

**Філософія**

**УДК 130.2:316.42:641**

**DOI** <https://doi.org/10.5281/zenodo.20599647>

**Трансформація гастрономічної культури у контексті повсякденних  
практик споживання**

**Дорожко Владислав Васильович,**  
аспірант кафедри філософії,  
Харківський національний педагогічний університет  
ім. Г. С. Сковороди, м. Харків, Україна,  
<https://orcid.org/0000-0003-4796-2445>

**Прийнято: 18.05.2026 | Опубліковано: 30.05.2026**

***Анотація:** Умови глобалізованого світу сприяють одночасно двом взаємопов'язаним процесам: універсалізації гастрономічних практик і реактуалізації локальних кулінарних традицій. Особливого філософського значення в сучасному суспільстві набуває феномен McDonald's, який слід розглядати не лише як специфічну модель харчування, але як симптом ширших соціокультурних трансформацій. **Метою статті** є філософсько-культурологічний аналіз гастрономії як міждисциплінарного соціокультурного явища в умовах глобалізації та контекстах повсякденності, а також виявлення специфіки феномену McDonald's як моделі технологізованого виробництва й споживання їжі, що репрезентує процеси раціоналізації, стандартизації та симуляції у сучасній культурі. **Методологія***



дослідження ґрунтується на використанні філософського аналізу, соціокультурного аналізу, герменевтичного методу, феноменологічного підходу, критичного дискурс-аналізу. **Результати.** Проаналізовано теоретико-методологічні підходи до осмислення гастрономії у сучасному філософському, культурологічному та соціологічному дискурсі. Визначено специфіку гастрономії як форми символічного виробництва культурних смислів, соціальних практик та ідентичностей у контексті повсякденності.

Досліджено вплив глобалізаційних процесів на трансформацію гастрономічної культури та харчових практик сучасного суспільства. Розкрито феномен McDonald's як репрезентацію процесів раціоналізації, стандартизації та технологізації культури в умовах постіндустріального суспільства. **У висновках** обґрунтовано, що макдональдизація трансформує гастрономічну культуру у контексті повсякденних практик споживання, створюючи нові виклики та можливості у сучасних соціокультурних контекстах.

**Ключові слова:** харчування, гастрономічна культура, глобалізація, макдональдизація, стандартизація повсякденності, ідентичність.

### **Transformation of gastronomic culture in the context of everyday consumption practices**

**Vladyslav Dorozhko,**

Postgraduate Student of the Department of Philosophy,  
H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University,  
Kharkiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4796-2445>

**Abstract:** The conditions of the globalized world simultaneously contribute to two interrelated processes: the universalization of gastronomic practices and the



*reactualization of local culinary traditions. The McDonald's phenomenon acquires special philosophical significance in modern society, which should be considered not only as a specific model of nutrition, but as a symptom of broader sociocultural transformations. **Objective.** The aim of the article is a philosophical and culturological analysis of gastronomy as an interdisciplinary sociocultural phenomenon in the context of globalization and everyday life, as well as identifying the specifics of the McDonald's phenomenon as a model of technological production and food consumption, which represents the processes of rationalization, standardization and simulation in modern culture. **Methods.** The research methodology is based on the use of philosophical analysis, sociocultural analysis, hermeneutic method, phenomenological approach, critical discourse analysis. **Conclusions.** Theoretical and methodological approaches to understanding gastronomy in modern philosophical, cultural and sociological discourse are analyzed. The specificity of gastronomy as a form of symbolic production of cultural meanings, social practices and identities in the context of everyday life is determined. The impact of globalization processes on the transformation of gastronomic culture and food practices of modern society is investigated. The McDonald's phenomenon is revealed as a representation of the processes of rationalization, standardization and technologization of culture in the conditions of a post-industrial society. The conclusions substantiate that McDonaldization transforms gastronomic culture in the context of everyday consumption practices, creating new challenges and opportunities in modern socio-cultural contexts.*

**Keywords:** nutrition, gastronomic culture, globalization, McDonaldization, standardization of everyday life, identity.

**Постановка проблеми.** Умови глобалізованого світу сприяють одночасно двом взаємопов'язаним процесам: універсалізації гастрономічних



практик і реактуалізації локальних кулінарних традицій. З одного боку, глобалізація формує транснаціональний гастрономічний простір, у якому відбувається циркуляція кулінарних кодів, стилів споживання та моделей харчової поведінки; з іншого - актуалізується прагнення до збереження автентичності, локальної пам'яті та культурної спадщини як форм символічного опору уніфікації. У цьому сенсі гастрономія постає як особливий культурний медіатор, що забезпечує взаємодію між традицією та інновацією, локальним і глобальним, матеріальним і символічним вимірами культури.

Особливого філософського значення в сучасному суспільстві набуває феномен McDonald's, який слід розглядати не лише як специфічну модель харчування, але як симптом ширших соціокультурних трансформацій доби пізнього модерну. Поширення McDonald's безпосередньо пов'язане з процесами раціоналізації, стандартизації та прискорення соціального часу, що визначають логіку функціонування сучасної цивілізації. У цьому контексті мережева індустрія репрезентує культуру швидкості, ефективності та функціональної доцільності, у якій домінують принципи темпоральності, оптимізації виробництва та процесів масового споживання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Култаєва М.Д. обґрунтовує процес глобалізації як об'єктивно зумовлений і реально існуючий процес. На метатеоретичному рівні вона постає як синтезована цілісність, що інтегрує політичні, технологічні, культурні та економічні виміри суспільного розвитку [1].

Дослідження феномену повсякденності в культурі постмодерних суспільств представлено науковими розвідками філософів. Судкова В. через історію аналітичного вивчення суті, форм й умов модернізації повсякденності здійснює пошуки відповідей на виклики глобалізації [2].



Voß J. P., Schritt J. запропонували «онтографічний підхід» до вивчення глобалізації. Філософський дискурс зосереджений на різних онтологіях глобалізації, що реалізуються в практиці транслокальних інновацій. Науковці виокремлюють: 1. сучасну глобалізацію в практиці регіонально розширюваних функціональних систем; 2. постмодерну глобалізацію в практиці плавного розсіювання гетерогенних об'єднань; 3. рефлексивну сучасну глобалізацію в практиці інфраструктурування транслокальних мереж [3].

Д. А. Бандурко розкривав специфіку гастрономічних практик у нових медіа та дослідження базових констант їх медіатизації взагалі [4, с. 40]. Р. Корсак, Е. Сіра вивчали міжнародні кулінарні тренди впливають на традиційні методи готування, інгредієнти та страви різних культур. Це особливо важливо для збереження культурного різноманіття та унікальності кулінарних традицій у всьому світі [5, с. 255]. Бойко А. І., Бойко А. О. досліджували систему цінностей як фундамент культурної ідентичності в сучасному суспільстві [6]. Дослідники Emile R., Belk R. W., Clammer J. R. представляють «локальний ландшафт споживання» як альтернативу, зосереджену на продуктах місцевого походження. Вони використовують таке розуміння, щоб запропонувати погляд, який є соціально-культурно обумовленим і який як локалізована система значень відрізняє локальний ландшафт споживання від інших ландшафтів споживання в масових зв'язках горизонтального, а не ієрархічного характеру [7]. Ayora-Diaz S. I. акцентує свою увагу на культурній політиці їжі, смаку та ідентичності досліджуючи соціальні, культурні та політичні процеси, що формують смаковий досвід. Автор досліджує локальні реакції та індустрію культурної спадщини. Розглядає, як професійна кулінарна практика стала основою для місцевої ідентичності, як різні харчові продукти (кімчі, кіноа та сойлент) вийшли на міжнародний ринок, формуючи смак та



ідентичність [8]. Kellner D. у своїй роботі аналізує як McDonald's проклав шлях для індустріалізації та раціоналізації широкого кола традиційних галузей промисловості, які раніше були меншого масштабу, традиційними та сімейними. Мережева індустрія продемонструвала повністю раціоналізований метод виробництва продуктів харчування з його розподілом праці та функцій [9].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** У сучасному філософському дискурсі гастрономія постає як складний міждисциплінарний феномен, що локалізується на перетині культурології, соціальної антропології, соціології, філософії культури та філософії науки. Така епістемологічна оптика дозволяє інтерпретувати харчування не лише як сукупність біологічних практик чи матеріальних артефактів, а як специфічну форму символічного виробництва, у межах якої конструюються культурні смисли, соціальні ідентичності та моделі комунікативної взаємодії. Продукти McDonald's являють собою технологічну модель виробництва та споживання фастфуду, що відтворює саму їжу, використовуючи харчові технології для виробництва синтетичних речовин, смаків та матеріалів, і передбачає штучні технопродукти майбутнього. Сила аналізу полягає в тому, що такі сфокусовані перспективи проливають світло на загальну соціальну динаміку та відображення макроструктур сучасної соціальної організації.

Запропоноване вивчення спрямоване на подолання цих обмежень шляхом поєднання філософського, культурологічного та соціологічного підходів.

**Метою статті** є філософсько-культурологічний аналіз гастрономії як міждисциплінарного соціокультурного явища в умовах глобалізації та контекстах повсякденності, а також виявлення специфіки феномену McDonald's як моделі технологізованого виробництва й споживання їжі, що



репрезентує процеси раціоналізації, стандартизації та симуляції у сучасній культурі.

Для досягнення окресленої мети визначено такі завдання:

1. Проаналізувати теоретико-методологічні підходи до осмислення гастрономії у сучасному філософському, культурологічному та соціологічному дискурсі.

2. Визначити специфіку гастрономії як форми символічного виробництва культурних смислів, соціальних практик та ідентичностей у контексті повсякденності.

3. Дослідити вплив глобалізаційних процесів на трансформацію гастрономічної культури та харчових практик сучасного суспільства.

4. Розкрити феномен McDonald's як репрезентацію процесів раціоналізації, стандартизації та технологізації культури в умовах постіндустріального суспільства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У постіндустріальному суспільстві гастрономічна культура дедалі більше функціонує не лише як система харчових практик, а як простір символічного конструювання соціальної реальності, де споживання їжі пов'язується з ідентичністю, статусом та культурним капіталом. У цьому контексті формуються численні ілюзії постіндустріальної гастрокультури, які створюють уявлення про свободу вибору, екологічну відповідальність та індивідуалізацію, хоча фактично часто відтворюють стандартизовані моделі споживання.

Радикальні зміни, швидка модернізація всіх сфер соціокультурного простору майже у всьому світові обумовлюють потребу у дослідженні соціальної значущості суті, напрямків й наслідків перетворень у повсякденному житті [7, с.55].



Теорія повсякденності та феномен глобалізації перебувають у діалектичному взаємозв'язку як локальне й глобальне, мікросоціальне й макроструктурне. У цьому контексті повсякденність постає не як пасивне тло соціального життя, а як екзистенційний горизонт, у межах якого глобальні процеси набувають конкретної форми людського досвіду.

Практичний перетин цих процесів виявляється у таких ключових вимірах:

1. Стандартизація повсякденності. Універсалізовані гастрономічні практики, масове споживання та цифрові платформи створюють уніфікований темпоритм життя. Соціальні мережі, кава «to go», масмаркет чи стандартизовані моделі дозвілля продукують ефект синхронізації повсякденного досвіду у різних частинах світу. Окрім соціального аспекту, культурні зміни, що відбулися, є досить значними, однією з яких є гомогенізація культури через макдональдизацію, яка заохочує стандартизацію смаку та форми продукту, що призводить до втрати місцевих кулінарних варіантів [10, с.531].

2. Технологізація повсякденного буття. Інтернет, гаджети та цифрові комунікації трансформували глобалізацію з абстрактного макропроцесу на буденну рутину. Міжнародні фінансові транзакції, дистанційні форми праці у транснаціональних компаніях, онлайн-споживання товарів і послуг стали складовими гастропрактик. Це свідчить про перехід до цифрової онтології повсякденності, де межа між локальним простором і глобальною мережею фактично нівелюється. Сучасні технологічні інновації породжують систему цінностей без урахування культурного підґрунтя, що також посилює феномен культурної дифузії [6, с.174].

3. Транснаціоналізація життєтворчості. Сучасний індивід дедалі частіше існує у множинних соціокультурних просторах одночасно. Міграційні



процеси, існування клаптикових родин, шпагатних сімей, мобільність праці та освіти формують нову конфігурацію ідентичності, яку можна визначити як транскультурну. Контексти повсякденності виходять за межі національної держави, перетворюючись на простір постійної міжкультурної взаємодії та обміну [1].

4.Глокалізація як локалізація глобального. Глобальні культурні коди, символи не здійснюють тотального поглинання локальних культур, а проходять процес адаптації та переосмислення, рефлексії. Глобальні бренди, гастрономічні мережі чи стрімінгові сервіси інтегруються у локальний життєвий простір, модифікуючись відповідно до регіональних традицій, мовних практик та культурної пам'яті. Таким чином, формується гібридна культурна реальність, у якій поєднуються універсалізація та локальна автентичність. Дослідження, проведені в кулінарній антропології та маркетингу, показують, що в мультикультурних суспільствах автентичні гастрономічні проекти часто сприймаються крізь призму стереотипів, екзотизації або редукції. Наприклад, національна кухня може бути зведена до кількох популяризованих страв, які лише частково відображають її реальну структуру. Водночас, через комерціалізацію, традиційні рецепти адаптуються до смакових уподобань більшості, що загрожує автентичності як цінності. Це явище отримало назву «кулінарний компроміс» або «культурна гібридизація», коли основна увага приділяється не збереженню традиції, а адаптації її до домінуючої гастрономічної парадигми [11; 12].

Досліджуючи гастрономічну культуру та трансформацію харчових практик у контекстах повсякденності спробуємо проаналізувати як макдональдизація змінює ідентичність та символічний порядок. Саме чому даний феномен потребує подальшого філософського осмислення як одного з



ключових проявів трансформації культури в умовах глобалізації, технократизації та суспільства масового споживання.

На думку Kellner D., макдональдизація характеризується підвищенням ефективності, обчислюваності, передбачуваності та контролю шляхом заміни людської робочої сили технологіями. McDonald's одночасно прагне підвищити як продуктивність, так і прибуток шляхом раціоналізації виробництва та споживання. Як глобальне явище, McDonald's взаємодіє з місцевими культурними традиціями, поєднуючи масове виробництво та споживання з гібридизованими культурологічними формами та процесами, створюючи новий вид нішевого виробництва продуктів харчування.

Дослідження мережі McDonald's в Азії, наприклад, підкреслюють, як McDonald's навчає споживачів стояти та чекати в черзі, впроваджувати раціоналізовані процеси споживання харчів. Для споживачів є можливість отримати досвід культурної інакшості, який дозволяє незахідним людям брати участь в етосі західних гастрономічних практик. McDonald's є невід'ємною частиною процесу глобалізації, який породжує нові форми культури, соціальних практик та способів життєтворчості [9, с.39].

Система менеджменту, реклама та просування продукту забезпечують шалений споживчий досвід для мешканців всього світу, які споживають західну сучасність у вигляді Біг Маку. Велика індустрія адаптується до місцевих культур та кухонь, наприклад, подаючи страви з локшиною в азійських країнах разом із Біг Маками. McDonald's дозволяє регіональним власникам змінювати меню відповідно до місцевих смаків, як от пропозиції оригінального американізованого меню включали: еспресо та холодну пасту в Італії, бургери теріякі в Японії, охолоджені йогуртові напої (айран) у Туреччині, веганські бургери в Нідерландах, МакЛакс (сендвічі з грильованим лососем) у Норвегії, МакСпагеті на Філіппінах.



Глобалізація змінює простір та впливає на якість продуктів. Гастрономія McDonald's являє собою технологічну модель виробництва та споживання фастфуду, що продукує їжу, використовуючи харчові технології для виробництва синтетичних речовин, смаків та матеріалів. Модель споживання фастфуду McDonald's замінює традиційну модель сімейної гастрономічної культури комерціалізованою їжею. Нова філософія їжі стає нормою для виробництва продуктів харчування, що реплікується через заморожену та готову їжу, поширення мереж ресторанів швидкого харчування [9, с.44].

Досвід великої індустрії харчування змушує людину вписуватися у форму попередньо сформованої однаковості та гомогенізації. Споживач, замовляючи страви підпорядковує свій смак під корпоративну культуру. Локальні мережі харчування пропонують різноманітні меню, звертаючись до клієнтів як до окремих суб'єктів з урахуванням власних смаків, гастрономічних уподобань, дозволяючи розмірковувати над діапазоном запропонованих варіантів їжі. Науковець зазначає, що вивіска McDonald's ілюструє продукт у публічному просторі, вписуючи особистість у матрицю гомогенізованого споживацького суб'єкта. Макдональдизація є феноменом раціоналізованої модернізації, невід'ємною частиною масового суспільства з його шаленим темпом, потужним виробництвом та стандартизованим споживанням [9, с.37-50].

Існує чотири виміри макдональдизації, які можна використовувати для аналізу та оцінки впливу макдональдизації на установу чи сектор суспільства. Ці чотири виміри – ефективність, обчислюваність, передбачуваність та контроль [13].

Одним із вимірів макдональдизації є обчислювальна потужність. Кількісні показники переважають над якістю. У цьому відношенні



виробничий процес надає пріоритет швидкості, іноді досить високої, що дозволяє дуже швидко виробляти та продавати товари. Підхід обчислювальної потужності надає пріоритет ефективності та обсягу, нехтуючи якісними показниками для задоволення високого попиту від споживачів. Наступний вимір макдональдизації - це передбачуваність. У раціональному суспільстві для кожного клієнта важливо усвідомлювати, що він отримає у кінцевому результаті та бути впевненим у якості отриманої продукції. Кожен хоче комфорту та безпеки, вирішуючи купувати певний продукт чи ні. Контроль, як один із вимірів макдональдизації підкреслює посилення контролюючих дій, досягнутих завдяки використанню жорстких технологій. У цьому контексті контроль стосується здатності організації краще регулювати та контролювати операційні процедури, взаємодію з клієнтами [14].

**Висновки.** Всесвітня мережа Біг Маку здатна долати інституційні та національні кордони, що робить її конкретним прикладом модернізації та глобалізаційних процесів. Макдональдизація впливає не лише на виробничі процеси, але й трансформує моделі споживання та спосіб життя. Ця трансформація має подвійні наслідки. З одного боку, вона надає економічні можливості локальним структурам інтегруватися у світові ринки. З іншого боку, вона ризикує створити залежність від зовнішніх споживчих культур, потенційно зменшуючи місцеву ідентичність та самодостатність [15;16]. Таким чином, феномен McDonald's трансформує гастрономічну культуру у контексті повсякденних практик споживання, створюючи нові виклики та можливості у сучасних соціокультурних контекстах.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні балансу між глобалізованими та локальними гастрономічними практиками, а також у пошуку моделей сталого та усвідомленого харчування.



### Список використаних джерел

1. Култаєва М.Д. Соціологія глобалізації. Харків : ХНПУ ім. Г. Сковороди, 2008. 207 с.
2. Судокова В. Феномен повсякденності в культурі постмодерних суспільств. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрям: мистецвознавство)*. 2021. № 37. С. 48-57.
3. Voß J. P., & Schritt J. The McDonaldization of democracy? Globalization and space-making in practices of innovating mini-publics. *Geoforum*. 2025. 165p.
4. Бандурко Д. А. Культурологічний аналіз репрезентації гастрономічних практик у нових медіа. *Українські культурологічні студії*. 2022. № 1 (10). С. 40-46. URL: [https://doi.org/10.17721/UCS.2022.1\(10\).07](https://doi.org/10.17721/UCS.2022.1(10).07)(дата звернення: 18.05.2026).
5. Корсак Р., Сіра Е. Кулінарна етнологія та глобалізація: вплив міжнародних кулінарних трендів на традиційну кухню. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали II Міжнародної наукової конференції (24-25 квітня 2024 р.). Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2024. С.255-259. URI: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/62822>(дата звернення: 18.05.2026).
6. Бойко А. І., Бойко А. О. Система цінностей як фундамент культурної ідентичності в сучасному суспільстві: огляд основних проблем. *Культурологічний альманах*. 2024 №4. С.166–177. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.4.19>
7. Emile R., Belk R. W., Clammer J. R. (2021). Localizing taste: using metaphors to understand locutural consumptionscapes. *Food, Culture & Society*. 2021. 24(3). 431-445.
8. Ayora-Diaz S. I. Food, taste, and identity in the global arena. *The Cultural Politics of Food, Taste and Identity*. 2021. 15-30.



9. Kellner D. Media spectacle. routledge. London, 2003. 207 p.
10. Dwi Wijaya M., Afifah I., Maybe Z. (2025). McDonaldization in Sustainable Agro-industrial Production Systems: Socio-cultural Implications in the Context of Globalization. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*. 2025. 8(3). 524-535. <https://doi.org/10.31538/almada.v8i3.8420>.
11. Lytvynenko K. Cultural identity as a factor in the competitiveness of gastronomic projects in a multinational environment. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. 11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15484702>.
12. Склярєнко К. О. Повсякденність як концептуальний модус соціологічної рефлексії. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Соціологія і політичні науки*. 2013. № 3 (18). С. 114-122.
13. Ritzer G. The McDonaldization of society. In *In the mind's eye*. Routledge, 2021. P. 143-152.
14. Creighton A. M. An interview with George Ritzer on presumption, McDonaldization, enchantment, and globalization. *Hortus Semioticus*. 2023. Volume 11. P. 76-92.
15. Erzsébet Malota, Attila Mucsi. Tasting a new culture: adjustment to a foreign culture through traditional local cuisine. *Food, Culture & Society*. 2023. Volume 26. P. 209-229.
16. Joassart-Marcelli P., Salim Z., Vu V. Food, Ethnicity and Place. *Food and place: A critical exploration*. 2017. P. 211.