

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316.32

СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА МАКДОНАЛЬДИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

© Л.А. Бархоткина

Аннотация. Рассмотрены процессы макдональдизации, их социальная природа, а также проанализирована востребованность ее принципов. Содержится обоснование соответствия тенденций развития общества потребления и макдональдизированных практик. Объяснены привлекательность и преимущества принципов макдональдизации, которые способствуют ее распространению и современному успеху. Показано ее влияние на различные сферы жизни людей. Представлено место национальных культур, их особенности развития и сохранения в условиях глобализации.

Ключевые слова: макдональдизация; глобализация; глокализация; стандартизация; национальные культуры; общество потребления

В современном мире доминирует общество потребления. Именно высокий уровень потребления является двигателем для процесса макдональдизации. Общество, ставя своей целью чрезмерное потребление, которое является показателем социальной успешности, развивает производство.

Тенденция макдональдизации проявляется в формировании стандартизированных форм социального бытия. С распространением всемирных сетей обнаруживаются гомогенные черты во всех сегментах общества: образе жизни, формах досуга, в проявлении своей «индивидуальности». Макдональдизация, символизирующая гомогенное общество с присущим ему единообразием, способствует господствующему универсализму, что роднит ее с явлением глобализации [1, с. 8-9].

Американский социолог Дж. Ритцер, разрабатывая этот тип организации социальной деятельности, понимает под ним «процесс, в ходе которого принципы работы ресторана быстрого обслуживания начинают определять все больше сфер американского общества, как и остального мира» [2, с. 267; 3, с. 13]. Но этот процесс затрагивает как и ресторанный бизнес, так и сферы образования, политики, туризма, здравоохранения, отдыха и семейных отношений. Ученый рассматривает современное общество как продукт макдональдизации. Данный тип настолько востребо-

ван, что приобретает новые формы. Например, модель функционирования «Макдоналдс» была использована другими компаниями, такими как «Пицца Хат» и «Бургер Кинг».

Если обратить внимание на сферу образования, то можно заметить такую тенденцию: современные высшие учебные заведения дают студентам минимум необходимой информации, чтобы они смогли получить хорошую оценку по дисциплине [2, с. 268].

Дж. Ритцер выделяет четыре параметра, по которым можно измерить макдональдизацию [2, с. 268-269].

Первым параметром выступает *эффективность*. В современном обществе люди достаточно мобильны, чтобы быстрый способ получения еды как в ресторанах «Макдоналдс» был востребован.

Второй параметр – *калькулируемость*. Здесь важным фактором являются количественные характеристики предлагаемых товаров и услуг, то есть размер порции, быстрая доставка, стоимость. Количество облегчает оценку эффективности.

Третьим параметром является *предсказуемость*. Товары и услуги будут стандартными, несмотря на время и место.

Четвертый параметр – *контроль*. Он осуществляется посредством технологий, не требующих участия людей. Роль персонала заключается только лишь в точном выполнении инструкций.

Принципы макдональдизации можно назвать привлекательными, так как они имеют большое преимущество в современном мире, чем и объясняется успех и распространение этого явления.

В современном обществе телевидение является важной частью жизни человека, и процесс макдональдизации затронул эту сферу. Включив телевизор, мы сразу можем увидеть большое количество развлекательных программ. Главная цель передач видеоизменилась, раньше основой являлось не только развлечение, но и какая-то смысловая нагрузка, заставлявшая задуматься. Сейчас первостепенным выступает отдых после тяжелого рабочего дня, люди стараются не нагружать себя лишней информацией [4, с. 63].

Отношения людей друг с другом также макдональдизируются. Так называемый романтический «конфетно-букетный» период, когда кавалеры пытались угодить во всем дамам, чтобы добиться их сердец, заменяется на «Максекс», когда все происходит быстро и без риска для партнеров. Или, например, “speed dating” (быстрое свидание) – мини-свидания, в ходе которых есть возможность сразу пообщаться с несколькими людьми, что является немаловажным фактором в формировании социальных взаимодействий в эпоху информационного общества, поскольку современный человек чрезвычайно занят [5, с. 103].

В общем, можно назвать макдональдизацию предсказуемым и стандартным процессом, который заставляет людей бездумно потреблять имеющиеся ресурсы и делает жизнь человека слишком простой. Многие авторы предполагают то, что она приводит к дегуманизации личности [4, с. 64].

Существует тенденция во многих обществах к сохранению и развитию своей национальной культуры, но и воспитывается толерантность к различиям других культур. Тут происходит возникновение универсальных ценностей. Каждый человек вбирает в себя то, что ему предпочтительнее и что позволяет ему сохранить духовную целостность в эпоху потребления, когда даже ценности стандартизированы. Из вышесказанного ясно, что эти ценности носят коммерческий характер [6, с. 27]. В связи с этим Л. Туроу отмечает: «Никогда прежде общество не допускало, чтобы коммерческий рынок практически полностью определял его ценности и ролевые модели» [7].

Изменения в обществе никак не мешают развитию макдональдизации и даже могут подстегнуть ее экспансию в будущем. Дж. Ритцер приводит в пример подъем на Эверест. Это показывает, что для экспансии макдональдизации скорее всего нет пределов. Попытки макдональдизировать опасные занятия как альпинизм предпринимаются давно. Но такие занятия по самой своей природе иррационального характера, поэтому полностью рационализировать такой акт довольно проблематично. Попытка макдональдизировать подъем на Эверест была предпринята в 1996 г., но, к сожалению, она оказалась неудачной, погибли 12 человек [8, с. 202].

На протяжении ряда лет многое делалось для этого подъема. Придумали скоростной метод акклиматизации. Он был эффективен, позволяя подниматься быстрее и выше, чтобы добраться до вершины скорее, но на большой высоте этот метод зависел от использования кислорода в баллонах. Времени не хватало для акклиматизации, а на большой высоте кислород стал недоступен.

Те, кто пытался макдональдизировать этот подъем, хотели превратить горный маршрут в безопасный проезд по платной магистрали и надеялись заполучить больше богатых клиентов. Но макдональдизация подобных явлений связана с иррациональностью рационального. На горе возникли пробки из-за большого числа групп, платные альпинисты были плохо подготовлены, начальники групп не могли отказать тем, кто платил большие деньги, в ситуациях, когда принято отправлять людей назад.

Данная катастрофа указывает на то, что у макдональдизации есть предел. Такое опасное занятие в полной мере рационализировать невозможно. Но существует возможность минимизировать иррациональность

таких опасных практик. В случае восхождения на Эверест будущие альпинисты смогли научиться на ошибках тех, кто восходил на гору в 1996 г., многие из уроков были усвоены, появились новые рекорды, и во время этих подъемов никто не погиб.

В природном мире еще существуют естественные препятствия для макдональдизации, но с большей вероятностью она сможет изменить все в экономической и социальной жизни общества во всем мире [8, с. 202-205].

Процесс макдональдизации рассматривается как часть глобальных процессов, происходящих в современном мире, оказывая достаточно существенное влияние по всему миру на все сферы жизнедеятельности общества. Отметим, зависимость макдональдизации наблюдается от особенностей самого процесса глобализации. В этом плане особую актуальность приобретает вопрос влияния глобализации на развитие культуры.

Исследования процессов глобализации рассматриваются с экономической и политической точки зрения, а также с точки зрения культурологии и социологии. Чаще всего в исследованиях глобализация определяется как единое глобальное гражданское общество, в котором нет места национальным государствам. Глобализация предусматривает прогрессивный характер развития общества. Обмен и передача информации, научных достижений, культурных и духовных ценностей должны реализовываться как развитие и единство человеческого рода.

Глобализация имеет интернациональный характер. С одной стороны, она сужает сферу действия национального, с другой стороны, расширяет его рамки общекультурным, стандартизированным, инонациональным. Здесь и выступает макдональдизация с воспитанием универсальных ценностей культуры.

Интернет прочно вошел в человеческую жизнь. Различные культурные продукты становятся виртуальными. В киберсреде присутствуют политика, экономика, образование и даже искусство. Культура превращается в рыночный товар [6, с. 26-27].

Американские стандарты и западные образцы повлияли на национальные культуры. Это обусловлено технологичностью, простотой и четкостью. Процессы макдональдизации оказали влияние на развитие национальных культур, которое уже сложно игнорировать. Но многие национальные культуры сами влияют на идущие процессы глобализации, а именно глокализации, где глобальное и локальное совмещают [6, с. 28-29].

Помимо стандартизации существует процесс адаптации, он лежит в основе локализации. Локализацию интерпретируют как адаптацию продукта к особенностям той или иной страны. Определенная компания стремится адаптировать бренд для локального рынка, скорректировав

один из элементов продукта. Часто адаптируют какой-либо продукт, добавляют традиционные вкусы, меняют названия, упаковки. Примером могут послужить чипсы “Lay’s” в Китае. Традиционные вкусы с беконом и сыром, которые так популярны в Европе, китайским потребителям не понравились. Поэтому компании пришлось разрабатывать новые вкусы, делая акцент на рыбной добавке [9, с. 198-199].

Компаниям также приходится учитывать правовые и ценовые аспекты страны. Но наиболее важным является культурный фактор, в него входят традиции, обычаи, нормы, а также восприятие цветов и сочетание звуков.

Глокализация является компромиссным вариантом между глобализацией и локализацией. Компания, использующая стратегию глокализации, осуществляет свою деятельность во многих странах мира, она использует стандартные формы управления бизнесом, но также адаптирует бренд к особенностям страны. Даже транснациональные компании приспособливают свои стратегии к особенностям местных рынков, становясь частью культуры той или иной страны. Например, «Макдоналдс», ассоциирующийся с американизацией, встал на путь глокализации. Данная компания адаптировала меню для разных стран, учитывая особенности кухни и религии.

Если компания хочет сделать свой бренд глокализованным, то нужно не только адаптировать рекламные ролики и цвет упаковки. Необходимо внедрить продукт в местную среду [9, с. 198-199].

Из вышесказанного становится ясно, что национальные культуры также влияют на процессы глобализации и макдональдизации в том числе. Но немаловажно понять, насколько сильное воздействие оказывает макдональдизация. Еще одной проблемой национально-культурной самобытности современных народов является сохранение родных языков. Утрата языков означает исчезновение самой культуры и национальной идентичности. Данные ЮНЕСКО сообщают, что каждый год исчезают 10–15 языков в мире. Британские лингвисты считают, что к окончанию нынешнего века исчезнет половина существующих языков [10, с. 58].

Язык является не просто средством коммуникации, он дает представления о мире. Язык каждого народа – это понимание и видение мира. Следовательно, гибель каждого языка – это гибель народа, неповторимого и оригинального.

Культура и язык неразделимы, поэтому каждый язык несет в себе идеологию. Доминирование одного языка в качестве средства общения между народами приводит к тому, что чужая идеология и культура проникают в жизнь вместе с языком. Проникновение культуры, таким обра-

зом, наиболее эффективно, потому что она воздействует незаметно и постепенно, чем любые другие способы [11, с. 34].

Основным языком межнационального общения в мире является английский. На сегодняшний день разные конференции, международные встречи проводятся преимущественно на английском языке. Также извлечение необходимой информации через Интернет можно встретить на английском. В современном обществе без знания английского языка и компьютерных технологий любой квалифицированный специалист не будет востребован. Роль международных языков, таких как русский, немецкий и французский безвозвратно падает [10, с. 58].

В эпоху глобализации основные изменения в языках происходят в лексике, особенно в научной терминологии. С возникновением новых видов спорта появились иностранные слова. Английская лексика часто встречается в названиях магазинов и разных заведений. Но из-за таких изменений в некоторых странах проводится борьба против англоязычного влияния и за сохранение национальной идентичности.

В данном процессе явно можно отметить как положительную, так и отрицательную стороны. Положительная сторона заключается в том, что всеобщее владение английским языком может удовлетворить естественную человеческую потребность во взаимопонимании людей со всего мира.

Отрицательным действием является то, что распространение английского языка нарушает другую человеческую потребность – идентичность.

Мировое единство будет существовать не тогда, когда национальная культура сольется с мировой под влиянием одной культуры и одного языка, а когда каждый народ будет беречь свой родной язык и внесет в сокровищницу народов что-то свое. Национальная идентичность опирается на познание своего прошлого, сложившиеся нормы и ценности [10, с. 58-59]. Но исследования ряда психологов показали, что больше всего негативному влиянию глобализации поддается молодежь, так как у нее еще окончательно не сформированы ценности и мировоззрение. Следовательно, этой возрастной группе сложно будет удержать национальную культуру своей страны. Поэтому данная тема выступает проблемой в современном мире [12, с. 26].

Тенденция макдональдизации проявляется и в российском обществе, влияя на национальную культуру. Распространяются принципы экономической эффективности на многие сферы жизни общества, что ведет к сокращению финансирования культуры, науки и социальных сфер, то есть тех сфер, которые не дают немедленного экономического эффекта [13, с. 72].

Анализируя макдональдизацию в России, нужно учитывать особенности национального и социального характера, также российский мента-

литет, который характеризуется значительной степенью иррациональности и развивался под воздействием таких качеств, как сострадание, чувственность, женственность. Принципы эффективности, контроля и быстроты трудно сочетать с доверительным общением и самовыражением, которые присутствуют в менталитете русского человека. Так, в России трапеза является не только поддержанием организма, в ней люди разделяют радость и горе.

Макдональдизация в России имеет две стороны. Во-первых, возникли и развиваются макдональдизированные экономические, политические и социокультурные системы, которые влияют на поведение и общественное сознание людей, делая их подконтрольными и более предсказуемыми. Во-вторых, под влиянием глобализации происходит изменение культурных стилей россиян, но тем не менее базовые черты их менталитета сохраняются.

Таким образом, на основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что макдональдизация является современным феноменом глобализации, который смог утвердиться благодаря коммуникативным связям разных частей мира. Но все же макдональдизация является специфичной в силу различных социокультурных контекстов [2, с. 269-271].

Мы полагаем, что будущее у макдональдизации несомненно есть. В каждую сферу во всем мире так или иначе проникли процессы, исходящие из макдональдизации. Эти процессы являются привлекательными для многих людей в современном обществе, они упрощают жизнь, чем и объясняется их распространение в таких огромных масштабах. Люди будут способствовать развитию макдональдизации. Такие принципы, как предсказуемость, которая дает уверенность, контроль, когда сложную работу выполняют технологии, просчитываемость, облегчающая принятие решения, а также эффективность играют важную роль для тех, кто ставит своей целью оказать влияние на людей во всем мире. Данные принципы являются универсальными параметрами, которые подойдут для любой сферы деятельности, потому что они воспринимаются положительно каждым человеком.

Но думается, самым главным в эпоху глобализации, когда происходит универсализация национальных традиций, является важность видеть и беречь культурную самобытность своей страны.

Список литературы

1. *Hanco М.Д.* Принципы системы «макдональдс» и общество потребления // Известия Северо-Кавказской государственной гуманитарно-технологической академии. 2016. № 3 (9). С. 8-14.

2. *Цыпкина М.Г.* Макдональдизация как один из типов рациональности в эпоху глобализации // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. 2015. Т. 1. С. 266-272.
3. *Ритцер Дж.* Макдональдизация общества 5. М.: Праксис, 2011. 592 с.
4. *Каруна Т.А., Кунилова К.Д.* Макдональдизация как основа новой рациональности постсовременности // Гражданственность личности в условиях изменяющегося мира: от протестной к созидательной активности: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. С.И. Беленцов. Курск: Изд-во ЗАО «Университетская книга», 2015. С. 61-65.
5. *Белинская Д.В.* Спид дейтинг как форма добрачных отношений // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10. № 4. С. 102-105.
6. *Розенберг Н.В.* Особенности развития национальных культур в современном глобальном мире // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. Тамбов, 2015. Вып. 1 (1). С. 26-30.
7. *Туроу Л.* Будущее капитализма. Как экономика сегодняшнего дня формирует мир завтрашний // Новая постиндустриальная волна на Западе. М., 1999. С. 217-218.
8. *Ритцер Дж.* Макдональдизация 5. Глава 2. Прошлое, настоящее и будущее макдональдизации (часть 2) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2011. № 2 (102). С. 193-210.
9. *Маркина Н.С., Лапина М.С., Алексеева Е.С.* Глокализация: локальный подход к глобальной задаче // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. 2011. № 612. С. 193-203.
10. *Зайнуллин М.В.* Проблемы развития и сохранения родных языков и национальных культур в эпоху глобализации // Проблемы востоковедения. 2012. № 3 (57). С. 57-61.
11. *Зайнуллин М.В., Зайнулина Л.М.* Этнокультурная идентичность в эпоху глобализации // Язык, культура, общество: материалы 4 Междунар. науч. конф. М., 2010. С. 34-35.
12. *Алиев А.А.О.* Социально-психологические особенности изменений национальных культур в процессе глобализации // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 1. С. 25-28.
13. *Мухамеджанова Н.М.* Межкультурные коммуникации в условиях глобализации // Вестник Оренбургского государственного университета. 2010. № 7 (113). С. 67-74.

Поступила в редакцию 24.07.2017 г.

Отрецензирована 25.08.2017 г.

Принята в печать 19.10.2017 г.

Информация об авторе:

Бархоткина Людмила Алексеевна – студентка факультета истории, мировой политики и социологии. Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация. E-mail: velvet_ribbon@mail.ru

UDC 316.32

THE ESSENCE OF THE PROCESS OF MCDONALDIZATION OF MODERN SOCIETY: THE SOCIOLOGICAL ASPECT

Barkhotkina L.A., Student of History, World Politics and Sociology Faculty, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation. E-mail: velvet_ribbon@mail.ru

Abstract. The processes of McDonaldization, their social nature, and also the correlation of its principles are considered. The foundation of correspondence of tendencies of consumer society development and McDonaldization practice is presented. The attractiveness and advances of McDonaldization principles, which promote its expansion and modern success are considered. Its influence on different spheres of peoples' life is shown. The place of national cultures, their peculiarities of development and preservation in the conditions of globalization are presented.

Keywords: McDonaldization; globalization; glocalization; standardisation; national cultures; consumer society

References

1. Napso M.D. Printsipy sistemy «makdonal'ds» i obshchestvo potrebleniya [Principles of McDonald's system and a consumer society]. *Izvestiya Severo-Kavkazskoy gosudarstvennoy gumanitarno-tehnologicheskoy akademii* [Bulletin of North Caucasian State Humanitarian and Technological Academy], 2016, no. 3 (9), pp. 8-14. (In Russian).
2. Tsyapkina M.G. Makdonal'dizatsiya kak odin iz tipov ratsional'nosti v epokhu globalizatsii [The McDonaldization as a type of rationality in the era of globalization]. *Sovremennoe obshchestvo: voprosy teorii, metodologii, metody sotsial'nykh issledovaniy* [Modern Society: Issues of Theory, Methodology, Methods of Social Studies], 2015, vol. 1, pp. 266-272. (In Russian).
3. Ritzer G. *Makdonal'dizatsiya obshchestva 5* [The McDonaldization of Society 5]. Moscow, Praksis Publ., 2011, 592 p. (In Russian).
4. Karuna T.A., Kunilova K.D. Makdonal'dizatsiya kak osnova novoy ratsional'nosti postsovremenности [The McDonaldization as the basis of a new rationality of post-modernity]. *Sbornik nauchnykh statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Grazhdanstvennost' lichnosti v usloviyakh izmenyayushchegosya mira: ot protestnoy k sozidatel'noy aktivnosti»* [Digest of Scientific Articles of International Scientific and Practical Conference "The Citizenship of the Individual in the Changing World: from Protest to Constructive Activity"]. Kursk, CC "Universitetskaya kniga" Publ., 2015, pp. 61-65. (In Russian).
5. Belinskaya D.V. Spid deyting kak forma dobrachnykh otnosheniy [Speed dating as a form of premarital relationship]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i pro-*

- cessy – *Social and Economic Phenomena and Processes*, 2015, vol. 10, no. 4, pp. 102-105. (In Russian).
6. Rozenberg N.V. Osobennosti razvitiya natsional'nykh kul'tur v sovremennom global'nom mire [Peculiarities of development of national cultures in modern global world]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya Obschestvennye nauki – Tambov University Review. Series Social Sciences*, 2015, no. 1 (1), pp. 26-30. (In Russian).
 7. Thurow L. Budushchee kapitalizma. Kak ekonomika segodnyashnego dnya formiruet mir zavtrashniy [Future of capitalism. How present day economy shapes the world of tomorrow] *Novaya postindustrial'naya volna na Zapade [New Post-industrial Wave in the West]*. Moscow, 1999, pp. 217-218. (In Russian).
 8. Ritzer G. Makdonal'dizatsiya 5. Glava 2. Proshloe, nastoyashchee i budushchee makdonal'dizatsii (chast' 2) [The McDonaldization 5. Chapter 2. Past, present and future of the McDonaldization (part 2)]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny – The Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2011, no. 2 (102), pp. 193-210. (In Russian).
 9. Markina N.S., Lapshina M.S., Alekseeva E.S. Glokalizatsiya: lokal'nyy podkhod k global'noy zadache [Glocalization: local approach to global problem]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki – MSLU Bulletin. Social Sciences*, 2011, no. 612, pp. 193-203. (In Russian).
 10. Zaynullin M.V. Problemy razvitiya i sokhraneniya rodnykh yazykov i natsional'nykh kul'tur v epokhu globalizatsii [The problems of development and preservation of native languages and ethnic cultures in the epoch of globalization]. *Problemy vostokovedeniya – The Problems of Oriental Studies*, 2012, no. 3 (57), pp. 57-61. (In Russian).
 11. Zaynulin M.V., Zaynulina L.M. Etnokul'turnaya identichnost' v epokhu globalizatsii [Ethnocultural identity in the epoch of globalization]. *Materialy 4 Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii «Yazyk, kul'tura, obshchestvo» [Proceedings of the 4 International Scientific Conference: “Language, Culture and Society”]*. Moscow, 2010, pp. 34-35. (In Russian).
 12. Aliev A.A.O. Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti izmeneniy natsional'nykh kul'tur v protsesse globalizatsii [Social and psychological characteristics of changes in national cultures in the process of globalization]. *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psikhologiya – Vector of Science of Togliatti State University. Series: Pedagogy, Psychology*, 2012, no. 1, pp. 25-28. (In Russian).
 13. Mukhamedzhanova N.M. Mezhkul'turnye kommunikatsii v usloviyakh globalizatsii [Intercultural communication in the context of globalization]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta – Vestnik of the Orenburg State University*, 2010, no. 7 (113), pp. 67-74. (In Russian).

Received 24 July 2017

Reviewed 25 August 2017

Accepted for press 19 October 2017