

UNIVERZITET U SARAJEVU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Ritzerov koncept McDonaldizacije društva

ZAVRŠNI RAD

Kandidat:

Emina Fočo

Mentor:

Doc. Dr. Jelena Gaković

Sarajevo, Februar 2022.

UNIVERZITET U SARAJEVU

FILOZOFSKI FAKULTET

ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Ritzerov koncept McDonaldizacije društva

ZAVRŠNI RAD

Kandidat:

Emina Fočo

Mentor:

Doc. Dr. Jelena Gaković

Sarajevo, Februar 2022.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	1
1. UVOD.....	2
2. PRETEČE MEKDONALDIZACIJE.....	4
2.1 Birokratizacija – veće racionaliziranje života – Max Weber.....	4
2.2 Holokaust – smrt kao završni proizvod.....	5
2.3 Naučno upravljanje – pronalaženje najboljeg načina.....	6
2.4 Pokretna traka – proizvodnja radnika robota.....	8
2.5 Levittown: izgradnja kuća.....	9
2.6 Raširenost trgovačkih centara.....	9
2.7 McDonald’s - stvaranje “fast-food tvornice “.....	10
3. OSNOVNE POSTAVKE RITZEROVOG KONCEPTA MEKDONALDIZACIJE.....	11
3.1 Nastanak, razvoj i pojam koncepta mekdonaldizacije.....	11
3.2 Dimenzije mekdonaldizacije.....	12
3.3 Mekdonaldizacija društva.....	14
3.4 Iracionalizacija racionalnosti.....	15
3.5 Prednosti i mane mekdonaldizacije.....	15
4. KONZUMERIZAM U KONKTEKSTU MEKDONALDIZACIJE.....	16
4.1 Pojam i razvoj konzumerizma.....	16
4.2 Konzumerizam- društveni fenomen kreiranja vlastitog identiteta te iracionalnog životnog stila.....	17
4.3 Pedagoške implikacije konzumerizma – pojmovna analiza (spasenovski nemanja).....	18
5. KONCEPT MEKDONALDIZACIJE DRUŠTVA U PRAKSI I DANAS.....	19
5.1 Mekdonaldizacija savremenog društva.....	19
5.2 Primjeri i uticaji mekdonaldizacije u modernim sferama društva.....	20
5.2.1 Mekdonaldizacija u zdravstvu.....	20
5.2.2 Mekdonaldizacija obrazovnog sistema.....	22
5.2.3 Mekdonaldizacija društvenih medija.....	23
5.2.4 Mekdonaldizacija kućanstva.....	25
5.3 Postmodernizam: plutamo li po hiperprostoru?.....	25
5.4 Mekdonaldizacija u svijetu koji se stalno mijenja.....	26

5.5	Mekdonaldizacija i njeni krajnji dometi.....	28
5.6	Vrednovanje McDonaldizacije.....	29
5.7	Praktičan vodič kroz život u mekdonaldiziranom svijetu	31
5.8	Šta danas nije mekdonalidzirano.....	34
6.	ZAKLJUČAK.....	35
7.	LITERATURA	37

SAŽETAK

Tematika ovog magistarskog rada je “mekdonaldizacija društva”, termin koji je upotrijebio Ritzer kako bi nam približio savremeno sociološko razumijevanje procesa racionalizacije i birokratizacije. McDonaldizacija sugerira da su moderna društva u mnogim aspektima sve više standardizirana, predvidljiva i ujednačena. Referencije na naučni menadžment i fordizam nisu u potpunosti prikladne jer su zagovornici ovih ranijih strategija usmjeravanja proizvodnje nastojali zamijeniti standardizirani i intenzivirani rad za visoke plaće i poticajne isplate, dok je zaposlenje u restoranima brze hrane i sličnim “McJobsima” karakteristično slabo plaćen i nesiguran. Ovaj rad se prije svega bavi kritikom društva a McDonald’s je prvi u nizu brendova koji se mogu povezati sa transformacijom društva. Autor polazi od teze da se savremeno društvo sve više racionalizira i birokratizira te je za primjer naveo restorane brze prehrane. Osnovni cilj jeste ukazati na probleme i opasnosti stvorene ovim konceptom kao što su sakralizacija konzumerizma, otuđenje i dehumanizacija radne snage, gdje postaje važan samo kvantitet, dok kvalitet gubi na značaju, te upozoriti na njenu privlačnost i zavodljivost koja nas ne bi trebala očarati i učiniti slijepima. Mekdonaldizacija ne pogađa samo uslužne djelatnosti, već i obrazovanje, slobodno vrijeme, zdravlje, prehrambene navike, putovanja, politiku, porodicu, religiju kao i svaki vid društvenosti. Jedini pokretač u ovakvom društvu jeste profit.

Ključne riječi: mekdonaldizacija, konzumerizam, racionalizacija, birokratizacija, dehumanizacija, otuđenje.

1. UVOD

McDonald's danas predstavlja temelj jednog od najutjecajnijih razvoja u savremenom društvu i proteže se daleko izvan mjesta porijekla u Sjedinjenim Državama i dalje od posla vezanog za brzu hranu. Utjecao je na širok raspon pothvata te na način i stil života. U ovom radu McDonald's služi kao glavni primjer, paradigma, opsežnog procesa koji je nazvan McDonaldizacija, to jest procesa kojim načela restorana brze hrane dominiraju u sve više sektora američkog društva jednako kao i od ostatka svijeta. Kao što će u radu biti prikazano, McDonaldizacija ne utječe samo na ugostiteljsko poslovanje nego i na gotovo svaki drugi aspekt društva. U svojoj knjizi pod nazivom „*McDonaldization of Society*“ George Ritzer obuhvaća koncepte iz sociologije, menadžmenta i ekonomije kako bi pružio duboko razumijevanje našeg modernog društva. Prema Georgeu Ritzeru, McDonaldizacija je definirana kao proces kojim načela restorana brze hrane dominiraju u sve više sektora američkog društva, kao i u ostatku svijeta. Uspjeh McDonald'sa također je očit u cijelom svijetu jer više od polovice prihoda tvrtke dolazi od inozemnih operacija koje opslužuju 50 miliona kupaca dnevno. McDonalds danas predstavlja više od tvrtke – postao je dio kulture. Ritzer može primijeniti svoje koncepte na pojave koje se kreću od posla do slobodnog vremena, od hrane do medija, od obrazovanja do politike. Obuhvaćajući tako raznoliko polje tema i artefakata primjer je sociološkog trenutka osvjetljavanja apstrakcije, generiranja koncepta tako širokog da konceptualno shvati i interpretira mnoštvo podataka na način koji teoretizira definirajuća i konstitutivna obilježja sadašnjeg trenutka. Takav način teoretiziranja pomaže nam kritički sagledati ključnu društvenu dinamiku, institucije i probleme, čime predstavlja primjer velike snage klasične društvene teorije.

U ovom radu pokušat ću osvijetliti prednosti i slabosti Ritzerove teorije McDonaldizacije te ću predložiti neke alternativne perspektive. Rad će pokušati raspraviti o tome kako Ritzer teoretizira McDonaldizaciju, usredotočujući se na svoj način društvene analize, pokušavajući odgovoriti na pitanje da li je McDonaldizacija fenomen modernosti ili postmodernosti te je li bolje shvaćena modernom ili postmodernom teorijom. Problem istraživanja odnosi se na racionalizaciju sve većeg broja segmenata društva kao i opasnosti stvorene mekdonaldizacijom, kao što je npr. sakralizacija konzumerizma, otuđenje i dehumanizacija radne snage, gdje postaje važan samo kvantitet, dok kvalitet gubi na značaju.

Moj je argument da Ritzer ne razlikuje na odgovarajući način McDonald's i širi fenomen McDonaldizacije, da njegovo uzimanje zloglasne tvrtke za brzu hranu McDonald's, poput

paradigme McDonaldizacije, negativno iskrivljuje njegovu analizu, propuštajući dijalektiku McDonaldizacije, njezine pozitivne i negativne učinke. Ipak, želim također naglasiti da Ritzer ne razvija odgovarajuće stajalište kritike za ocjenjivanje McDonald'sa ili McDonaldizacije, a ovaj problem proizlazi iz pretjerane ovisnosti o Weberovoj teoriji i da multiperspektivna metoda može prevladati te probleme.

Cilj ovog rada je objasniti značaj mekdonaldizacije koja utiče na različita područja društvenih segmenata, te predstaviti njene opasnosti a i prednosti.

Na osnovu postavljenog cilja ovog istraživanja, korištene su osnovne metode naučnog istraživanja tj. induktivno - deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda komparacije. Također, korištene su još i metoda sinteze, metoda generalizacije i metoda indukcije, komparativni metod. Istraživanje je podržano saznanjima iz međunarodne naučne i stručne literature, odnosno saznanjima drugih autora koji su u svojim člancima i knjigama istraživali problematiku kojom se bavi i ovaj rad.

U prvom dijelu rada objašnjen je sam proces i uvod u mekdonaldizaciju društva, njene dimenzije, prednosti i mane. Autor polazi od teze da se savremeno društvo sve više racionalizira i birokratizira te je za primjer naveo restorane brze prehrane. *U drugom dijelu* rada govori se o konzumerizmu, potrošačkom društvu, shopping centrima, tehnologiji, te konzumerizmu kao manifestaciji ovisnog ponašnja, što je sve više prisutno kod mlađe populacije. Masovni mediji kroz reklamne poruke manipuliraju društvom nametanjem određenih stavova, lažnih potreba itd. *Treći dio rada* govori o iracionalnostima procesa mekdonaldizacije, te mekdonaldizacijskoj kolonizaciji. McDonald's zasigurno ima i svoje prednosti. Autor naglašava da nema ništa protiv McDonalds'a, te da on nije ni bolji ni gori od bilo kojeg drugog fast- food restorana ili manifestacije procesa racionalizacije. Proces je nazvao mekdonaldizacijom zato što je McDonald's bio i još uvijek najvažniji predstavnik tog kretanja u društvu.

Središnja ideja McDonaldizacije je da se sve veći broj organizacija vodi kao restorani brze hrane, s naglaskom na: učinkovitosti, proračunljivosti, predvidljivosti i kontroli ljudi. To proizvodi oblik racionalnosti koji postaje iracionalan.

2. PRETEČE MEKDONALDIZACIJE

2.1 Birokratizacija – veće racionaliziranje života – Max Weber

Birokracija je široko rasprostranjen pojam u sociologiji i studijama teorije organizacije, a trenutno ima sliku na kojoj se često ističu negativni aspekti. Međutim, za Maxa Webera birokracija ima vrlo specifične značajke koje se u različitim situacijama razlikuju od zastupljenosti i primjene koja se često pripisuje ovom modelu organizacijske uprave. Unatoč postojanju više slika koje se mogu mobilizirati o tome kako gledati i analizirati organizaciju, u savremenim organizacijama obilno se nalaze birokratske značajke (Giddens, 1997.). To je i danas središnji koncept, za dobro i/ili za zlo, u teoriji organizacija. Međutim, birokracija je nezaobilazan pojam, kako u zajedničkom jeziku, tako i u organizacijskoj analizi, čak i u kritičkom smislu (Ang, 2016). Birokracija je općenito povezana s vrlo negativnim značajkama organizacija, poput kašnjenja u radu, djelovanja usredotočenih na neprozirne standarde, pretjeranih zahtjeva za dokumentacijom ili čak bezbroj poteškoća u ispunjavanju zahtjeva korisnika ili kupaca (Godoi, Silva i Cardoso, 2017.).

Za Webera: "Birokratska uprava znači dominaciju snagom spoznaje: to je njezin temeljni karakter, posebno racionalan" (Cruz, 1995: 689). Birokracija koju je predstavio Weber idealnog je tipa, u smislu da je to shema sastavljena od teoretiziranih značajki s kojima se stvarnost može usporediti. Birokratska racionalnost u organizacijama, kao model funkcioniranja organizacija u kapitalističkim društvima, ima određene karakteristike. Iz analize Weberova rada, Ferreira (1996.) predstavlja sljedeću definiciju birokracije za Maxa Webera: Birokracija je najtipičniji primjer pravne dominacije. Temelji se na sljedećim načelima (Aron, 1994: 550):

- Postojanje definiranih usluga, a time i nadležnosti strogo određenih zakonima ili propisima, na način da su funkcije jasno podijeljene i raspodijeljene, kao i ovlasti odlučivanja potrebne za ispunjenje odgovarajućih zadataka;
- Zaštita zaposlenika u izvršavanju njihovih funkcija, na temelju statuta. Općenito, oni koji postanu državni službenici to rade doživotno, tako da služba države postaje glavno zanimanje, a ne sekundarno zanimanje;
- Hijerarhija funkcija, što znači da je upravni sistem jako strukturiran u podređenim službama i rukovodećim položajima, s mogućnošću žalbe s niže instance na višu instancu;

- Zapošljavanje se vrši putem natječaja, ispita ili diploma, što zahtijeva da kandidati imaju specijaliziranu obuku. Općenito, zaposlenik se imenuje (rijetko bira) na temelju slobodnog odabira i ugovorne obaveze;
- Plaća zaposlenika u obliku fiksne plaće i mirovine kada napusti državnu službu. Plaće se rangiraju prema unutarnjoj hijerarhiji uprave i važnosti odgovornosti;
- Pravo vlasti da kontrolira rad svojih podređenih, moguće osnivanjem disciplinskog povjerenstva;
- Mogućnost napredovanja zaposlenika na temelju objektivnih kriterija, a ne prema nahođenju tijela;
- Potpuno razdvajanje funkcije i pojedinca koji je obavlja, budući da niti jedan zaposlenik ne može biti vlasnik svog radnog mjesta ili sredstava uprave.

Max Weber predlaže koncept birokracije u kontekstu u kojem smatra da je racionalizacija društva neizbježna, uzrokujući sve veću bezličnost u društvenom odnosu, razočaranje svijeta. Ukratko, birokracija je „fenomen afirmacije racionalizacije svijeta“ (Paiva, 2014: 439.). Racionalizacija je potaknula projekt modernosti omogućujući primjenu općih načela razuma na ponašanje ljudi, potičući sposobnost reagiranja na nestabilna okruženja i upravljanja inherentnom složenošću.

2.2 Holokaust – smrt kao završni proizvod

Weber je pisao o željeznom kavezu racionalizacije i birokratizacije početkom 1900 -ih. Zygmunt Bauman (2000) tvrdi da su se Weberovi najstrašnji strahovi u vezi s tim procesima ostvarili u nacističkom holokaustu, koji je započeo nekoliko desetljeća nakon njegove smrti 1920. Bauman (2000) tvrdi da “holokaust može poslužiti kao paradigma moderne birokratske racionalnosti.” Kao i birokracija, holokaust je bio osebujan proizvod zapadne civilizacije. Bauman (2000) zapravo tvrdi da holokaust nije bila aberacija, već „u skladu sa svime što znamo o našoj civilizaciji, njezinom duhu vodilji, njezinim prioritetima, imanentnoj viziji svijeta.“ To jest, holokaust je zahtijevao racionalnost moderni svijet. To se nije moglo dogoditi u predmodernim, manje racionaliziranim društvima. Zapravo, pogromi koji su se dogodili u predmodernim društvima bili su previše neučinkoviti da bi dopustili sistemsko ubijanje miliona ljudi ubijenih u holokaustu.

Holokaust je imao sve osnovne karakteristike racionalizacije (i McDonaldizacije). Bio je to učinkovit mehanizam za uništavanje ogromnog broja ljudskih bića. Mnogi su Židovi saradivali jer

se činilo "Racionalne" stvari (mogli bi spasiti druge ili sebe) u tako racionaliziranom sistemu. Holokaust je uključivao nastojanja da masovna ubojstva postanu rutina. Cijeli proces imao je kvalitetu pokretne trake. Vlakovi su se provukli prema koncentracijskim logorima, žrtve su se poredale i slijedile niz koraka. Nakon što je proces dovršen, radnici u logoru proizveli su hrpe mrtvih tijela za sistemsko odlaganje. Nepotrebno je reći da je holokaust predstavljao vrhunac iracionalnosti racionalnosti.

Nadalje, da bi se ubojstva uopće dogodila, žrtve su morale biti dehumanizirane, odnosno "svedene na niz kvantitativnih mjera" (Bauman, 2000). Bauman (2000) zaključuje: "Njemačka birokratska mašinerija stavljena je u službu cilja neshvatljivog u svojoj racionalnosti". Rasprava o Holokaustu u kontekstu McDonaldizacije može se nekim činiti ekstremnom. Jasno je da se o restoranu brze hrane ne može raspravljati u istom dahu kao o holokaustu. U historiji čovječanstva nije bilo više gnusnog zločina. Ipak, postoje jaki razlozi za predstavljanje holokausta kao preteče McDonaldizacije. Prvo, holokaust je bio organiziran oko načela formalne racionalnosti, uvelike se oslanjajući na paradigmu te vrste racionalnosti - birokraciju. Drugo, holokaust je također bio povezan s tvorničkim sistemom, za koji ćemo uskoro otkriti da je povezan s drugim pretečama McDonaldizacije. Konačno, širenje formalne racionalnosti danas, kroz proces McDonaldizacije, podržava Baumanovo stajalište da bi se nešto poput holokausta moglo ponoviti.

2.3 Naučno upravljanje – pronalaženje najboljeg načina

Manje dramatičan, ali ništa manje važan prethodnik McDonaldizacije bio je razvoj naučnog menadžmenta ili naučnog upravljanja. Zapravo, Weber je ponekad spominjao naučni menadžment u raspravi o procesu racionalizacije. Naučni menadžment stvorio je Frederick W. Taylor (1911) krajem devetnaestog i početkom dvadesetog stoljeća. Njegove ideje imale su ključnu ulogu u oblikovanju radnog svijeta tokom dvadesetog stoljeća. Taylor je razvio niz načela osmišljenih za racionalizaciju rada, a brojne su ga organizacije angažirale za provedbu tih ideja, uglavnom u njihove tvornice. Taylor (1911) je bio oživljen uvjerenjem da Sjedinjene Države pate od "neučinkovitosti u gotovo svim njihovim svakodnevnim radnjama" i da postoji potreba za "većom nacionalnom učinkovitošću"; njegovi su sljedbenici postali poznati kao "stručnjaci za učinkovitost". Njegove studije o "vremenu i kretanju" osmišljene su tako da zamijene ono što je Taylor nazvao neučinkovitim metodama "vladavine palca" koje su dominirale poslom u njegovo

doba onim što je smatrao "jednim najboljim načinom"-to je optimalno sredstvo do kraja obavljanja posla. Taylor je opisao niz koraka koje treba slijediti u studijama vremena i kretanja (1911):

- Pronađite određeni broj radnika, po mogućnosti u različitim radnim okruženjima, koji su posebno vješti u dotičnom poslu.
- Pažljivo proučite elementarne pokrete (kao i alate i alate) koje ti ljudi koriste u svom poslu.
- Pažljivo odmjerite svaki od ovih elementarnih koraka (ovo je bio jedan od načina na koji je Taylor naglasio izračunljivost) s ciljem otkrivanja najučinkovitijeg načina ostvarivanja svakog koraka.
- Učinite rad učinkovitim uklanjanjem neučinkovitih koraka, kao što su „svi lažni pokreti, spori pokreti i beskorisni pokreti“.
- Konačno, nakon što su svi nepotrebni pokreti uklonjeni, kombinirajte najučinkovitije pokrete (i alate) kako biste stvorili „jedan najbolji način“ obavljanja posla.

Znanstveni menadžment također je stavio veliki naglasak na predvidljivost. Jasno je da je Taylor, ocrtavajući jedan najbolji način obavljanja posla, tražio pristup koji bi svaki radnik mogao koristiti. Taylor je također vjerovao da dopuštanje radnicima da sami biraju alate i metode obavljanja posla dovodi do niske produktivnosti i loše kvalitete. Umjesto toga, tražio je potpunu standardizaciju alata i radnih procesa. Zapravo, smatrao je da su loši standardi bolji nego nikakvi jer su uzrokovali barem neko poboljšanje produktivnosti i kvalitete (Boxill, 1993). Iako se ovih dana malo čuje o Taylor, stručnjacima za učinkovitost i studijama vremena i kretanja, njihov se utjecaj snažno osjeća u McDonaldiziranom društvu. Na primjer, lanci hamburgera nastoje otkriti i primijeniti "jedan najbolji način" za pečenje hamburgera, kuhanje pomfrita, pripremu shakeova, preradu kupaca i ostalo. Najučinkovitiji načini rješavanja različitih zadataka kodificirani su u priručnicima za obuku i poučeni menadžerima koji ih, s druge strane, poučavaju novim zaposlenicima. Dizajn restorana brze hrane i njegove različite tehnologije postavljene su kako bi pomogle u postizanju najučinkovitijih sredstava za prehranu velikog broja ljudi. Ovdje McDonald's nije izmislio te ideje, već ih je spojio s načelima birokracije i pokretne trake, doprinoseći tako stvaranju McDonaldizacije.

2.4 Pokretna traka – proizvodnja radnika robota

Kao i moderna birokracija i naučno upravljanje, pokretna traka se pojavila početkom dvadesetog stoljeća. Prvi put je upotrijebljena u birokratiziranoj automobilskoj industriji, oblikovana utjecajem naučnog upravljanja (Boxill, 1993). Izumiteljska zasluga pripisuje se Henryju Fordu. Pokretna traka kao i birokracija, fast-food restorani, pa čak i holokaust oslikava elemente formalne racionalnosti. Prije svega ona je učinkovita. Daleko je učinkovitiji veliki broj visokospecijaliziranih ali nekvalificiranih radnika koji sastavljaju automobil na pokretnoj traci, nego skupina kvalificiranih radnika koje bismo zatvorili u jednu prostoriju da sastave auto. Pokretna traka omogućuje kvantifikaciju mnogih elemenata proizvodnog procesa i maksimira broj proizvedenih automobila (Ritzer, 1999: 45).

Na temelju tog iskustva i znanja o automobilskom poslovanju, Ford je razvio skup načela za izgradnju trake za proizvodnju automobila, načela koja do danas stoje kao modeli učinkovitosti (Wood i Ford, 2003):

- Radnici ne smiju poduzimati nikakve nepotrebne korake; kretanja povezana s radom svedena su na apsolutni minimum.
- Dijelovi potrebni u procesu montaže moraju prijeći najmanju moguću udaljenost.
- Za premještanje automobila (i dijelova) iz jednog koraka u drugi postupak sastavljanja moraju se koristiti mehanička (a ne ljudska) sredstva. (U početku se koristila gravitacija, ali su kasnije korištene električne transportne trake.)
- Složeni skupovi pokreta eliminirani su, a radnik čini "što je moguće bliže samo jednu stvar s jednim pokretom."

Pokretna traka je također nehumana tehnologija koja provodi kontrolu nad radnicima. Ako bi radnik pogriješio njegova bi greška bila odmah vidljiva jer bi se trakom počeo kretati automobil bez poklopca na osovini točka. Također i ograničeno vrijeme ne dozvoljava nikakve inovacije. Ovakav način proizvodnje ograničava izražavanje ljudskih sposobnosti i vještina, što radnike pretvara u robote. Ovakav sistem imao je dubok uticaj na razvoj fast-food restorana. Najočitiiji primjer je pokretna traka za pečenje u *Burger Kingu* a i činjenica da se većina poslova obavlja kao na pokretnoj traci. Automobilska pokretna traka je na još jedan način pripremila plodno tlo mekdonaldizaciji. Masovna proizvodnja jeftinih automobila mnogim ljudima je pružila priliku

posjedovanja istog, što je dovelo do brzog širenja autoputeva i turističkih djelatnosti uzduž cesta. Nicali su restorani, hoteli, kampovi, niz mnogih trgovačkih i uslužnih lanaca koji utemeljuju mekdonaldizirano društvo.

2.5 Levittown: izgradnja kuća

Dostupnost automobila pomogla je ne samo u restoranima brze hrane, već i u predgrađu, osobito u prigradskim kućama masovne proizvodnje koje je osnovao Levitt & Sons, a osnovao ih je Abraham Levitt. Između 1947. i 1951. godine ova je tvrtka izgradila 17.447 kuća na bivšim poljima krumpira u New Yorku, stvarajući tako Levittown na Long Islandu i trenutnu zajednicu od 75.000 ljudi (Boxill, 1993: 35). Levittowns je pružio model za bezbroj savremenih prigradskih naselja. Sa svojom potrebom i pristupom automobilima, stanovnici prigradskih naselja bili su, i jesu, prirodna izborna jedinica za restoran brze hrane. Mjesto stanovanja kao i rad su racionalizirani. U području zgrade i oko nje, Levitti su izgradili skladišta, trgovine drvoprerađivačkim radovima, vodovodne instalacije i tvornicu pijeska, šljunka i cementa. Stoga su, umjesto da kupuju ove usluge i njihove rezultirajuće proizvode od drugih, a zatim ih isporučuju na gradilište, Levitti proizvode i usluge kontrolirali na licu mjesta (Boxill, 1993: 35-36). Gdje je bilo moguće, Levitti su koristili i montažne proizvode. Međutim, smatrali su da je proizvodnja potpuno montažne kuće manje učinkovita od izrade djelomično montažne.

Naglasak na kvantitativnim činiocima nadišao je fizičku konstrukciju kuće. Oglasi za kuće u Levittownu naglašavali su "veličinu i vrijednost kuće". Drugim riječima, Levittown je, poput svojih mnogih nasljednika u maršu ka povećanoj racionalizaciji, pokušao uvjeriti potrošače da za najmanji novac dobivaju najviše. Ova načela, nekad korištena isključivo u jeftinim kućama, sada su primijenjena i na skupe domove. "McMansions" su sve češće tek nešto više od ogromnih i luksuzno opremljenih tvornički izrađenih, modularnih domova (Boxill, 1993: 37).

2.6 Raširenost trgovačkih centara

Druga komponenta racionaliziranog društva čiji je razvoj potaknut porastom automobila i prigradskih stambenih objekata bio je potpuno zatvoreni trgovački centar. Ovo je postalo globalni

fenomen, primjer za to je Wuhan Plaza u provinciji Hubei, Kina, koja opslužuje oko 1 milion kupaca dnevno (Boxill, 1993: 38).

Trgovački centri i lanci McDonaldizacij lijepo se nadopunjuju. Tržni centri pružaju predvidljivo, ujednačeno i isplativo mjesto za takve lance. Istodobni proizvodi iz doba brzog razvoja automobila, trgovački centri i lanci prehrane povezuju se jedni drugima, čime se potiče McDonaldizacija. William Kowinski (1985) tvrdi da je trgovački centar „bio vrhunac svih američkih snova, ispunjenje, model poslijeratnog raja.” Danas u Americi postoje desetine hiljada *mallova*, a mjesečno ih posjeti na stotine miliona kupaca. Usklađeni tempo ubrzanog automobilskog doba, trgovačkog centra i lanaca uslužnih djelatnosti omogućava im međusobno pothranjivanje i, samim tim, unapređivanje mekdonaldizacije. Ono što je ironično jeste da su trgovački centri postali nekom vrstom mjesne zajednice ili lokalnog kluba, kako za mlade tako i za starije. Ljudi se tamo sastaju kako bi se družili, a roditelji dovode djecu kako bi se tu “igrala”, pa zbog toga u trgovačkim centrima niču igraonice, besplatne video igraonice i kino dvorane (Ritzer, 1999: 50).

2.7 McDonald's - stvaranje “fast-food tvornice “

Ray Kroc je bio osnivač McDonald'sovog carstva, te se njemu pripisuje razvoj McDonald'sovih racionalnih načela. Međutim prvi osnivači McDonald'sa bili su braća Mak i Dik McDonalds. Svoj prvi restoran otvorili su 1937. godine u kalifornijskom gradu Pasadena (Boxill, 1993: 38). Restoran je funkcionisao na načelima brze usluge, niskih cijena i velike količine hrane. Mušterijama su ponudili ograničen jelovnik i umjesto lične usluge i tradicionalnog načina kuhanja uspostavili su proceduru pokretne trake kako u pripremi tako i u posluživanju jela. Svaki radnik je morao poštovati propisana pravila rada pa čak i onoga šta treba da govori. Na taj način je pokrenut razvoj racionalizirane “fast-food tvornice”.

Kada je Ray Kroc prvi put posjetio McDonal's tada je bio samo jedan u nizu fast-foodova. Braća McDonald nisu imali većih ambicija za proširivanje novih podružnica kao što je imao Ray Kroc, koji je postao McDonald'sov zastupnik i počeo graditi carstvo, čime je pružio pokretačku snagu mekdonaldizaciji. U ovaj posao nije unio mnogo novina. Preuzeo je proizvode i tehnike braće McDonald te ih kombinirao sa načelima drugih restoranskih lanaca, birokracija, pokretne trake i naučnog upravljanja. Njegova genijalnost ogledala se u spajanju svih tih zamisli i tehnika u posebnu cjelinu fast-food restorana čime je razvio međunarodni posao (Boxill, 1993: 38-39).

McDonald's i mekdonaldizacija dakle, ne predstavljaju nikakvu inovaciju, već izraz vrhunaca nekoliko različitih procesa racionalizacije koji su se odvijali tokom dvadesetog stoljeća (Ritzer, 1999: 52). Uprkos usvajanju mnogih načela svojih preteča, fast-food restorani predstavljaju kvantni skok u procesu racionalizacije.

3. OSNOVNE POSTAVKE RITZEROVOG KONCEPTA MEKDONALDIZACIJE

3.1 Nastanak, razvoj i pojam koncepta mekdonaldizacije

Način na koji se ljudi sami opskrbljuju uvijek će biti središnji aspekt svakodnevnog života samim tim i izvor metafora za društvo i prirodu u cjelosti. Stoga ne čudi što su tokom američke historije određene tvrtke ili industrije funkcionirale kao ikone za prevladavajući način života i ponašanja, čak i ako su izravno predstavljale samo mali dio stvarnosti i sadašnjosti. Kauboj je upečatljiv primjer toga, dok je ovo zanimanje obuhvatalo samo mali postotak stanovništva, kauboj je označavao kulturni etos na epskoj ljestvici (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011: 363). Kasnije će montažna traka Henryja Forda predstavljati racionalizirani rad u kulturi u kojoj su nauka, racionalnost i centralno kontrolirane velike organizacije obilježile nastajući dominantni način života (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011: 366). Ritzerova teza o McDonaldizaciji (1983) detaljno ilustrira ovaj visoko naučno-racionalni duh modernog društva. U "*McDonaldization of Society*", Ritzer (1983) je tvrdio da je McDonald's sa svojom ujednačenošću, učinkovitošću, proračunatošću i kontrolom prikladan sinonim za snage moderne kapitalističke globalizacije. Što je još kritičnije, Ritzer je smatrao McDonald'ovu kontrolu ukusa, izgleda hrane, interakcije zaposlenika i kupaca, ljubaznost, naglasak na velikoj količini po niskoj cijeni u odnosu na kvalitet i kreativnost kao bitne simbole za previše racionaliziranu i homogeniziranu kulturu.

Dakle, McDonaldizacija nije priča samo o McDonald'su *per se*, već je veća historijska i društvena alegorija. Historijske sile stvaraju uvjete u kojima određena vrsta organizacijske strukture postaje popularna. McDonald's je pionirski i kulturni primjer specifične vrste organizacijske strukture, koja je pak povezana s posebnim društvenim i ekonomskim trendovima koji su je doveli do nastanka (Arnould i Thompson, 2005). *McDonaldization* je Ritzerov izraz za proces u kojem druge organizacije usvajaju sličnu strukturu kao odgovor na slične ekonomske i društvene sile. Od 1983. godine, Ritzerova teza o "McDonaldizaciji" postala je široko utjecajna i o njoj se raspravljalo - o

čemu svjedoči nedavno Google pretraživanje koje je donijelo preko 337.000 pregleda za ovaj pojam.

U akademskim krugovima teza o McDonaldizaciji bila je najutjecajnije u sociologiji, gdje je postala popularna leća za promatranje globalizacije (Falk 1999). Teza o McDonaldizaciji također je dobila određenu pozornost u istraživanju i marketingu potrošača (Holbrook 1999; Holt 2002; Thompson i Arsel 2004).

3.2 Dimenzije mekdonaldizacije

Jedenje brze hrane u McDonald'su zasigurno je postalo "znak" da se, među ostalim, usklađuje sa savremenim načinom života. Postoji i neka vrsta magije ili čarolije povezane s takvom hranom i njezinim postavkama. Međutim, ono na što će se ovdje fokusirati su četiri primamljive dimenzije koje leže u središtu uspjeha ovog modela i, općenitije, McDonaldizacije. Ukratko, McDonald's je uspio jer potrošačima, radnicima i menadžerima nudi učinkovitost, proračunljivost, predvidljivost i kontrolu.

- Učinkovitost - Jedan važan element uspjeha McDonald'sa je učinkovitost ili optimalna metoda prelaska s jedne tačke na drugu (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011). U društvu u kojem će vjerojatno raditi oba roditelja ili u kojem se samohrani roditelj bori za svakodnevnim poteškoćama, jednostavna i brza prehrana je ovim olakšana. U društvu u kojem ljudi jure s jednog mjesta na drugo, obično automobilom, učinkovitosti obroka brze hrane, možda čak i obroka u vožnji, često se ne može odoljeti. Model brze hrane nudi ili se barem čini da nudi učinkovitu metodu za zadovoljavanje mnogih drugih potreba. Druge institucije izrađene po McDonald'sovom modelu nude sličnu učinkovitost u gubitku težine, podmazivanju automobila, nabavci novih naočala ili kontakata ili popunjavanju obrazaca za porez na dohodak (Alfino, Caputo i Wynyard, 1998). Poput svojih kupaca, radnici u McDonaldiziranim sistemima djeluju učinkovito slijedeći korake u unaprijed osmišljenom procesu. Za rad na ovaj način obučeni su menadžeri, koji ih pomno nadziru kako bi bili sigurni da to rade. Organizacijska pravila i propisi također pomažu osigurati visoko učinkovit rad (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011).
- Proračunljivost – Ovdje se stavlja naglasak na kvantitativnim aspektima prodanih proizvoda (veličina porcije, cijena) i ponuđenim uslugama (vrijeme potrebno za dobivanje

proizvoda) (Smart, 1998). U McDonaldiziranim sistemima količina je postala ekvivalentna kvaliteti; puno nečega ili brza isporuka znači da mora biti dobro. Najnoviji mamci su "udvostruči" (na primjer, "Dvostruki hljeb sa sirom" Burger Kinga) i "trostruko zadovoljstvo". Ljudi mogu kvantificirati te stvari i osjećati da dobivaju mnogo hrane za ono što se čini kao nominalna svota novca. Ovaj izračun ne uzima u obzir važnu tačku: Visoka zarada lanaca brze hrane ukazuje na to da vlasnici, a ne potrošači, postižu najbolju ponudu. Ljudi također nastoje izračunati koliko će vremena trebati da se odvezu do McDonald'sa, posluže hranu, pojedu je i vrate se kući; zatim uspoređuju taj interval s vremenom potrebnim za pripremu hrane kod kuće. Često zaključuju, s pravom ili pogrešno, da će putovanje u restoran brze hrane oduzeti manje vremena od jela kod kuće. Radnici u McDonaldiziranim sistemima također nastoje naglasiti kvantitativne, a ne kvalitativne aspekte svog rada. Budući da je dopušteno da se kvaliteta rada malo razlikuje, radnici se usredotočuju na stvari kao što su brzina izvršenja zadataka. U situaciji analognoj situaciji u kojoj se nalazi kupac, od radnika se očekuje da će obaviti mnogo posla, vrlo brzo, uz niske plaće (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011).

- *Predvidljivost* - McDonald's također nudi predvidljivost, jamstvo da će proizvodi i usluge s vremenom biti isti na svim mjestima. Kupci se jako tješe znajući da McDonald's ne nudi iznenađenja. Uspjeh McDonald'sovog modela sugerira da su mnogi ljudi više voljeli svijet u kojem ima malo iznenađenja. Radnici u McDonaldiziranim sistemima također se ponašaju na predvidljiv način (Ritzer, 1983). Oni slijede korporativna pravila, kao i upute svojih menadžera. U mnogim slučajevima, ono što rade, pa čak i ono što govore, vrlo je predvidljivo. McDonaldizirane organizacije često imaju skripte koje bi zaposlenici trebali zapamtiti i slijediti kad god se za to pojavi prilika. Ovo skriptirano ponašanje pomaže u stvaranju vrlo predvidljivih interakcija između radnika i kupaca. McDonald's je bio pionir u rutinizaciji interaktivnih usluga i ostaje primjer ekstremne standardizacije (Ahuvia i Izberk-Bilgin, 2011).
- *Kontrola* - Četvrti element uspjeha McDonald'sa, kontrola, vrši se nad ljudima koji ulaze u svijet McDonald'sa. Linije, ograničeni jelovnici, nekoliko mogućnosti i neudobna sjedala dovode goste da rade ono što im uprava želi - brzo pojedu i odu. Ljudi koji rade u McDonaldiziranim organizacijama također su pod visokim nadzorom, obično otvorenije i izravnije od kupaca. Obučeni su da rade ograničen broj stvari upravo na način na koji im

se to kaže. Korištene tehnologije i način na koji je organsko djelovanje postavljeno pojačavaju ovu kontrolu. Rukovoditelji i inspektori brinu se da radnici drže red. McDonald's također kontrolira zaposlenike prijeteći korištenjem tehnologije za zamjenu ljudskih radnika. Tehnologija koja povećava kontrolu nad radnicima pomaže McDonaldiziranim sistemima uvjeriti kupce da će njihovi proizvodi i usluge biti dosljedni (Alfino, Caputo i Wynyard, 1998).

3.3 Mcdonaldizacija društva

Osnovna ideja McDonaldizacije je da se sve veći broj organizacija danas vodi poput restorana brze hrane. Organizacijski principi restorana brze hrane imali su uticaj i na naše društvo, pa je Ritzer (2004, 2011) ovaj razvoj označio kao McDonaldizaciju društva. Ova teza o McDonaldizaciji predstavlja prikaz razvoja menadžmenta i organizacija u posljednjim desetljećima, kritizirajući nuspojave tekuće ekonomske racionalizacije proizvodnje i potrošnje i otuđujuće učinke koje to ima na društvo u cjelini. McDonaldizirane organizacije usredotočene su na četiri elementa u svojim proizvodnim procesima: učinkovitost, proračunljivost, predvidljivost i neljudska kontrola nad ljudima. Ova četiri elementa zajedno proizvode oblik racionalnosti koji zbog svojih nuspojava postaje iracionalan. Ritzer (2004, 2011) ovaj fenomen naziva iracionalnošću racionalnosti. Ovo je peta dimenzija McDonaldizacije.

McDonaldizacija ima svoje historijske korijene u Weberovoj birokraciji i "željeznom kavezu racionalnosti" koji je pratio ovu birokratsku metodu organiziranja. Pojam birokracije slijedio je Taylorov naučni menadžment, u kojem su organizacije imale za cilj pronaći najbolji način proizvodnje, što je dovelo do montažne trake, koja je "pretvarala radnike u robote" (Ritzer, 2011: 31). U posljednjih 30 godina te su birokracije i tvornice pretvorene u tvornice brze hrane. Upravljanje tim objektima temelji se na organizaciji restorana brze hrane. Ovaj proces McDonaldizacije dao je pozitivne rezultate. Ritzer, primjerice, spominje dostupnost šireg raspona roba i usluga većem segmentu stanovništva nego ikad prije. Ljudi mogu brže i sa više praktičnosti stjecati ono što žele, proizvodi i usluge su ujednačene kvalitete, ljudi se tretiraju na sličan način, a najpopularniji proizvodi jedne kulture mogu se mnogo lakše širiti drugim kulturama (Ritzer, 2011). McDonaldizacija je neizbježan razvoj, ali ima i negativne učinke na koje se trebaju pozabaviti organizacije i društva.

3.4 Iracionalizacija racionalnosti

Ritzer tvrdi da uzete zajedno organizacijske karakteristike učinkovitosti, proračunljivosti, predvidljivosti i kontrole proizvode niz negativnih društvenih posljedica, koje naziva iracionalnošću racionalnosti. Eksternalije su primarni mehanizam koji povezuje povećanu McDonaldizaciju s tim društvenim bolestima. McDonaldizacija koristi kontrolu za povećanje učinkovitosti s kojom izmjereni (tj. izračunati) inputi (npr. Uloženi novac, sirovi sastojci, radni sati itd.) daju predvidljivo prodajne rezultate. Sve što nije izravno povezano s profitabilnošću ne mjeri se. Osim toga, sve što se ne mjeri izvan je izračunavanja učinkovitosti, pa se stoga ne računa u smislu donošenja odluka. Ti se nemjereni, pa stoga i vanjski činioci nazivaju vanjskim činocima i često snose najveći teret povećanja učinkovitosti (Ritzer, 2011). Tako, na primjer, sve predvidljiviji proizvodi i mala linija proizvoda povećavaju učinkovitost poslovanja, ali i proizvode manje raznolik i homogeniju kulturu.

Među mnogim štetnim posljedicama McDonaldizacije Ritzer navodi homogenizaciju kultura, dehumanizaciju i potencijalne opasnosti koje racionalizacija predstavlja za okoliš i zdravlje ljudi (Ritzer, 2011). Međutim, čini se da su najistaknutiji od ovih troškova problemi koje potrošači i okolina moraju snositi zbog organizacijske učinkovitosti. Na primjer, povećani prometni zastoji u gradskim područjima i veća potrošnja goriva samo su neki od eksternaliziranih troškova povezanih sa sistemima pravovremenosti koji omogućuju značajne uštede u zalihama, upravljanju i proizvodnji. Istraživanja pokazuju da iako neke organizacije interno imaju koristi od učinkovitog upravljanja zalihama, troškovi zaštite okoliša eksternaliziraju se ili se prenose na društvo jer: tehnike u pravo vrijeme, poput manjih, ali češćih isporuka, povećavaju broj potrebnih vozila, nedovoljno koriste te vozila i (zbog centralizacije skladišta) rezultiraju dužim putovanjima kamiona, dodatnim zagušenjima i zagađenjem, kao i dodatnim ambalažnim materijalom koji se također mora odložiti. (Zhu i Sarkis, 2004: 271).

3.5 Prednosti i mane mekdonaldizacije

Prednosti koje bi se mogle vidjeti u McDonaldizaciji u današnjem savremenom društvu su to koliko brzo zadatak može biti obavljen, tako da kupci dobiju hranu kakvu predviđaju i prelaze na sljedeći zadatak koji imaju za svoj užurbani svakodnevni život. Nadalje, radi postizanja predvidljivosti, racionalizirano društvo naglašava disciplinu, red, rutinu i dosljednost. Što zauzvat nudi kontrolu

nad situacijom ili ljudima (Love, 1986: 96). Na tržištu je daleko veći broj usluga i roba nego ranije. Njihova dostupnost sada puno manje ovisi o geografskoj lokaciji i vremenu a na raspolaganju je veći izbor usluga nego ranije i možemo ih dobiti gotovo odmah. Roba i usluge različitih vrsta izjednačavaju se u kvaliteti, što znači da barem neki ljudi dobivaju bolju robu i usluge nego što su ih dobivali prije mekdonaldizacije. Potrošačima je, uslijed kvantifikacije, lakše uporediti konkurentne proizvoda, a za razliku od prije, danas možemo neke poslove obavljati u bilo koje doba dana ili noći npr. podići novac sa bankovnog računa (Alfino, Caputo i Wynyard, 1998: 102).

U skladu s izvanrednom prodajom Ritzerove McDonaldizacije društva, teza o McDonaldizaciji bila je predmet naučne kritike iz različitih područja poput menadžmenta, filozofije, sociologije, komunikacija i političkih nauka (Alfino, Caputo i Wynyard, 1998). Na teorijskim osnovama kritike osporavaju analitičku vrijednost shvaćanja da McDonaldizacija pruža napredno razumijevanje racionalnosti u savremenom životu (Weinstein i Weinstein 1999), metodološko oslanjanje teorije na novinsku sociologiju (Kellner 1999) i Ritzerov konceptualni zaostatak u njegovoj zamjenjivosti korištenje „McDonald's-a posla brze hrane” s „McDonaldizacijom“ kao složenim ekonomskim procesom (Smart, 1999: 17). Ovu teorijsku kritiku nadopunjuje sve veći broj empirijskih studija iz marketinga, antropologije i sociologije koje ukazuju na to da se, suprotno Ritzerovoj tvrdnji o homogenizaciji, McDonald's široko i raznoliko tumači u svim kulturama i društveno-ekonomskim klasama (Turner, 2003).

4. KONZUMERIZAM U KONKTEKSTU MEKDONALDIZACIJE

4.1 Pojam i razvoj konzumerizma

Pojam se konzumerizma javlja još 1776. godine kada teoretičar engleske političke ekonomije A. Smith iznosi da se radi o jedinome cilju i svrsi proizvodnje (Duda, 2005:21). Bivanje potrošačem nije više opcija, već nužna aktivnost i identitet onih koji žive u eri zreloga potrošačkog kapitalizma. Nepostojanje radova o pitanjima vezanim za potrošnju, pitanjima koja bi bila zanimljiva mnogim čitateljima koji provode mnogo više vremena u trgovačkim centrima nego u tvornicama jedan je od razloga što su sociolozi imali tako mali uticaj u javnosti. Činjenica je da mekdonaldizacija često dovodi do posljedica koje su upravo suprotne onome što se namjerava, npr. cilj učinkovitosti često dovodi do različitih neučinkovitosti (Ritzer, 2001).

Privredni rast, prema Sklairu (1991 prema Čolić, 2013: 14) predstavlja samu srž kapitalizma i znači povećanu potrošnju. Međutim, upitna je neprestana potrošnja, tj. potrošačka kultura koja podržava smisao života u stvarima. Danas su učestala mišljenja da je tzv. neoliberalni fundamentalizam doveo do nezasitne želje za dobit, neobuzdane težnje za sve većom potrošnjom, degradacije tradicionalnih vrijednosti solidarnosti, urušavanja kvalitete obrazovanja, zdravlja i socijalne sigurnosti, uništavanja okoliša i drugih, za društvo negativnih posljedica. Primjerice, pojmu konzumerizma imanentan je i „duh informacionalizma“ – poslovne mreže koje prate i nova tehnološka sredstva (Castells, 2000).

4.2 Konzumerizam- društveni fenomen kreiranja vlastitog identiteta te iracionalnog životnog stila

Temeljna ideologija neoliberalnog kapitalizma koja kao dominantnu ideju ističe kontinuirani te stalni rast jeste konzumerizam. Osim spomenutih težnji, konzumerizam obilježavaju i ostali segmenti poput izobličavanja tradicionalnih vrijednosti koje su postojeće u društvu, dehumanizaciju društva te zanemarivanje prirodnog bogastva. Konzumerizam kao značenje života uzrokovao je velike promjene u svakodnevnom životu unutar određene kulture. Najveći uticaj u čitavom sistemu imaju proizvođači i mediji koji omogućavaju postojeće stanje i sve veće zanimanje potrošača za proizvodima. Unatoč tome konzumerizam konstantno ističe slobodu i pravo pojedinca na tržištu, čini u potpunosti suprotno. Kupovanje proizvoda i potrošnja istih sada je dobilo novo značenje-izgradnja čovjekovog identiteta i realiziranje onog što osoba (ni) je. Dakle potrošnja odnosno konzumacija određenog proizvoda određuje čovjekov identitet, odnosno kada određena osoba uloži određena finansijska sredstva uloži u skupocjeni automobil ili odjeću poznate marke prepisat će sebi značajke tih predmeta.

Kako Bauman (2011, 76-77) sugerira, kretanje potrošačke mobilizacije na putanji od potreba preko žudnje do krajnjeg dostignutog stadija – želje – odvijalo se uz ciljana marketinška nastojanja da se uklone prepreke neumjerenoj i nezasitoj kupovini. Tako u slučaju potreba, onim izvedenim, na put staje krivica i društveno neodobravanje radi težnje za luksuzom. Izlaz iz ovog problema našao se u žudnji koja je uprkos svojim povremenim realizacijama ostajala neutažena i kao takva uspjela izgraditi opsesivni potrošački mentalitet. Međutim, zbog iziskivanih finansijskih odvajanja i truda za njeno konstantno pobuđivanje i usmjeravanje, odbačena je u korist “oslobađanja pustih fantazija” kao recepta koji daje bolje rezultate. Želja će “dovršiti oslobađanje načela ugone” i

ukloniti i posljednje preostale limitacije – tvrdi Bauman. Tako želja biva ključna riječ oko koje se oblikuje interes marketinških gurua s misijom da se potrošači navedu da kupuju preko svojih potreba vođeni ciljano pobuđenim porivima (Bauman, 2011: 75).

4.3 Pedagoške implikacije konzumerizma – pojmovna analiza

Zadaća pedagogije je aktualizirati te problematizirati konzumerizam kao savremeni životni stil koji ima veliki utjecaj na današnju djecu i mlade te njihove porodice. Nažalost, činjenica je da ima iznimno malo pedagoških istraživanja, a sama tema nije u dovoljnoj mjeri postala predmet interesa pedagoga. Porast provođenja slobodnog vremena po trgovačkim centrima, društvena stratifikacija djece na temelju posjedovanja najnovijih pametnih telefona, markirane odjeće i obuće narušava kvalitetan razvoj djetetova cjelovitog bića koji mora biti prioritet suvremene humanističke pedagogije.

Zapitajmo se šta je ustvari konzumerizam? Možemo ga analizirati s različitih aspekata, ekonomskog, političkog, sociološkog, i svaki će nam dati drukčiju definiciju. Neke od njih uopšte nisu povezane i često su oprečne jedna drugoj. Različite definicije od početka 1970-ih godina naročito počinju koristiti ekonomisti u Sjedinjenim Američkim Državama. Tako je prema njima konzumerizam (Swagler, 1994, 348-349):

- „koncept u kojem potrošač mora biti informiran od proizvođača o samom proizvodu. Jedan od načina je testiranje proizvoda uvijek dostupno javnosti;
- koncept prema kojemu je tržište potrošača samo odgovorno za osiguravanje socijalne pravde kroz poštenu ekonomsku praksu jer zakoni i regulative koji štite potrošača čine sve proizvode sigurnijim;
- konzumerizam je polje proučavanja, reguliranja ili interakcije potrošača sa slobodnim tržištem“
- zaštita prava potrošača“

Britanski sociolog Colin Campbell u svojem djelu *Elusive Consumption* definira konzumerizam kao „društveni fenomen koji se očituje u trenutku kada potrošnja postaje visoko na listi ljudskih prioriteta, ako ne i centralni prioritet ali i sama svrha ljudskog postojanja“ (Campbell, 2004: 1). On tako primjećuje da naše potrošačke navike sve više određuju kako razumijemo sami sebe te kako ulazimo u odnose s drugima, a u konačnici i kako vidimo i shvaćamo svoju ulogu i funkciju u

društvu i zajednici. Na tragu toga valja spomenuti značajan doprinos u razumijevanju odnosa između stvari koje posjedujemo i definiranja slike o sebi koju nam je dao veliki francuski filozof Jean-Paul Sartre. On je tako u svom kapitalnom djelu *Biće i ništavilo* zaključio da su „imati, raditi i biti ... kardinalne kategorije ljudske stvarnosti“ (Sartre, 1969: 431). Govori nam i da razlog zbog kojeg želimo imati stvari vidi u našoj težnji da produbimo vlastiti osjećaj o sebi. Drugim riječima želi nam reći da je jedini način da znamo ko smo ustvari taj da znamo što posjedujemo.

Možemo reći da je najdalje u kritici radikalnog hedonizma otišao Erich Fromm, koji jasno izražava zabrinutost za svijet u kojemu je postojanje zasnovano na posjedovanju. Stoga se Fromm nada da će društvo kojem zadovoljstvo predstavlja posjedovanje zamijeniti društvo u kojemu će zadovoljstvo pružati dijeljenje i žrtvovanje. Ljudi sve više postaju ovisnici o stvarima, "imati" postaje "biti", te stvari upravljaju ljudima. Posljednji oblik otuđenja jest otuđenje od samoga sebe. (Fromm, 1997).

5. KONCEPT MEKDONALDIZACIJE DRUŠTVA U PRAKSI I DANAS

5.1 Mekdonaldizacija savremenog društva

McDonald's restorani brze hrane zasigurno predstavljaju koristan primjer poznatog sociološkog fenomena koji se može analizirati kako bi se generirala općenitija i makrorazina razumijevanja današnjice. Nekoliko fenomena i institucija savremenog svijeta toliko su poznati i sveprisutni kao McDonald's sa svojim Big Macovima, Ronaldom McDonald'som, promotivnim vezama s popularnim filmovima i igračkama, dobrotvornim organizacijama i zasićenim oglašavanjem. Racionalizacija proizvodnje i potrošnje u McDonald'su bez premca je u savremenom dobu i služi kao model za ono što Ritzer naziva "McDonaldizacija društva" definirano povećanom učinkovitošću, proračunatošću, predvidljivošću i kontrolom zamjenom ljudske radne snage tehnologijom (Shelton, 199).

Ritzer daje prednost Weberovoj koncepciji racionalizacije kako bi teoretizirao fenomen McDonaldizacije koji vidi kao onaj "koji će dominirati u sve više sektora američkog društva kao i u ostatku svijeta" (1999: 1). Ritzer proširuje Weberovu analizu na mnoštvo fenomena, pokazujući da načela McDonaldizacije restrukturiraju veliki niz polja, od prehrambene, medijske, obrazovne i zdravstvene zaštite, obuhvaćajući temeljne životne procese od rođenja do smrti (1999: 161).

Prednost ove analize je svjetlo koje tako snažne perspektive bacaju na opću društvenu dinamiku i mapiranje makro struktura savremene društvene organizacije. Ograničenje analize je da perspektive inspirisane Weberom često stvaraju jednostranu i ograničenu optiku koju je potrebno nadopuniti, ispraviti i proširiti daljnjim kritičkim perspektivama.

Moguće je primijeniti Marx/Weberovu sintezu za teoretiziranje McDonaldizacije kao kombinaciju instrumentalne racionalizacije proizvodnje i potrošnje s održivim korporativnim pokušajem povećanja dobiti (Antonio i Gassman, 1984). Činjenica je da McDonaldizacija podjednako uključuje komodifikaciju i racionalizaciju, komodifikaciju proizvodnje hrane i racionalizaciju njene proizvodnje i potrošnje kako bi se povećala profitabilnost. Dok Ritzer primjenjuje McDonaldizacijski model na proizvodnju i potrošnju, on u velikoj mjeri naglašava potrošnju i time umanjuje načine na koje je McDonaldizaciju revolucionirao proizvodnju-unatoč nekim referencama na tajlorizam i fordizam (Ritzer, 1996: 24-27). Slično, iako naglašava ulogu profita u pokretanju McDonaldizacije (1996: 44), Ritzer bi mogao bolje kontekstualizirati fenomen u okviru restrukturiranja kapitalizma, s ciljem povećanja produktivnosti i dobiti kroz racionalizaciju proizvodnje i potrošnje. Jer osim što je dio procesa racionalizacije, McDonaldizacija je dio novog globalnog oblika tehnokapitalizma u kojem se svjetska tržišta racionaliziraju i reorganiziraju kako bi se povećala akumulacija kapitala (Cvetovich i Kellner, 1997).

Jednako tako, iako Ritzerova sociološka analiza osvjetljava ključne značajke McDonaldsovih lanaca brze hrane i primjenjivost njegovih načela na razne druge fenomene on zanemaruje kulturne dimenzije McDonald's fenomena, a posebno načine na koje korporacija mobilizira reklamne kampanje i promotivne alate za stvaranje doživljaja zabave, porodičnog zajedništva, same amerikanizacije koja je povezana s McDonald's doživljajem. McDonald's ne prodaje samo brzu hranu, već porodičnu avanturu zajedničkog objedovanja, međugeneracijskog povezivanja i zajedničkog iskustva, jer se njihove reklamne kampanje ponavljaju iznova i iznova na različite načine (Goldman, 1992).

5.2 Primjeri i uticaji mekdonaldizacije u modernim sferama društva

5.2.1 Mekdonaldizacija u zdravstvu

Bili mi toga svjesni ili ne, mekdonaldizacija je utjecala i promijenila zdravstveni sistem na različite načine. U prošlosti je zdravstvena skrb bila jednostavne prirode. Liječnici su poznavali sve njihove

pacijente i njihove porodice na osobnoj razini. Pregledi su bili normalni jer su liječnici bili zabrinuti zbog napretka pacijenata radi vlastitog mira. To više nije slučaj. McDonaldizacija je pronašla svoj put u zdravstvu udaljavajući se od korisnih aspekata zdravstvene zaštite. Kao prvo, faktor učinkovitosti doveo je do brojnih klinika, pacijenata koji su ispunjavali upitnike, šire upotrebe medicinskih asistenata, robotske hirurgije i kratkih posjeta liječnicima (All answers, 2018).

U današnjim društvima klinike često zapošljavaju jeftinije i kvalificirane liječnike kako bi smanjile vrijeme koje liječnici provode s pacijentima. Od prve interakcije pojedinca s recepcionarem pacijentima se obično daje upitnik u nadi da će smanjiti vrijeme potrebno za liječnika. Kako se McDonaldizacija probija dublje u zdravstvenu zaštitu, prepoznatljivo je da su medicinski pomoćnici počeli igrati veću ulogu u posjetima klijenata. Umjesto da liječnik pojedinačno provjerava krvni pritisak ili provodi druga medicinska ispitivanja, to je postala uloga medicinskog tehničara/sestre, ponovno u nadi da će pomoći skratiti vrijeme provedeno s liječnikom.

Drugi faktor McDonaldizacije je izračunljivost. U svjetlu zdravstvene zaštite, pacijenti nisu imuni na izračun jer je skrb koju dobivaju sve više funkcija troškova i financijskog povrata u sistem. Umjesto da se usredotoče na kvalitetu usluge koju primaju, pacijenti su svladani i usredotočeni na to koliko će usluga koštati. Mjera kvalitete, poput duljine boravka, obično zbunjuje količinu s kvalitetom.

Treće, predvidljivost je utjecala na zdravstvenu zaštitu na mnogo načina. Jednostavan posjet liječniku sada je postao formular (Hartzband i Groopman, 1999). Prilikom ulaska u kliniku, recepcionar će početi ispunjavanjem potrebne papire i obavijestiti liječnika o dolasku pacijenta. Medicinska sestra tada obično mjeri temperaturu, brzinu pulsa i krvni pritisak te bilježi njegove nalaze uz malo ljudske interakcije. Pacijent će obavijestiti liječnika o simptomima koje ima kako bi liječnik dijagnosticirao stanje i dao recept ili savjet koji je potreban. Svaki korak kroz koji pacijent prolazi dio je precizne smjernice. Kliničke smjernice su vrijedne, ali dovode do većeg pritiska na liječnike da tretiraju sve pacijente na isti način.

Predvidljivost je dovela do prekomjerne upotrebe kontrolnih popisa kako bi se ujednačila svačija posjeta. Jedinostvena dužina može rezultirati jednakom brigom, ali ne mora nužno odgovarati individualnim potrebama. Konačno, nehumani strojevi počinju se sve više uključivati u zdravstvenu zaštitu. Utječe na male aspekte, tako da ljekarne sada mogu dostavljati recepte

kupcima kući, slično kao što bi to radili strojevi. Tehnologija također utječe na velike aspekte zdravstvenog sistema jer su medicinski zapisi postali elektronski. Elektronska medicinska dokumentacija kontrolira interakcije između liječnika i pacijenata određujući koja se pitanja moraju postaviti i koji se zadaci moraju dovršiti (Hartzband i Groopman, 1999). Računarska prosudba zamjenjuje liječničku, zbog čega liječnik provodi mnogo više vremena s računarima nego s pacijentima. Zamjena tehnologije oduzima zadovoljstvo kupcima i može biti neučinkovita.

5.2.2 *McDonaldizacija obrazovnog sistema*

Poput drugih životnih aspekata, obrazovanje i visoko obrazovanje također nisu mogli ostati sigurni od McDonaldizacije. Prvo, utjecaj McDonaldizacije očit je u onome što se uči u školama i u širem smislu na fakultetima. Na primjer, jedna od najnovijih metoda poučavanja su komunikacijski pristupi, a tu je učitelj samo posrednik, a učenici središte učenja. U ovoj metodi učenici sjede u skupinama i raspravljaju; odgovorni su za vlastito učenje. Ova se metoda smatra metodom usmjerenom na studente (Margolis, 2004). Međutim, ovo podsjeća na preuzimanje vlastite narudžbe i kupovinu vlastitog stola u McDonald'su. Iako ovo ostaje pitanje, je li ova metoda zaista učinkovita ili je samo učinkovitija od postojećih i trenutno poznatih?

Drugi aspekt McDonaldizacije koji se uči studentima i od učenika se očekuje da ih slijede je način na koji učenici pišu odlomke ili eseje (Margolis, 2004). Učitelji govore učenicima da se u njihovom odlomku očekuje tematska rečenica, tri potporne ideje i zaključak, a to je jedini prihvatljiv način. Razlog tome je što svi čitatelji predviđaju da će rečenicu teme pronaći na početku, a završnu rečenicu na kraju odlomka. Je li to samo stil akademskog pisanja ili je to učinak predvidljivosti, koji podsjeća na pisanje McDonaldizacije?

Treća manifestacija McDonaldizacije u obrazovanju vidljiva je u standardiziranim testovima i njihovoj povezanosti s finansiranjem škola. Svi učenici trebaju učiti na temelju standardnog kurikulumu, a na kraju moraju biti odgovorni za ono što su učili ne putem internih testova, već vanjskih testova koji su isti za sve škole. Na temelju uspjeha učenika škole dobivaju sredstva (Margolis, 2004). Ovo je još jedna manifestacija odgovornosti i kontrole u McDonaldiziranoj školi.

Konačno, tehnologija igra ulogu u zadržavanju učenika (zadržavanje korisnika), učinkovitosti i kontroli. Uz pomoć tehnologije učenici će proći proces samoregulacije. Na primjer, mnogi satovi

stranih jezika koji bi se trebali sastajati pet puta sedmično sastaju se samo jednom ili dva puta u razredu s instruktorima, a ostatak tjedna učenici kroz samoregulaciju uz pomoć tehnologije rade svoje domaće zadatke na računalu i odmah ocijenite njihov napredak. Taj je proces manifestacija još jednog elementa McDonaldizacije u visokom obrazovanju, kontrole.

Još jedan aspekt na koji se potrebno osvrnuti jeste i e-učenje koje je danas jako zastupljeno pogotovo u kontekstu pandemije Covid-19. Carroll (2013) tvrdi da je e-učenje McDonaldizacija učenja. Stoga studenti sada imaju drugačiju ulogu u obrazovnom sistemu, tj. učenici ne otkrivaju, ne propituju niti traže znanje, već konzumiraju ono što je lako dostupno i zapakirano. Carroll je zabrinut zbog činjenice da je e-učenje iskustvo u izolaciji. Također, izražava zabrinutost zbog nepoznatih učinaka e-učenja na učenje i samu obrazovnu instituciju. Carroll izražava zabrinutost što se trenutne studije ne fokusiraju na "razumijevanje procesa učenja", već se više usredotočuju na korištenje tehnologiju (2013: 343). Sve što se opisuje, zabrinutost za Carrola su manifestacije McDonaldizacije obrazovanja.

Pristup internetu, kućni računari, svi e-gadgeti postali su uobičajeni kućanski predmeti. Stoga će imati smisla samo da se "obrazovanje" isporučuje na drugim mjestima osim "prodajnog mjesta", obrazovne ustanove. E-učenik očekuje da će mu biti dostupni određeni zahtjevi u alatu ili tehnologiji za e-učenje. I oni moraju biti u određenom redoslijedu. Uvijek postoji potreba za novijom verzijom programa ili alata.

5.2.3 McDonaldizacija društvenih medija

Još jedan bitan i neizostavan aspekt svakodnevnog života jesu i društveni mediji na kojima je vidljiv uticaj mekdonalidzacije kroz domene društvenog i kulturnog svijeta koji se proteže izvan proizvodnje i potrošnje i dopire do suptilnog djelovanja društvenosti i subjektivnosti. Društveni mediji postižu neviđeni stepen učinkovitosti čineći korisnike proizvođačima sadržaja objavljenog na njihovim web stranicama. Mnogi autori (npr. Bruns, 2008; Jenkins, 2006) navode da su društveni mediji otvorili uzbudljiv teren za kreativnost korisnika gdje svatko može biti autor, sljedbenik, obožavatelj i kritičar u odnosu na bilo koga drugog; te se tečno kretati između ovih uloga. Ovo je, naravno, sjajna vijest, ali istovremeno je očito posljednji obrat u istom pokretu samoposluživanja koji je učinio sve istovremeno kupcem, kuharom, barmenom, blagajnicom i čistačicom u restoranima McDonald'sa.

Kao druga stvar jeste element kvantifikacije i izračunljivosti prisutan u društvenim medijima. Utilitarističko prijateljstvo oduvijek je postojalo, pa su stoga broj i društveni položaj naših prijatelja uvijek bili važno pitanje (Ellison, Steinfield i Lampe, 2007). Nikada prije, međutim, impuls kvantificiranja i izračunavanja društvenih odnosa nije bio tako snažan kao u doba društvenih medija. Gurajući dalje u smjeru ekonomske racionalnosti, i analitičari i korisnici usvojili su pojam „društvenog kapitala“ kao ključ za razumijevanje korisnosti društvenih mreža na internetu (Feenberg, 1999).

Kontrola (odnosno moć) na društvenim medijima ima brojne i veoma očite manifestacije. Kontrola u ovom okruženju proizlazi iz različitih središta i ima različite oblike. Kontrola može uključivati oblikovanje ponašanja korisnika, sadržaja koji korisnici proizvode i konzumiraju, kao i izbora koje donose u vezi izvanmrežnih objekata, predmeta i aktivnosti (Lamborg, 2014). Ne možete se prijaviti na Facebook ako ne navede valjanu adresu e-pošte; ne ispunjava potrebne podatke za registraciju ili ne prihvaća uvjete i odredbe usluge (EUA). Jose van Dijck (2013) opisuje kako neprozirni algoritmi oblikuju korisničko iskustvo na Facebooku. Putem skupa vlastitih algoritama za rangiranje Facebook-ova platforma automatski određuje vrijednost i važnost naših prijatelja i prikazuje sadržaj koji potječe od njih manje -više na vidljiv način kontrolirajući vidljivost njihovih vijesti i ideja. Algoritmi identificiraju ljude s kojima se poznamo i koji bi mogli biti zainteresirani za prijateljstvo i služe nam njihova imena bez našeg pitanja. To se nadovezuje na ono što van Dijck naziva „programiranom društvenošću“ ili „platformiranom društvenošću“ gdje Mark Zuckerberg postaje ključni društveni posrednik koji zna šta je dobro za nas, upoznaje nas s pravim ljudima i uči nas pravim potezima u interakciji s njima.

Slijedeći uticaj jeste predvidljivost. Značajke koje naši prijatelji stavljaju u prvi plan spadaju u iste kategorije. Pojavljuju se na istim mjestima i često su predstavljeni na sličan način. Činove i geste koje nam naši prijatelji pružaju također je lako predvidjeti. Uostalom, oni su kodirani u dostupnim značajkama interfejsa. U nastojanju da osiguraju predvidljivost i praktičnost, davatelji platformi naporno su radili na zamjeni ljudskih postupaka nehumanom tehnologijom. Oni su učinkovito šifrirali zajedničke društvene akte u vlasničke algoritme i pritom ih neizbježno smanjili i standardizirali (van Dijck, 2013.: 7). Zapravo, racionalizacija interakcija i odnosa na društvenim medijima proširila se toliko daleko da je postalo moguće zamijeniti ljudske prijatelje softverskim robotima, poznatim i kao "društveni roboti".

5.2.4 Mekdonaldizacija kućanstva

Ritzer (2015.) opisuje McDonaldizaciju kao model koji omogućuje velikim korporacijama da maksimiziraju profit uz minimiziranje troškova. Međutim, budući da porodica nije samo ekonomska jedinica, potrebno je prilagoditi izvorna četiri aspekta McDonaldizacije. Stoga je predvidljivost interakcija proizvoda i osoblja prenamijenjena kako bi se više usredotočila na predvidljivost ponašanja i položaja pojedinog člana porodice. To se prvenstveno radi kroz praksu rutina, koje se komuniciraju pomoću kalendara i rasporeda, a ostvaruju se u izrazima događaja koji se redovito pojavljuju, kao što su vrijeme za spavanje, vrijeme večere i prisustvovanje reguliranim izvannastavnim aktivnostima. Izračunljivost je prenamijenjena kako bi se identificiralo nakupljanje više statusa i veći naglasak stavljen na dobro zaokruženog pojedinca, a ne na jedinstvenu stručnost. Međutim, nije dovoljno samo steći ove statuse. Također se moraju fizički aktualizirati putem ukrasa, zbirki ili drugih predmeta u kući koji omogućuju da svaki status služi kao svjedočanstvo vlasniku. Učinkovitost zadržava velik dio svojih početnih svojstava koja joj je dao Ritzer. Međutim, umjesto da samo analizira optimalnu metodu za postizanje odgovarajuće usluge, ova studija istražuje druge metode optimizacije, poput korištenja prostora, pripreme hrane i potrošnje hrane. Konačno, kontrola će se izmijeniti iz svog izvornog modela kako bi prvenstveno djelovala kao mehanizam provođenja predvidljivosti i učinkovitosti, a ne kao objašnjenje povećanog oslanjanja na strojeve. Stoga mnoge varijable povezane s ova dva činioca, na temelju postojećih funkcionalnih, također predstavljaju mjeru kontrole (Habermas, 1985).

5.3 Postmodernizam: plutamo li po hiperprostoru?

Modernitetu koji se općenito opisuje visokoracionalnim i rigidnim, suprotstavlja se postmodernitet koji je manje racionalan, tj. iracionalniji i fleksibilniji. Jean Francois Lyotard, kao i mnogi drugi autori su *McDonald's* svrstali eksplicitno među postmoderne fenomene. Allen Shelton naširoko raščlanjuje odnos između *McDonald'sa* i postmodernizma, dolazeći do zaključka: "McDonald's smatram amblemom postmodernizma, moralnim simbolom koji predstavlja putokaz vremena" (Ritzer, 1999: 210). Postmodernizam, kako navodi Ritzer (1999), stoji u oštroj suprotnosti tezama o mekdonaldizaciji: teorija po kojoj u društvu dolazi do sve brojnijih iracionalnosti, proturiječi pogledu koji ukazuje na pojačavanje racionalizacije.

Jameson (1980) povezuje postmodernitet sa kasnim kapitalizmom. Mekdonaldizaciju svakako možemo povezati sa ranijim oblicima kapitalizma, budući da njeni motivi leže u materijalnim interesima, koji su ključni za kapitalizam. Postmoderno društvo je prožeto površnošću. Njegovi kulturni proizvodi ne zadiru u dublja značenja. Postmodernitetu se također pripisuje I *simulacrum* što predstavlja kopiju kopije ili kako James (1980) navodi da je to identična kopija nepostojećeg originala. Prisutnost slične površnosti ogleda se i u mekdonaldiziranom svijetu. Ljudi prolaze kroz mekdonaldizirane sisteme bez bližeg dodira s njima, održavajući površne i prolazne odnose s njegovim namještenicima i proizvodima. Postmodernitetu se također pripisuje i oslabljivanje osjećaja.

Mekdonaldizirani svijet je taj u kojem je iskreno izražavanje osjećaja gotovo u potpunosti eliminisano. Budući da ukljanjanje emocija garantuje racionalnosti i lakoći poslovanja, znamo da je u *McDonald'su* gotovo nemoguće ostvariti bilo kakvu emocionalnu vezu među radnicima, mušterijama, u upravi i među vlasnicima. Također, uprkos nedostatku emocija posjetitelji mekdonaldiziranog sistema osjećaju euforiju, neku intenzivnost, koja se javlja pri samom ulasku. Sve u svemu, Jamesonova slika postmoderniteta sastoji se od ljudi koji "lebde u zraku" i uopšte ne poimaju multinacionalni kapitalistički sistem ili eksplozivan rast kulture tržišta i roba koja ih okružuju. (Ritzer, 1999: 216.)

Dakle, možemo zaključiti da mekdonaldizacija, kao visokoracionalizirani moderni fenomen sa krajnje rigidnim strukturama, ne pokazuje zapravo nikakve znakove nestajanja ili uzmaknuća pred novim, postmodernim oblicima. Moglo bi se reći da će mekdonaldizacija nadživjeti postmodernost, umjesto da je drastično promijeni ili eliminira.

5.4 Mekdonaldizacija u svijetu koji se stalno mijenja

Činjenica je da je većina McDonaldiziranih sistema američka kreacija izvezena u ostatak svijeta. Kako kaže Friedman (1985) "Globalizacija ima izrazito američko lice: nosi uši Mickey Mousea, jede Big Mac-ove, ispire koka-kolu ili Pepsi, a svoje poslove radi na prijenosnom računalu IBM ili Apple, us-g Windows 98, s Intelom Pentium II procesor i mrežna veza iz Ciscovih sistema". Dakle, McDonaldov utjecaj na Japan beskrajno je veći od utjecaja Mos Burgera u Sjedinjenim Državama. Zapravo, smrću komunizma i bilo koje druge velike alternative kapitalizmu u američkom stilu,

svijet je daleko otvoreniji za te procese nego ikad prije. Glavno protivljenje doći će s lokalne razine, a tek će se vidjeti koliko će takvi napori biti uspješni.

Teoretičari globalizacije ukazuju na ono što nazivaju hibridizacijom na lokalnoj razini kao pokazatelj granica kulturnog imperijalizma. Primjeri uključuju „Tajlandski boks Marokonskih djevojaka u Amsterdamu, azijski rap u Londonu, irske pogačice, kineske tacose i indijske Mardi Gras u Sjedinjenim Državama“ (Ritzer, 2010). Zapravo, naravno, moguće je da su obje stvari istinite. Možemo imati veću homogenizaciju nekih aspekata našeg života (putem, na primjer, McDonaldizacije) zajedno s većom heterogenizacijom drugih aspekata. Koegzistencija homogenizacije i heterogenizacije očituje se u ideji „glokalizacije“ koja odražava složenu interakciju između globalnog i lokalnog. Možda je James Watson (1980) u pravu u svojoj analizi McDonald'sa u Hong Kongu, tvrdeći da "više nije moguće razlikovati što je lokalno, a što nije. U Hong Kongu je transnacionalno lokalno". Ali ako jest, to je zato što su McDonaldizirani sistemi duboko prodrli u lokalni život. Mnoge lokalne prilagodbe ne znače da se i homogenizacija ne odvija.

McDonaldizacijska teza više podržava teorije amerikanizacije nego teoriju globalizacije. Uostalom, Sjedinjene Države su dom ne samo McDonald's -a nego i mnogih drugih ključnih snaga McDonaldizacije, a taj se proces aktivno izvozi u ostatak svijeta (Ritzer, 2011). Francis Williams je napisao: "Američka invazija događa se u cijelom svijetu: američke ideje, američke metode, američki običaji, američke navike jedenja, pića i odijevanja, američke zabave, američki društveni obrasci, američki kapital." (1946). Iz ove perspektive, McDonald's (i McDonaldizacija) samo su jedan od dugog niza američkog izvoza - Coca Cola, MTV, Disney, Harvard Business School tehnike - koji su se u drugim kulturama smatrali prijetnjama.

Danas McDonald's i McDonaldizacija predstavljaju jedinstvenu prijetnju drugim kulturama. Prvo, za razliku od prethodnog američkog izvoza, oni imaju utjecaj na način na koji je poslovanje organizirano i na način na koji ljudi svakodnevno žive. Drugo, oni predstavljaju skup načela koja se mogu potpuno odvojiti od njihovog izvornog izvora (McDonald's i, šire, američko društvo). Nakon što su ova načela uklonjena iz izvornog izvora, a zatim ponovno ugrađena u autohtone strukture, identificiranje istih s porijeklom iz McDonald'sa ili Sjedinjenih Država postat će na kraju teško ili nemoguće. Kao rezultat toga, suprotstavljanje McDonaldizaciji kao stranom uvozu postat će sve teže, kao i jačanje antiameričkog osjećaja protiv njegovih različitih manifestacija. Coca Cola

- poput pravog McDonald's restorana, Big Maca itd. - jednostavno je proizvod koji zadržava svoj američki identitet čak i kad se prodaje i konzumira u drugim kulturama. Nasuprot tome, McDonaldizacija je kao proces sposoban izbjeći svoje specifične materijalne manifestacije i upasti u bilo koju autohtonu instituciju. Naravno, to ne čini sama. Poduzetnici koji vide da će profit biti ostvaren McDonaldizacijom željni su primijeniti načela na više okruženja u različitim zemljama.

5.5 Mekdonaldizacija i njeni krajnji dometi

U ovom poglavlju nećemo se baviti područjem oko kojeg su se vrtjele skoro sve mekdonaldizirane institucije, a to je život, odnosno njegova svakodnevna komponenta kao što je smještaj, hrana, piće itd., ovo poglavlje je posvećeno mekdonaldizacijskoj kolonizaciji kako rođenja i onoga što mu prethodi, tako i smrti i onoga što joj slijedi. Riječima postmodernističkog teoretičara Jeana Baudrillarda: “ Temeljni zakon društvenog poretka (je)... progresivna kontrola života i smrti “ (Ritzer, 1999: 219). Kontrola je zaista dostigla mnogo dalja područja nego što možemo zamisliti.

Svjedoci smo da su zahvaljujući modernoj medicini, mnogi ljudi spašeni od sigurne i preuranjene smrti. Također, ne možemo poreći da su se zahvaljujući mekdonaldizaciji rodila i preživjela djeca koja možda nikada ne bi mogla biti ni začeta. Ovakvi primjeri svima su poznati, međutim problemi povezani s mekdonaldizacijom rođenja i smrti, gotovo da se i ne spominju, te se rijetko kad stavljaju u širi kontekst kao što je mekdonaldizacija. Na pitanje zašto mekdonalzirati rođenje i smrt slijedi odgovor da je ljudima osim samog života, najvažniji njihov dolazak na svijet i odlazak s njega. Upravo zbog važnosti koja se pridaje ovim događajima, privukli su pažnju onih koji profitiraju od mekdonaldizacije.

Procesi rađanja i umiranja sadrže niz nepredvidljivosti koje uzrokuju mnogo nezadovoljstava i tjeskobe. Moderno, racionalizirano društvo će pronaći što je više moguće načina da bi se takve nepredvidljivosti svele na minimum.

Najčešće nepredvidljivosti vezane uz rođenje:

- neizvjesnost plodnosti žene
- neizvjesnost plodnosti muškarca
- mogućnost postojanja genetski prenosivih, ali nevidljivih defekata kod oca ili majke
- mogućnost rađanja djeteta s genetskim defektima
- mogućnost komplikacija u trudnoći

- pitanje prava na izbor između rađanja i prekida trudnoće
- mogućnost smrti majke ili novorođenčeta tokom poroda
- neizvjesnost djetetovog spola
- pitanje trebaju li roditelji imati još djece
- mogućnost donošenja zakona o zabrani rađanja djece pod određenim uvjetima

Slične neizvjesnosti javljaju se pri promišljanju smrti:

- treba li nekoga održavati na životu uz pomoć mehaničkih sredstava kad ne postoji nada u oporavak
- kada treba prekinuti sa takvim nastojanjima
- postoji li pravo na umiranje
- kako znati i zaključiti je li neko uistinu mrtav
- koje ceremonije su prikladne u slučaju smrti
- kako i gdje odložiti tijelo umrlog

Mekdonaldizacija, zapravo ne uklanja u potpunosti ovakve dvojbe, nepredvidljivosti i strahove, ali ih smanjuje na najmanju moguću mjeru. Kao što je, govoreći o smrti, rekao doktor Sherwin Nuland: “Kao što je svaki život jedinstven i različit od bilo kojeg drugog koji je već protekao, tako je i sa smrću. Jedinstvenost svakoga od nas se proteže čak i na način na koji umiremo“ (Ritzer, 1999: 221). Drugim riječima, nastojanja racionaliziranja smrti su zapravo pokušaji racionaliziranja nečega što je nemoguće (potpuno) racionalizirati.

Kako navodi Ritzer, ako ničemu drugom ne možemo pripisati epitet zakletog neprijatelja racionalizacije, to sigurno možemo učiniti s karcinomom (Ritzer, 1999: 221). Međutim sve je veća racionalizacija smrti i rođenja koja sa sobom nosi i bezbrojne prednosti. Prednosti uključuju i ekonomsku dobit za one koji se takvim racionalizacijama bave kao profesijom. Institucije, potaknute mogućnošću brzog bogaćenja, nastoje proširiti krajnje domete mekdonaldizacije.

5.6 Vrednovanje McDonaldizacije

Fenomen McDonaldizacije, tumačen kao skup procesa usmjerenih na povećanje učinkovitosti, proračunljivosti, predvidljivosti i kontrole, složeniji je i dvosmislen. Postoje slučajevi kada se želi ono što Ritzer naziva McDonaldizacija, kada su učinkovitost i različiti načini instrumentalne racionalnosti osobito korisni i kada se želi izbjeći njihova suprotnost.

Racionalizacija/McDonaldizacija rada mogla bi poslužiti za zapošljavanje radne snage i ugnjetavanje radne snage, podsjećaju nas Braverman (1974.) i Ritzer, ali isti taj postupak mogao bi osloboditi radnike od dehumaniziranja i otuđenja rada koji bolje obavljaju strojevi i automatizacija. Isto tako, postoje neki proizvodi i usluge za koje se želi da budu što racionaliziraniji, predvidljiviji i instrumentalniji, kao što su sigurno i učinkovito putovanje avionom i nastanjivi hoteli. Ritzerova proslava stvari poput noćenja s doručkom ili starijih oblika motela bez prava vlasništva mogla bi biti mjesto neugodnih iznenađenja, kao i neobičnih i ugodnih novosti ili prilagođenijih usluga. Kad putujete, tražite hranu ili sklonište u nepoznatom okruženju ili koristite strojeve i proizvode, često se žele racionalizirani i predvidljivi oblici roba i usluga, dok se ponekad ide na novo i nepredvidljivo iskustvo.

Ista dijalektička analiza može se primijeniti na Weberovu analizu birokracije i racionalizacije kao što to tvrde Gouldner (1976.) i drugi. Dok birokracije mogu biti neosjetljive na individualne razlike i ugnjetavati posebnosti, visoko racionalna i pravno artikulirana pravila i propisi mogu zaštititi pojedince od prekomjerne moći potencijalno ugnjetavajućih institucija. Iako su na sveučilištima svi studenti i nastavnici patili od tlačiteljske sile birokracije, često je korisno imati artikulirana, proračunata, učinkovita i kontrolirana birokratska pravila, postupke i prakse. Dakle, racionalizacija može promicati snage dominacije i hijerarhije, ali također može osnažiti pojedince protiv institucija putem standardizirane prakse i propisa (Gouldner, 1976).

U smislu opiranja McDonaldizaciji kao društvenoj racionalizaciji, potrebno je organizirati oporbene prakse i subkulture koje pružaju alternative racionaliziranim korporativnim oblicima društvenog i ekonomskog organiziranja (Smart, 1998). Kuhinjski zalogaji, zdrava hrana ili etnički restorani te uzgoj i priprema vlastite hrane stvaraju alternative vrsti masivizirane i standardizirane hrane koju nudi McDonald's te u smislu zdravstvene zaštite, putovanja i raznih drugih svakodnevnih praksi koje često možete potražiti ili osmisliti alternativnom korporativnom mainstreamu. U svakom se slučaju postavlja pitanje radi li racionalizirana usluga i proizvod na društveno odgovoran način ili ne opslužuje individualne potrebe, proizvodi li koristan proizvod ili uslugu po fer cijeni i nudi li razuman proizvod u usporedbi s drugim alternativama - i uživa li se u konkretnim slučajevima luksuz izbora.

U cjelini, moglo bi se racionalno odlučiti za alternativu racionalizaciji poduzeća i masovnoj proizvodnji roba i usluga te izbjeći McDonaldizaciju po svaku cijenu. S druge strane, ponekad su

prisiljeni koristiti usluge ili proizvode velikih McDonaldiziranih korporacija ako ne postoje razumne alternative (Cvetkovich i Kelner, 1997). Ritzerova kritika, na neki način preslikava kritiku masovnog društva i kulture koju proizvode i ljevica i desnica. Takva kritika jadikuje porast savremenog svijeta standardizirane istosti i homogenizacije te pad individualnosti, raznolikosti i višestrukih kultura okusa (Ritzer, 2010). Čini se da Ritzer također pretpostavlja da McDonald's neumoljivo i neumoljivo homogenizira svijet, brišući individualnost i različitost. Iako se nedvojbeno pojavljuju tendencije prema homogenizaciji, masifikaciji i globalizaciji za koje rubrika McDonaldization pruža djelimičnu optiku, postoji i proliferacija razlika, raznolikosti, raznolikosti i heterogenosti, kako neki oblici postmoderne teorije sugeriraju. I dok globalizacija djelimično uključuje homogenizaciju lokalne kulture i razlika, ona također uključuje širenje razlika, hibridizaciju i proširenje izbora potrošača i načina života-barem za neke privilegirane skupine i pojedince.

5.7 Praktičan vodič kroz život u mekdonaldiziranom svijetu

O društvu koje je sve više mekdonaldizirano postoje dva stava. Prvi je da “željezni kavez” predstavlja hladnoću, oštrinu i veliku nelagodu. S druge strane mnogo je ljudi kojima se sviđa mekdonaldizacija, oni budućnost vide ne u obliku željeznog, već u obliku “baršunastog kaveza mekdonaldizacije”. Ono što je sigurno jeste da takav stav ima veliki broj ljudi, jer, najčešće je to jedini svijet koji poznaju i koji odražava njihov standard dobrog ukusa i kvalitete. Njima se sviđa predvidljivost velikog dijela njihovog života. Oni uživaju u impersonalnom svijetu interakcije s ljudskim i neljudskim automatima i izbjegavaju bar u mekdonaldiziranim dijelovima svog svijeta bliži ljudski kontakt. Njima, dakle, mekdonaldizacija ne predstavlja nikakvu prijetnju, nego zadovoljstvo.

Drugima se čini da je mekdonaldizacija kavez s gumenim rešetkama, dovoljno rastezljivim za povremeni bijeg. Neskloni jednom aspektu mekdonaldizacije, spremno će prihvatiti neki drugi. Poput onih koji mekdonaldizaciju smatraju baršunastim kavezom i njima će se vjerovatno svidjeti učinkovitost, predvidljivost, brzina i impersonalnost mekdonaldiziranih sistema i usluga. Vrlo vjerovatno oni koji su prezaposleni i nemaju vremena za kuhanje, cijelit će mogućnost učinkovitog dobivanja obroka. Međutim takvi ljudi obično shvaćaju cijenu mekdonaldizacije i nastoje joj pobjeći kad god je to moguće. Mogućnost i učinkovitost brze hrane, npr. ostavit će im dovoljno vremena za uživanje u drugim neracionaliziranim aktivnostima. Takav tip ljudi će vrijeme vikenda

provoditi u prirodi na planinama, ribarenju, u istraživanju podzemnih pećina, u posjeti muzejima, ručati u tradicionalnim restoranima i pansionima. Također, takvi ljudi će i dalje uživati u pripremi kolača i kuhanju zahtjevnijih domaćih jela od svježih sastojaka. Neko voli da pravi kruh iz razloga što mu sama priprema pridonosi zadovoljstvo, miris kruha i uloženi trud, u tome zaista ima čarolije. (Ritzer, 2010: 239-240.)

Treća vrsta ljudi vjeruje da su rešetke mekdonladizacijskog kaveza željezne. Takva osoba duboko je povrijeđena cijelim procesom i ne vidi mnogo izlaza iz njega. Ti ljudi su najveći kritičari mekdonaldizacije, ljudi koji se sve manje i manje pronalaze u savremenom svijetu.

Od tri navedene vrste ljudi, jasno je da će se svako od njih opredijeliti za različito djelovanje. Prva vrsta ljudi najvjerojatnije neće učiniti ništa, nego nastaviti posjećivati fast-food restorane, te aktivno sudjelovati u mekdonaldizaciji. Ekstremisti trećeg tipa bi se mogli uključiti u pokušaje radikalne transformacije mekdonaldiziranog društva. A takva transformacija bi se mogla sastojati od pokušaja povratka predmekdonaldiziranom društvu ili od pokušaja izgradnje novog, nemekdonaldiziranog svijeta, na ruševinama ostalim nakon pada velikih zlatnih lukova.

Ovim poglavljem Ritzer ne želi poduprijeti niti jednu od te dvije opcije, već se onoj drugoj vrsti ljudi, kao i umjerenijim predstavnicima treće, koji žele izgraditi bar malo manje racionaliziran život, ovim poglavljem želi pružiti neke smjernice. Ritzer je napravio popis stvari koje treba uraditi ako želimo preživjeti u mekdonaldiziranom svijetu. Navest ćemo neke od njih (Ritzer, 1999: 270):

- Izbjegavajte dnevne rutine. Svaki dan pokušajte neke stvari obaviti drugačije nego dan prije.
- Na općenitijoj razini, pokušajte sve što možete obaviti samostalno. Morate li se koristiti uslužnim djelatnostima, učinite to u neracionaliziranim ustanovama, bez hiljadu istoimenih poslovnica razasutih zemljom. Npr. sami natočite ulje u svoj auto. Ako to ne želite ili ne možete, obratite se lokalnom servisu ili manjoj benzinskoj stanici. Ni pod koju cijenu se nemojte poslužiti uslugama nacionalne mreže autoservisa.
- Isto tako, kad vas sljedeći zdravstveni problem ili bolan zub podsjeti na postojanje McLiječnika i McZubara, oduprite se porivu i obiđite lokalnog, samostalnog liječnika ili zubara.

- Barem jednom sedmično preskočite ručak u McDonald'su i ručajte u lokalnoj gostionici. Također, barem jednom sedmično isključite mikrovalnu pećnicu, ignorirajte zamrzivač i skuhaite večeru od svježih sastojaka.
- Šokirajte prodavače u robnoj kući plaćajući gotovinom umjesto karticom
- Odlazite samo u restorane u kojima se hrana poslužuje u pravom, porculanskom ili keramičkom posuđu i jede metalnim priborom. Zaobiđite one koji se služe stiroporom ili drugim, po okoliš štetnim materijalima.
- Organizirajte ili se pridružite skupinama koje protestuju protiv zlostavljanja od strane mekdonaldiziranih sistema. Kao što ste vidjeli, takvi se sistemi ipak prilagođavaju protestima. Radite li u takvoj ustanovi, potaknite kolege na stvaranje humanijih radnih uvjeta.
- Ukoliko ste redovna mušterija u McDonald'su, probajte se zbližiti sa radnicima i učinite sve što možete kako biste humanizirali svoj boravak u restoranu.
- Općenito, pokušajte se kloniti televizije. Morate li pak gledati program jedne od komercijalnih televizijskih mreža, zažmirite i isključite ton za vrijeme reklama. Većina reklama je uveliko sponzorisana od strane poduzeća koja promiču racionalizacijske vrijednosti.
- Izbjegavajte hranu koja se jede prstima. Ako baš morate jesti prstima, jedite domaće sendviče, svježe voće i povrće.
- Nikad ne kupujte lažne prehrambene artikle, npr. maslac.
- Za sljedeći godišnji odmor obiđite samo jednu lokaciju te dobro upoznajte mjesto i mještane.
- Upisujte se na kolegije s manjim brojem polaznika i dobro upoznajte profesore.
- Izbjegavajte kolegije za koje se ispiti sastoje od kompjuterski ocjenjivanog obrasca za zaokruživanje tačnih odgovora. Ako je takav test neizbježan, šarajte po njemu i radite "magareće uši" kako biste onesposobili kompjutersko provjeravanje obrazaca.
- Ne gledajte filmove s rimskim brojevima u naslovu.

Ono što je Ritzera potaklo na pisanje knjige o mekdonaldizaciji jeste upravo upozoravanje čitatelja na opasnosti koje ona donosi. On se nada da će se ljudi oduprijeti mekdonaldizaciji i raditi na stvaranju razumnijeg, humanijeg svijeta. Na kraju knjige autor navodi: "Licem u lice s Weberovim željeznim kavezom i budućnošću zamračenom, hladnom, polarnom noći, nadam se da ćete, ako

ništa drugo, barem razmisliti o stihu pjesnika Dylana Thomasa - Ne idite pitomo u tu ugodnu noć... Bjesnite, bjesnite protiv umiranja svjetla." (Ritzer, 1999:272).

5.8 Šta danas nije mekdonalidzirano

Tako širok raspon pojava može se povezati s McDonaldizacijom da biste se mogli zapitati šta to nije mekdonalidzirano. Je li mekdonalidzacija ekvivalent modernosti? Je li sve savremeno zapravo mekdonalidzirano? Iako je veći dio svijeta zapravo u suštini mekdonalidziran, najmanje tri aspekta savremenog društva u velikoj su mjeri izbjegla proces: Ti aspekti koji se mogu pratiti do ranijeg, „predmodernog“ doba. Dobar primjer je trgovina mješovite robe *mom and pop*. " To je kolokvijalni izraz koji se koristi za opisivanje male, porodične ili neovisne tvrtke. Trgovine *mom and pop* često su operacije koje se bore za natjecanje sa značajnijim ustanovama, poput trgovaca velikih trgovina, koji se općenito hvale većom kupovnom moći od manjih igrača. U posljednjih nekoliko godina "shop local" i "shop small" korišteni su kao slogani u marketinškim kampanjama.

Nova poduzeća koja su nastala, barem djelomično, kao reakcija protiv McDonaldizacije su također primjer. To mogu biti moteli koji nude noćenje s doručkom koji se zasniva na noćenju u privatnoj kući a doručak priprema vlasnik te kuće. To je suprotnost mekdolandiziranih hotela sa standardiziranim uslugama.

Dakle, iako je mekdonalidzacija sveprisutna, u savremenom svijetu postoji više od mekdonalidzacije. To je vrlo važan društveni proces, ali daleko od jedinog procesa koji mijenja savremeno društvo. Nadalje, mekdonalidzacija nije proces sve ili ništa. Postoje stupnjevi iste. Na primjer, restorani brze hrane bili su u velikoj mjeri mekdonalidzirani, fakulteti umjereno mekdnonalidzirani, a *mom and pop* shop samo neznatno. Teško je zamisliti društvene fenomene koji su potpuno izbjegli mekdonalidzaciju, ali neki lokalni poduzetnici u nekom malom mjestu možda još uvijek nisu dotaknuti ovim procesom.

6. ZAKLJUČAK

McDonald's i McDonaldizacija nisu se dogodili u nekom historijskom vakuumu, imali su važne preteče koje su ostale važne do danas. Pokretna traka, naučni menadžment i birokracija dali su mnoga osnovna načela na kojima su izgrađeni lanci restorana brze hrane. Nadalje, ti su prethodnici stvorili okruženje koje je lancima brze hrane bilo potrebno za napredak: veliki broj tvorničkih radnika i birokrata koji su se automobilom prevozili velike udaljenosti između posla i njihovih prigradskih stanova, što im je također omogućavalo da u slobodno vrijeme posjećuju trgovačke centre.

George Ritzer uzeo je središnje elemente rada Maxa Webera, proširio ih i ažurirao, te napravio kritičku analizu utjecaja društvenih strukturnih promjena na ljudsku interakciju i identitet. Središnja tema Weberove analize savremenog društva bio je proces racionalizacije; dalekosežan proces u kojem su tradicionalni načini razmišljanja zamijenjeni analizom ciljeva/sredstava koja se tiče učinkovitosti i formalizirane društvene kontrole. Za Webera, arhetipska manifestacija ovog procesa bila je birokracija; velika, formalna organizacija koju karakterizira hijerarhijska struktura vlasti, dobro uspostavljena podjela rada, pisana pravila i propisi, bezličnost i briga za tehničku kompetenciju. Birokratske organizacije ne samo da predstavljaju proces racionalizacije, već strukturu koju nameću ljudskoj interakciji i razmišljanju unaprjeđuju proces, vodeći u sve racionaliziraniji svijet. Proces utječe na sve aspekte našeg svakodnevnog života. Ritzer sugerira da je u kasnijem dijelu dvadesetog stoljeća društveno strukturirani oblik restorana brze hrane postao organizacijska snaga koja predstavlja i proširuje proces racionalizacije dalje u područje svakodnevne interakcije i individualnog identiteta. McDonald's služi kao model slučaja ovog procesa 1990 -ih.

Taj proces mekdonaldizacija ne predstavlja samo prehrambena industrija. Slijedile su trgovine igračkama (Toys R Us), knjižare (B. Dalton's), novine (USA Today), briga o djeci (Kinder Care), učenje (Sylvan Learning Centers) i mnoštvo drugih. U 1980-im i 1990-im mekdonaldizacija je proširila svoj doseg na sve više regija društva, a ta su područja sve udaljenija od srca posla s brzom hranom.

Ritzer ocrta pet dominantnih tema u ovom procesu McDonaldizacije: učinkovitost, proračunljivost, predvidljivost, povećana kontrola i zamjena čovjeka neljudskom tehnologijom.

Nakon što je u knjizi izložio kako McDonaldizacija funkcioniše, Ritzer objašnjava da ovaj uski fokus na racionalnost zapravo proizvodi iracionalnost. On je primijetio: "*Konkretno, iracionalnost znači da su racionalni sistemi nerazumni sistemi. Time želim reći da negiraju osnovnu ljudskost, ljudski razum, ljudi koji rade u njima ili kojima služe.*" Mnogi su bez sumnje naišli na ono što Ritzer ovdje opisuje kad se čini da ljudska sposobnost za razum uopće nije prisutna u transakcijama ili iskustvima koja su narušena strogim pridržavanjem pravila i politika organizacije. Oni koji rade u tim uvjetima često ih doživljavaju i dehumanizirajućima. To je zato što McDonaldizacija ne zahtijeva kvalificiranu radnu snagu. Usredotočenost na četiri ključne karakteristike koje proizvode mekdonaldizaciju uklonila je potrebu za kvalificiranim radnicima. Radnici se u tim uvjetima upuštaju u ponavljajuće se rutinske, visoko fokusirane i podijeljene zadatke koji se brzo i jeftino podučavaju, pa ih je stoga lako zamijeniti. Ova vrsta rada obezvređuje rad i oduzima radnicima pregovaračku moć. Sociolozi primjećuju da je ova vrsta posla smanjila radnička prava i plaće.

Karakteristike mekdonaldizacije uvukle su se i u iskustvo potrošača, pri čemu je besplatni rad potrošača pretvoren u proizvodni proces. Mi smo socijalizirani da besplatno dovršimo proizvodni ili distribucijski proces, pomažući tvrtki u postizanju učinkovitosti i kontrole. Sociolozi promatraju karakteristike mekdonaldizacije u drugim područjima života, poput obrazovanja i medija, s jasnim pomakom od kvalitete prema mjerljivim mjerama tokom vremena, standardizacija i učinkovitost imaju značajnu ulogu u oba, a također i u kontroli. Ukoliko pogledamo bolje oko sebe možemo vidjeti utjecaje mekdonaldizacije u skoro svim aspektima našeg svakodnevnog života.

7. LITERATURA

1. Aaron Ahuvia & Elif Izberk-Bilgin (2011). Limits of the McDonaldization thesis: eBayization and ascendant trends in post-industrial consumer culture, *Consumption Markets & Culture*, 14:4, 361-384
2. Alfino, Mark, John S. Caputo and Robin Wynyard, editors (1998). *McDonaldization Revisited: Critical Essay in Consumer Culture*. Westport Conn.: Praeger.
3. All Answers. November 2018. Impact of McDonaldization on Healthcare. Dostupno na: <https://nursinganswers.net/essays/impact-of-mcdonaldization-on-healthcare.php?vref=1>
4. Antonio, Robert J. And Ronald Gassman, editors (1984). *The Weber-Marx Dialogue*. Lawrence, Kansas: University of Kansas Press.
5. Arnould, E., and C. Thompson. 2005. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research* 31: 868–82
6. Aron, R. (1994). *As etapas do pensamento sociológico [The stages of sociological thinking]*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
7. Bauman, Zygmunt. (2000). *Liquid Modernity*.
8. Boxill, I. (1993). Review of *The McDonaldization of Society*, by G. Ritzer. *Social and Economic Studies*, 42(1), 211–214.
9. Braverman, Harry (1974). *Labor and Monopoly Capital*. New York: Monthly Review Press.
10. Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. New York: Peter Lang.
11. Campbell, C. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 23–42.
12. Carroll, N. (2013). E-learning- the McDonaldization of education, *European Journal of Higher Education*, 3:4, 342- 356,
13. Castels Manuel (2000) *Uspon umreženog društva, Golden marketing*, Zagreb.
14. Cruz, M. B. da (1995). *Sociological theories. The founders and the classics*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
15. Cvetkovich, Ann and Douglas Kellner, editors (1997). *Articulating the Global and the Local: Globalization and Cultural Studies*. Boulder: Westview.

16. Čolić Snježana (ur.) (2013) *Potrošačka kultura i konzumerizam*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb.
17. Duda, Igor (2005) *U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb.
18. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
19. Falk, R. 1999. *Predatory globalization*. Cambridge: Polity.
20. Feenberg, A. (1999). *Questioning technology*. New York: Routledge.
21. Ferreira, J. M. C. (2004). Classic approaches. u J. M. Ferreira, J. Neves, & A. Caetano (Coords.) *Manual de psicossociologia das organizações [Handbook of psychosociology of organisations]* Lisboa: McGraw-Hill.
22. Florian, M. (2018). Unlikely allies: Bureaucracy as a cultural trope in a grassroots volunteer organization. *Scandinavian Journal of Management*, 34(2), 151-161.
23. Giddens, A. (1997). *Sociologia (Sociology)*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
24. Godoi, A., Silva, L. F., & Cardoso, O. O. (2017). Theoretical essay on bureaucracy in Weber, the agency conflict and corporate governance: A reflection on professional bureaucracy. *Revista de Administração de Roraima-UFRR*, 7(2), 426-447
25. Goldman, Robert (1992). *Reading Ads Socially*. London and New York: Routledge.
26. Gouldner, Alvin (1976). *The Dialectic of Ideology and Technology*. New York: Seabury Books.
27. Habermas, J. (1985). *The theory of communicative reason: Reasoning and the rationalization of society*. (T. McCarthy, Trans.). Boston, MA: Beacon Press
28. Hartzband P, Groopman J. (2009). Keeping the patient in the equation: humanism and health care reform. *N Engl J Med*;361(6):554-555
29. Holbrook, M.B. (1999). Higher than the bottom line: Reflections on some recent macromarketing literature. *Journal of Macromarketing* 19, no. 1: 48–75.
30. Holt, D.B. (2002). Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. *Journal of Consumer Research* 29, no. 1: 70–90.
31. Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.

32. Kellner, D. (1999). Theorizing/resisting McDonaldization: A multiperspectivist approach. In *Resisting McDonaldization*. ed. B. Smart. Thousand Oaks, CA: Sage.
33. Lomborg, S. (2014). *Social media - social genres: Making sense of the ordinary*. London & New York: Routledge.
34. Love, J.F. (1986). *McDonald's: Behind the Arches*. New York: Bantam Books.
35. Margolis, E. (2004). McDonaldization of education: a book review *The journal of higher education* 75.3, 368-370
36. Paiva, A. (2014). *Sociological thought. A didactic introduction to classical theories*. Lisboa: PACTOR – Edições de Ciências Sociais, Forenses e da Educação
37. Ritzer, G. (2004). *The McDonaldization of society*. Revised new century edition. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
38. Ritzer, G. (2010). *Enchanting a disenchanted world*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
39. Ritzer, G. (2011). *The McDonaldization of society* 6. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
40. Ritzer, G. (1983). The McDonaldization of society. *Journal of American Culture* 6: 100–7.
41. Ritzer, G., *Mekdonaldizacija društva*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb. 1999.
42. Shelton, Allen (1995) "Where the Big Mac is King: McDonald's, USA." *Taboo*, Volume II (Fall): 138ff
43. Smart, Barry, editor (1998) *Resisting McDonaldization*. London: Sage.
44. SWAGLER, ROGER. (1994). Evolution and Applications of the Term Consumerism: Theme and Variations. *Journal of Consumer Affairs*. 28. 347 - 360.
45. Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. New York: Harper & Brothers
46. Thompson, C.J., and Z. Arsel. (2004). The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. *Journal of Consumer Research* 31, no. 3: 631–43.
47. Turner, B.S. (2003). McDonaldization: Linearity and liquidity in consumer cultures. *The American Behavioral Scientist* 47, no. 2: 137–53.
48. Van Dijck, J. (2013). *The Culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.

49. Weinstein, D., and M.A. Weinstein. (1999). McDonaldization enframed. In *Resisting McDonaldization*, ed. B. Smart. Thousand Oaks, CA: Sage.
50. William Severini Kowinski (1985) *The Mall of America: An Inside Look at the Great Consumer Paradise*, W. Morrow,
51. Williams, F. (1962), *The American Invasion* / Francis Williams. London: A. Blond, 1962. Print.
52. Wood, C. J., *Henry Ford* (2003), *Critical Evaluations in Business and Management*, Routledge
53. Zhu, Q., and J. Sarkis. (2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Operations Management* 22, no. 3: 265–89.