawiskiem postępującej globalizacji, co sprawia, iż proces ten wpływa na niemal każdą dziedzinę życia. Globalizacja to proces, w którym lokalne oczekiwania konsumenckie zaspokajane są nie przez produkty lokalne, ale przez produkty globalne. W jego konsekwencji dochodzi do homogenizacji życia, kultury czy języka²⁰. Najlepszym przykładem globalizacji są marki takie jak coca cola czy właśnie McDonald's, omawiana w niniejszej pracy.

2. ZALETY I WADY PROCESU MAKDONALDYZACJI

Samo zjawisko makdonaldyzacji jest jednak czymś obojętnym, co wynika bezpośrednio z szybko zmieniającego się świata i realiów życia społeczeństwa. Trudno więc je oceniać jako złe czy dobre. Można natomiast spróbować dokonać oceny skutków owego procesu. W swojej książce Ritzer stara się opisać powyższe zjawisko w sposób bardzo obiektywny, przedstawiając zarówno jego wady, jak i zalety.

Wśród zalet procesu makdonaldyzacji wymienia kilka ważnych jej elementów, mających ogromny wpływ na kształtowanie się dzisiejszego świata. Jest to m.in.: większa dostępność towarów i usług oraz ich dostępność dla większej liczby ludzi, i to nie tylko zamożnych, ale również dla tzw. klasy średniej. Ich dostępność jest więc powszechniejsza, a ceny bardziej przystępne. Kolejną zaletą to ujednolicona jakość dostępnych towarów oraz duża liczba odpowiedników (zastępników), często tańszych, co sprawia, iż są one dostępne większej liczbie ludzi gorzej sytuowanych. Ważną zaletą z punktu widzenia dzisiejszego „zabieganego” społeczeństwa jest to, że ludzie dysponujący krótszym czasem wolnym mogą liczyć na lepszą efektywność świadczonych usług oraz na krótszy czas ich świadczenia. Jedną z najważniejszych zalet makdonaldyzacji w ostatnich latach jest ogromny wzrost konkurencyjności, przez co klienci mają większą wolność i możliwość wyboru potrzebnych im towarów i usług, co automatycznie wpływa na ich ceny i jakość²¹. Kolejne zalety zdaniem Ritzera to: pewna stabilność czy może raczej złudzenie stabilności w szybko zmieniającym się świecie, prostsza i szybsza droga człowieka do realizacji swoich celów, szybsze i łatwiejsze upowszechnianie się nowinek technologicznych i organizacyjnych w zglobalizowanym świecie, łatwiejsze przenikanie wytworów jednej kultury do drugiej, a także rosnąca tolerancja na

¹⁹ Por. J. Błasik. *Makdonaldyzacja czy wychowanie?* „Przegląd Pedagogiczny” 2008 nr 2 s. 52.

²⁰ Por. P. Maśloch. *Globalizacja i jej wpływ na rozwój współczesnej cywilizacji.* „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2005 nr 1 s. 17.

²¹ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 37.

wszelką odmienność światopoglądową i obyczajową, co od końca XX w. i na początku w. XXI jest w społeczeństwie bardzo dobrze widoczne²².

Natomiast wśród wad procesu makdonaldyzacji jako główną Ritzer wymienia tzw. racjonalną nieracjonalność, którą opisuje jako coś negatywnego, urągającego ludzkiemu rozumowi. Tą negatywną racjonalną nieracjonalnością są dla niego właśnie restauracje szybkich dań, które pozbawiają człowieka kreatywności. Zabijając wszelką twórczość, wpychają go w konwencjonalność działań. Kolejna wada to negatywny wpływ na środowisko naturalne – jako przykład podaje uprawę takiej samej wielkości ziemniaków używanych do produkcji frytek, w trakcie której stosuje się dużą ilość nawozów sztucznych, co negatywnie wpływa na jakość ziemniaków oraz na ekologię, ale jest jednocześnie niezbędne do uzyskania odpowiedniej ich wielkości²³. Następna wada makdonaldyzacji wymieniana przez Ritza to dehumanizacja człowieka, zarówno klienta, jak i sprzedawcy. Po dłuższym czasie obsługi klientów przy kasie można odnieść wrażenie, że stoi się przy taśmie produkcyjnej. Jeden z rozdziałów swojej książki Ritzer zatytułował nawet: *Taśma montażowa: robotnicy zmienieni w roboty*. Porównanie to zostało zaczerpnięte od innego amerykańskiego giganta, mianowicie firmy *Ford Motor Company* założonej przez Henry'ego Forda, który jako pierwszy zastosował w produkcji taśmę montażową. Miała ona maksymalnie ograniczyć wykonywane przez pracowników ruchy do jednej czynności, tak aby skrócić drogę produkcji i zwiększyć wydajność, jednocześnie dehumanizując w pewien sposób pracownika²⁴. Restauracja McDonald's działa w taki sam sposób, nie uwzględniając potencjału, zdolności czy pomysłowości pracowników, ale jedynie sprowadzając ich do roli „maszyny”, która ma działać w określony sposób, wykonując jedną zleconą czynność²⁵. Na ten typ dystrybucji posiłków Ritzer używa w swojej książce nazwy „fabryka szybkich dań”²⁶. Wszystko to prowadzi do standaryzacji człowieka w niemal wszystkich aspektach jego życia, czyli standaryzacji jego mentalności, oczekiwań i potrzeb, co jest kolejną negatywną konsekwencją racjonalności, odzierającą człowieka z jego indywidualizmu²⁷.

3. SKUTKI PROCESU MAKDONALDYZACJI

Amerykański socjolog profesor uniwersytetu Harvarda Daniel Bell w swojej książce *Nadejście społeczeństwa postindustrialnego. Próba prognozowania społecznego* (*The Coming of Post-Industrial Society*) pisze, że jako społeczeństwo wychodzimy

²² Por. tamże s. 38.

²³ Por. tamże s. 39-40.

²⁴ Por. J. Gondek. *Makdonaldyzacja jako metoda organizacji życia społecznego*. „Człowiek w Kulturze” 2017 s. 365-366.

²⁵ Por. tamże s. 366.

²⁶ Por. G. Ritzer. *Mcdonaldyzacja społeczeństwa* s. 67.

²⁷ Por. tamże s. 42-44.

pomału z epoki industrializmu i wkraczamy w epokę postindustrialną²⁸. Wiąże się to z wieloma przemianami życia społecznego. Jaki więc wpływ na te przemiany ma makdonaldyzacja? Wpływ ten, jak twierdzi Ritzer, jest ogromny. Jego zdaniem najlepszym tego dowodem jest makdonaldyzacja takich sytuacji, jak narodziny czy śmierć. Można to zauważyć już na przykładzie par starających się o dziecko. Do dyspozycji mają ogromny wachlarz usług medycznych, od klinik leczenia impotencji po powstałe niedawno w Hongkongu i Londynie tzw. kliniki wyboru płci²⁹. Co ciekawe, w większości są to ogromne obiekty szpitalne, przez które dziennie przewija się mnóstwo „klientów”, którzy przyjmowani są przez specjalistów podobnie jak klienci restauracji – szybko i efektywnie. Niekiedy są jedynie kolejnymi numerkami w komputerze, ponieważ często kolejki do specjalistów wyglądają jak kolejki po kanapkę w McDonald’s. Pacjent również dostaje numerki i czeka w poczekalni, aż nadejdzie jego kolejka i będzie mógł zgłosić się do odpowiedniego specjalisty. System nadawania numeru klientom jest bardzo powszechnym zabiegiem spotykanym niemal w całej sferze usług, od wymienionych wyżej szpitali i przychodni, przez banki i różnego typu urzędy aż po bary i restauracje³⁰. Kolejnym przykładem jest również zapłodnienie pozaustrojowe. Coraz częściej na życzenie rodziców dochodzi do praktyk eugenicznych polegających na selekcyjności, tzn. na odrzucaniu embrionów z wadami genetycznymi. Gdy u dziecka wykrywana jest wada genetyczna, ciężę, oczywiście za zgodą rodziców, można usunąć. Wyraża to okropność racjonalności, o której mówi Ritzer przy analizie procesu makdonaldyzacji. Według eugeników społeczeństwo postąpiłoby nieracjonalnie, pozwalając takiemu płodowi się rozwijać, co ich zdaniem dostarczyłoby jedynie cierpienie rodzicom dziecka i samemu dziecku³¹. Kiedy dziecko się urodzi, na każdym kroku, i to od pierwszych miesięcy jego życia, czeka na niego makdonaldyzacja. Dziecko rodzi się często w sieci klinik funkcjonujących w pewnym systemie, jego dane umieszczane są w systemie komputerowym, a za to, jak wygląda, przydzielane są punkty w skali od zera do dziesięciu. Cały więc świat, w jakim noworodek otwiera oczy, jest światem zmakdonaldyzowanym.

Jeśli chodzi o drugi wymiar nierozzerwalnie związany z życiem człowieka, czyli śmierć, Ritzer twierdzi, iż w miarę postępu omawianego procesu człowiek stracił panowanie nad własną śmiercią, gdyż podejmowanych jest coraz więcej wysiłków, aby stworzyć jak najnowocześniejsze i jak najskuteczniejsze aparaty do sztucznego podtrzymywania życia. Sprawia to, że człowiek żyje dłużej niż byłoby to możliwe w naturalnych warunkach. Kiedy jednak śmierć po nas przychodzi, coraz częściej umieramy nie tak, jak jeszcze pół wieku temu – w domu, w otoczeniu

²⁸ Por. D. Bell. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York 1973. Cyt. za: G. Ritzer. *Makdonaldyzacja społeczeństwa* s. 249.

²⁹ Por. G. Ritzer. *Makdonaldyzacja społeczeństwa* s. 274-275.

³⁰ Por. tamże s. 274-275.

³¹ Por. tamże s. 274-277.

najbliższych, ale w szpitalach, w otoczeniu lekarzy i specjalistów, z których każdy głowi się nad tym, jak przedłużyć naszą egzystencję chociaż o kilka dni. Przedstawione przez Ritzera badania pokazują, że w 1900 r. zaledwie 20% ludzi umierało w szpitalach, w 1949 r. liczba ta wzrosła do 50%, w 1993 r. liczba zgonów w szpitalach wynosiła 65%, jednak należy do niej doliczyć 11% zgonów w domach starców i 22% zgonów w hospicjach³². Dowodzi to działań w duchu racjonalizacji i postępującej dehumanizacji.

Sam moment pogrzebu również przeszedł radykalną rewolucję i zaczął podlegać procesowi makdonaldyzacji. Firmy pogrzebowe rosną jak grzyby po deszczu, prześcigając się w swoich ofertach. Branża pogrzebowa podlega bezwzględny prawom kapitalizmu, a wraz z nim konkurencyjności. W społeczeństwach zachodnich kremacja zwłok coraz częściej dominuje nad tradycyjnym pochówkiem w drewnianej trumnie. Jest to przejaw kolejnego czynnika makdonaldyzacji, podawanego przez Ritzera, mianowicie kalkulacyjności. Finansowo bardziej opłacalne są pochówki urn z prochami niż normalne pogrzeby, a dodatkowo zajmują one mniej miejsca i czasu. Jakby tego było mało, zakłady pogrzebowe prześcigają się w ofertach typu: 15-minutowa ceremonia czy tanie nagrobki³³. Usługi pogrzebowe dołączyły więc w ostatnim czasie do sektora wszelkich innych rodzajów usług dostępnych na rynku konsumenckim.

ZAKOŃCZENIE

Jakie będą dalsze etapy makdonaldyzacji, trudno przewidzieć. Pewne jest, że będzie się ona rozwijała dalej, wkraczając coraz mocniej i brutalniej w każdą dziedzinę ludzkiego życia. Niezaprzeczalne jest również to, że makdonaldyzacja manipuluje człowiekiem prawie w każdej sferze jego egzystencji, a nawet zanim ten przyjdzie na świat. Dalszy rozwój owego procesu Ritzer nazywa „aksamitną klatką makdonaldyzacji”³⁴, która ścisiska człowieka coraz bardziej, jednak jest to uścisk tak delikatny, a dla niektórych również wygodny, że ani go nie zauważają, ani nie odczuwają. Trudno więc nie zgodzić się z Ritzerem, że makdonaldyzacja jest obecna na każdym etapie życia człowieka od jego narodzin aż do samej śmierci oraz że przenika ona do wszystkich sfer, stając się dominującą formą organizacji społeczeństwa.

W artykule autor starał się ukazać, jak bardzo zjawisko opisane i nazwane przez Georga Ritzera wpływa na świat, na gospodarkę i na rozmaite dziedziny życia. Przedstawił wady i zalety makdonaldyzacji oraz skutki, jakie niesie ona ze sobą. Przedmiot artykułu niewątpliwie wymaga kolejnych badań i dalszej,

³² Por. tamże s. 287.

³³ Por. tamże s. 291-292.

³⁴ Por. tamże s. 295-296.

połączonej refleksji. Ciekawym pytaniem, jakie można postawić po lekturze pracy Ritzera, jest pytanie o to, czy wskazany proces dotyczy również takiej sfery, jak wiara czy życie religijne, a także czy makdonaldyzacja nie jest już obecna w Kościele, który we współczesnym świecie zaczyna coraz częściej być traktowany jako przedsiębiorstwo usługowe, gdzie „klienci” oczekują na gotowy „produkt”. Pozostaje więc retoryczne pytanie, czy w XXI w. świat będzie potrafił wyjść z „żelaznej klatki” makdonaldyzacji, czy wręcz przeciwnie – jeszcze bardziej zostanie w niej zamknięty.

BIBLIOGRAFIA

- Barber B.R.: *Dżihad kontra McŚwiat*. Warszawa 2007.
- Bauman Z.: *Nowoczesność i zagłada*. Warszawa 1992.
- Bell D.: *Nadejście społeczeństwa postindustrialnego. Próba prognozowania społecznego*. Warszawa 1975.
- Błasik J.: *Makdonaldyzacja czy wychowanie?* „Przegląd Pedagogiczny” 2008 nr 2 s. 51-60.
- Fromm E.: *Mieć czy być?* Przeł. J. Karłowski. Poznań 2009.
- Gondek J.: *Makdonaldyzacja jako metoda organizacji życia społecznego*. „Człowiek w Kulturze” 2017 s. 355-371.
- Krzak Ł.: *Kultura masowa a społeczeństwa przełomu XX/XXI wieku w obliczu makdonaldyzacji, amerykanizacji i nowych mediów*. „Alcumena” 2020 nr 3 (3) s. 143-160.
- Maśloch P.: *Globalizacja i jej wpływ na rozwój współczesnej cywilizacji*. „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2005 nr 1.
- Mostyła P.: *Wielokulturowość a proces „makdonaldyzacji” świata*. „Drohiczyński Przegląd Naukowy” 2015 nr 7 s. 149-158.
- Ritzer G.: *McDonalduzacja społeczeństwa*. Tłum. S. Magala. Warszawa 1997.
- Welskop W.: *Makdonalduzacja polskiego systemu edukacyjnego*. „Studia Edukacyjne” 2017 nr 44 s. 317-328.

Streszczenie: W książce *Makdonalduzacja społeczeństwa* amerykański socjolog Georg Ritzer przedstawia nazwane przez siebie zjawisko opisujące funkcjonowanie całego społeczeństwa według norm i standardów, jakie wprowadziła globalna marka McDonald’s w swoich restauracjach. Makdonalduzacja nie tylko wywiera ogromny wpływ na społeczeństwo, ale także zaczyna dominować w niemal każdym wymiarze ludzkiego życia..

Słowa kluczowe: makdonalduzacja społeczeństwa, racjonalizacja, biurokratyzacja.