

ФІЛОСОФІЯ.

Соціальна філософія та філософія історії

УДК 339.9.012.23

Макдональдизація та діснеїзація як глобалізаційні тренди

MACDONALDIZATION AND DISNEYIZATION AS GLOBALIZATION TRENDS

ГРЕЧКОСІЙ Руслан – кандидат філософських наук, докторант кафедри філософії Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, вул. Пирогова, 9, м. Київ, 01601, Україна

ORCID <https://orcid.org/0009-0000-9022-7046>

GRECHKOSII Ruslan – PhD, Doctoral student of the Department of Philosophy of the Educational and Scientific Institute of Philosophy and Educational Policy, The Dragomanov Ukrainian State University, 9, Pyrohova Str., Kyiv, 01601, Ukraine

Анотація. У статті досліджуються виміри соціального феномену макдональдизації, введеного в науковий обіг соціологом Джорджем Рітцером. Використовуючи принципи, що започатковані корпорацією ресторанів швидкого харчування McDonald's як метафору, Дж. Рітцер заглиблюється у визначення наслідків раціоналізації та стандартизації, які спостерігаються в сучасному суспільстві. Макдональдизація слугує каталізатором масштабніших суспільних трансформацій, поширюючи процес глобалізації та породжуючи явище діснеїзації у всіх галузях людської діяльності. Визначено, що макдональдизаційне прагнення до ефективності та контролю, що призводить до «ірраціональності раціональності» в різних аспектах сучасного життя людини. Концепція Бенджаміна Барбера ілюструє стратегії розвитку глобалізованої культури, в якій співіснують та взаємодіють МакСвіт та Джихад, які перешкоджають розвитку демократичних процесів, але кожен по-своєму. У статті розкривається природа діснеїзації та її імплементації у глобалізаційні нарративи сучасності. Поява макдональдизованого і діснеїзованого світів підкреслюють поширення логіки споживачтва, яка відіграє ключову роль у формуванні нового світового порядку з акцентом на універсалізації, передбачуваності та контролі всіх соціальних процесів, що потрапляють у проєкт. Діснеїзація визначається як трансформаційна сила, що прикрашає реальність, підкреслює відповідність споживачьким нормам і спотворює історичні нарративи, роблячи їх спрощеними. Тривіалізація та санітаризація медіапродуктів постають наступними етапами в еволюції макдональдизованого та діснеїзованого світу, що породжує гібридне споживання та прагнення розширення території впливу. Висновки, отримані в результаті проведеного дослідження сприяють комплексному розумінню впливу макдональдизації, який не обмежується лише індустрією швидкого харчування, а поширюється на соціальну, освітню, мистецьку, політичну, економічну та інші сфери. Взаємозв'язок макдональдизації із суміжними явищами, такими як діснеїзація, дає змогу по-новому поглянути на розвиток сучасного суспільства.

Ключові слова: глобалізація, суспільство споживання, макдональдизація, діснеїзація, МакСвіт, споживання гібридне, стандартизація.

Summary. The article explores the dimensions of the social phenomenon of McDonaldization, introduced into scientific circulation by sociologist George Ritzer. Using the principles established by the McDonald's fast food corporation as a metaphor, Ritzer delves into the consequences of rationalization and standardization observed in modern society. McDonaldization serves as a catalyst for larger-scale social transformations, spreading the process of globalization and generating the phenomenon of Disneyization in all areas of human activity. It is determined that the McDonaldization drive for efficiency and control leads to the «irrationality of rationality» in various aspects of modern human life. Benjamin Barber's concept illustrates strategies for the development of a globalized culture in which McWorld and Jihad coexist and interact, impeding the development of democratic processes, but each in its own way. The article reveals the nature

of Disneyization and its implementation in the globalization narratives of our time. The emergence of the McDonald's and Disneyized worlds emphasize the spread of the logic of consumerism, which plays a key role in the formation of a new world order with an emphasis on universalization, predictability and control of all social processes that fall into the project. Disneyization is defined as a transformative force that embellishes reality, emphasizes compliance with consumer norms, and distorts historical narratives by making them simplistic. The trivialization and sanitization of media products are the next stages in the evolution of the McDonaldized and Disneyized world, which gives rise to hybrid consumption and the desire to expand the territory of influence. The findings of this study contribute to a comprehensive understanding of the impact of McDonaldization, which is not limited to the fast food industry but extends to social, educational, artistic, political, economic, and other spheres. The interconnection of McDonald's with related phenomena, such as Disneyization, allows us to take a fresh look at the development of modern society.

Key words: globalization, consumer society, McDonaldization, Disneyization, McWorld, hybrid consumption, standardization.

Вступ. В умовах мінливості картини сучасного світу актуальним завданням є розуміння основних принципів, цінностей та ідеологій, які формують домінантні стратегії, що визначають його сутнісні ознаки. Глобалізаційні процеси обумовили трансформацію різних аспектів людського існування, а саме – спостерігається поширення та обмін культурних елементів. Філософські перспективи огляду причин та наслідків культурної гомогенізації, втрати культурного розмаїття дозволять визначити виклики, що постають перед соціумом. Питання збереження культурної ідентичності у глобалізованому світі, специфіки поширення наративів споживацтва та їх впливу на ціннісно-аксіологічні виміри людства є одними з ключових у філософському дискурсі сьогодення. Визначення причинно-наслідкових зв'язків щодо формування стратегій глобального економічного розвитку потребують заглибленого вивчення специфіки вироблення, поширення та споживання товарів та послуг у сучасній культурі. Макдональдизація як теоретичний концепт, яким було обґрунтовано практику стандартизації досвіду та потенційну втрату автентичності в різних сферах людського буття, стала символом трансформацій, пов'язаних з глобалізацією світу. Філософське вивчення макдональдизації та діснеїзації, що виникає на її ґрунті, дозволяє дослідити їх вплив на суспільні цінності та індивідуальний досвід суб'єкта.

Аналіз останніх досліджень. Феномен макдональдизації було ґрунтовно викладений в праці Дж. Рітцера. Рефлексією на проголошені ним положення стала низка робіт авторів, що зосередили дослідницьку увагу на виокремленні впливу макдональдизації на різні сфери людського буття. Серед них доречно згадати напрацювання Д. Хейса та Р. Вайнарда, в яких розкриваються стратегії розвитку системи вищої освіти під впливом макдональдизації. Дж. Фінкельштейн звертається до виокремлення специфіки споживацьких харчових звичок. Діана та Майкл Вейнштейн визначають в своїх теоретичних працях специфіку впливу макдональдизації на систему охорони здоров'я. А. Цехановський висвітлює трансформації, що відбулись у бібліотечній справі та роботі архівів. Концепт Дж. Рітцера стає підґрунтям для формування теорії діснеїзації А. Браймана. Вплив світу Діснея на формування нових світоглядних наративів досліджують Г. Вольц, Г. Жиро та Г. Поллок. Б. Барбер обґрунтовує положення щодо формування МакСвіту, який виникає як результат макдональдизації. Дані джерела є основою методологічної бази дослідження, а також використовуються окремі положення, наведені в статтях вітчизняних авторів – Е. Прушківської, Ю. Шевченка та Д. Шевчука, в яких визначається своєрідність глобалізації та окреслюється її вплив на культурну ідентичність.

Мета статті – розкрити специфіку глобалізаційних процесів крізь призму теорії макдональдизації Дж. Рітцера, визначити її сутнісні особливості та виокремити шляхи подальшої трансформації (на прикладі ідей МакСвіту, діснеїзації тощо).

Виклад основного матеріалу. Глобалізація як специфічний процес, що охоплює всі аспекти життя суспільства (економічний, політичний, культурний, ідеологічний тощо) досліджувалася різними філософами, кожен з яких пропонував унікальні перспективи її бачення. Кожна зі сфер суспільного буття впливає на інші, що свідчить про їхній взаємозв'язок. Цей етап в еволюції суспільства є цілком закономірним, і саме тому важливо розуміти специфіку глобалізації та її виклики, що постають перед людством внаслідок її поширення.

Для глобалізації притаманний процес розмивання меж та кордонів, що має всезагальний характер. Позитивними наслідками глобалізації є прагнення ефективності, оптимізації в економічній сфері, які виявили свій потенціал у трансформації світового співтовариства у «відкриту цілісну систему взаємозв'язків та взаємозалежностей в інформаційно-технологічному, фінансово-економічному, суспільно-політичному та соціально-культурному аспектах життя людства» [1, с. 139].

Багатомірність глобалізації та її наслідків знаходить специфічні форми втілення в різних сферах життєдіяльності. Одне з пояснень стратегій розвитку сучасної культури здійснюється у роботі «Макдональдизація суспільства» Джорджа Рітцера. Він змальовує зміни, що відбуваються, на прикладі принципу «фаст-фуду». Його характеристики можна долучити до усіх споживацьких продуктів або сервісів, які за принципом ресторанів швидкого харчування починають домінувати в значній кількості секторів американського суспільства, а також по всьому світу. Макдональдизація поширюється на досить різні сфери – дозвіллеву, освітню, соціальну тощо. Цей процес здійснюється невинно та повсюдно. Власне негативне ставлення до макдональдизації Рітцер висловлює через прикметник «несмачний». Макдональдизація є частиною глобалізаційного процесу і для демонстрації потужності цієї сили Рітцер використовує статистичні дані, які підтверджують не лише географію розповсюдженості ресторанів *McDonald's* по всьому світу, але й рівень прибутків компанії, що можуть змагатися з ВВП країн «третього світу».

Дж. Рітцер визначає виміри нової раціональності макдональдизації, а саме – ефективність, вимірюваність, передбачуваність та контроль. В умовах поширення макдональдизації ефективність часто є не засобом, а самоціллю. Передбачуваність є основою будь-яких форм діяльності. Наприклад, сфера дозвілля та туризм тепер пропонують саме передбачувані результати, які досягаються під час участі у групових турах, а не у індивідуальних мандрах. Ці принципи були закладені в основу стандартизованих форм виробництва, які стали запорукою поширення корпорації *McDonald's*. Проте для Дж. Рітцера ці показники є ознакою «іраціональності раціональності».

Раціоналізація приносить з собою розчарування, позбавляючи більшу частину нашого життя таємничості та захоплення. Ремісничче виробництво було набагато загадковіше, ніж конвеєрна технологія, де кожен працівник виконує одну, дуже обмежену операцію. Аналізуючи економічні показники макдональдизованих організацій Дж. Рітцер переконаний, що вони можуть бути не неефективними, нераціонально організованими, а також мати негуманний характер. Феномену макдональдизації Дж. Рітцер надає негативних конотацій, а от підґрунтям для неї, на його переконання, був конвеєрний принцип виробництва Генрі Форда та науковий менеджмент Ф. В. Тейлора. Бажання отримати прибуток часто є потужним мотивом для раціоналізації, проте з його допомогою не можна адекватно пояснити багато змін у капіталістичних, соціалістичних або комуністичних суспільствах. Якщо раніше родини здебільшого займались приготуванням їжі, відтепер вони або відвідують ресторани швидкого харчування, або купують заморожені продукти, що нагадують продукцію з *McDonald's*. Їжа трактується Дж. Рітцером як своєрідний соціальний код та символізує зниження якості продукції. Але відвідування подібних ресторанів швидкого харчування виступає джерелом соціального задоволення, а не суто кулінарного.

Ритуалізація споживання їжі, що відбувається в *McDonald's*, *KFC* та подібних закладах, на думку Дж. Фінкельштейн, перетворює це на символічну та значущу подію [6, с. 76].

Запропонований Дж. Рітцером підхід став основою для подальших розробок щодо проявів макдональдизації у різних галузях життєдіяльності. Він вказує на застосування принцип кількісного, а не якісного підходу щодо оцінки результатів процесів, в тому числі освітніх, що має значний вплив на їх подальшу роботу. Наприклад, зростає важливість оцінювання не лише студентів, але й викладачів коледжів. Проте здатність до викладання дуже важко оцінити з позицій якості, тому її замінюють кількісними показниками, що отримуються через форму опитування серед студентів, відповіді яких підсумовуються, осереднюються і порівнюються.

Деякі автори стали розвивати теорію макдональдизації та її впливу на економіку, освіту, системи охорони здоров'я та забезпечення правопорядку чи архівно-бібліотечну діяльність. Аналізуючи їхню специфіку вони простежують характеристики макдональдизації в цих сферах, вплив яких визначається авторами по-різному. Наявні, на їхню думку, і позитивні, і негативні наслідки макдональдизації. Зокрема, питання впливу процесу «макдональдизації» на сферу вищої освіти розкривається в роботі Деніса Хейза та Робіна Вайнарда [8]. Внаслідок поширення принципів ефективності, прорахованості, передбачуваності та контролю, які характерні для макдональдизації, відбуваються зміни в академічній сфері. Автори визначають їх як «терапевтичний поворот», який здійснився завдяки перенесенню акценту з інтелекту на емоції. Щоб протистояти «терапевтичному університету», на їх думку, необхідно відмовитися від нарративу жертви, який принижує студентів і стимулює «культуру скасування» в університетах. Перемога в битві за свободу слова шляхом відкритих дебатів – це єдиний спосіб подолати культуру терапії, яка допомагає підтримувати макдональдизацію.

Адріан Цехановський [5] в своєму дослідженні звертає увагу на вплив макдональдизації на роботу бібліотек, де демонструється спрощеність і недалекоглядність підходу, внаслідок якого у працівників втрачається зв'язок з реальними потребами користувачів. На його переконання, функціонування архівів також зазнало впливу цих чинників, до того ж їх не можна позначити, як однозначно позитивні чи негативні. Проте виокремлюється їх потенціал для впровадження формалізовано-стандартизованих вимірів, які матимуть більшу ефективність, порівняно з попередньою практикою реалізації.

Бенджамін Барбер в роботі «Джихад проти МакСвіту» не лише використовує поняття макдональдизації, але й вказує на невпинне поширення її інструментів в західному світі, яка спричиняє формування *McWorld*, тобто МакСвіту. На його переконання, капіталізм підриває розвиток демократії, а не сприяє йому. Інтеграційний тиск міжнародного капіталізму, глобальні комунікаційні системи та масові рекламні кампанії є силами, що знищують розмаїття і це пов'язано з діяльністю *McDonald's*, які своєю одноманітністю, швидкістю та ефективністю, сприяють уніфікації, «втискуючи нації в один однорідний глобальний парк розваг, один МакСвіт, пов'язаний між собою комунікаціями, інформацією, розвагами та торгівлею» [3, с. 4]. Для Б. Барбера Джихад асоціюється з культурними силами, які виступають за етнічну унікальність та не мають прямого зв'язку з адептами ісламу. На противагу Джихаду постає МакСвіт, що трансформує суспільство, відкриваючи його для глобальних перспектив. Ця дихотомія МакСвіту та Джихаду може бути позначена як балансування між складним та елементарним, стандартизованим та унікальним. Б. Барбер протиставляє образи Діснейленду та Вавилону, Барбі та бабусі. Для автора найбільш небезпечною вбачається не діалектична протилежність цих феноменів, а те, що вони взаємодіють та підсилюють один одного. За таких умов саме економічна діяльність ілюструє глобалізаційний характер розвитку суспільства, а капіталізм, як зазначає Б. Барбер, є ідеологією, що не зацікавлена у існуванні націй. Це простежується навіть у рекламних слоганах, де акцентується універсальність споживання, що поширюється

крізь кордони: «На планеті *Reebok* немає кордонів» [3, с. 24]. МакСвіт у концепції Б. Барбера звертається до відмінностей, згладжує їх і просувається по світу, об'єднаному однаковими смаками в їжі, модних брендах чи формах дозвілля. Джихад відкидає розмаїття та викоринює толерантність, а себе ідентифікує через протиставлення чомусь «іншому».

Спільними рисами Джихаду та МакСвіту є створення заходів, які перешкоджають демократичним процесам. На переконання Б. Барбера демократія потребує раціональних громадян, які можуть самостійно ухвалювати рішення. Натомість у капіталістичному укладі соціуму люди мають сприймати як деяку істину, що користування модними брендами одягу підвищує їх успішність у різних сферах – любовній, бізнесовій тощо. Поява таких стандартизованих бажань породжує формування нових, які ніколи не будуть мати статичний характер, а завжди змінюватимуться під впливом капіталістичної логіки.

Поширення макдональдизації в різних галузях (охорони здоров'я, освіти) сприяє формуванню чітких протоколів, внаслідок яких відбувається підміна доцільності ефективністю. Так, наприклад, відстоювання права на евтаназію виникає, на переконання Діани та Майкла Вейнштейн як результат функціонування медицини, в якій підтримується життя людей, їх окремих органів чи систем, навіть якщо це перетворюється на справжнє катування через відчуття болю. «Немилосердне переслідування мети продовження обмеженого біологічного життя змушує постійний резерв потенційно хворих прийняти, що вони будуть піддаватися механічним і хімічним тортурам, коли вони серйозно захворіють, щоб деякі з їхніх життєвих функцій залишалися дієвими ще деякий час» [11, с. 64]. Подібні речі трапляються і у компанії *McDonald's*, в якій серед пріоритетів не буде задач приведення їх продукції до стандартів здорового харчування чи намагань підвищити зручність споживання. Людство не опікується даним питанням, адже прагне потрапити під контроль аби не приймати жодних нових рішень. І хоча споживачі можуть відчувати пригніченість, але все одно будуть повертатись до вже знайомого та очікуваного результату. «Макдональдизація світу, перетворення його на МакСвіт – це передусім метафорична назва культурних, соціальних, політичних тощо процесів, які ґрунтуються на глобальних технологіях» [2, с. 10].

Осмислення глобалізаційних процесів, що відбуваються в сучасному соціумі, ілюструє появу закономірностей, які породжуються макдональдизацією. Однією з них є «діснеїзація». Даний концепт віднаходить розвиток у авторів, які залучаючи ідеї Дж. Рітцера, досліджують наслідки формування корпорації Дісней, що виходить за межі продакшену аудіовізуального контенту, відкриваючи тематичні розважальні парки. Поширення впливу діснеїзації спричиняє використання в науковому дискурсі модифікацій терміну, як-от «діснеїфікація». Також спостерігається залучення поняття «діснеїзації» до позначення різних тенденцій в культурній, соціальній, економічній сферах тощо. Діснеїзація може інтерпретуватися як сентименталізація, спрощення та запрограмований спосіб ведення справ, що проявляється у розриві між виробництвом і споживанням, внаслідок якого людство нічого не знає про реальні процеси праці.

Деякі теоретики, як Генрі Жиро та Грейс Поллок [7], інтерпретують діснеїзацію у зв'язку з тривіалізацією та санітаризацією продукції, що проявляється у своєрідному очищенні конфліктів, прикрашанні реальності, наданні «казковості» всесвіту, де все завершується хепі-ендом, а злі сили обов'язково зникають. Сюжети казок, на яких засновані діснеївські історії, трансформуються таким чином, щоб забезпечити патріархальне прочитання, яке послугуватиметься корпоративним маркетинговим цілям. Це стосується проблеми зображення життя корінного населення, питання рабства та колонізаторства. Компанія Дісней була символом санітарної обробки історії, а не її виробником. Тобто вона може трансформувати історію, викладаючи її в пом'якшеному та обробленому вигляді.

Жирос та Поллок розглядають корпорацію Дісней як таку, що масштабно впливає на дитячу свідомість. На їхнє переконання, використовуючи казковий флер та ностальгичний маркетинг поширюється ідеологія споживацтва. Адже замість читання книг та участі в творчих ігрових форми, які можуть сприяти соціальній взаємодії та розвитку інтелекту, Дісней залучає своїм світом до пасивного перегляду телевізора та кінострічок. Маркетинг Дісней орієнтований не лише на залучення до індустрії дозвілля, розваги та споживання товарів, а й на просування специфічного способу життя та системи цінностей, які не можуть бути розглянуті лише в позитивному ключі.

Алан Брайман у своїй роботі «Діснеїзація суспільства», назва якої відсилає до праці Дж. Рітцера («Макдональдизація суспільства»), досліджує спроможність розглядати тематичні розважальні парки Дісней та принцип їх організації як наслідок макдональдизації. Він ретельно змальовує практику реалізації принципів Дж. Рітцера, як-от раціональність, ефективність, контроль у Діснейленді. Наприклад, більшість механізмів, що забезпечують роботу атракціонів, приховані від відвідувачів, що дозволяє підтримувати їх у робочому стані постійно. Це безперечно є свідченням раціональності та ефективності. Так само й використання фарби, яка швидко сохне, завдяки чому всі атракціони завжди виглядають яскраво. Брайман вказує на те, що діснеїзація є продовженням тих тенденцій, які було започатковано «макдональдизацією» Дж. Рітцера, тобто сприяння уніфікації життєсвіту та надання йому одноманітності. Натомість процес діснеїзації супроводжується підвищенням привабливості товарів, послуг у все більш гомогенізованому середовищі, сформованому внаслідок макдональдизації. Будучи невід'ємною частиною культури споживання, діснеїзація забезпечує «різноманітність і відмінність там, де макдональдизація руйнує подібність і схожість. Вона обмінює буденну прісність гомогенізованого досвіду споживання на видовищний досвід» [4, с. 4]. Внаслідок діснеїзації споживачі мають виходити за рамки задоволення виключно базових потреб і прагнути того, що є не лише нагально необхідним. Поширення діснеїзації спричиняє розвиток гібридного споживання, при якому наявне розмаїття можливостей споживання, що корелює з пост-фордистським світом розмаїття та вибору, в якому консьюмеризм панує над усім.

Діснеїзація може мати певні позитивні наслідки, адже вона сприяла трансформації міського простору на Таймс Сквер, після відкриття реконструйованого *The New Amsterdam Theatre*, керувати яким стала «*Disney Theatrical Productions*» для прокату мюзиклів за мотивами художніх фільмів Дісней. Саме це ініціювало відкриття ресторанів і торгових точок, що перетворило площу на туристичний і споживчий анклав міста. Проте даний чинник не позбавлений практики «покращення» реальності.

А. Брайман свідомо відмовляється від використання терміну «діснеїфікація» (*Disneyfication*), який з необхідністю вказує на перетворення певного предмету на щось спрощене та поверхневе. Також діснеїфікацією позначається особливий підхід до літератури та історії, що тягне за собою грубе спрощення, яке очищає об'єкт від усього неприємного. Саме в такому ключі його інтерпретує Г. Вальц, позначаючи практику надання персонажам кінокомпанії Warner особливої привабливості, яка межує з сентиментальністю. «Часто вживана у зневажливому значенні, [*Disneyfication*] позначає боудлеризацію компанією літератури, міфу та/або історії у спрощений, сентиментальний, програмний спосіб» [10, с. 51].

Діснеїзацію і макдональдизацію можна розглядати як паралельні процеси, а не як такі, що в якомусь сенсі конкурують. Вони обидва дають життєздатні пояснення деяких змін, що відбуваються в сучасному суспільстві. Проте жоден з них не дає повної картини, натомість пропонуючи трамплін для розуміння деяких процесів, що відбуваються навколо нас.

Висновки. Досліджувана нами концепція «макдональдизації», запропонована соціологом Джорджем Рітцером, являє собою гостру критику сучасної суспільної динаміки крізь призму

операційних стратегій фаст-фуду. Ця аналогія виходить за межі свого кулінарного походження, перетворюючись на фундаментальну метафору для всепроникних тенденцій раціоналізації та стандартизації, що проникають у різноманітні сфери сучасного буття. Аналіз Дж. Рітцера виходить за межі кулінарної сфери, позиціонуючи *McDonald's* як парадигмальний приклад загальних суспільних зрушень.

Розглянуто поширення концепту Дж. Рітцера в сучасній філософській та соціологічній думці, що спричинило, на нашу думку, появу низки робіт, в яких інтерпретуються виміри макдональдизації, в тому числі наслідки формування цього тренду. Макдональдизація виступає шляхом підвищення ефективності, контрольованості процесу споживання, яке нерідко через сталі процедури та прийняті норми втрачає зв'язок з раціональним та перетворюється на «ірраціональність раціональності». Обґрунтовано, що результатом макдональдизації виступає формування МакСвіту, що на думку Б. Барбера, протистоїть Джихаду, проте результатом є їх взаємодія та просування споживацьких стандартів. МакСвіт просувається по світу, об'єднаному однаковими смаками, Джихад відкидає розмаїття та викорінює толерантність, а себе ідентифікує через протиставлення чомусь «іншому». Проте обидві сили створюють заходи, які перешкоджають демократичним процесам.

На наше переконання, макдональдизація постає тим процесом, який змінює світ у відповідності до глобалізаційних рухів. На його ґрунті виникає явище діснеїзації, що маючи у своєму базисі універсальність, ефективність, вимірюваність, передбачуваність та контроль, породжені макдональдизацією, продовжує трансформації соціуму. Практика прикрашання реальності, привернення уваги до того, що не вкладається у норми споживацького мінімуму, призводить до формування світу з викривленою історією, в якому зменшується прагнення до рефлексії та проявів свідомого прийняття рішень. Тривілізація та санітаризація продукції стають наступним кроком у розгортанні макдональдизованого та діснеїзованого світу, що охоплений консьюмеризмом.

Список використаних джерел

1. Прушківська Е. В., Шевченко Ю. О. Сутність глобалізації та її особливості в посткризовий період. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 3 (15). С. 131–140.
2. Шевчук Д. Культурна ідентичність та глобалізація. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Культурологія. 2010. Вип. 5. С. 4–15.
3. Barber B. R., *Jihad vs. McWorld*. Paperback: Ballantine Books, 1996. 432 p.
4. Bryman A. *The Disneyization of Society*. UK: Sage Publications, 2004. 200 p.
5. Ciechanowski H. McDonaldization of archives (an introduction to discussion). *ARCHEION*. 2023. Т. CXXIV, s. 87–127.
6. Finkelstein J. *Rich Food: McDonald's and Modern life. Resisting McDonaldization*. SAGE Publications Ltd., 1999. pp.70–82.
7. Giroux H. A., Pollock G. *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. Rowman & Littlefield Publishers, 2010. 192 p.
8. Hayes D., Wynyard R. The McDonaldization of higher education updated. *The therapeutic turn*. Routledge Handbook of the Sociology of Higher Education. 2nd Edition. ImprintRoutledge, 2022. pp.205–218.
9. Ritzer G. The «McDonaldization» of Society. *The Journal of American Culture*, 1983. 6 (1). pp. 100–107. Doi: https://10.1111/j.1542-734X.1983.0601_100.x
10. Walz G. Charlie Thorson and the temporary Disneyfication of Warner Bros. cartoons, In K. S. Sandler (Ed.), *Reading the rabbit: Explorations in Warner Bros. animation* New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1998. pp. 49–66.
11. Weinstein D., Weinstein M. A. *McDonaldization Enframed. Resisting McDonaldization*. SAGE Publications Ltd., 1999. pp. 57–69.

References

1. Prushkivska E. V., Shevchenko Yu. O. (2012). Sutnist hlobalizatsii ta yii osoblyvosti v postkryzovyi period [The globalization essence and its peculiarities in the post crisis period]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of Zaporizhzhya National University*, 3 (15), 131–140 [in Ukrainian].
2. Shevchuk D. (2010). *Kulturna identychnist ta hlobalizatsiia* [Cultural identity and globalization]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Serii: Kulturolohiia – Scientific notes of the National University «Ostroh Academy». Series: Culturology, 5, 4–15 [in Ukrainian].
3. Barber B. R. (1996). *Jihad vs. McWorld*. Paperback: Ballantine Books.
4. Bryman A. (2004). *The Disneyization of Society*. UK: Sage Publications.
5. Ciechanowski H. (2023). McDonaldization of archives (an introduction to discussion). *ARCHEION*, CXXIV, 87–127.
6. Finkelstein J. (1999). *Rich Food: McDonald's and Modern life. Resisting McDonaldization*. SAGE Publications Ltd., 70–82.
7. Giroux H. A., Pollock G. (2010). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. Rowman & Littlefield Publishers.
8. Hayes D., Wynyard R. (2022). The McDonaldization of higher education updated. The therapeutic turn. *Routledge Handbook of the Sociology of Higher Education*. 2nd Edition. Imprint Routledge, 205–218.
9. Ritzer G. (1983). The «McDonaldization» of Society. *The Journal of American Culture*, 6 (1), 100–107. Doi: https://10.1111/j.1542-734X.1983.0601_100.x
10. Walz G. (1998). Charlie Thorson and the temporary Disneyfication of Warner Bros. cartoons, In K. S. Sandler (Ed.), *Reading the rabbit: Explorations in Warner Bros. animation* New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 49–66.
11. Weinstein D., Weinstein M. A. (1999). *McDonaldization Enframed. Resisting McDonaldization*. SAGE Publications Ltd., 57–69.