

# „TikTok” jako wyższy stopień macdonaldyzacji

3 stycznia 2023

Od wielu lat w przekazie publicznym dotyczącym najszerzej rozumianej kultury funkcjonuje pojęcie macdonaldyzacji. To proces wzorowany na zasadach działania barów szybkiej obsługi, uosabianych przez sieć McDonald's, ale dotyczący wszystkich dziedzin życia społecznego.



Teoria macdonaldyzacji została sformułowana przez George Ritzera w 1993 roku w książce pt. „Mcdonaldyzacja społeczeństwa”. Autor uważał, że zjawisko to dotyczy wszystkiego, zarówno życia codziennego, politycznego, jak i spraw wiary religijnej. Chodzi o to, aby zaspokoić tanio, tandetnie, jak najszybciej, jak najprościej, jak najmniej wyrefinowanie, często działając na podświadomość (gdzie tkwią wstydliwe ludzkie potrzeby i namiętności ludzkie jak chciwość, zachłanność, perwersyjna pożydlwość, sprośność najszerzej rozumiana, skłonność do przemocy itd.).

Macdonaldyzacja to nie tylko forma zbiorowego żywienia, ale także określony model funkcjonowania służby zdrowia, oświaty, sprzedaży detalicznej, a nawet usług seksualnych. Jej triumfy

zbiegają się w czasie z całkowitym załamaniem się wszelkich ideologii czy wizji, które oferowałyby ludziom obietnicę lepszego jutra, rozwoju i postępu ludzkości. Ritzer nie wahał się przed tezą, że macdonaldyzacji życia społecznego i myślenia należy się zdecydowanie przeciwstawiać i ją zwalczać. Takie tezy wysuwali również luminarze współczesnej kultury, m.in. Barber, Thurow czy Rifkin, wykazując toksyczność tego modelu cywilizacyjnego trendu. W wielu społecznościach i kulturach macdonaldyzację, której zachłanny pochód jest utożsamiany z globalizacją i szerzeniem tzw. zachodnich wartości jako jedynych i najlepszych z możliwych, kojarzy się jawnie z amerykanizacją, czy jak kto woli – westernizacją.

Podstawowym stymulatorem rozprzestrzenienia i popularności tego wzorca kulturowego, a przy okazji określonej mentalności, jest zysk. Należy go we wszystkich sytuacjach i dziedzinach życia uzyskiwać szybko, tanio i bezwzględnie. Przy okazji konsumentowi robi się „wodę z mózgu”, aby czuł, myślał i pożywał tych wrażeń oraz wartości jako niezbędnych do jego szczęśliwej egzystencji. To już dawno rozpisali i wyłożyli mesjasze PR oraz reklamy, tacy jak Bernays i Lipmann.

Kapitalizm z neoliberalną mordą, królujący od kilku dekad niepodzielnie i totalnie, zrodził etos infantylności, a jednocześnie sam uległ temu trendowi. Podstawowe elementy rynku – produkt i towar uległy kompletnej trywializacji, a celem stała się sama w sobie i dla siebie konsumpcja. Shopping, nieustające igraszki, płasy i heheszki. Z byle czego i z byle powodu. Tak pojmowany i sączony do świadomości model funkcjonowania życia społecznego jest zabójczy dla podstawowych cnót obywatelskich, dla demokracji, a także dla normalnej ludzkiej odpowiedzialności i racjonalności.

„TikTok” to mobilna aplikacja internetowa, której funkcją jest publikowanie krótkich materiałów video. Korzysta z niej ponad 2 miliardy ludzi na świecie. Jest to typowy produkt właśnie zmacdonaldyzowanej kultury zarówno w wersji obrazka, jak i natychmiastowej gratyfikacji emocjonalnych potrzeb

niewysokiego lotu. To jest kolejna wersja zbiorowego oparta o żywienie rodem spod złotego łuku MD's: szybko, tanio, bezrefleksyjnie.

Ale gdy przyjrzymy się bliżej tiktokeryzacji medialnego przekazu – bo „TikTok” tym się stał i nim jest na co dzień – rodzą się refleksje dotyczące dalszej ifantylizacji i banalizacji tego, do czego mają służyć media. O poważnej i odpowiedzialnej debacie publicznej tu nie ma co wspominać. Królujące w „TikToku” kręcące się pośladki, wywalane na ekran cycki, nienaturalnie powiększone w wyniku plastycznych operacji ludzkie członki czy wszelkiego rodzaju odstępstwa od norm tworzą etos, którego rudymenty opierają się wyłącznie na szybkości i takim przemijaniu (czas trwania clipów), infantylności oraz bezrefleksyjności. Gdzie w tym etosie jest miejsce na pogłębioną debatę o publicznych, ważnych, odpowiedzialnych i uniwersalnych zagadnieniach, które to tematy powinny podejmować media (ponoć czwarta władza)?

Dlatego lewica winna tym dehumanizującym i destrukcyjnym w istocie trendom się przeciwstawiać, pokazywać zagrożenia, jakie one niosą (podobnie jak to się ma z macdonaldyzacją kultury nakręcającą konsumpcjonizm), a przynajmniej ich nie wspierać. Toksyczność podążania mediów drogą tiktokeryzacji jest po prostu kolejnym etapem zarówno ostatecznego zbanalizowania przekazu, jak i procesem pozbawiającym do reszty człowieka racjonalnego, krytycznego i odpowiedzialnego myślenia. I dlatego lewica czynić to winna przede wszystkim z racji wyznawanych i głoszonych, podstawowych pryncypiów doktrynalno-ideowych: walka z odczłowieczeniem osoby ludzkiej – którą znamy jako model oświeceniowy – przez kapitalizm. Inaczej za chwilę obudzimy się w świecie, w którym żadne wartości, wypracowywane przez ludzkość na przestrzeni wieków, nie będą już miały żadnego znaczenia.

Autorstwo: Radosław Czarnecki

Zdjęcie: [Chiara Marra](#) (CC By 2.0)

Źródło: [Strajk.eu](#)