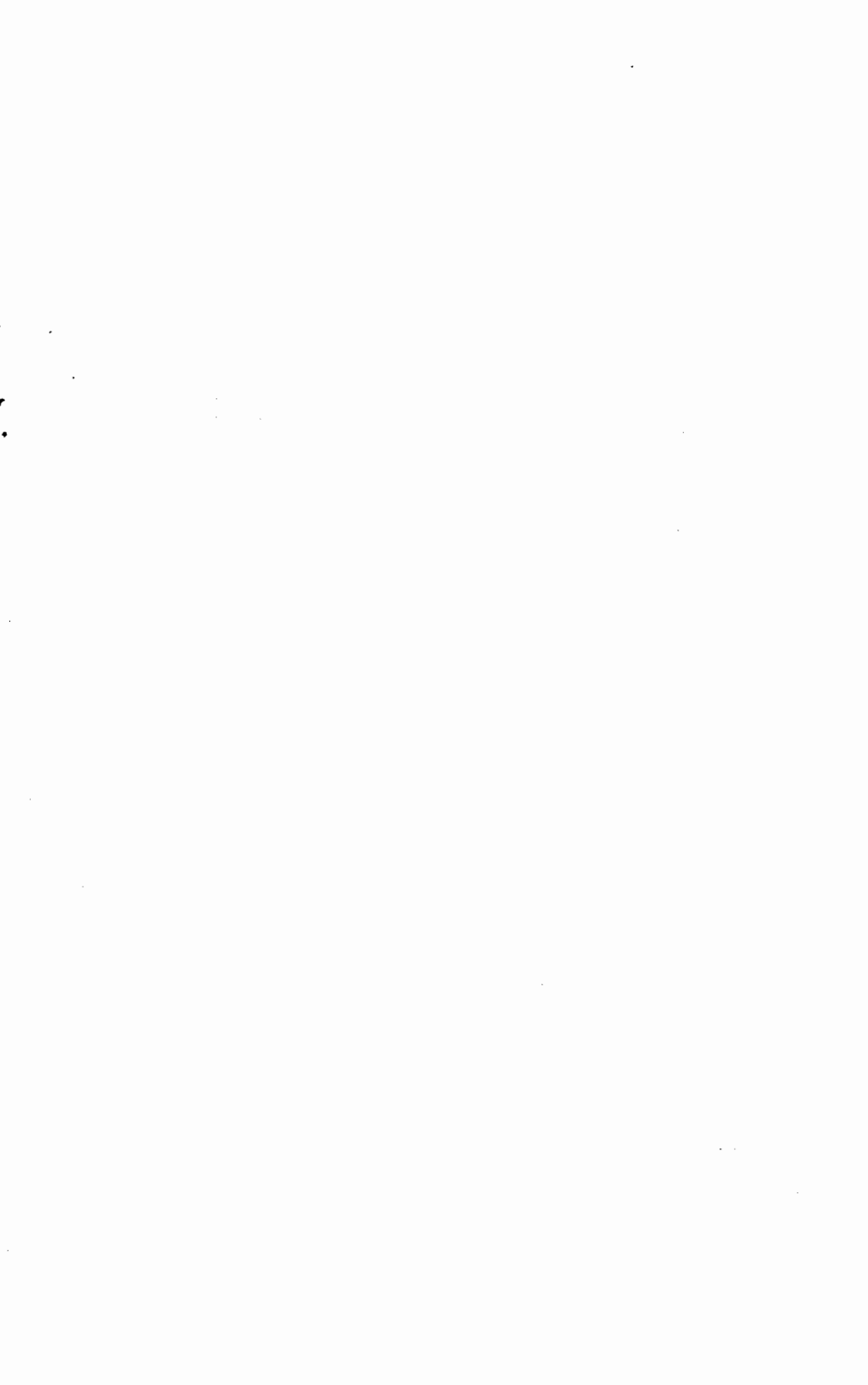


التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع وأثره على الأنماط الإستهلاكية لدى
الأسرة المصرية - دراسة ميدانية على عينة من الشباب

د / ايناس محمد غزال
مدرس علم الاجتماع
كلية الآداب - جامعة المنوفية

د / ايمان جابر شومان
مدرس علم الاجتماع
كلية الآداب - جامعة طنطا



التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع وأثره على الأنماط الإستهلاكية لدى
الأسرة المصرية - دراسة ميدانية على عينة من الشباب (*)

محتويات الدراسة

مقدمة

أولاً : الدراسة النظرية

- إشكالية الدراسة
- أهمية الدراسة
- الأهداف
- التساؤلات
- الدراسات السابقة
- مفاهيم الدراسة
- التوجه النظري للدراسة

ثانياً : الدراسة الميدانية

- الإطار المنهجي للدراسة
- نتائج الدراسة الميدانية
- النتائج العامة للدراسة
- المراجع
- الملاحق

(*) د. إيمان جابر شومان مدرس علم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة طنطا ،
د. إيناس محمد غزال مدرس علم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة المنوفية

التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع وأثره على الأنماط الاستهلاكية

لدى الأسرة المصرية - دراسة ميدانية على عينة من الشباب

مقدمة :

يقف الإنسان في عالمنا المعاصر في حيرة واندھاش أمام سرعة التغييرات العالمية يشاهد حركة تطور متسارعة لم يخبرها شعوب العالم من قبل . حركة هزت ثوابت الثقافة بل غيرت مكوناتها ، ثورة مليئة بمصطلحات جديدة وظواهر متغايرة خاصة في السلوك والعادات والعلاقات الاجتماعية وأنماط الاستهلاك وما يرتبط بها من قضايا ومشكلات متنوعة ، اجتاحت هذه الثورة بقاع الأرض بكاملها، وفي خضم هذا التغير الكوني الهائل تشكلت رموز ثقافية من نوع جديد أتيج لها من خلال ثورة اتصالات وشبكة معلومات أن تؤثر في فكر الإنسان وسلوكه وعلاقاته [أنظر : أحمد مجدى حجازى ، (٢٠٠١) ، ص ٥] ، ولا أدل على ذلك من التطور الذى طرأ فى مجالات التسويق والدعاية والإعلان ، ذلك التطور الذى جعل العديد من شعوب العالم برغم المسافات الشاسعة بين المصنّعين والراغبين فى الشراء يطمحون فى امتلاك السلع المعلن عنها بوسائل فنية غاية فى الدقة والتحديث تملك آليات الترغيب والتشويق فأصبحت الهرولة نحو السلعة سمة العصر العولمى أو هرولة السلع نحو البشر هى نتاج وسائل الاتصال الحديثة .

وقد أثر ذلك بشكل أو بآخر على معظم الأسر بكافة شرائحها ، تلك الشرائح التى تأثرت ظروفها المعيشية وأنماط استهلاكها وعاداتها وسلوكيات أبنائها بالعديد من هذه التغييرات ، وقد لعبت الشركات متعددة الجنسيات بما تملك من وسائل معرفية وأساليب إعلامية وإمكانات تكنولوجية غير مسبوقه دوراً بالغ الخطورة فى صناعة ثقافة الاستهلاك وفن الترويج المبهر للسلع على الصعيد الدولى . [أنظر : المرجع السابق ، ص ٥] .

وفى هذا الصدد يتفق الباحثون والمهتمون بقضايا الواقع ومشكلاته وخاصة - رجال الفكر الاجتماعى - على أن العلم يسوده نوع من الثقافة المعولمة الغازية المتناقضة ، ثقافة تجمع بين الحرية المطلقة لدول الشمال والتقييد المستهدف لدول الجنوب - إن صح التعبير - مما يشكل بدوره تحدياً ثقافياً هائلاً حيث أصبح الإعلان عن سلعة ما وترويجها وترغيب الجماهير فيها وتشويقهم إليها - بغض النظر عن جودتها أو نوعيتها أو الحاجة إليها - هو المعيار الحاكم والوسيلة المثلى لاستنزاف فائض القيمة عند الشعوب .

لقد تغير العالم بالعولمة وتبدلت الأفكار الراسخة فى الذهن البشرى ، وكان لابد من مواكبة ما حدث للناس والمجتمعات والأسر ، حيث أدت كل هذه التغييرات بالطبع إلى ظهور العديد من الظواهر الاجتماعية والثقافية الجديدة والتي برزت بجلاء ، ومن بين هذه الظواهر طغيان ظاهرة الطعام السريع فى المجتمع المصرى.

أولاً - الدراسة النظرية :

إشكالية الدراسة :

مع تزايد قوة الدفع التى سارت بها سياسات العولمة تزايد الاهتمام ، وتعددت الكتابات خلال السنوات القليلة الماضية عن الآثار الثقافية للعولمة ، والثقافة العالمية العابرة للحدود ، وتراوحت هذه الكتابات ما بين الانزعاج من ظاهرة التغلغل ووجوب الحذر منها ، وبين الانفتاح عليها والتعامل معها [أنظر : أحمد مجدى حجازى (١٩٩٩) ، ص ١٣٠] وبغض النظر مؤقتاً عن تقييم هذه المواقف فإن جانباً كبيراً من الحوار الدائر يكاد أن يحسم بوجود ظاهرة نوعية جديدة تتلخص فى تعاطم انتشار ظاهرة الطعام السريع (سلسلة مطاعم ماكدونالدز وغيرها) ، والأخطر من ذلك هو انتقال هذه الظاهرة وتحركها من مواقع جذورها الأمريكية إلى مواقع فروعها فى بلاد أخرى مغايرة اجتماعياً وثقافياً ؛ فأصبحت تنتقل إلينا وتتجذر بيننا وتزيد سطوتها داخل المزيد من مناطق المجتمع ، وأخذت

تنمو وتتسبب وتتوسع إلى سائر نظم المجتمع الأخرى ، [أنظر محمد محمود الجوهري (٢٠٠٤) ، ص ١] . وأصبحت تسيطر بشكل ظاهر على شتى مجالات الإستهلاك ، والمثير أن يمتد هذا التغلغل إلى المجتمع المصرى بكافة جماعاته وشرائحه وفى شتى أرجائه .

لقد أصبح البعد الثقافى النفسى هو المتحكم بقوة فى تعاملات الناس فيما بينهم اليوم ، ومن بين أهم الموضوعات التى يتداولونها فى الخطاب اليومى نحياتهم وفى ممارساتهم السلوكية ، وهكذا يقرر المتخصصون أن السلوك الإستهلاكى لم يعد سلوكاً فردياً يخص شخصاً مستقلاً يملك القدرة على التحكم والاختيار ، بل اجتمعت هناك قوى وعوامل متعددة تسهم فى تشكيل رغبات الفرد وتمارس عليه صغوطاً متنوعة تبدأ بالترغيب وتنتهى بالإجبار [أنظر : أحمد مجدى حجازى ، مرجع سابق ، (٢٠٠١) ، ص ٦] ، حيث يكثر اليوم الترويج للسلع الإستهلاكية بل يتجاوز ذلك إلى سلب إرادة الناس - وخاصة من الأطفال والشباب - وتعويدهم على أنماط الحياة الإستهلاكية للمجتمعات المصنعة مما يمثل تحدياً ثقافياً وذلك بنشر ثقافة مستجدة مضادة لثقافة المجتمع الأصلية ويساهم فى إقامة المجتمع الإستهلاكى على حساب أولويات التنمية التى ينبغى أن تكون مستمدة من واقع المجتمع محل الدراسة لا من تلك الثقافات الوافدة .

فقد انتشرت الثقافة الشعبية الأمريكية وسيطرت على أنواق الناس فى العالم بأسره فى مختلف المجالات ؛ فعلى سبيل المثال لقد افتتحت سلاسل المطاعم الأمريكية للوجبات السريعة فروعها فى كافة أنحاء العالم ، ومع ذلك انتشرت اللغة الإنجليزية وخاصة اللهجة الأمريكية لتصبح لغة عالمية [أنظر : السيد أحمد مصطفى عمر (٢٠٠٠) ، ص ٧١] ويسمى البعض الثقافة الأمريكية " بثقافة الماكدونالدز " التى يعتبرها رافضوا العولمة نوعاً من الغزو الثقافى الذى يسعى لإضعاف الثقافات الأصلية لتحل محلها تدريجياً الثقافة الأمريكية بما يضمن استمرار قوة وتفوق الولايات المتحدة الأمريكية ؛ فلقد أصبحت سلاسل المطاعم

الأمريكية " الطعام السريع " واحدة من آليات ثقافة الإستهلاك حيث ارتبطت برموز ومعانى وصور للتفوق والرفاهية والمتعة ، وقد لعب الإعلان والدعاية دوراً بالغ الأهمية فى نشر وتدويل هذه الثقافة وفى تغيير العادات والسلوكيات والبحث عن المتعة من خلال الإستهلاك . [أنظر Valentine, G. (1999) p. 793]

ونجح الإعلان الذى يعتمد على قوة ونفوذ وسائل الإعلام المُعولم فى الوصول إلى أغلبية سكان المعمورة من مختلف الطبقات والثقافات وصارت السلع الإستهلاكية وأسماء وعلامات الشركات الكبرى متعددة الجنسيات جزءاً من الثقافة المتداولة بين البشر رغم اختلاف اللغات والثقافات ، لقد فرض الإعلان نوعاً من الهيمنة على الأسواق العالمية وعلى المستهلكين من خلال توحيد وتمييط الأذواق ، وخلق إجماع زائف على إستهلاك سلع قد لا يكون الفرد أو الأسرة أو المجتمع بصفة عامة فى حاجة إليها ، أو قد لا تتفق مع الاحتياجات والأوضاع المعيشية .

فبتحليل الواقع الراهن وأسلوب حياة البشر اليومية يتضح ما يلى :

أ - فى ظل العولمة وتحديات الثقافة انتشرت مطاعم الوجبات السريعة وتزايد التردد عليها بصورة ملحوظة ، وتحول إستهلاك الطعام السريع إلى سلوك مستحسن ، وإلى ظاهرة تؤثر على كل من الفرد والأسرة والمجتمع ونخص بالذكر قطاع الشباب محور الدراسة .

ب - تتحدد قيمة الطعام السريع ليس بقيمته الحقيقية المتمثلة فى جودته ، بل بقدرة صانعيه على تحويله إلى ثقافة ترغيب وتشويق لدى المستهلك ؛ فيصبح الإعلان عن هذه النوعية من الأغذية أهم منها فى حد ذاتها .

ج - أصبح الفن فى إستهلاك الطعام السريع أى صناعة ثقافة إستهلاك الأطعمة السريعة هو الإطار الحاكم لاختراق الشعوب ومن الطبيعى أن يكون الأقوى فى عالم اليوم هو صانع تلك الثقافة ومروجها [أنظر : أحمد مجدى حجازى ، مرجع سابق ، (٢٠٠١) ، ص ١١٦] حيث يعبر جورج ستاينر

G. Styner عن ذلك بقوله " إن معبدى الحرية الجديدين سيكونان ماكدونالدز وكنتاكي فرايد تشكن ، إذ أعتبر ماكدونالدز نتاج الثقافة الدارجة التى تحركها التجارة التوسعية قلبها أمريكى وشكلها الموضه " [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، (٢٠٠١) ، ص ١٣١] ، أو على حد تعبير بنجامين باربر B. Berber " إن ماكدونالدز هو عالم جديد من التوكيلات الكونية نسمع فيه الصيحة الجديدة يا مستهلكى العالم اتحدوا فلدينا كل ما تريدونه فى سلاسلنا " [أنظر : بنجامين باربر ، (١٩٩٨) ، ص ١٥٢ ، ١٥٣] .

د - ثقافة إستهلاك الطعام السريع التى تم تصنيعها والترويج لها بذكاء هى ثقافة تقوم على قاعدة أن الناس فى كل مكان قادرون على إستهلاك هذه النوعية من الأطعمة وقد أكد شاو Show فى هذا الصدد " أنه شكل من التآمر ضد السواد الأعظم " [أنظر : جوردون مارشال (٢٠٠٠) ، ص ٤٥٠] وتمثل هذه الثقافة على حد تعبير مالكوم وترز M. Waters المعيار الذى ينبغى قياس بقية الثقافات الأخرى وفقاً له [أنظر : سامح فوزى ، (١٩٩٦) ، ص ٢٤] ، أو كما عبر هربرت شيللر H. Sheller " أنه نوع من السيطرة على العقول " . [أنظر : هربرت أ. شيللر (١٩٩٩) ، ص ١١٣] .

فهى ثقافة مخطط لها بوعى ، وتعبر عن مركب ثقافى يستخدم أساليب متنوعة عملية وعقلانية فى إنتاجها وتعميمها ، وتحمل رموزاً وأفكاراً وقيماً كفيلة بتبرير وتدعيم النزعة إلى البحث عن هذه الأطعمة فى الأسواق ، أنها نظام ثقافى يهدف إلى تغيير الواقع الثقافى لتقبل مخرجات السوق ومنتجاتها بالاعتماد على عدة وسائل أهمها تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات ووسائل الإعلام . [أنظر Ritzer, G (1999) p. 543]

وبناءً على ما سبق فإن ظاهرة الطعام السريع عبر آليات الإعلان والدعاية وحب التملك والمحاكاة وتقليد الآخرين تتجسد فى الواقع المصرى مما يخلق تحدياً ثقافياً وضغوطاً اقتصادية على معظم الأسر المصرية حتى الميسورة

منها ، حيث تظهر رغبات واحتياجات مصطنعة أو غير ضرورية ، كذلك نجد أن عادات تناول الطعام تتشكل بواسطة مثل هذه الأماكن ، وفي هذه الأيام قد نجد أن الشخص العادى وخاصة من الشباب ربما يذهب إلى مطاعم الوجبات السريعة عدة مرات فى الأسبوع إن لم يكن يومياً مما يؤدي إلى تغيير عادات الطعام المعتادة فى ظل الإطار الأسرى ، ومن ثم الافتقار إلى الحميمية أو العلاقات الاجتماعية القوية نتيجة الذهاب إلى تلك المطاعم .

والإشكالية هنا تتجسد فى أن ظاهرة الطعام السريع لا نهاية لها ، وبالتالي فإنها تشكل تحدياً ثقافياً وضغوطاً اقتصادية مستمرة على الأسرة المصرية ، الأمر الذى قد يثير توترات فى السلوك وأنماط الإستهلاك وفى العلاقات الاجتماعية بين الشباب داخل الأسرة .

فكيف يحدث ذلك ؟ أو بعبارة أخرى كيف يمثل الطعام السريع تحدياً ثقافياً على الأسرة المصرية ، وعلى تغيير العادات الغذائية وأنماط الإستهلاك لدى الشباب ؟ وكيف نواجه هذا التحدى فى عصر العولمة ؟
أهمية الدراسة :

إذا اعتبرنا أن كل دراسة علمية فى مجال ما تسهم إسهاماً إيجابياً فى تراكم المعرفة النظرية والامبريقية فى هذا المجال ؛ فعندئذ يكون الهدف الأول لهذه الدراسة هو إضافة إسهام علمى فى فرع من أهم فروع علم الاجتماع وهو علم الاجتماع الثقافى الذى صار مطالباً بالتصدى للعديد من الظواهر الاجتماعية التى لا تخلو من بعد ثقافى مثلما هو الحال فى دراستنا الراهنة التى تتناول التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع وأثره على أنماط الإستهلاك لدى الشباب فى محيط الأسرة المصرية - تلك الأسرة التى تتميز بخصوصيتها الثقافية والسلوكية - وهى قضية تشغل بال العديد من الباحثين .

أما على المستوى الميدانى فإن الدراسة تسعى إلى إعطاء صورة وصفية تفصيلية عن شرائح وفئات من شباب الأسر فى حضر المجتمع المصرى المترددين وغير المترددين على الأماكن التى تباع الأطعمة السريعة ، والتعرف

على خلفياتهم التعليمية والثقافية والاجتماعية ، وكذلك التعرف على العادات الغذائية والأنماط الإستهلاكية فى كلتا الفئتين .

الأهداف :

تهدف الدراسة الراهنة إلى محاولة الكشف عن التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع لدى الأسرة المصرية وذلك فى ضوء ما يلى :

١ - التعرف على الأسباب الحقيقية التى تدفع الشباب إلى الإقدام على تناول الأطعمة السريعة .

٢ - التعرف على تأثير الطعام السريع على سلوكيات تغيير العادات الغذائية بين الشباب فى إطار الأسرة .

٣ - التعرف على تأثير الطعام السريع على أنماط الإستهلاك لدى الشباب .

٤ - التعرف على تأثير الطعام السريع على تغير طبيعة العلاقات الاجتماعية بين الشباب .

٥ - التعرف على الخلفيات الاجتماعية والثقافية والتعليمية للمترددين وغير المترددين على أماكن الوجبات السريعة .

٦ - كيفية مواجهة هذا التحدى الثقافى والإستهلاكى الذى أفرزته مطاعم الوجبات السريعة " ماكدونالدز " .

التساؤلات :

تحاول الدراسة أن تجيب على تساؤل رئيسى مؤداه :

ما هى التحديات الثقافية التى نتجت عن عولمة الطعام السريع وتأثير ذلك على الشباب فى محيط الأسرة المصرية ؟

وينبثق عن هذا التساؤل بعض التساؤلات الفرعية التالية :

- ١ - ما هي الأسباب الحقيقية التي تجعل الشباب ينجذب إلى الأطعمة السريعة ؟
- ٢ - ما هي العلامات أو الرموز الثقافية التي تجذب المترددين على هذا النوع من الأطعمة السريعة ؟
- ٣ - كيف يؤثر الطعام السريع على تغير أنماط الإستهلاك الخاصة بالشباب في محيط الأسرة ؟
- ٤ - إلى أي مدى يؤثر الطعام السريع على طبيعة العلاقات الاجتماعية بين الشباب داخل محيط الأسرة ؟
- ٥ - ما مدى تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي - المستوى الثقافي - المستوى التعليمي على أنماط الإستهلاك الخاصة بالمترددين وغير المترددين على مطاعم الوجبات السريعة ؟
- ٦ - كيف نواجه التحديات الثقافية التي أفرزتها مطاعم الوجبات السريعة في ظل العولمة ؟

الدراسات السابقة :

تتميز الدراسات السابقة - وخاصة العربية - في مجال رصد وتحليل واقع الطعام السريع وتأثيره على الأسرة المصرية في ظل العولمة بالندرة وهو ما يجعلنا نتعرض إلى بعض الدراسات المتاحة والتي لها علاقة بهذه القضية .

أولاً - الدراسات العربية :

الدراسة الأولى : بعنوان : العولمة والثقافة الإستهلاكية - الأشكال والآليات .
إعداد : آمال عبد الحميد محمد (٢٠٠١) .

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على جانب من قضية العولمة والثقافة الإستهلاكية حيث طرحت قضية رئيسية مؤداها أن العولمة تفرض هيمنتها من خلال عدة آليات منها افتتاح الشركات العالمية للإنتاج فروعاً لمنشأتها ، وتتخذ تلك

المنشآت هي الأخرى عدة آليات لجذب أو ترسيخ الثقافة الإستهلاكية ، وهنا تظهر ضروب متباينة لتلك الثقافة ، منها المتجه نحو تلك المنشآت المستحدثة ومنها المتجه نحو المنشآت التقليدية ومنها المزوج .

تحاول الدراسة أن تجيب على عدة تساؤلات يتمثل معظمها في شكل المنشآت الإستهلاكية المستحدثة وآلياتها ، وكذلك المخاطبين من تلك المنشآت .

وقد حاولت تلك الدراسة أن تتبنى المنظور الشمولى فى تحليل قضية العلاقة بين العولمة والثقافة الإستهلاكية ، الذى يعتمد على بعض الأطروحات النظرية التى وردت سواء من منظور سوسىولوجى أو انثروبولوجى .

اعتمدت الدراسة على المنهج الانثروبولوجى وعلى الملاحظة والملاحظة بالمشاركة والاختباريون فى جمع البيانات عن بعض المنشآت المستحدثة لعدد من الأحياء فى نطاق محافظتى القاهرة والجيزة .

وقد أسفرت النتائج عن أن أغلب المجالات الإستهلاكية تتركز فى الطعام ثم التسويق التجارى ثم الترفيه ، وكلها وسائل تفرض هيمنتها على مجتمعاتنا .

الدراسة الثانية : بعنوان : ثقافة الإستهلاك الغذائى لفقراء الريف - دراسة لميكانيزمات التكيف . إعداد : نجوى عبد المنعم قاسم (٢٠٠١) .

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن خصوصية مجتمع البحث وجماعات الفقراء به فيما يخص الثقافة الإستهلاكية الغذائية فى ضوء مفهوم " الوسط المعيشى " لدى " بيبورودو " P. Pordo وكذلك محاولة إبراز الظروف الموضوعية التى تعيش فى ظلها هذه الجماعات ودرجة استجاباتهم لهذه الظروف وميكانيزمات تكيفهم مع واقع الفقير المحاط بالعديد من التحديات والمغريات .

تحاول الدراسة أن تجيب على العديد من التساؤلات التى تدور فى معظمها حول بنود الإنفاق التى تستقطع جانباً من ميزانية هذه الجماعات وتشكل عبئاً كبيراً على ميزانياتهم ، والتعرف على الأنماط الإستهلاكية الشائعة والمشاركة بين أفراد

هذه الطبقة ، وكذلك تساؤلات تتعلق بالظروف المعيشية التي يمكن أن تلعب دوراً في تشكيل السلوك الثقافي الإستهلاكي الغذائي للفقراء ، وأخيراً تساؤلات خاصة بميكانيزمات التكيف التي تطرحها عليهم ثقافتهم في ضوء ظروفهم الاقتصادية المتدنية .

اعتمدت الباحثة على المنهج الأنثروبولوجي بأدواته المختلفة وكذلك منهج دراسة الحالة في قرية أبو رواش بمحافظة الجيزة .

وقد أظهرت النتائج أن الثقافة الإستهلاكية الغذائية لدى مختلف الشرائح في هذه الطبقة تعتمد بالدرجة الأولى على إستهلاك الغذاء بغرض الإشباع فقط أو الامتلاك بما لا يفيد من نوعيات وكميات غير مناسبة من الطعام التي تضر في أغلب الأحوال بالصحة العامة .

الدراسة الثالثة : بعنوان : الأنماط الإستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد - دراسة ميدانية لعينة من الشريحة الصغرى للرأسمالية الجديدة . إعداد : سامية قدرى ونيس (٢٠٠١) .

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على الثقافة الإستهلاكية لدى الشريحة الصغرى من الرأسمالية الجديدة تلك التي تحاول أن تعكس وضعها الطبقي الجديد في صورة رموز إستهلاكية .

تحاول الدراسة أن تجيب على بعض التساؤلات التي تدور حول مدى تأثير التغييرات العالمية الجديدة على هذه الشريحة ، وخاصة في تغيير أنماط إستهلاكها ، وتساؤلات أخرى تتعلق بأنماط الإستهلاك الشائعة والمشاركة بين أفراد هذه الشريحة ، ومدى تباين هذه الأنماط بتباين المستوى الاجتماعي والاقتصادي لأعضاء هذه الشريحة .

قامت الباحثة باختيار خمس أسر من أسر الشريحة الدنيا للرأسمالية الجديدة الذين لديهم أنشطة تجارية وصناعية بمدينة السادس من أكتوبر ، اعتمدت

الدراسة على المنهج الأنثروبولوجى ومنهج دراسة الحالة كما اعتمدت على الملاحظة والمقابلة المتعمقة .

أوضحت نتائج الدراسة أن شريحة الرأسمالية تعمل من أجل الإستهلاك وليس من أجل التراكم الرأسمالى ، وأن هناك نمطاً إستهلاكياً متميزاً لهذه الشريحة حيث يسودها الإستهلاك المظهري أو التفاخرى .

الدراسة الرابعة : بعنوان : تأثير البيئة الأسرية على النمط الإستهلاكى للغذاء فى الأسرة المصرية - دراسة ميدانية فى محافظة الفيوم . إعداد : نشأت السيد مرتضى وهدى توفيق سليمان (٢٠٠١) .

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على نمط الإستهلاك الغذائى الخاص بالأسرة المصرية .

حاولت الدراسة أن تجيب على تساؤل رئيس مؤداه : ما هو نمط الإستهلاك الغذائى للأسرة المصرية ؟

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعى بالعينة ، واستمارة الاستبيان على عينة من ربوات البيوت قوامها ٥٠٠ مفردة فى محافظة الفيوم وذلك من خلال المقابلات الشخصية .

وقد أسفرت النتائج عن أن ٩٠,٢ % من العينة الإجمالية أنهم لا يفضلون شراء الوجبات الجاهزة ، وقد انخفضت النسبة فى مدينة الفيوم حيث بلغت ٨١,٦ % ، كما أكدت معظم النساء اللاتى يلجأن إلى الوجبات الجاهزة أن السبب فى اللجوء الاضطرارى إلى هذه النوعية من الأطعمة هو ضيق الوقت - التنوع - التغيير - ورغبة الأبناء .

الدراسة الخامسة : بعنوان : مجتمع الماكدونالدز - إطار لتحليل بعض تجلياته فى حياتنا المعاصرة . إعداد : هناء محمد الجوهري (٢٠٠٤) .

تهدف هذه الدراسة التحليلية إلى استخدام المنظور النسقى أو التحليل المنهجي المنظم فى التعرف على تطبيقات أو امتدادات وربما إشعاعات ظاهرة المكذله فى بعض مناحى حياتنا اليومية وخاصة فى أنماط العمل ومواصفات عملية العمل .

استعانت الباحثة ببعض الشواهد المصرية أو العربية من خلال إعلانات محلات مطاعم الوجبات السريعة أو مراكز التسويق الكبرى أو برامج بعض قنوات التسويق التليفزيونى أو مواد بعض مواقع التسويق عبر شبكة الانترنت .

أسفرت نتائج الدراسة عن أن هناك بعض التطبيقات الجديدة للمكذله فى مجتمعنا المصرى عن طريق عرض بعض طرق الإستهلاك الجديدة والتي تمثل أشكالاً جديدة مسيطرة ، والتي فقدت العديد من المعانى والقيم .

ثانياً - الدراسات الأجنبية :

لقد تعددت الدراسات الخاصة بالماكدوناليه وخاصة فى ظل العولمة ، ومن بين أهم هذه الدراسات :

الدراسة الأولى : بعنوان : الطعام السريع Fast Food إعداد : لوبشتين تيم Lobstein Tim (١٩٨٨) .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الطعام السريع على الشباب وذلك من خلال عينة استطلاعية فى الفئة العمرية (١٥ - ٢٤) .

وقد أوضحت النتائج أن وجبات الطعام السريع مثل الهامبرجر والمقليات تحتوى على مستويات دهون أعلى من المطلوب ، كما تحتوى على نسبة قليلة جداً من المعادن والفيتامينات ، كذلك أكدت الدراسة أن الشباب فى هذه الفئة العمرية يميلون إلى إستهلاك كميات مفرطة من الدهون .

الدراسة الثانية : بعنوان : أقواس الشرق الذهبية Golden Arches East إعداد: جميس واتسون James Watson (١٩٩٣) .

تهدف هذه الدراسة الوصفية إلى التعرف على تأثير الطعام السريع " الماكدونالدز " على الثقافة الآسيوية .

وقد أسفرت النتائج عن أن مطاعم ماكدونالدز توفر دائماً الطعام الرخيص والقهوة ذات المذاق المميز ، والتسليية المجانية للأطفال ، كما أكدت الدراسة أنه على الرغم من أن مطاعم ماكدونالدز تجمع الناس سوياً إلا أنها تسعى دائماً إلى الربح من خلال تقديم كل ما هو جذاب .

الدراسة الثالثة : بعنوان : التغذية من خلال وجبات ماكدونالدز Food Through McDonald's Meals . إعداد فيرنر وويلوك Verner Wheelock (١٩٩٤) .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الوجبات السريعة (الماكدونالدز) على الشباب وذلك على عينة من الشباب في الفئة العمرية (١٥ - ٢٤) .

وقد أظهرت النتائج أن ٥٤ % من العاطلين ، ٣٦ % من الطلاب يترددون على الأطعمة السريعة أكثر من مرتين أسبوعياً .

كما أكدت النتائج أنه على الرغم من الاهتمام المتزايد بالوجبات السريعة من قِبَل كثير من الناس إلا أنها ترتبط بالعديد من المشكلات الصحية مثل السمنة المفرطة وارتفاع ضغط الدم وأمراض القلب .

الدراسة الرابعة : بعنوان : دولة الطعام السريع Fast Food Nation إعداد : إريك شلوسر Eric, Schlosser (١٩٩٨) .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى هوس المجتمع الأمريكي بالطعام السريع من كافة جوانبه ، وكذلك التعرف على التأثير الاجتماعي الاقتصادي لسلسلة مطاعم الوجبات السريعة .

طبقت الدراسة على عينة من أطفال المدارس الأمريكية .

وقد أسفرت النتائج عما يلي :

- ١ - ٩٦ % من أطفال العينة يترددون على مطاعم الماكدونالدز .
 - ٢ - انتشار ظاهرة الطعام السريع فى المجتمع الأمريكى بوجه عام وهى : صناعة بدأت بأكشاك متواضعة فى جنوب كاليفورنيا ثم انتشرت فى جميع أنحاء المجتمع الأمريكى .
 - ٣ - أنفق الأمريكيون عام ١٩٧٠ حوالى بليون دولار على إنشاء هذه النوعية من المطاعم التى تقدم الوجبات السريعة أكثر من إنفاقهم على المشروعات التنموية الأساسية مثل التعليم والسيارات والكمبيوتر والكتب والمجلات .
 - ٤ - إن النمو السريع فى صناعة الطعام السريع ما هو إلا انعكاس للتغيرات الجزرية التى حدثت فى الاقتصاد الأمريكى حيث دخلت النساء سوق العمل فى هذا المجال وبأرقام قياسية من أجل تحسين مستواهن المعيشى .
 - ٥ - تتفق شركة مكدونالدز أموالاً طائلة على الإعلانات والتسويق أكثر مما تفعله أى شركة أخرى وتهدف معظم إعلاناتها إلى جذب وإغراء الأطفال .
 - ٦ - أدت صناعة الطعام السريع إلى زيادة الفجوة بين الأغنياء والفقراء .
- الدراسة الخامسة : بعنوان : الطعام السريع يصبح غذاء الأسرة على الرغم من عيوبه . Fast Food is Becoming The Family - Cook Despite Short . Comings . إعداد : جونى سورنيولدز Johnny Sue Reunolds (٢٠٠٠) .
- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على القيمة الغذائية للطعام السريع ومدى تأثيره على الأسرة والأطفال .

تم إجراء مقابلات على عينة قوامها ٨٨ أسرة من الآباء والأمهات الذين لديهم أطفال فى سن الثانية عشرة وما قبلها ، أوضحت النتائج كثرة تردد الآباء والأمهات على مطاعم الوجبات السريعة على الرغم من ارتفاع أثمانها ، وانخفاض قيمتها الغذائية ، وأن الآباء يأخذون أبناءهم إلى هذه النوعية من المطاعم لأنها تمثل حلاً سريعاً وسهلاً بالنسبة لحياتهم العملية المضطربة فهى تمكن الآباء من إدخال السرور على أبناءهم وقضاء المزيد من الأوقات معهم .

كذلك أكدت النتائج أن الأباء يشعرون بالذنب عند تقديم هذه النوعية من الأطعمة السريعة لأبناءهم لأنهم يدركون تماماً أنها أغذية غير مفيدة وضارة بالمقارنة بالأغذية الصحية المَعَدَّة في المنزل .

الدراسة السادسة : بعنوان : ماكدونالدية المجتمع The McDonaldization of Society أعداد : جورج ريتزر George Ritzer (٢٠٠٤) .

تركز هذه الدراسة على جمع المعلومات والحقائق حول مطاعم ماكدونالدز للوجبات السريعة ، وذلك من خلال الاقتباس والاستشهاد بالمقالات الصحفية لتوضيح مناقشاته وتحليلاته ، وكذلك الجمع بين الرؤية النظرية والتجسيد العملي ، بهدف تمكين القارئ من رؤية الواقع . وكيف أن النقاط النظرية العامة تتجسد في ظواهر واقعية ملموسة يمكن ملاحظتها وتحليلها وتفسيرها ، وقد تأثر ريتزر في أفكاره عن الماكدونالدية بأفكار ماكس فيبر M. Weber عن الترشيذ أو العقلانية ، حيث يرى أن الماكدونالدية أصبحت اليوم هي الظاهرة المسيطرة على كافة قطاعات المجتمع الأمريكي ، ومن ثم توغلت في كافة أنحاء العالم الأخرى وأصبحت المسيطر على كافة جوانب حياتنا المعاصرة وأنها ستبقى وستستمر من أجل تحقيق مزيد من الربح ، ومن أجل فرض الهيمنة على العالم أجمع .

تعقيب :

يتضح من العرض السابق مدى تركيز الدراسات العربية السابقة التي أجريت معظمها في عام ٢٠٠١ على الثقافة الإستهلاكية ، وعلى أنماط الإستهلاك الخاصة بشرائح معينة كطبقة الفقراء والطبقة الرأسمالية الجديدة مثل دراسة نجوى عبد المنعم قاسم ، ودراسة سامية قدرى ونيس ، كما اهتمت دراسات أخرى ببعض طرق الإستهلاك الجديدة التي تمثل أشكالاً مسيطرة والتي فقدت العديد من المعاني والقيم من خلال المكذله في مجتمعنا المصري مثل دراسة هناء الجوهري .

أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فقد ركزت في معظمها على القيمة الغذائية للطعام السريع مثل دراسة لويشتين ودراسة جون سور نيولدز وتحقيق الترشيد ومزيد من الربح وفرض الهيمنة كما يتضح في دراسة ريتزر ، كما ركزت دراسات أخرى على تأثير الطعام السريع على الصحة العامة .مثل دراسة فيرنروويلوك ، بينما اهتمت دراسة شلوسر بالتغيرات الجذرية التي أثرت على الاقتصاد الأمريكي والتي انعكست على صناعة الطعام السريع وعمليات الدعاية والتسويق ، وكذلك العاملين بهذه الصناعة .

لم تهتم معظم الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية بالتحديات الثقافية الخاصة بالطعام السريع ومدى تأثيره على السلوكيات وأنماط الإستهلاك وكذلك بالقيم الاجتماعية والثقافية أو بطبيعة العلاقات وأنماط التفاعل داخل الأسرة.

ولذلك يطرح موضوع الدراسة الراهنة اتجاهاً جديداً في مجال علم الاجتماع الثقافي والذي يركز على فكر العولمة من منظور الماكدوناليه عند جورج ريتزر تلك الظاهرة التي زادت سطوتها في كافة أنحاء العالم اليوم مما يشكل بدوره تحدياً ثقافياً حقيقياً ينبغي علينا مواجهته .

مفاهيم الدراسة :

١ - التحديات الثقافية :

تعنى التحديات المواجهات أو هي كل ما يواجه الثقافة المحلية من تحديات تعمل على توحيدها وجمعها داخل ثقافة عالمية واحدة ، والقضاء على تعدديتها وتنوعها كل ذلك كنتيجة مباشرة أو غير مباشرة لتأثيرات العولمة بكافة أبعادها - وخاصة الثقافية منها - فمن التأثيرات الواضحة للعولمة على الثقافات المحلية تقلص استخدام اللغة المحلية ، وانتشار استخدام اللغات الأجنبية وخاصة الإنجليزية والفرنسية ، وكذلك اختفاء بعض العادات والتقاليد والموروثات الثقافية المحلية

لمواكبة الموجات العالمية الجديدة للعولمة . [أنظر : كينج انتوني (٢٠٠١) ، ص ١١] .

التعريف الإجرائي :

التحديات الثقافية هي المواجهات أو العراقل الثقافية التي أفرزتها العولمة نتيجة التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي حدثت في مجتمعات العالم النامي في العقود الأخيرة والتي أثرت بصورة ملحوظة في السلوك والقيم وأنماط الاستهلاك والعلاقات الاجتماعية وغيرها من الموروثات الثقافية الأصيلة .

٢ - الطعام السريع :

يعد الطعام من أكثر المجالات التي يظهر فيها النهم الإستهلاكي ، كما يكشف في كينونته عن التغيير الاجتماعي والتفاعل بين الطعام والثقافة والرموز والممارسات والسلوك والطقوس والعادات وأساليب التفكير في الطهي ... الخ لأنه يمثل جزءاً هاماً من الموروث الثقافي ، ويمكن من خلاله فهم ديناميات العلاقات الاجتماعية واتخاذ القرار وهوية الأسرة ومدى تماسكها ، كذلك فهم السياق الاجتماعي الثقافي والاقتصادي والحيز المرتبط بمكان تناوله ومدى تميزه بالدينامية والإستاتيكية والطقوس المرتبطة بهذا المكان [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، مرجع سابق ، ص ١٤٦] .

ويشهد مجتمعنا المصري في الآونة الأخيرة خاصة في المدن الكبرى افتتاح العديد من المطاعم التي تتبع شركات متعددة الجنسيات وفي مقدمتها شركات أمريكية مثل ماكدونالدز - كنتاكي فرايد تشيكن - ماك برجر - فرايدز - هارديز - بيتزا هت ... الخ ، وربما تندرج تلك المطاعم تحت إدارة واحدة أو عدة إدارات، ولكن السمة العامة أنها بالرغم من اختلاف مسمياتها إلا أنها أيضاً متشابهة في طرق الإدارة والتنظيم وأداء العمل بكفاءة .

وفى ظل هذا الشكل الذى عليه تلك المطاعم إذ صاحب ذلك رموز ومعانى وممارسات وظهر مفهوم المؤكلة الذى أشارت إليه مارجرىت فيشر M. Visser ويعنى تناول الطعام مع الرفقاء حيث تنمو المشاركة والتفاعل معهم وخلق جو من المرح والترفيه وبهذا غيرت تلك المطاعم من طقوس تناول الطعام وأنماط التفاعل اليومي ، كذلك من عادات الطعام والسلوكيات المرتبطة بها ، إذ ساهم شكل المكان وطرق تقديم الطعام الذى يختلف عما هو معتاد فى الأسرة إلى تفضيل البعض تناول الطعام فى تلك المطاعم أو تفضيل نوعية الطعام الذى تقدمه .

[أنظر : Visser M. (1000) p. 122]

وهكذا ينسحب أسلوب الحياة فى تلك المطاعم إلى خارج الأسرة ، وفى هذا الصدد نشير إلى المفهوم الذى أوضحه جورج ريتزر عن المجتمع الماكدونالى والذى قصد به " العملية التى من خلالها تنشر مبادئ مطاعم ماكدونالدز لتقديم الوجبات السريعة وسيطرة طابعها شيئاً فشيئاً على قطاعات أكثر من المجتمع الأمريكى ، وكذلك مجتمعات العالم الأخرى " .

وعلى الجانب الآخر ربط شلوسر بين الطعام السريع والعولمة موضعاً ذلك التأثير السلبى على الحياة الأمريكية والعامة وعلى الصحة العامة ، وبالتالي على المجتمعات التى انتشرت فيها هذه النوعية من الأطعمة الجاهزة لأن هذه الوجبات فى نظره تقلل من فرص اجتماع الأسر والعائلات على الطعام سويماً كما كان يحدث فى الماضى ، كما أدت إلى انتشار العديد من الأمراض .

[أنظر : Schlessor E. (1998) p. 3]

التعريف الإجرائى :

الطعام السريع هو ذلك الطعام غير المألوف فى الثقافة المصرية الذى يقدم إحساساً زائفاً بالمتعة فى وقت محدد جداً والذى يتم تناوله فى المطاعم التى انتشرت فى عالمنا المعاصر والتى يتمثل هدفها الرئيسى فى تحقيق الربح فقط

بغض النظر عن القيمة الغذائية الحقيقية المقدمة ، ومن ثم فإن عادات وسلوكيات تناول هذا الطعام تتشكل بواسطة هذه الأماكن التي أدت إلى زيادة الفجوة بين الأغنياء والفقراء.

العولمة : التعريف والأبعاد

منذ بداية عقد التسعينيات والحديث يجرى على نطاق واسع في كل أنحاء العالم وعلى كافة المستويات ، وربما بين كل الفئات عن العولمة Globalization ولقد برزت خلال الآونة الأخيرة تساؤلات متعددة عن طبيعة العولمة ، وعن حقائقها ، وأوهامها ، وأبعادها وعن إيجابياتها ومخاطرها ، وعن كيفية التعامل مع إفرازاتها وتأثيراتها ، وأصبح من غير الممكن فهم عقد التسعينيات ، وما حدث ويحدث فيه من تطورات متلاحقة دون الرجوع إلى ظاهرة العولمة التي أصبحت الآن الاتجاه العام أو على حد تعبير مايك فيذرستون M. Feraston الإطار المرجعي لكل الدراسات الاجتماعية والإنسانية ؛ فلقد برزت العولمة بشكل واضح خلال عقد التسعينيات ، لكنها سرعان ما تحولت إلى قوة من القوى المؤثرة في الحقائق والوقائع الحياتية المعاصرة ، وهي الآن القوة الرئيسية التي تقود البشرية ككل إلى المستقبل ، وتعدّها لمعطيات ومتطلبات القرن الواحد والعشرين [أنظر : مايك فيذرستون (١٩٩٩ ، ص ٣) ، وأصبح من الواضح أن معظم التحولات الاقتصادية والثقافية والسياسية والتكنولوجية المذهلة والمتسارعة التي يشهدها العالم هي : إما سبب من أسباب العولمة ، أو أنها مجرد نتيجة من نتائجها العميقة ، وأصبحت معظم المجتمعات بما في ذلك أكثرها رغبة في الانعزال تعيش حالياً وبدرجات متفاوتة عصر العولمة ، كما أن معظم الدول بما في ذلك أكثرها ميلاً للتوقع معنية اليوم بالعولمة شاعت ذلك أم أبت ، لكن في الوقت الذي يتجه فيه الكل نحو العولمة ؛ فإن البعض يبدو مندفعاً نحوها وبسرعة فائقة ، في حين أن البعض الآخر يبدو وكأنه يحبو نحوها ببطء شديد وبتردد ، وربما بتخوف وبخطوة

إلى الأمام وعشرات الخطوات إلى الوراء . [أنظر : هانس بييرمارتن وهارالد شومان (١٩٩٨) ، ص ٢٤٥]

أما بصدد التعرف على ماهية العولمة ؛ فهناك العشرات من التعريفات التي تتسم بالشمول والدقة والحصر بصدد مفهوم العولمة ، لكن مهما كان الأمر بالنسبة للتعريف ومدى دقته أو شموليته فإن الأمر المفروغ منه الآن هو أن هناك أكثر من بعد للعولمة .

ولقد اختلفت الآراء حول مفهوم العولمة كما اختلفت حول مفهوم النظام العالمي الجديد ، ليس في العالم العربي فحسب بل في المجتمعات الغربية التي أنتجته ، ومعظم التعريفات التي قدمت للعولمة يغلب عليها الطابع الاقتصادي ، وذلك لأن مفهوم العولمة من نتاج الرأسمالية وآثارها أوضح ما تكون في المجال الاقتصادي ، إلا أنها أخذت تتسع في تطبيقاتها حتى شملت جميع مناحي الحياة الثقافية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية .

ومن الطبيعي أن يتفاوت فهم الأفراد للعولمة ومضامينها المختلفة وفقاً لاختلاف اهتمام الباحثين ، ونظرتهم إلى الحضارة الغربية ، ومجريات الأمور في الواقع ؛ فالاقتصادي الذي يركز على المستجدات الاقتصادية العالمية وطبيعة المرحلة الراهنة من التراكم الرأسمالي على الصعيد العالمي يفهم العولمة بخلاف عالم السياسة الذي يبحث عن تأثير التطورات العلمية والتكنولوجية المعاصرة على الدولة ودورها في عالم يزداد انكماشاً يوماً بعد الآخر ، كما أن عالم الاجتماع الذي يرصد بروز القضايا العالمية المعاصرة كقضايا الانفجار السكاني والبيئة ، والفقر، والمخدرات ، والإرهاب يفهم العولمة بخلاف المهتم بالشأن الثقافي الذي يهمله ما يحدث من انفتاح للثقافات والحضارات .

ويرى روبنسون Robinson أن العولمة تعد عملية ديناميكية من الاعتماد المتبادل والمتزايد بين الدول القومية ، حيث تصبح الموضوعات فيها عالمية بدلاً من أن تكون قومية . [أنظر : Foldvary, F. (2004) p.2]

ويؤكد مالكوم وترز M. Waters أن العولمة عملية اجتماعية تنوب فيها الفواصل الجغرافية بين الدول ، كما أنها تمثل على حد تعبير مارشال ماكلوهان M. McLuhan عملية تكتسح العالم كله وتحوله إلى قرية عالمية [أنظر : رونالد روبرتسون (١٩٩٨) ، ص ٢٧] ومن بين تعريفات العولمة التعريف الذي أورده جان شوسر J. Sousher من خلال تأكيده على عدة جوانب أساسية للعولمة تتمثل فيما يلي :

أ - العولمة كنزعة للتحويل إلى الدولية لأنها تعمل على زيادة التبادل والترابط بين جميع دول العالم .

ب - العولمة كنزعة للتحرر ؛ فهي تعمل على إلغاء الحواجز وإزالة العقبات المفروضة على الحكومات بين مختلف الدول من أجل خلق اقتصاد عالمي مفتوح ليس له حدود ، وهنا يشير أنتوني جينز A. Gidns إلى أن العولمة تكشف عن العلاقات الاجتماعية العالمية التي تربط بين الجماعات المتباعدة . [أنظر : أنتوني جينز (١٩٩٩) ، ص ٥]

ج - العولمة كنزعة للتحويل إلى العالمية من خلال نشر ونقل الخبرات والموضوعات إلى جميع أنحاء العالم .

د - العولمة كاتجاه إلى التحويل نحو التحديث من خلال كونها عملية ديناميكية يتم عن طريقها نشر البناءات الاجتماعية التي تساعد على تحقيق التحديث .

ولذلك أصبح من الواضح أن العولمة تأخذ أكثر من شكل فشكلها الحالي ليس هو شكلها النهائي ؛ فهي تأتي في أكثر من صيغة واحدة ، لذلك أصبح من الضروري التمييز بين العولمة الاقتصادية والعولمة الثقافية والعولمة السياسية والعولمة العلمية والعولمة الاجتماعية ؛ فلا توجد كما أوضحنا عولمة واحدة بل هناك عولمات عدة تتفاوت في معانيها ومضامينها وتجلياتها وحضورها على أرض الواقع .

وهناك منظوران ينبغى التأكيد عليهما عند الحديث عن العولمة :

يتمثل الأول في النظر إلى العولمة بوصفها عملية طبيعية تلقائية تراكمية محايدة ، تتمثل أساساً في التطورات العلمية والتكنولوجية الكبرى في مجال الاتصالات والمواصلات والمعلومات ، والتي تعتبر بمثابة القوة الدافعة أو الطاقة المولدة والمحركة للعولمة ؛ فالعولمة والثورة العلمية والتكنولوجية هما وجهان لعملة واحدة لا ينفصلان ، أما المنظور الآخر فيتمثل في النظر إلى العولمة في صورتها المقصودة أو المصنوعة المحملة بتوجهات أيديولوجية من خلال استخدام تلك العملية عن قصد لتحقيق الهيمنة الاقتصادية والسياسية والثقافية على العالم احتفاظاً بالتفوق من جانب الأقوياء وتكريساً لتبعية المستضعفين ، والتي تظهر في سعى الولايات المتحدة إلى إعادة صياغة النظام العالمي وفقاً لمصالحها وتوجهاتها وأنماط القيم السائدة فيها ، والتي لا يبدو أنها تأخذ مصالح الآخر في الاعتبار ، ولعل هذه السمة الأخيرة تحديداً هي المصدر المباشر للعديد من المخاوف التي لولا ذلك لما كان لها ما يبررها [أنظر : حليم بركات (٢٠٠٠) ، ص ٩٣١] ؛ فالدول ليست سواء من حيث مدى قوتها الحالية ومدى قدرتها على التأثير في مسار هذه اللحظة التاريخية وتوجيهها لخير الإنسانية كما هو مأمول ؛ فلقد بادرت الدول الصناعية الكبرى والشركات المتعددة الجنسيات أو العابرة للقارات في استغلال تلك العملية التاريخية المحايدة في جوهرها لتتخذ منها أداة للهيمنة الاقتصادية والثقافية والسياسية على الأغلبية الفقيرة والمتأخرة صناعياً وثقافياً ، ولتحاول أن تعيد صياغة العالم على صورتها على وجه يضمن لها الاحتفاظ بتفوقها وتميزها إبقاءً على تبعية الآخر ، بل وتكريساً لتلك التبعية وعلى وجه يتسم بقصر النظر الذي تغذيه صلافة القوة .

إن الآراء التي ترفض العولمة عادة ما تتمتع ببريق إعلامي أكبر من تلك الآراء التي تؤيدها ؛ فرفض العولمة يكون في أغلب الأحوال دفاعاً عن البيئة أو حقوق العمال والمستضعفين في الأرض ، وقد يكون دفاعاً عن القيم الإنسانية والروحية في مواجهة القيم المادية والإستهلاكية ، وأخيراً قد يكون دفاعاً عن الانتماء

والهوية واللغة والسيادة الوطنية فى مواجهة غزو العولمة [أنظر : هناء عبید (٢٠٠١) ، ص ٦٢] .

ولذلك فلعولمة تحديات متعددة فى كافة أبعادها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية .

فبالنسبة للبعد الاقتصادى يمكن القول أن العولمة أول ما بدأت فى مجال الاقتصاد وذلك منذ منتصف النصف الثانى من القرن العشرين ، ولقد اتبعت الدول المتقدمة سياسات لزيادة التبادل الاقتصادى وتحرير التجارة فيما بينها ، وتم إنشاء المؤسسات والقواعد الدولية التى تنظم هذه المعاملات ، وقد نتج عن هذه السياسات ظاهرة العولمة الاقتصادية تدريجياً كما نعيشها فى عالم اليوم ، وقد أدى ذلك إلى تحديات متعددة أهمها أن العولمة تعمل تلقائياً لخدمة المصالح الاقتصادية والمالية الكبرى فقط على حساب غيرها من الاعتبارات الاجتماعية والإنسانية والبيئية ؛ فالعولمة تولى من أهمية السوق ، ومن تدعيم مصالح كبار رجال المال والأعمال مما يودى إلى زيادة التفاوت الواضح فى الدخول وفرص الحياة الكريمة بين أقلية غنية وأغلبية فقيرة ، ويرى نقاد اقتصاد السوق أن إطلاق حرية رأس المال التى زادت بصورة لم يسبق لها مثيل فى عصر العولمة تزيد من صعوبة الحياة على معظم الفئات المستضعفة لأن حرية السوق فى نهاية الأمر هى حرية القادرين ، وتشير بعض الدراسات الإحصائية لاقتصاديات العولمة إلى تزايد إعداد المليارديرات ، وتضاعف السلع والأنماط الإستهلاكية الباهظة وزيادة معدلات البطالة الناتجة عن سياسات الخصخصة التى أصبحت السمة الرئيسية لمعظم اقتصاديات الدول المتقدمة والعديد من دول العالم الثالث .

وبالنسبة للبعد السياسى : فيمكن القول أن السياسة هى أخطر محطات العولمة ؛ فالعولمة التى بدأت فى مجالات الاقتصاد والاتصال تمضى فى سبيل التأثير على السياسة ، وأول ما فعلته بالسياسة هو أنها أفقدتها أهميتها القسوى فسياسات العولمة فى العالم أجمع تقلل يوماً بعد الآخر من مناعة السياسة فى

مواجهة الاقتصاد ، ونلاحظ هذه الظاهرة فى اتجاه عدد من الدول التى كانت بينها علاقات صراع أو حتى حروب فى الماضى إلى تعزيز علاقات التعاون الاقتصادى، ومن أبرز علاقات الصداقة أو الشراكة الجديدة بين أعداد سابقين فى عصر العولمة هى علاقة الولايات المتحدة الأمريكية بالصين ؛ فالمصالح الاقتصادية المشتركة بين الدولتين تعمل باستمرار على التجاوز عن الخلافات السياسية التاريخية بينهما وحل المشكلات التى تطرأ بين الحين والآخر بشكل ودى. [أنظر : حسنين توفيق إبراهيم (١٩٩٩) ، ص ١٩١] .

أما على مستوى السياسة الداخلية بالنسبة لدول العالم الثالث فقد برزت ظاهرة تراجع اهتمام المواطن العادى بالقضايا السياسية ، وتركيزه على القضايا التى تمس قوته وحياته اليومية مثل التعليم والخدمات الصحية وبرامج الضمان الاجتماعى ، وهذه القضايا هى نفسها تعد من أهم تناقضات عصر العولمة ، كما أضعفت العولمة من قوة و سطوة الدولة التى أصبحت مضطرة لتقديم وعود وتنازلات عن سلطاتها على حساب مواطنيها أو للمجتمع الدولى لصالح الشركات والمستثمرين الأجانب الذين يعملون داخل حدودها .

وبالنسبة للبعد الاجتماعى : فقد أصبحت دول العالم الثالث مهددة بكوارجث بيئية و بانتشار الأوبئة الفتاكة ، وتفشى ظاهرة العنف والإرهاب والتطرف التى أصبحت أكثر إنتشاراً من أى وقت آخر ، بل أن الدول نفسها تشكو حالياً من تفاقم معدلات الجريمة والمخدرات والفقر ، ومن أكثر التحديات خطورة بالنسبة للبعد الاجتماعى هو محاولة القضاء على الطبقة الوسطى (المثقفة) ودحرجتها إلى حافة الفاقة وهى الطبقة النشطة سياسياً واجتماعياً وثقافياً ، والنواة الصلبة للمجتمعات الحديثة التى قادت العديد من الحركات الثورية دفاعاً عن الحرية والديمقراطية والعدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان ، كما تؤدى العولمة إلى زيادة التفاوت الاجتماعى والاقتصادى والتعليمى والمعرفى بين الناس وتقليص دور الأسرة فى

عملية التنشئة الاجتماعية نتيجة خروج المرأة إلى العمل وزيادة النمط الإستهلاكي وغيرها من التحديات الاجتماعية . [أنظر : محمد شومان (١٩٩٩) ، ص ١٦٤]
أما بالنسبة للبعد الثقافى والذى تهتم به الدراسة الراهنة لأنه يعد من أخطر أبعاد العولمة ذلك لأنه يتدخل مباشرة فى صياغة الفكر والسلوك الإنسانى والعلاقات الاجتماعية وغيرها من المقومات الثقافية بوسائل متعددة ، ومن أجل ذلك كانت معظم هواجس الباحثين والمفكرين تتعلق بمخاوفهم من تأثير العولمة على المكونات الثقافية للشعوب ، وهنا يمكن القول أن الاتجاه العام للعولمة الثقافية هو تشكيل قيم ثقافية عالمية وزيادة التشابه بين أسلوب حياة البشر فى جميع أنحاء العالم [أنظر : عيد الاله بلقزيز (١٩٩٨) ، ص ٣١٢] ؛ فقد عملت العولمة على شيوع أنماط الحياة الإستهلاكية الغربية والأمريكية على وجه التحديد ، وقد أصبحت هذه الظاهرة حقيقة نلمسها فى الحياة اليومية ليس فى مصر والعالم العربى فقط ، وإنما فى أكثر الدول انغلاقاً على ثقافتها المحلية مثل الصين واليابان؛ فتقافة العولمة وخصوصاً ما يمكن أن نسميه بالثقافة الشعبية هى فى الحقيقة متأثرة بشكل كبير بالثقافة الشعبية الأمريكية ويرجع ذلك إلى استمرار تفوق الولايات المتحدة الأمريكية ليس إلى عناصر قوتها المادية الملموسة فى الاقتصاد والتسلح وإنما للجاذبية التى تتمتع بها الثقافة والقيم الأمريكية عبر العالم أجمع ؛ فاليوم نشهد انتشار الماركات والأيدولوجيات العالمية مما يهدد بصورة كبيرة ثقافتنا وهويتنا القومية . [أنظر : جولدن آرشر (١٩٩٩) ، ص ٨]

وفى ضوء تناول العولمة كبعد ثقافى كتب جورج جيربندر G. Garpener أن البنية الثقافية الشعبية التى تربط عناصر الوجود ببعضها البعض وتشكل الوعى العام بما هو كائن وبما هو مهم وما هو حق ، هذه البنية أصبحت فى الوقت الحاضر منتجاً يتم تصنيعه ، إذ تهدف العولمة إلى الاختراق الثقافى حيث السيطرة على الإدراك وسلب الوعى والهيمنة الثقافية [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، مرجع سابق ، ص ١٤١] ، وهنا يؤكد مايك فينرستون أن التعدد والتداخل الثقافى

العالمى يودى إلى نشأة كيان عالمى يعرف بأنه نطاق من " التفاعل والتبادل الثقافى " ؛ فهو عملية تقوم فيها سلسلة من التدفقات الثقافية لإفراز تجانس ثقافى وفوضى ثقافية فى آن واحد ، حيث إفراز ثقافات عابرة للقوميات وداعمة لها ، وفى هذا تتشكل ثقافة أصيلة تتجه ما وراء حدود القوميات أطلق عليها فيذرستون " ثقافة الثالثة " [أنظر : مايك فيذرستون ، مرجع سابق ، ص ٧] . حيث يرى أولف هانزر O. Hunzer أن هذه الثقافة هى ثقافة مهنية ترتبط بأسواق العمل للقوميات. [أنظر : أولف هانزر (١٩٩٩) ، ص ٢٣١] ولذلك فمفهوم العولمة فى هذا البعد الثقافى " يشحن عادة بلغة العداة الأيديولوجى السافر ، وتتحول العولمة إلى وسيلة للتنميط الثقافى المتجه نحو إزالة الخصوصيات لفرض ثقافة الأقطاب الاقتصادية العالمية الكبرى على ثقافات باقى الأمم والشعوب فى العالم .

التعريف الإجرائى للعولمة الثقافية :

وبناءً على ما سبق فالعولمة الثقافية هى أحد أبعاد العولمة وهى الجهود الموجهة نحو السلوكيات والعلاقات الاجتماعية والقيم وأنماط الإستهلاك والفكر وغيرها من المقومات الثقافية وإعادة تشكيلها وفق أهداف النموذج الغربى (الأمريكى على وجه التحديد) .

السلوكيات :

يعد مفهوم السلوك Behavior من المفاهيم التى مازال يدور حولها الكثير من الخلاف ؛ فالبعض يضيق من نطاقه ويرجعه إلى استجابة الفرد أو رد الفعل الظاهرى الحركى الذى يمكن للآخرين أن يشاهدوه ويسجلوه ، على حين يوسع البعض الآخر معناه ليشمل كل ما يصدر عن الفرد من نشاط ظاهر كالكلام والألفاظ والمشى وغيره ، إضافة إلى النشاط الذاتى أو الداخلى كال تفكير والخبرات الذاتية والتذكر والتخيل والانفعال .

يرى بعض العلماء أن السلوك نشاط غائي يصدر عن دافع ، ويهدف إلى غاية معينة هي إرضاء هذا الدافع وإشباعه ، وقد تكون هذه الغاية شعورية أو لاشعورية [أنظر : سيد صبحي (٢٠٠٢) ، ص ١٨] .

وبناءً على ذلك يمكن القول أنه مادام الإنسان في تفاعل اجتماعي ثقافي دائم مع البيئة المحيطة لذا يكتسب منها أنماط السلوك المختلفة حيث يعد السلوك محصلة التفاعل بين الشخصية التي عملت الثقافة على بلورتها وبين الثقافة ذاتها ، حيث يحس الإنسان ويدرك ويعي ويفكر ويستجيب بطريقة تحدد عناصر الثقافة التي يحيا في ظلها ويتشكل سلوكه ليتلاءم معها ، ولذلك فالنظريات التي تتسب السلوك إلى ذات الفرد وحده أو إلى البيئة وحدها ليست صحيحة ؛ فيعد الارتباط بين الثقافة والسلوك علاقة طبيعية لذا يقال أن الثقافة تعد نظرية في السلوك أكثر من كونها نظرية في المعرفة ، وعلى هذا الأساس يعد سلوك الفرد وليد الثقافة أيضاً حيث يتعلم الفرد منذ صغره أنماطاً محددة من السلوك وتهيئ له الثقافة أن يتعامل مع المواقف الجديدة التي يواجهها لأول مرة ، لذا فإنه لو عزل عن ثقافة مجتمعه لاتباع سلوكاً مختلفاً .

التعريف الإجرائي للسلوكيات :

وبناءً على ما سبق يقصد بالسلوكيات في دراستنا الراهنة الممارسات أو كل ما يصدر عن الإنسان من إستجابات إزاء المواقف المختلفة التي يواجهها أثناء تفاعله مع البيئة المحيطة به وذلك من خلال الصور والرموز والعلامات والمعاني التي تضيف على هذه الممارسات المعنى وتحقق دلالتها في الحياة اليومية.

الإستهلاك وأنماطه :

يعد موضوع الإستهلاك Consumption من الموضوعات الحديثة في علم الاجتماع ؛ فهو يمثل موضوعاً مستقلاً للدراسة ، والإستهلاك يعد أحد المتغيرات الاقتصادية التي يمكن أن تتأثر بالمتغيرات الاجتماعية ، وكذلك حال علم

الاجتماع الذى طرح هذا الموضوع كأحد المؤشرات الدالة على الطبقة الاجتماعية وخاصة الطبقة المترفة ، ولم يطرح الإستهلاك للدراسة السوسولوجية المتخصصة إلا فى الثمانينيات حيث عقدت المؤتمرات وصدرت الدراسات السوسولوجية التى تتناول سوسولوجيا الإستهلاك . [أنظر : أحمد زايد وآخرون (١٩٩١) ، ص ٢٦] ومنذ ولادة الرأسمالية فى المجتمعات الغربية وضعت أسس لصناعة الإستهلاك ، ولقد أكدت الدراسات الاجتماعية أن الإستهلاك لا يقتصر فقط على الجوانب المادية وإنما هناك جوانب معنوية واضحة ؛ فالأفراد يستهلكون بجانب السلع المادية الصور والرموز والمعانى التى ترتبط بها من خلال استخدام أساليب متعددة لتحريك الرغبات والطموحات والأحلام ، ولذلك ساهمت الرأسمالية فى خلق هذا النمط من الإستهلاك لإعداد جمهور مستعد لإستهلاك السلع الرأسمالية ، وفى الوقت نفسه نشر مضامين الثقافة الغربية [أنظر : المرجع السابق ، ص ٢٧] .

ويأتى فى هذا الإطار تحريك رغبات الشعوب وخلق طموحات إستهلاكية بغض النظر عن الحاجة إليها لدى المستهلكين وذلك من خلال دعم السياسات الكفيلة بتحريك هذه الرغبات ؛ فالسياسات الاقتصادية مثل الخصخصة وإعادة الهيكلة واتفاقيات التجارة الحرة ، وتطبيق اتفاقية الجات ... الخ ذلك هى جزء من تدعيم ثقافة الإستهلاك وتنميتها خاصة فى وقتنا الراهن .

أما بصدد تعريف الإستهلاك فهو يعنى استخدام السلع والخدمات ، إلا أنه لا يستقيم على حال واحد فهو يختلف من فرد لآخر ومن فئة اجتماعية لأخرى ، ومن زمن لآخر ، ومن مجتمع لآخر ، ولا يختلف الأمر فى المجتمع الحديث عن أى مجتمع سابق إلا فى الأهمية المتزايدة التى بدأت تحتلها ضرورة زيادة الإستهلاك فى المجتمعات [أنظر : جوردون مارشال (٢٠٠٠) ، ص ١٦٥] .

ويقصد بالإستهلاك اقتصادياً استخدام المنتجات واستفادها فى إشباع حاجات الإنسان ، وقد يطلق أيضاً على إستهلاك جزء من دخل الفرد .

ويعرف جرانت ماك كراكن G. M. Carken الإستهلاك بأنه العمليات المرتبطة بالسلع المستهلكة والخدمات سواء كانت للإنتاج أو الشراء أو الاستخدام .

[أنظر : Carken, M. G. (1990) p.2]

ويعرف ليفي ويربر L. Werber الإستهلاك بأنه الوضع الذى يقوم فيه المستهلك باستخدام السلعة التى يشتريها لإشباع رغبته .

وعلى هذا يكون للإستهلاك أنماط Patterns of consumption وهى ما يشير إلى الطرق أو الأساليب التى تنفق بها النقود من أجل سد حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية ، وتنقسم تلك الأنماط إلى أنماط إستهلاكية عادية ترتبط بالحاجات الإنسانية الأساسية التى تتخذ شكلاً مستمراً ومنتظماً كالإنفاق على المسكن والأثاث والطعام والملبس ... الخ ، بينما تتصل أنماط الإستهلاك غير العادية بالإنفاق فى المناسبات الخاصة كالاحتفال بالميلاد أو النجاح أو فى

المناسبات . [أنظر : Lary, C. (1996) p.109]

ولذلك تتسم النظرة السوسيوبيولوجية للإستهلاك بالطابع الشمولى الذى يوسع من الاهتمام النفسى والاقتصادى به ، إذ أنه ظاهرة عامة فى كل المجتمعات ، كما أنه ليس مجرد إشباع الحاجات البيولوجية ، وإنما له بالإضافة إلى ذلك عدد محدد من الوظائف فى كل الثقافات التى بها فائض إنتاجى ؛ فإعداد الطعام وإستهلاكه يرتبط بقيمة جمالية (تذوقية وفنية) عند بعض الشعوب ، وهو دليل على المكانة (خاصة فى الثقافات ذات الفائض الإنتاجى) سواء لدى الشعوب التقليدية أو المعاصرة ، وتعلى النظرة السوسيوبيولوجية والأنثروبولوجية أيضاً من الجوانب المادية والمعنوية للإستهلاك .

ومن ناحية أخرى فإن تأثير ثقافة الإستهلاك يزداد وضوحاً على الأفراد ؛ فاققتصاد السوق وثقافة الإستهلاك قد تركا بصماتهما على خصوصية الأفراد ، وعلى العلاقات بينهم ؛ فاققتصاد السوق القائم على الإستهلاك الجماهيرى أفرز نوعاً جديداً من الذات Self تتسم بأنها موجهة بالآخرين Other-Oriented ،

وموجهة بالسوق لا تعتمد في تقدير نفسها على محددات داخلية بقدر ما تعتمد على أحكام الآخرين وقبولهم لها ، وقد ترتب على ذلك انكماش دور الأسرة ، وظهور مهن مساعدة تعتمد على أيديولوجية ليبرالية تؤكد على التوازن بين التكيف الاجتماعي للفرد وبين تعبيره الفردي والحر عن ذاته ، وهكذا تحولت الذات تحت تأثير الإستهلاك المادى والاجتماعى إلى ذات خاضعة لا تملك من أمرها شيئاً .

[أنظر : أحمد زايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص ٦٧ ، ٦٨]

وهكذا لعبت عوامل شتى عالمية ومحلية تتدفق من الخارج وتقبل من الداخل فى انتشار حمى إستهلاكية موحدة (إن صح التعبير) والتي تعد نتيجة لما يلى :

- أ - التوسع فى عمليات الاستيراد على حساب الإنتاج .
- ب - دعم الشركات متعددة الجنسيات للوكلاء المحليين فى نشر تلك الثقافة الإستهلاكية ، وترسيخها فى عقول كافة الفئات والشرائح الاجتماعية .
- ج - الدعم الإعلامى والإعلانى لنشر ظاهرة الإستهلاك المفرط وتغلغلها فى داخل المؤسسات الاجتماعية المختلفة .
- د - امتلاك الشركات المتعددة الجنسيات لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الإتصال مما ساعد هذه الشركات على إعادة تشكيل أذواق المستهلكين وترغيبهم فى السلع المنتجة ودفعهم نحو مزيد من الإستهلاك .

يتضح مما سبق أن الإستهلاك منظومة متعددة الأبعاد يمكن من خلالها كما ذكر جين بودريلارد J. Podrilard رسم خريطة اجتماعية جديدة يرسم ملامحها الباحثون فى مجال التسويق والإعلان ؛ فالإستهلاك ليس مجرد بيع وشراء ، وإنما هو عمليات سياسية واقتصادية ذات مدلولات ثقافية [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، مرجع سابق ، ص ١٣٣] ، إذ يعكس الإستهلاك فى جوانبه التنظيم الاجتماعى المعاصر والعلاقات السياسية والاقتصادية بين المجتمع المنتج والمجتمع المستهلك ، حيث سيطرة الأول على الثانى ، وهذه السيطرة ليست فى

جوانب العولمة السياسية فقط بل والاقتصادية والثقافية أيضاً ؛ إذ تفرض العولمة هيمنتها على المجتمعات من خلال الشركات العالمية ورأسمالية الإنتاج والتي تغرق المجتمعات بالسلع والمنتجات وتفتح فروعاً لمنشأتها فيها ، وبهذا تحول المجتمعات إلى سوق كوني تحكمه قرارات سياسية وشركات إنتاجية .

فالعولمة في ثوبها المعاصر تمثل الهيمنة الاقتصادية التي تمد أذرعها كالأخطبوط في كل مكان ، وحيث الإنتاج لكل المستلزمات سواء كانت ضرورية أو غير ضرورية ، نافعة أو مضرّة ، وتحاول بكل الآليات استقطاب المستهلكين خاصة من الشباب والأطفال وذوى القدرة المالية ، وبالتالي يزداد النهم الإستهلاكي الذي يكون لصالح تلك الشركات مما تنعكس آثاره بالسلب على الاقتصاد القومي .

التعريف الإجرائي للإستهلاك :

وفي ضوء ما سبق فالإستهلاك يعنى أسلوب حياة وهو الإنفاق على الحاجات الأساسية كالطعام على سبيل المثال ، تلك الحاجات التي تتخذ شكلاً مستمراً ومنظماً لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية ونفسية .

التوجه النظرى للدراسة :

تطلق الدراسة الراهنة فى تحليلها لقضية عولمة الطعام السريع وأثره على الأنماط الإستهلاكية لدى الأسرة المصرية من توجه جورج ريتزر الذى يعد أحد أهم المفكرين الذين قاموا بتحليل هذه القضية وخاصة فى مؤلفه الشهير بعنوان " المجتمع الماكدونالى " الصادر عام ٢٠٠٤ فقد شبه ريتزر مطاعم الماكدونالذز بأنها نظام من القفص الحديدى الذى تصبح فيه كل المؤسسات تحت سيطرة عالمية واحدة [أنظر : Ritzer, G. Op. Cit. p. 543] ؛ فالماكدوناليه أصبحت اليوم مسيطرة على كافة قطاعات العالم أجمع ، وهى جزء من شكل عالمى جديد من أشكال الرأسمالية التكنولوجية التى يتم فيها ترشيد الأسواق العالمية بمعنى تحويل إنتاج الغذاء إلى سلع وبضائع من أجل زيادة الربح ، وإن القوى المسيطرة فى هذا

النظام الماكدونالي هي التي تبنى وتخطط لنا حياتنا بدلاً من أن نبنى ونخطط حياتنا بأنفسنا؛ فهي على حد تعبير ريتزر تنتزع الإبداع من كل الأنشطة وتحولها إلى سلسلة من الإجراءات والخطوات الروتينية التي تُفرض علينا بواسطة قوى خارجية، وهذا هو السبب الذي يجعلها متجردة من الإنسانية؛ فالماكدوناليه قامت بتحويل الإنسان إلى آلة مُسيطر عليها في صورة يغلفها الخداع والنفاق والتزييف، حيث أنها تقوم بتصوير الأطفال والموظفين، وكذلك الأسرة بأكملها وهم سعداء للغاية، كما تقدم صوراً أخرى توضح أن الجميع يقضون وقتاً ممتعاً ومسلماً داخل مطاعم الوجبات السريعة "ماكدونالدز". [أنظر : Ibid, p. 555]

وتعد الماكدوناليه تجربة تدمج بين الواقع والخيال؛ فهي تقدم نموذجاً يعتمد على المبالغة في الحقيقة لماهية الطعام، وكيفية تناوله يتحكم فيه تكنولوجيا الغذاء، وتنظيم الإنتاج والإستهلاك الغذائي، ولقد أثرت هذه النوعية من مطاعم الوجبات السريعة على طريقة الحياة في كافة المجتمعات؛ مما يعنى توغل الحياة الأمريكية في هذه المجتمعات؛ فقد عملت هذه النوعية من المطاعم على تهميش عملية تناول الطعام بعبادته وسلوكياته التقليدية وجعلها شيئاً سريعاً، يتم إنجازها بسرعة فائقة، ويوضح ريتزر أن كل الاتجاهات اليوم تسير في صالح الانتشار الأكبر لمطاعم الماكدونالدز، ومن المؤكد أن هناك حيزاً كبيراً لها لتتوغل في الثقافات الأخرى، ولذلك تساهم الماكدوناليه في تدعيم تجانس الثقافة الإستهلاكية المحلية، وكذلك المساهمة في خلق جمهور هجين (مختلط) لمعظم سكان العالم الذين يستهلكون الحداثة الغربية عندما يأكلون وجبات ماكدونالدز السريعة، وقد أشار ريتزر إلى جانب تشاؤمي لهذه الظاهرة بالنسبة للأطفال الذين يولدون في ظل هذا العالم الماكدونالي، والذين يتم تدريبهم واستمالتهم للدخول في هذا النظام بواسطة العديد من الوسائل كالإعلانات، واللعب، والجوائز المقدمة مع كل وجبة، وكذلك الألوان اللامعة... وما إلى ذلك من عناصر التسويق فيتم تدريب هؤلاء الأطفال على أن هذه هي الطريقة المثلى التي يجب الاعتقاد عليها في الغذاء،

الأمر الذى يؤدى إلى الحصول على كل شئ بصورة سريعة جداً وفى فترة زمنية وجيزة أيضاً [Ibid., p. 557 : أنظر]

ويوضح ريتزر إن الماكدوناليه تشتمل على عدة خصائص تميزها أهمها :

١● الفعالية وهى خاصية تعد ميزة بالنسبة للمستهلكين الذين يستطيعون الحصول على ما يريدونه بسرعة أكبر وبمجهود أقل ، ويستطيع العمال الذين يعملون فى هذه النوعية من المطاعم إنجاز مهامهم بسرعة وسهولة أكبر .

٢● القدرة الحسابية : أى القدرة على الإنتاج والحصول على الطعام بسرعة فائقة مع عدم الاهتمام بالجودة والنوعية المقدمة للمستهلك ، كما يرتبط القياس الكمي بخلق تكنولوجيا غير بشرية تنجز المهام فى فترة وجيزة من الوقت .

٣● السيطرة والتحكم : حيث تشتمل الماكدوناليه على البحث عن وسائل ممارسة التحكم المترادف والسيطرة على كل من الموظفين والمستهلكين ، ويتم إخبار المستهلكين بالذى ينبغى عليهم أن يفعلوه عن طريق اضطرارهم لالتقاط طعامهم بأنفسهم .

٤● القدرة على التنبؤ : أى ما الذى سوف يحصل عليه المستهلك المتردد على مطاعم الماكدونالدز بالضبط ! وتحاول الشركات السعى إلى الاستفادة من هذه القدرة التنبؤية من أجل بيع منتجاتها .

٥● الألفة : فمن بين أفضل المبادئ السيكولوجية الراسخة نلاحظ أنه إذا كان التفضيل يبدأ من نقطة محايدة فإن مجرد التعود يمكن أن يؤسس حب لشئ ما ، ومن ثم فإنه يؤدى حتماً إلى تفضيل قوى مع رفض كل ما هو غير مألوف .

ويؤكد ريتزر أن ظاهرة الماكدوناليه ستبقى وستستمر فى تطورها من أجل تحقيق مزيد من الربح ومن أجل مزيد من فرض الهيمنة على كافة دول العالم الثالث . كذلك تقدم لنا نظرية ريتزر عن الطعام السريع عدداً من الأطروحات

الأساسية :

٦٠• تمدنا الماكدوناليه بمدخل لدراسة وتحليل المساواة الاجتماعية والانتماءات السياسية ، حيث تمثل الماكدوناليه ثورة هائلة في الفكر الاجتماعي ، إذ تسهم في تشكيل العلاقات والمعاني الاجتماعية ، كما تعبر الدراسة الاجتماعية للماكدوناليه كما يؤكد " دانيال ميلر " D. Millr عن تحول الموضوع من كونه رمزاً للتغريب وقيمة سعرية إلى منتج مشحون ببعض الدلالات الخاصة التي تلازمه . [أنظر : جوردون مارشال ، مرجع سابق ، ص ٦٨٨ ، ٦٨٩]

٧٠• تكشف دراسة إستهلاك الوجبات السريعة (الماكدوناليه) عن تأثير ما بعد الحدائة وفي هذا يرى " جين بودريلارد " أهمية التركيز على فهم العلاقات الاجتماعية للإستهلاك ، ويعكس هذا بدوره دخول متغيرات جديدة على أجندة النظريات ، وهى متغيرات ناجمة عن إستهلاك الوجبات السريعة ، ومنها ترابط الهوية الاجتماعية في مكان السوق وتنظيم التدوق

[أنظر : (1996), p. 116, ne, M. & Others] ، وهنا يؤكد بودريلارد أن

إستهلاك الوجبات السريعة هو محاولة لفهم ورسم خريطة اجتماعية جديدة يحددها الباحثون في مجال التسوق والإعلان بمصطلح ديموجرافيا أسلوب الحياة ؛ فالناس عندما يتدوقون الوجبات السريعة وينتقدونها فإن ذلك فهم منهم لما يستهلكونه [أنظر : بنجامين باربر ، مرجع سابق ، ص ١٥٢] ، ويرى بودريلارد أن الإستهلاك الآن أصبح يتمركز حول صناعة الرموز حيث تنتج سلعاً تتحول من دلالاتها المادية إلى دلالات رمزية معنوية مما يؤدي إلى تغير في المعاني القديمة فتتولد معان جديدة ذات دلالات رمزية يرتبط المستهلكون بها .

٨٠• كذلك تناول " سيجموند بومان " S. Poman إستهلاك الوجبات السريعة من منظور التغير الاجتماعي وما بعد الحدائة ، إذ يرى أن إستهلاك هذه الوجبات لعب دوراً هائلاً في حدوث التغير الاجتماعي في الدول المتقدمة ، مشيراً إلى وجود مستهلك جديد لا يملك السلطة بل تتحكم فيه قوى السوق ، ووضع بومان

مفاهيم جديدة لأسلوب الحياة Life style محاولة منه لقياس العلاقة بين الهوية والانتماء [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، مرجع سابق ، ص ١٣٣] .

٩٠ تمدنا الماكدوناليه باتجاه آخر لدراسة الوسط المعيشى Habitus " لبيير بوردو " L. Pordo ذلك الاتجاه الذى يعكس الظروف الموضوعية التى تعيش فيها الجماعات ؛ فهى ظروف تجعل لكل جماعة تشترك فى ظروف واحدة وسط معيشى متقارب يجعل لها ممارسات خاصة تميز استجابتهم لهذه الظروف [أنظر : Ward. A. (1994) p. 58] ، ومن هنا تنشأ لكل جماعة ثقافة خاصة تعكس هويتها وتعبير عن خصوصيتها ، وهو ما أشار إليه بوردو بخصوصية ثقافة الإستهلاك تلك التى تربط ثقافة الإستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة بين المجتمعات أو حتى فى المجتمع الواحد ، وبعبارة أخرى فإن إستهلاك الوجبات السريعة ترتبط بطبقات أو فئات معينة أو ترتبط بالوسط المعيشى الذى يوجد فى ظلله الإنسان .

ثانياً - الدراسة الميدانية :

الإطار المنهجي للدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى لا تقف عند حد جمع البيانات والحقائق ، بل تتجه إلى تصنيف الحقائق والبيانات وتحليلها واستخلاص نتائجها [أنظر : غريب سيد أحمد (١٩٩٣) ، ص ١٩٨] وانطلاقاً من الاهتمامات المعاصرة بدراسة الحيز أو المكان أو دراسة تناول الطعام السريع فى مراكز التسويق أى منشآت البيع والشراء ؛ فإن هذه الدراسة تتبع مدخلاً معاصراً حيث يركز على دراسة المكان الذى يتناول فيه الوجبات السريعة (المطاعم) باعتبارها مسارح للإستهلاك والسلوكيات المتعددة التى تغيد فى تبحر خصائص هذا المكان والرموز والمعانى المغلقة حوله ، وآليات جذبه للعديد من الأفراد والأسر ومعرفة الشرائح الطبقيه والفئات الاجتماعية التى يخاطبها .

وقد انحصرت الدراسة على تلك المطاعم المستحدثة التي تجسد بعض ملامح العولمة ، والتابعة لشركات متعددة الجنسيات كمطلب من مطالب العولمة ومن أجل تحديد أنماط الإستهلاك والسلوكيات الخاصة بالجمهور المستهدف منها وتأثير ذلك على الأسرة المصرية .

وقد وقع الاختيار على مطاعم الماكدونالذ في منطقة محطة الرمل التابعة لحي وسط بمحافظة الإسكندرية كمجال للطعام السريع وذلك لاستخلاص عينة الدراسة في القطاع الحضري ، ويرجع هذا الاختيار العمدى للمبررات التالية :

١ - تمثل مدينة الإسكندرية أعرق محافظات المجتمع المصري يبلغ عدد سكانها حوالي ٤٧٥٠,٥٥٥ نسمة ، ولذلك فهي مدينة كبيرة حيث تحمل السمات الأيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المميزة في المجتمع الحضري ، كما أنها تتميز بالانفتاح في كافة مجالات التنمية . [أنظر : أحمد بيومي (٢٠٠٤) ، ص ٢٦]

٢ - محافظة الإسكندرية هي مدينة الباحثين وموطن نشأتها ، وهما بذلك يدركان عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربما يكون ذلك مأخوذاً عليه احتمالات التحيز والفهم الذاتي للأمور ، وصعوبة فصل الباحثين في هذه الحالة بين دورهما كباحثين ودورهما كأحد أفراد مجتمع الدراسة .

ولقد ساعد هذا الاختيار على تفادي مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد سير الدراسة وفي مقدمتها توفير الوقت والجهد ، ثم تخطى الصعوبات الخاصة بتوحيد الثقة بعينة الدراسة بالإضافة إلى معرفة الباحثين بالمدينة ، مما سهّل فرص المقابلات ، وإجراء الحوارات مع العاملين بتلك المطاعم بصورة طبيعية وبلا افتعال .

٣ - تتركز أغلب المطاعم (من هذا النوع) فى هذا الحى حيث يقطنه سكان من شرائح اجتماعية اقتصادية وثقافية متنوعة .

اعتمدت الدراسة على المنهج الأنثروبولوجى الذى لم يعد اليوم بمعزل عن قضايا الواقع الاجتماعى وظواهره ومشكلاته ، والذى يركز على الكفاءة من خلال إبراز شخصية الباحث نفسه فالباحث الأنثروبولوجى هو ذاته الأداة الرئيسية فى جميع مراحل بحثه ابتداءً من مرحلة جمع البيانات وإنتهاءً باستخلاص النتائج . ويذهب بلتو Pelto فى هذا الصدد إلى أنه لا توجد فى مجال البحث الأنثروبولوجى أدوات جاهزة ، ولذلك فعلى الباحث إيجاد المناهج والأدوات اللازمة لبحثه ، وأن يحاول تعديلها وأن يستخدمها بفاعلية بما يتلاءم مع موضوع الدراسة وطبيعة المجتمع الإنسانى الذى تجرى فيه . [أنظر : Basch, C. Et al, (1989) p. 389] .

لذلك تم استخدام طريقة الجماعة البورية Focus Group Research أو المناقشة الجماعية المركزة على أساس تجميع مجموعة صغيرة مختارة من جمهور الشباب المتردد وغير المتردد من الجنسين على مطاعم الماكدونالدز وذلك تحت إشراف منسق ومحلل لمناقشة تداعيات إستهلاك الطعام السريع على الأسرة المصرية والسلوكيات الناجمة عن هذا الإستهلاك فى ظل العولمة وقد تم إدارة جماعة المناقشة البورية كمحادثة مفتوحة استغرقت جوالى ساعة ونصف إلى ساعتين ، كذلك تم من خلال هذه المحادثات حث وتشجيع أعضاء الجماعة المختارة على التفاعل مع بعضهم البعض والتعليق على الموضوعات المطروحة ، وطرح الأسئلة على بعضهم .

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأدوات المختلفة التى لعبت دوراً بارزاً فى جمع المادة ؛ مما أدى إلى إثراء الدراسة ، ومن هذه الأدوات :

أ - الملاحظة : وهى ملاحظة ردود أفعال الجماعة البورية بالنسبة للموضوعات المطروحة وتكوين رؤية عن معرفة واتجاهات واهتمامات أعضاء الجماعة المشتركة .

ب - المقابلة : والتي شبهها مانديل شرمان M. Cherman بالميكروسكوب من حيث كونها أداة للكشف عن أعماق للظاهرة [أنظر : Lyon, E. & Trost. I. (1981), p. 443-449] ، والتعرف على أنماط الإستهلاك والسلوكيات المرتبطة بها ، وقد تمت بين منسق الجماعة وبين أعضاءها وذلك قبل البدء فى مناقشة الجماعة البورية لأحداث نوع من الألفة والثقة بين أعضاء الجماعة . [أنظر : نجوى خليل (١٩٩٣) ، ص ١٠٠]

ج - إعداد دليل للمناقشة .

د - تسجيل جلسات المناقشة على شرائط كاسيت وتنسق مع الملاحظات الملائمة وفقاً للقضايا المطروحة .

هـ - إعداد تقارير فردية عن الجلسات التى تمت بين المجموعات المتجانسة .

وبناءً على ما سبق ، وانطلاقاً من الدراسة النظرية ومن توجه جورج ريتزر عن المجتمع الماكدونالى ، وانطلاقاً أيضاً من الاهتمامات المعاصرة بدراسة الحيز أو المكان أو دراسة الإستهلاك فى مراكز التسويق ، أى منشآت البيع والشراء ؛ فإن هذه الدراسة تتبع هذا المدخل الذى يختلف عن المدخل التقليدى ، الذى يتخذ من الأسرة وحدة التحليل الرئيسية على إعتبار أنها مصدر الإنفاق ، ويركز المدخل المعاصر على القطاع المستهدف فى ظل المكان الذى يزاوئ فيه الإستهلاك ، وهو فرع من مطاعم مكدونالدز فى منطقة محطة الرمل بمحافظة الإسكندرية الذى أجريت فيه الدراسة الميدانية ، وقد قامت الباحثتان بعدة زيارات

استطلاعية لعدد من مطاعم الوجبات السريعة فى نطاق مدينة الإسكندرية ، وقد كشفت النتائج عن أن أغلب المجالات الإستهلاكية تتركز فى هذه المنطقة التابعة لحي وسط ، وهى منطقة تكتظ بنوى الشرائح الاجتماعية الاقتصادية العليا والوسطى ، وذلك على اعتبار أن هذه المطاعم هى مسارح للإستهلاك تفيد فى تبصر خصائص هذا المكان ، والرموز والمعانى التى يحملها ، وآليات جذبها للثقافة الإستهلاكية ، ومعرفة المستويات الاجتماعية ، والشرائح الطبقيه التى يخاطبها ، وخاصة من الشباب المتردد ومقارنتها بفئات الشباب غير المتردد على هذه المطاعم، وقد تمثلت عينة الدراسة فى جماعات المناقشة البورية الجماعية المركزة من خلال جماعات متنوعة من الشباب المترددين على مطاعم الوجبات السريعة (ماكدونالدز) ، وغير المترددين على تلك المطاعم ، وتم تصميم استمارة مقابلة جماعية اشتملت على مجموعة من المحاور هى :

أولاً : مدى وعى الشباب بالماكدوناليه ، وفى هذا المحور نتعرف على رأى الشباب عن ظاهرة العولمة ، ومدى إقبالهم على شراء السلع المستوردة .

ثانياً : مدى تباين الأنماط الإستهلاكية لدى الشباب فى علاقتها بالتعدد على مطاعم الوجبات السريعة .

ثالثاً : كيفية مواجهة الشباب لتحدى انتشار الطعام السريع وتأثير ذلك على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة .

رابعاً : مدى تأثير المستويات الاجتماعية الاقتصادية والتعليمية والثقافية على الأنماط الإستهلاكية لدى الشباب .

كما تم إجراء الاختبار المبدئى لهذه الاستمارة ومراجعتها ، وتعديل بعض أسئلتها بعد إجراء الاختبار المبدئى لهذه الاستمارة ، التى أمدت الباحثان بخصائص العينة المختارة ، وقد تركز عمر الشباب فى الفئة العمرية من طلبة

الجامعات من سن (١٨ - ٢٥) بحيث تكون ممثلة للمجتمع الحضري السكندري (محور الدراسة) ، كما أن معظم جماعات العينة تنتمي إلى المستويات الاجتماعية الاقتصادية العليا والوسطى من الشباب المتردد ومقارنتها بفئات الشباب غير المتردد على هذه المطاعم ، وقد تمثلت عينة الدراسة في جماعات المناقشة البؤرية الجماعية المركزة من خلال جماعات متنوعة من الشباب المترددين على مطاعم الوجبات السريعة (ماكدونالدز) ، وغير المترددين على هذه المطاعم ، وقد بلغ حجم العينة لكل فئة من هؤلاء خمس جماعات ، وبلغ حجم كل جماعة ستة أفراد .

نتائج الدراسة الميدانية :

أولاً - مدى وعى الشباب بالماكدوناليه :

أوضحت الدراسة الميدانية من خلال مقابلة الشباب بطريقة جماعة المناقشة البؤرية من المترددين وغير المترددين عن مستوى متدنٍ لمدى وعى الشباب بمفهوم العولمة ؛ فقد تبينت آراء الشباب بالنسبة لهذا المفهوم حيث أجاب حوالي ٣٥ % من أفراد العينة من المترددين على مطاعم الوجبات السريعة أن العولمة تعنى الأمركة أو الاحتكاك بالغرب ، وأجابت فئة أخرى أن العولمة تعنى محاكاة الغرب ، أو الانفتاح على العالم الخارجى ، بينما أكدت جماعة أخرى على ضرورة مقاطعة المنتجات الأجنبية (الأمريكية والإسرائيلية تحديداً) ، وقد يعكس ذلك مدى وعى بعض الشباب فى العينة بثقافة المقاطعة .

أما بالنسبة لمدى إقبال الشباب على شراء السلع المستوردة ؛ فقد انحصرت معظم الإجابات فى التركيز على الأسواق الإستهلاكية المفتوحة فى بلاد مختلفة لشراء منتجات أو سلع أجنبية ، وقد أجابت بعض الجماعات (أهم شئ عندى هو إن اللبس يحمل ماركة عالمية) وأجابت جماعة أخرى (اللبس المستورد أساسى عندى) ، بينما أجابت مجموعة ثالثة (التعامل مع الكمبيوتر والنت أعطانا

فرصة للاطلاع على العالم وعلى كل ما هو جديد) ، (وماكناش نعرف عنها حاجة ولا يمكن أن نفكر فيها) ، وقد فضل نسبة ٨٦,٧ % شراء السلع المستوردة على شراء السلع المحلية ؛ مما يكشف عن ميل الشباب المعاصر إلى التركيز على القيم الوافدة من الخارج وتأثيرها بشكل أو بآخر على نمط الإستهلاك لدى الشباب ، كما أكدت نسبة ١٣,٣ % من خلال المناقشات الميدانية العزوف عن شراء السلع المستوردة والاهتمام بشراء السلع المحلية لرخص أسعارها من وجهة نظرهم ، ولتوفرها في الأسواق في أى وقت حيث ذكر بعض الشباب في هذا الصدد (حاجة بلدى أحسن وأوفر من الأجنبي) ، كما ذكرت جماعة أخرى (لما بننزل السوق بنبعد عن المستورد لأنه غالى ومش بتاعنا) [أنظر : جدول رقم (١)] ، وقد انقسمت عينة الدراسة التى كشفت عنها نتائج الدراسة الميدانية فى ضوء المحور الخاص بالوعى بالماكدونالدز إلى فريقين الفريق الأول وهو المتردد على مطاعم الماكدونالدز ، بينما الفريق الآخر غير المتردد على هذه المطاعم ، وقد تركزت أهم أسباب التردد على مطاعم الماكدونالدز فى حاجة الشباب إلى الرفقة والصحبة، والتواجد فى مجتمع مفتوح ؛ مما يضى على تواجدهم معاً جواً من المتعة والتسلية، وفى هذا الصدد أكدت جماعات من المترددين (إحنا بنعتبر هذه المطاعم خروجهم مع أصحابنا أفضل من الجلوس على مائدة الطعام داخل المنزل فى وسط الأسرة) ، كما ذكرت جماعة بؤرية مترددة أخرى على هذه المطاعم (بأن مطاعم الماكدونالدز نتيج لنا على حد قولهم الطعام فى أى وقت وإن كان فى كثير من الأحيان باهظ التكاليف فيدفعنا التردد على هذه المطاعم إلى اقتطاع نسبة ٨٠ % من المصروف الشخصى عند مجرد التفكير فى التردد على مطاعم الوجبات السريعة ، ولكنها متاحة فى أماكن مختلفة وتعطى فرصة للتجديد فى نظام الطعام خارج المنزل ، ولتحقيق نوع من الواجهة الاجتماعية والمباهاة أمام الأصدقاء أو أن الطعام مختلف عن ما هو متاح فى المنزل ، ولعدم وجود طعام داخل المنزل مما يدفع الشباب إلى اللجوء إلى هذه النوعية من مطاعم الوجبات السريعة) .

كما أكدت جماعة بؤرية أخرى إلى أن أهم أسباب الانجذاب إلى هذه المطاعم هو سرعة تقديم هذه الوجبات ، كما أن أسعارها محدده وتعلق الشباب بهذا النوع من الوجبات نتيجة لكثرة الإعلان عن هذه المطاعم عبر وسائل الاتصال المختلفة بما تحمله من رموز ومعانى وصور متعددة تؤثر على تزايد الإقبال على هذه النوعية من الأطعمة .

أما بالنسبة لآراء جماعات غير المترددين على مطاعم الوجبات السريعة ؛ فقد ارجعوا عدم ترددهم إلى هذه النوعية من المطاعم إلى أن التواجد فيها مضيعة للوقت ، وقد ذكرت جماعة أخرى أنهم لا يمتلكون الموارد المادية التى تتيح لهم فرصة التردد على هذه النوعية من المطاعم ؛ فقد ذكرت بعض الجماعات (أن هذه المطاعم لا تناسب الشاب الفقير بل بالعكس تسبب له إحباط شديد لأنه نفسه يروح هناك ولكنه لا يملك الأمل فى الذهاب إلى هذه المطاعم لأنه ما عندوش فلوس) ، وذكرت جماعة أخرى (إحنا إزاي نروح المطاعم دى وإحنا ولا لاقيين شغل ولا لاقيين جواز) .

نستخلص مما سبق أن هناك إدراكاً كبيراً لدى الشباب بقضية الطعام السريع وانتشاره فى المجتمع المصرى ، وقد تركزت استجابات الشباب بقضية الطعام السريع من خلال علاقتها بمفهوم العولمة ومطاعم الوجبات السريعة ، وعكست الدراسة الميدانية موقفين متعلقين بأسباب تردد الشباب على مطاعم الوجبات السريعة حيث تركزت آراء جماعات المترددين على مطاعم الوجبات السريعة على أن أهم أسباب التردد ترجع إلى الميل إلى الرفقة والمتعة ، وأن هذه المطاعم متاحة ، وتقدم خدمة سريعة لطعام غير متاح فى المنزل ، هذا المنزل الذى تعاني فيه المرأة المصرية من صراع الأديوار كأم ، وزوجة ، وامرأة عاملة فيضيق وقتها ، فلا تستطيع توفير الوقت لإتمام مهام الأعمال المنزلية ، بالإضافة إلى هرولة أرباب أسر الشباب إلى الجرى وراء لقمة العيش لتوفير الحاجات الأساسية لإشباعها ؛ مما يدفع بعض الشباب إلى اللجوء إلى مطاعم الوجبات

الجاهزة ، أما الفريق الآخر من جماعة غير المترددين ، فقد انقسموا إلى فئتين ، الفئة الأولى تميل إلى العزوف عن الإقبال على مطاعم الوجبات السريعة بناءً على قناعة داخلية ؛ مما يعكس الرفض التام لتوغل العولمة ، في حين أكدت الفئة الأخرى نقص في الإمكانيات المالية عند مجرد التفكير في الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة ، وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة محمد سعيد فرح عن خصوصية الأسرة المصرية أمام العولمة حيث أوضح أن الأسرة المصرية اجتاحتها تغييرات متعددة في زمن العولمة فأصبحت أسرة معولمة تواكب التغييرات العالمية الجديدة التي يفرضها النظام العالمي الجديد . [أنظر : محمد سعيد فرح (٢٠٠٣) ، ص ١٧]

ثانياً - مدى تباين الأنماط الإستهلاكية لدى الشباب في علاقتها بالتردد على مطاعم الوجبات السريعة :

كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن ارتفاع معدلات الإستهلاك داخل مطاعم الوجبات السريعة حيث بلغت ٧٣,٣ % من إجمالي حجم عينة جماعات المناقشة البوذية المترددين على هذه المطاعم ، وهذا يدل على أنه كلما زاد تردد الشباب على هذه المطاعم ، كلما زاد ارتباطهم بها وتكرار التردد عليها ، كما زاد إقبالهم عليها وارتفعت معدلات إستهلاكهم لوجباتها المقدمة ، وقد فضل الشباب التردد على هذه المطاعم في أوقات الدراسة الجامعية ، والانتظام في التردد عليها ثلاث مرات أسبوعياً مما يعكس ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة مرات التردد على هذه النوعية من المطاعم والارتباط الشديد بها ، وقد فضل معظم أفراد الجماعات المترددة الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة مع الزملاء والأصدقاء ، بدلاً من الذهاب مع أفراد الأسرة ، مما يعكس ضعف الروابط الأسرية ، ومما هو جدير بالذكر ارتباط ميل المترددين على مطاعم الوجبات السريعة بتعاظم قيمهم الإستهلاكية ويتضح ذلك من خلال ارتفاع معدلات قيمهم الشرائية لمنتجات إستهلاكية غير أساسية ، وقد تكشف الدراسة في هذا الجانب عن قناعة شباب المترددين بارتفاع معدلات

الإستهلاك وتعاطم القيم الإستهلاكية لديهم ، وانخفاض قيمة العمل المنتج ، خاصة بعد انتظامهم فى التردد على مطاعم الوجبات السريعة مقارنة بفترات مراحل عمرية سابقة ؛ مما يعكس تأثير العولمة كتحدي تقافى وافد فى صورة انتشار مطاعم الماكدونالديه فى المجتمع المصرى .

أما بالنسبة لمعظم الجماعات البؤرية من غير المترددين على مطاعم الوجبات السريعة ، فقد أكدوا أن هذه المطاعم تعرض سلعاً ضارة وغير صحية ، كما أن وجبات الطعام السريع تمثل فى كثير من الأحيان نوع من الاستفزاز للطبقتين الدنيا والوسطى ؛ مما يؤثر سلباً على الحالة النفسية والمزاجية لدى غير المترددين الذين لا يمتلكون إمكانيات التردد ولا القناعة الفكرية للتردد على هذه النوعية من المطاعم . [أنظر : جدول رقم (٢)]

وبناءً على ما سبق يتضح من آراء الشباب المتردد على مطاعم الوجبات السريعة تعاطم القيم الإستهلاكية لديهم وانخفاض قيمة العمل المنتج ، والميل إلى محاكاة الغرب وخاصة فى زيادة الشره الإستهلاكى على السلع غير الضرورية ، ومنها الإقبال على مطاعم الوجبات السريعة وتتفق هذه الدراسة مع وجهة نظر جلبرت Gelbert فى كتابه (مجتمع الوفرة) والذى أسماه بمجتمع الإستهلاك الذى قصد به أن زيادة الإستهلاك تعد قيمة اجتماعية فى حد ذاتها ، فزيادة الإستهلاك وخاصة فى المجتمعات الفقيرة تساهم فى تشكيل الأنماط الإستهلاكية والعلاقات الاجتماعية والمعانى على نحو لا يقل أصالة عن الإنتاج .

ثالثاً - كيفية مواجهة الشباب لتحدي انتشار الطعام السريع وتأثيره على العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة :

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية من خلال المقابلات الخاصة بجماعة المناقشة البؤرية أساليب متنوعة فى مواجهة الشباب لتحدي انتشار الطعام السريع ، وذلك من خلال الاهتمام بالطعام المنزلى بين صفوف الشباب المترددين وغير

المترددین على مطاعم الوجبات السريعة ، وكذلك على تشجيع تناوله داخل الأسرة ، والاهتمام بتنوع وجبات جديدة داخل المنزل من أجل تدعيم تجمع الأسرة وتوطيد العلاقات الاجتماعية بين أعضائها ، وقد أجاب أكثر من نصف حجم عينة الجماعة البورية بضرورة تجميع الأسرة على مائدة واحدة [أنظر : جدول رقم (٣)] وترى الباحثان ضرورة الاهتمام بتقوية أواصر العلاقات الاجتماعية والمشاعر الحميمة كجوانب رئيسية لا بد أن تتوافر لدى الأسرة المصرية ، وذلك باجتماع جميع أفراد الأسرة الواحدة على مائدة واحدة وفق موعد محدد مسبقاً من قبل الوالدين ، كما ترى الباحثان أن مناولة بعض أعضاء الأسرة لبعضهم البعض لصنوف الطعام على المائدة الواحدة بدعم من هذه الروابط الاجتماعية التي يحد منها هذا الزحف الأجنبي الوافد بقيمه السلبية التي تدعو إلى الإغلاء من قيمه الفردية ، والتفكك الأسرى وعدم الثقة في المنتجات الوطنية والاعتراب الاجتماعي ، وكل هذه القيم والأنماط الاجتماعية المختلفة التي لا تتناسب مجتمعاتنا العربية عامة ومجتمعنا المصري ذو الخصوصية الاجتماعية والثقافية والحضارية المميزة .

وكشفت الدراسات الميدانية أيضاً عن اتفاق الجماعتين البوريتين من المترددین ومن غير المترددین على كيفية مواجهة الشباب لتحدي انتشار الطعام السريع وخاصة بمتغير مدى اهتمام اجتماع الأسرة على مائدة واحدة .

رابعاً - مدى تأثير المستويات الاجتماعية المتباينة على أنماط الإستهلاك لدى الشباب :

اتضح من الدراسة الميدانية انقسام عينة البحث إلى فئتين متباينتين وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي وتأثيرها على أنماط الإستهلاك لدى الشباب من المترددین على مطاعم الوجبات السريعة ، حيث أوضح الفريق الأول من المترددین انتمائهم إلى فئة الطبقات العليا التي تمثلت ٦٠ % من إجمالي حجم عينة المترددین التي تفضل الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة وتحرص عليها بصورة دائمة ، كما تمتلك الإمكانيات المادية ، والقوة الشرائية التي تدفعها إلى

التردد على هذه النوعية من المطاعم ، مما يجعلها تجد سعادة بالغة في ذلك ، أما الفئة الثانية من المترددين على مطاعم الوجبات السريعة فهم ينتمون إلى الطبقتين المتوسطة والدنيا حيث مثلت نسبة ٣٠ % من إجمالي حجم عينة المترددين الذين يتحینون الفرصة المناسبة لتوفير المال اللازم للذهاب إلى تلك المطاعم ، والتي دائماً ما تكون بصورة نادرة عند مجرد التفكير في الذهاب إلى تلك المطاعم ، حيث ترى بعض الجماعات (إننا نتحین فرصة الذهاب إلى المطاعم لما يبقى منا فلوس) ، وبالمثل بين صفوف الجماعة البورية من غير المترددین الذين انقسموا إلى فئتين ، فئة تنتمی إلى الطبقة العليا ولكن ليس لديها قناعة الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة وتمثل ٢٠ % ، أما الفئة الثانية فتتنمى إلى الطبقة الدنيا ولكنها لا توافق أيضاً على مبدأ الذهاب إلى تلك المطاعم وتمثل ٦,٧ % [أنظر : جدول رقم (٤)].

ويعكس ما سبق أن مؤشر الطبقة الاجتماعية الاقتصادية التي ينتمی إليها الفرد له تأثير غير كبير إلا فيما يتعلق بتوافر الإمكانيات المادية (الدخل) اللازم للذهاب إلى تلك المطاعم ، أما المؤشرات الخاصة بالمستوى التعليمی والخلفية الثقافية ؛ فقد كان له بعداً مؤثراً في مدى تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي على أنماط الإستهلاك وخاصة بالنسبة للمترددین على مطاعم الوجبات السريعة حيث جاءت نتائج الدراسة الميدانية موضحة بأن هناك معدلات مرتفعة ، أى أنه كلما ازداد المستوى التعليمی للشباب كلما عكس ذلك العزوف عن التردد على مطاعم الوجبات السريعة ، مما يوضح ارتفاع معدلات الوعي بسلبيات التردد على هذه المطاعم وخاصة على المستوى الصحى لأن الوجبات المقدمة في هذه المطاعم تؤدي إلى العديد من الأمراض مثل ارتفاع ضغط الدم وأمراض السمنة ، وتتفق هذه النتائج مع دراسة جويل كوفيل Joel Kovel الذى يرى أن نوعية الطعام الذى تقدمه شركة ماكدونالدز سئى للغاية فى ظل وجود ٢٨ جم من الدهون ، وهى دهون

مشبعة في ساندويتش ماكدونالدز الكبير ، بالإضافة إلى وجود إضافات صناعية تؤدي إلى العديد من الأمراض . [أنظر : جولدن آرشر ، مرجع سابق ، ص ١٢]
خامساً - التحديات الثقافية التي أفرزتها مطاعم الوجبات السريعة في ظل العولمة :

تركزت أهم نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بالتحديات الثقافية التي أفرزتها مطاعم الوجبات السريعة في ظل العولمة موافقة معظم الجماعات البورية المختارة على أن التحديات الثقافية لانتشار مطاعم الوجبات السريعة تتمثل في انتشار قيم السلبية واللامبالاة ، وضعف الترابط العائلي ، وكذلك الصراع الثقافي بين الثقافة المحلية ، والثقافة الوافدة ، وذلك بالرغم من تردد نصف حجم العينة المختارة على مطاعم الوجبات السريعة ، والتردد على المطاعم الأجنبية المنتشرة في كل أنحاء الجمهورية ، وهذه القيم معظمها سلبية ، وتكشف عن تغييرات اجتماعية أثرت على الموروث الثقافي المصري فيما يتعلق بمدى تماسك الأسرة ، وأساليب التفكير في الطهي وطقوس تناول الطعام .

النتائج العامة للدراسة :

- انطلق البحث الراهن من قضية محورية مؤداها عولمة الطعام السريع ، وتأثيرها على الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة المصرية ، وقد اتضح أن العولمة تفرض هيمنتها في مجتمعنا المصري خلال افتتاح سلاسل مطاعم للوجبات السريعة التي تبث من ثقافة استهلاكية موجهة نحوها مما يدعم المزيد من الهيمنة والسيطرة بشكل عام .

- وجود عدة آليات تتوسل بها تلك المطاعم لجذب وترسيخ الثقافة الاستهلاكية بحيث تحقق الاختراق الثقافي ، وذلك على حد تعبير ريتزر الذي أكد أن هذا الاختراق يعمل على تغيير السلوكيات ، والعادات ، والأنماط الاستهلاكية ، والعادات الاجتماعية الموروثة ، كما يعمل على زيادة الغزو الاستهلاكي من

أجل خدمة أغراض هذه المطاعم فى الإنتاج والتوزيع وبالتالي مزيد من الهيمنة والتوغل .

- والمتأمل لمواقع تلك المطاعم يجدها فى مجال الطعام السريع تتركز فى الشوارع الرئيسية ، والمناطق التجارية ، ويتمثل ذلك فى أحياء سكنى الطبقتين العليا والوسطى مثل منطقة محطة الرمل بمدينة الإسكندرية (محور الدراسة) .

- تتميز تلك المطاعم من حيث الشكل بملامح غير مألوفة ، إذ تعتمد على عنصرى الجذب والإبهار ، ومن حيث التكنولوجيا المستخدمة فيها فى مجال تجهيز الطعام فى فترة زمنية وجيزة ، وبهذا تساهم تلك التكنولوجيا فى تغيير السلوكيات ، وفى خلق المجتمع الإستهلاكى ، وكذلك تتسم تلك المطاعم بطرق إدارة وتنظيم ذات جودة عالية من وجهة نظر ريتزر ، وبهذا يصبح شكل تلك المطاعم فى حد ذاتها آلية هامة لجذب العديد من المستهلكين وخاصة من الشباب ، وتتخذ تلك المطاعم العديد من الآليات الأخرى لجذب المستهلكين المترددين عليها من خلال تطوير المنتج ، وتقديم الجوائز وإقامة الحفلات ... الخ ، ومن خلال إعلاناتها للوجبات وحملاتها الدعائية التى تصور الخيال على أنه حقيقة ، وطريقة عرضها للسلعة وجذبها للمستهلكين داخل عالم من المحاكاة والواقع الخيالى ، واختلاط وتداخل الحدود حيث أنها أصبحت متعولمة وجزءاً من التهجين فى فترة ما بعد الحداثة ، والذى يشكل ويكون علامات الحداثة ويطعمها بالثقافة والتقاليد المحلية .

- أصبحت مطاعم الوجبات السريعة مصدراً لتقديم رؤية زائفة من خلال السلع المعروضة التى غالباً ما تكون مضللة أكثر منها إستهلاكية ، ويتضح ذلك من خلال المغريات والاستمالات التى تتضمنها .

- يغلب على معظم مطاعم الوجبات السريعة ، وخاصة الماكدونالدز الطابع الطبقي حيث تتسبب هذه المطاعم من خلال النوعيات المقدمة من الأغذية والمشروبات فى إيجاد إجابات ، وقد تمثل ذلك فى إجابات جماعات الشباب غير المترددين

من عينة الدراسة ، وخاصة في الشرائح الاجتماعية الاقتصادية الدنيا الذي يشكلون نسبة كبيرة في المجتمع المصري بصفة عامة ؛ مما يؤدي إلى إيجاد رغبات وتطلعات متزايدة لدى هؤلاء لا يستطيعون إشباعها ، كما يؤدي إلى وجود شباب من هذه الشرائح متختم بمشاعر الحرمان ، وكذلك الشعور بالفروق الطبقيّة قياساً إلى الشعور بالمساواة الاجتماعية .

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

- ١ - أحمد بيومى : محافظة الإسكندرية ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام ، ٢٠٠٤ .
- ٢ - أحمد زايد وآخرون : الإستهلاك فى المجتمع القطرى - أنماطه وثقافته ، الدوحة ، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية ، ١٩٩١ .
- ٣ - أحمد مجدى حجازى : العولمة وتهميش الثقافة الوطنية (رؤية نقدية من العالم الثالث) فى العولمة ظاهرة العصر ، الكويت ، عالم الفكر ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، المجلد الثامن والعشرون ، العدد الثانى ، أكتوبر - ديسمبر ، ١٩٩٩ .
- ٤ - أحمد مجدى حجازى : ثقافة الإستهلاك والتنمية الاجتماعية ، فى : أحمد مجدى حجازى (محرر) فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، أعمال الندوة السنوية لقسم الاجتماع ٢٢ - ٢٣ أبريل (٢٠٠١) جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، ٢٠٠١ .
- ٥ - أمال عبد الحميد محمد : العولمة والثقافة الإستهلاكية - الأشكال والآليات ، فى : أحمد مجدى حجازى (محرر) فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- ٦ - أنتونى جيننز : الطريق الثالث - تجديد الديمقراطية الاجتماعية ، ترجمة محمد الجوهري وآخرين ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، المركز المصرى العربى ، ١٩٩٩ .
- ٧ - أولف هانزر : العالميون والمحليون فى الثقافة العالمية ، فى مايك فينرستون ، ثقافة العولمة : القومية والعولمة والحداثة ، ترجمة عبد الوهاب علوب ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، ١٩٩٩ .

- ٨ - السيد أحمد مصطفى عمر : اعلام العولمة وتأثيره فى المستهلك - بيروت ،
المستقبل العربى ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ع (٢٥٦) ،
٦ / ٢٠٠٠ .
- ٩ - بنجامين باربر : عالم ماك - العولمة بين التأقلم والمواجهة ، ترجمة أحمد
محمود ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، الهيئة العامة لشئون
المطابع الأميرية ، ١٩٩٨ .
- ١٠ - جولدن أرشز : ماكدونالدز شرق آسيا ، مجلة وجهات نظر فى الثقافة
والسياسة والفكر ، فبراير ، ١٩٩٩ .
- ١١ - جوزدون مارشال : موسوعة علم الاجتماع ، ترجمة محمد الجوهري
وأخرين ، المجلس الأعلى للثقافة ، إدارة المطبوعات والنشر ،
٢ - ٢٠٠٠ .
- ١٢ - حلیم بركات : المجتمع العربى فى القرن العشرين ، بحث فى تغير الأحوال
والعلاقات ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٠ .
- ١٣ - حسنين توفيق إبراهيم : العولمة - الأبعاد والانعكاسات السياسية (رؤية
أولية من منظور علم السياسة) فى : العولمة ظاهرة العصر ،
مرجع سبق ذكره .
- ١٤ - رونالد روبرتسون : العولمة - النظرة الاجتماعية والثقافة الكونية ، ترجمة
أحمد محمود ونورا أمين ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ،
١٩٩٨ .
- ١٥ - سامح فوزى : مجتمع التسلط الإستهلاكى - الأبعاد والإشكاليات فى ندوة
سياسات التكيف الهيكلى فى مصر - الأبعاد الاجتماعية ، تحرير
أحمد زايد وسامية الخشاب ، القاهرة ، الندوة السنوية الثانوية ،
مايو ١٩٩٦ .

- ١٦ - سامية قدرى ونيس : الأنماط الإستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد - دراسة ميدانية لعينة من الشريحة الصغرى للرأسمالية الجديدة - فى المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- ١٧ - سيد صبحى : الشباب وأزمة التعبير ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٢ .
- ١٨ - عبد الاله بلقزيز : العولمة والهوية الثقافية - عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة ، بحث فى العرب والعولمة ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٨ .
- ١٩ - غريب سيد أحمد : تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٣ .
- ٢٠ - كينج أنتونى : الثقافة والعولمة والنظام العالمى ، ترجمة شهرت العالم وآخريين ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠٠١ .
- ٢١ - مايك فيدرستون : ثقافة العولمة : القومية والعولمة والحدائث ، ترجمة عبد الوهاب علوب ، مرجع سبق ذكره .
- ٢٢ - محمد سعيد فرح : خصوصية الأسرة المصرية أمام العولمة ، فى : أحمد زايد ، أحمد مجدى حجازى (محرر) الأسرة المصرية وتحديات العولمة ، أعمال الندوة السنوية التاسعة لقسم الاجتماع ، جامعة القاهرة ، كلية الآداب /، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية ، ٢٠٠٣ .
- ٢٣ - محمد شومان : عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى فى : العولمة ظاهرة العصر ، مرجع سبق ذكره .
- ٢٤ - محمد محمود الجوهري : علم الاجتماع فى مجتمع الماكدونالدز - دراسة فى الميتاسوسولوجى فى الندوة السنوية العاشرة ٤ - ٥ مايو كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤ .

- ٢٥ - نجوى خليل : أسلوب المناقشة الجماعية (التعريف والمشكلات المنهجية والتطبيقية) القاهرة ، المجلة الاجتماعية القومية ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، المجلد الثلاثون ، يناير ١٩٩٣ .
- ٢٦ - نجوى عبد المنعم قاسم : ثقافة الإستهلاك الغذائى لفقراء الريف - دراسة لميكانيزمات التكيف فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- ٢٧ - نشأت السيد مرتضى وهدى توفيق محمد : تأثير البيئة الأسرية على النمط الإستهلاكى للغذاء فى الأسرة المصرية - دراسة ميدانية فى محافظة الفيوم ، فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- ٢٨ - هانس بييرمارتن وهارالد شومان : فخ العولمة - الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية ، الكويت ، عالم المعرفة ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، ١٩٩٨ .
- ٢٩ - هريبرت أ. شيللر : المتلاعبون بالعقول ، ترجمة عبد السلام رضوان ، الكويت ، عالم المعرفة ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، ١٩٩٩ .
- ٣٠ - هناء عبید : العولمة ، القاهرة ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، ٢٠٠١ .
- ٣١ - هناء محمد الجوهري : مجتمع الماكدونالد - إطار لتحليل بعض تجلياته فى حياتنا المعاصرة ، فى الندوة السنوية العاشرة ٤ - ٥ مايو ، مرجع سبق ذكره .

ثانياً - المراجع الأجنبية :

- 1- Basch, C., et al: A Focus Group Study on Decision Processes of Young Drivers, Person as That Many Support a Decision to Drink and Drivers, Person as that Many Support A Decision to Drink and Drive, M. M. I, U. S., V16, N. 3, 1989
- 2- Cracken. MC. G.: Culture & Consumption-New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods & Activities, Library of Congress, U.S.A., 1990.
- 3- Foldvary, F. E.: Globalization and Globalization, Net, File: //A:\Foldvary, 2004.
- 4- Lary, C: Consumer Culture, Rutgers, University Press, New Jersey, 1996.
- 5- Lobstein, T.: Interviewed-One-Off Productions for Their TV Documentary, Mclibel: Two Worlds Collide, 1988.
- 6- Lyon, E. & Trost J.: Conducting Focus Group Sessions, Mexico, Volume 12, 1981.
- 7- Rayne, M. & Others, A. Dictionary of Cultural and Critical Theory, Blackwell Reference, U.S.A., 1996.
- 8- Reynolds, J.: Fast Food is Becoming The Family Cook Despite Short Comings, Untin House Publication, America, 2000.
- 9- Ritzer, G.: The McDonaldization & Society, In James M. Henslim. Down To Earth Sociology, The Free press, 1999.
- 10- Ritzer, Reiter,: McDonaldization Explained, Net, File: //A:/McDonaldization, p. 2.
- 11- Schlosser, E.: Fast Food Nation - The True Cost of American's Diet, Rolling Stone Magazine, (U.S.A.) Issue. 794. September, 1998.
- 12- Scholte, J. A.: Globalization and Education, London, Granta, 2000.

- 13- Watson, J.: Golden Arches East, U.S.A. The Uni of Chicago. 1993.
- 14- Ward, A.: Social Differentiation Consumption and Pleasure, Cambridge University Press, 1994.
- 15- Valentine, G.: Eating in Home Consumption and Identity, The Sociological Review, Vol. 47, No3, 1999.
- 16- Verner Wheelock: McDonalization Farth Sociology London. 1994.
- 17- Visser, M.: Food and Culture - Interconnections, Social Research, Vol. 66, No. 1, 1999.

الملاحق

جدول رقم (١)

مدى وعى الشباب بالماكدوناليه

%	ك	ف
		مدى وعى الشباب بالماكدوناليه
١٣,٣	٨	١- العزوف عن شراء السلع المستوردة
٨٦,٧	٥٢	٢- الإقبال على شراء السلع المستوردة
١٠٠	٦٠	المجموع

جدول رقم (٢)

مدى تباين الأنماط الإستهلاكية لدى الشباب فى علاقتها بالتردد على مطاعم الوجبات السريعة

جماعات غير المترددين		جماعات المترددين		ف
%	ك	%	ك	تباين أنماط الإستهلاك
-	-	٧٣,٣	٢٢	١- معدلات إستهلاكية مرتفعة لمطاعم الوجبات السريعة
-	-	٢٦,٧	٨	٢- معدلات إستهلاكية منخفضة لمطاعم الوجبات السريعة
-	-	١٠٠	٣٠	المجموع

جدول رقم (٣)

كيفية مواجهة الشباب لتحدي انتشار الطعام السريع

الجماعة البورية من غير المترددين		الجماعة البورية من المترددين		ك
%	ك	%	ك	ف
٣٦,٧	١١	٤٣,٣	١٣	١ - الاهتمام بالطعام المنزلي
٦٣,٣	١٩	٥٦,٧	١٧	٢ - تجميع الأسرة على مائدة واحدة
١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	المجموع

جدول رقم (٤)

مدى تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي على أنماط الإستهلاك لدى الشباب

الجماعة البورية من غير المترددين		الجماعة البورية من المترددين		ك
%	ك	%	ك	ف
٢٠	٦	٦٠	١٨	١ - مستوى مرتفع
٦,٧	٢	٣٠	٩	٢ - مستوى متوسط
٧٣,٣	٢٢	١٠	٣	٣ - مستوى منخفض
١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	المجموع