

عولمة الماكدونالية وأثرها علي الأنماط الاستهلاكية لدي
الأسرة المصرية - دراسة ميدانية علي عينة من
السيدات فى الحضر

مقدم من د/ أمل سعد صالح محمد
مدرس علم الاجتماع - كلية الآداب
جامعة المنوفية

محتويات الدراسة

المقدمة

أولاً : الدراسة النظرية

- إشكالية الدراسة

- أهمية الدراسة

- الأهداف

- التساؤلات

- الدراسات السابقة

- مفاهيم الدراسة

ثانياً : الدراسة الميدانية

- الإطار المنهجي للدراسة

- نتائج الدراسة الميدانية

- النتائج العامة للدراسة

- المراجع

- الملاحق

المقدمة

قد شاع مصطلح العولمة وكثرت الكتابات حوله لتحليله وفهم آثاره ، وأصبح من المستحيل الحديث عن متغيرات العالم وتطوراتها في العصر الراهن دون الرجوع الي ظاهرة العولمة، فكافة التحولات الاقتصادية والسياسية والثقافية والعلمية المذهلة والمتسارعة التي يشهدها العالم حدثت اما بسبب موجة العولمة ، او نتيجة من نتائجها الضخمة والعميقة ، وتسارعت هذه الحركة العولمية خلال التسعينيات من القرن الماضي مستمدة حيويتها من الثورة العلمية والتقنية الفائقة في العصر الراهن ، ومن التطورات المذهلة في وسائل الاتصال والمعلوماتية.

وقد احدثت هذه الحركة في تطورها تغيرات جذرية في طرائق حياة الناس ومعيشتهم وأدوارهم وكيفية تعاملهم مع المواقف الحياتية المختلفة ، وتتداخل أحداث العولمة الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية في آن واحد ، وبالتالي من المستحيل النظر إلي العولمة كنظرية اقتصادية محضه لأنها تشمل بشكل لا بد منه جوانب اقتصادية واجتماعية وثقافية ايضا ، وهي في هذا تتجاوز حدود الاقتصاد والمال لكي تفرض أنماطا معينة من النظم والإيديولوجيات التي لا يمكن لأي قوه وطنيه أو محليه السيطرة عليها ، ويظهر الوجه البشع للهيمنة الثقافية التي تحملها العولمة في القضاء علي كل خصوصية ثقافية ، وبذلك يعتبر الفصل بين تأثير نوع من العولمة ونوع آخر ، فصلا وهمياً.

نعم لقد تغير العالم جراء العولمة وتبدلت الأفكارالراسخة في الذهن البشري ، وهذا ليس بجديد ، ولكن كان لا بد من مواكبة ما حدث من تغيرات بالتحليل والتفسير، وقد أدت هذه التغيرات بالطبع الي ظهور العديد من الظواهر الاجتماعية والثقافية الجديدة ، والتي برزت بجلاء في التغير الذي طرأ على دور المرأة التقليدي داخل المنزل ، ومن بين هذه الظواهر أيضاً انتشار ظاهرة الثقافة الاستهلاكية وخاصة ظاهرة ثقافة استهلاك الطعام السريع ، والذي يعتبر الدليل الصارخ والدامغ لها متمثلا في سلسلة مطاعم الماكدونالذز. وذلك لأن الطعام هو أهم عنصر لتحديد الثقافة (بريطانिका ، ٢٠٠٧) وأقدم حامل لعولمة الثقافة ، وأي تغير في الطعام الذي نتناوله سواء في إعداده وفي طريقه تقديمه واستهلاكه يعكس تغير موازي في المعتقدات التقليدية للناس وفي أدوارهم ، وأحد اكبر التغيرات المؤثرة تأتي مع تقديم المطاعم للطعام السريع مثل ماكدونالذز.

واتجاه مكدونالذز كأمركي في حركته من اتجاه الطعام التقليدي إلي اتجاه الطعام السريع تعتبر أمركة للطعام Americanization ، هذا المفهوم وصل لتأثير ابعده مما نراه علي السطح ، وتعني أمركة الطعام Americanization اسلوب ثقافي او طريقة للتفكير لم تكن مقبولة عند كل

الأمم ، وقد كتب Sebastian Malloby إن القوة الكبيرة للأمركة تدعو إلي ردود فعل مضادة ، وبالرغم من ذلك فإن ماكدونالدز لم يتراجع بشكل مواز لهذه الهجمات ، ليس فقط بالمحتوي الغذائي ولكن أيضا بالطريقة التي يستهلك بها الطعام ، والدليل علي أن الثقافة الأمريكية عبرت كل الحدود بعد ان فتح ماكدونالدز اول فرع له في الكويت ١٩٩٤ وكان يخدم ١٥٠٠٠ عميل ، والآن فإن ماكدونالدز فتح مطاعم في ١١٩ دولة ويخدم ٥٢ مليون فرد يوميا وكما قرر Walter أنه كما عبرت ثقافة العربات الأمريكية الحدود الأمريكية تبع ذلك عبور ثقافة الهامبورجر . والماكدونالدز هي آليه لنشر أساليب حياه وطرق الطعام الأمريكية من حيث نوعيته وطريقه تقديمه وطريقه شراؤه وتغليفه ، الأساليب الاستهلاكية الجديدة لا تشير الي انتشار اساليب تجاريه جديده او اساليب استهلاكية جديده فحسب ولكنه يؤشر الي انتشار اساليب ثقافيه ورمزيه ويغير من اساليب الناس في الحياه والعمل وفي علاقات بعضهم ببعض ويفرض اعباء استهلاكيه حيث يدفع الناس الي استهلاك اكثر من حاجاتهم وتناول اطعمه تحت ضغط الاعلان والدعايه (احمد زايد ، [٢٠٠٥]، ص ٣١).

والأخطر من ذلك هو انتقال هذه الظاهرة وتحركها من مواقع جذورها الأمريكية إلى مواقع فروعها في بلاد أخرى مغايرة اجتماعياً وثقافياً ؛ فأصبحت تنتقل إلينا وتتجذر بيننا وتزيد سطوتها داخل المزيد من مناطق المجتمع ، وأخذت تنمو وتتشعب 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 المصري بكافة جماعاته وشرائحه وفي شتى أرجائه .

وأن السلوك الإستهلاكي لم يعد سلوكاً فردياً يخص شخصاً مستقلاً يملك القدرة على التحكم والاختيار ، بل اجتمعت هناك قوى وعوامل متعددة تسهم في تشكيل رغبات الفرد وتمارس عليه ضغوطاً متنوعة تبدأ بالترغيب وتنتهي بالإجبار [أنظر : أحمد مجدى حجازى ، (٢٠٠١) ، ص ٦] ، حيث يكثر اليوم الترويج للسلع الإستهلاكية بل يتجاوز ذلك إلى سلب إرادة الناس وتعويدهم على أنماط الحياه الإستهلاكية للمجتمعات المُصنَّعة مما يمثل تحدياً ثقافياً وذلك بنشر ثقافة مستجدة مضادة لثقافة المجتمع الأصلية ويساهم في إقامة المجتمع الإستهلاكي على حساب أولويات التنمية التي ينبغي أن تكون مستمدة من واقع المجتمع محل الدراسة لا من تلك الثقافات الوافدة .

وهكذا نجد أنه في 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 المرأة . وأصبح الإنفاق علي الطعام السريع يفوق في الأهمية الإنفاق علي الاحتياجات الأساسية للمواطن من مأكّل ومشرب داخل المنزل ، وخلق إجماع زائف على إستهلاك سلع قد لا يكون الفرد أو الأسرة أو المجتمع بصفة عامة في حاجة إليها ، أو قد لا تتفق مع الاحتياجات والأوضاع المعيشية . وانتشرت ظاهرة الطعام السريع واستولت علي نصيب عظيم من دخول أفراد الشعب المصري.

أولاً : الاطار النظرى

- أشكالية الدراسة

انتشرت الثقافة الاستهلاكية الامريكية وسيطرت علي أذواق الناس في العالم بأسره في مختلف المجالات ، فعلي سبيل المثال لقد افتتحت سلاسل المطاعم الامريكية للوجبات السريعة فروعها في كافة انحاء العالم ، وتعتبر الثقافة الاستهلاكية جانب هيكلي يتعلق بطبيعة محلات ماكدونالدز فهي مؤسسه إنتاج غذائي وتسويق وتوزيع سلعه الطعام السريع ، وأيضا قبل تقديم ماكدونالدز هذه الوجبات السريعة عبر البحار لم تكن هذه الطريقة معروفة، ووفقاً ل William Gould يعتبر ماكدونالدز من اوائل الشركات التي حاولت تصدير الحب الامريكى للطعام السريع وغيرت فى عادات الطعام للدول الأخرى. (www.grin.comle-book/52232)

ولكن هناك فارق كبير فى النزعة الاستهلاكية في دول العالم المتقدم ودول العالم الثالث ، ففي الأولى تعمل في صالح التنمية فهي تستهلك ما تنتجه فيعمل علي إعادة الإنتاج أما في الدولة المتخلفة فتعمل النزعة الاستهلاكية علي التخلف حيث تستهلك ما لا تنتجه وتسهم في زيادة التخلف (احمد مجدي حجازي، [٢٠٠٤] ، ص ٦٩)

وما بين مؤيد ومعارض للعولمة الثقافية الماكدونالية كظاهرة قد تؤدي إلي تذيب الثقافات الأخرى في ثقافة واحده أو قد تؤدي إلي تعزيز الثقافات المحلية ، ويرى فرانسيس فوكوياما أن تحديات العولمة تؤدي إلي التجانس الثقافي ، وان هذه القيم الثقافية في كثير من النواحي تحدد الكيفية التي تداربها الأعمال التجارية داخل الأمم ، وان المجتمعات تحافظ إلي حد كبير علي الخصائص الفردية علي الرغم من الضغوط الاقتصادية ، ولكن لا يعني هذا ان المجتمع لايتغير او يتأثرمن جراء العولمة ولكن عناصر الثقافة من القوه وليس من السهل التخلي عنها.

والسؤال الآن هل عولمة ماكدونالدز سلبية أم ايجابية التأثيرعلي ثقافة الدول المختلفة ، وحتى مع حتي العديد من التغييرات في عادات الطعام في الدول المختلفة والتي تأثرت بتقديم الطعام الماكدونالى ، فإن لها بعض النواحي الايجابية متمثلة فى رؤية التقدم التكنولوجي السريع والاتصال

عبرالعالم نفسه ، ووصول الطعام السريع الى البلاد الأخرى يسمح باستخدام هذا التقدم ، وبذلك تعتبر علامات ماكدونالدز خطوه فى ثوره الثقافة ، ومع التغيرات التى أحدثتها فى قوائم الطعام أعطت الناس اختيارات جديدة عن الطعام التقليدي فى الماضى .

وهناك أيضاً بعض المعارضين للعولمه والذين يرون فى ماكدونالدز انه قاطرة العولمة والذي يؤدي إلي تغيير عاداتهم وأفكارهم الراسخة عبر قرون طويلة ، ويسمى البعض الثقافة الامريكية بثقافة الماكدونالدز التي يعتبرها رافضوا العولمة نوع من الغزو الثقافي الذي يسعى لإضعاف الثقافات الأصلية لتحل محلها تدريجيا الثقافة الامريكية بما يضمن استمرار قوة وتفوق الولايات المتحدة الامريكية ، فقد اصبحت سلاسل المطاعم الامريكية للطعام السريع واحدة من آليات ثقافة الاستهلاك حيث ارتبطت برموز بالغة الاهمية فى نشر وتدويل هذه الثقافة وفي تغيير العادات والسلوكيات والبحث عن المتعة من خلال الاستهلاك. ومن هنا يبدأ موضوع الدراسة ،

حيث قضية استهلاك المرأة للطعام السريع ، فى ظل الثقافة المعولمة فى المجتمع المصرى وأثرة على الأنماط الاستهلاكية والعادات الاجتماعية المصاحبة لنمط الطعام التقليدى فى المنزل .

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 ، وفى هذه الأيام قد نجد أن الشخص العادى وخاصة من السيدات ربما يذهب إلى مطاعم الوجبات السريعة عدة مرات فى الأسبوع إن لم يكن يومياً مما يؤدي إلى تغيير عادات الطعام المعتادة فى ظل الإطار الأسمى ، ومن ثم الافتقار إلى الحميمية أو العلاقات الاجتماعية القوية نتيجة الذهاب إلى تلك المطاعم .

والإشكالية هنا تتجسد فى أن ظاهرة الطعام السريع تشكل تحدياً ثقافياً واقتصادياً على الأسرة المصرية ، الأمر الذى قد يثير توترات فى السلوك وأنماط الإستهلاك وفى العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة . فكيف يحدث ذلك ؟ أو بعبارة أخرى كيف تغير ظاهرة الطعام السريع - المتمثلة فى مطاعم ماكدونالدز - الأسرة المصرية ، وتعمل على تغيير العادات الغذائية وأنماط الإستهلاك لدى اهم عنصر فيها وهى المرأة ؟ وكيف نواجه هذا التحدى فى عصر العولمة .

التصور النظرى:

نجد أن سيطرة الثقافة الغربية (الأمريكية) كما صاغها ريتزر فى مصطلح الماكدونالدز ، ووجبات ماكدونالدز السريعة ، فقد تغلغت الثقافة الأمريكية فى كل أنحاء العالم تقريبا، ونظام الوجبات

السريعة جزء من تلك الثقافة ، فهناك أكثر من ٣٠ ألف مطعم ماكدونالدز عبر العالم، فخلال فترة قصيرة نسبيا من الزمن ساعدت صناعه الوجبات السريعة علي تغيير نوعيه الطعام الأمريكي ، كما غيرت معه الاقتصاد وقوه العمل والثقافة الشعبية . ما فعلته الوجبات السريعة بأمریکا اخذ بالتأثير في مناطق أخرى من العالم وخاصة دول المحيط وأصبح تناول الوجبات الأمريكية منها مظهرا عالميا يقضي علي العادات المحلية في أساليب تناول الطعام وما يرافقه. ويشير شلوسر إلي أن الوجبات السريعة بخلاف السلع الأخرى كا لموسيقى أو الأفلام أو الملابس ، تدخل الجسم ويصبح جزءا من المستهلك ومع ذلك فانه لا توجد صناعه أخرى تفتح أمامك نافذة بهذا الحجم تري من خلالها طبيعة الاستهلاك الجماعي ، ومن خلال العولمة يحدث أولا سيطرة الثقافة الغربية ويرتبط معها سيطرة النمط الاستهلاكي. (www.amazon.de/globalisierung)

تعتبر محلات ماكدونالدز معبرة عن الثقافة الاستهلاكية بكل مراحلها ، فهي مؤسسه إنتاج غذائي وتسويق وتوزيع سلعه الطعام السريع ، وبالتالي لابد أن يكون هدفها تعميق ثقافة الاستهلاك في مقابل ثقافة الادخار او ثقافة الإنتاج ، ويعد تصميم ثقافة الاستهلاك هو واحد من آليات الهيمنة المفروضة علي الشعوب والأمم التقليدية ، وتشكلت مؤسسات لهذا الغرض حتي تضمن الفئات الرأسمالية تصريف منتجاتها وتوزيعها عالميا وعلي اوسع نطاق ، وقد لعبت الشركات متعددة الجنسية دورا مؤثرا في ذلك واهتمت بإنتاج رموز وبنود ثقافة الاستهلاك لتتكامل مع السلع المادية المنتجة .

وماساعد على انتشار هذه الظاهرة التطور الذي طرأ في مجالات التسويق والدعاية والإعلان بوسائل فنية غاية في الدقة والتحديث ، وتملك آليات الترغيب والتشويق والتي تساعد على فرض الهيمنة ، ذلك التطور الذي جعل العديد من شعوب العالم برغم المسافات الشاسعة بين المُصنِّعين والراغبين في الشراء يطمحون في امتلاك السلع المعلن عنها ، فأصبحت الهولة نحو السلعة سمة العصر العولمي أو هولة السلع نحو البشر هي نتاج وسائل الاتصال الحديثة عن طريق النت والبريد السريع ، أيضاً خدمات التوصيل للمنازل (Delivery) .وقد لعبت الشركات متعددة الجنسيات بما تملك من وسائل معرفية واساليب اعلامية وامكانيات تكنولوجية غير مسبوقه دوراً بالغ الخطورة في صناعة ثقافة الاستهلاك وفن الترويج المبهر للسلع على الصعيد الدولي .

إذن الثقافة تتسم بنوع من تعدديه المعني وهي تعدديه مرتبطة بالسياق إلي حد بعيد وإذا عرفنا موقع وسائل الإنتاج وأسلوب التوزيع للثقافة فلن يكشف ذلك بالضرورة عن كيفية استهلاك الثقافة ، يجب أن يكون أول مستوي تحليلي لتأثير عمليه العولمة علي الأنماط الثقافية هم الأفراد علي أن نأخذ بعين الاعتبار وضع المرأة كفرد في عمليه العولمة ، أي أن المرأة تشكل جزءا من عمليه

العولمة الثقافية الاستهلاكية، من خلال الفردية وتأييد المجتمع وتأكيد هوية الفرد ، والأفراد بهذه الكيفية يتقيدون بعضويتهم في المجتمعات ، وهنا يعتبر المستوى التحليلي الثاني هو مستوى المجتمعات القومية والتي تقوم في الدولة بدور أساسي في العولمة الثقافية في اطار التبعية والتبعية الثقافية القائمة على التبعية الاقتصادية والاجتماعية ، والمجتمعات أيضا تتأثر بالعلاقات الدولية على المستوى العالمي ، وهنا يعتبر المستوى التحليلي الثالث هو التدفق الثقافي على مستوى النظام العالمي من خلال علاقة المركز بالأطراف وفرض الهيمنة بآلياتها المختلفة، متجسدة في محاولة القومية والتنميط. وحيث أن الفصل بين المستوى التحليلي الثاني والثالث يعتبر فصلاً قسرياً ، فانه سوف تتم تحليلهما وتفسيرهما معا.

-المستوى التحليلي الأول-

وقد تكون زيادة الفردية والأنثوية في المجتمعات الأوروبية وغير الأوروبية هما عاملان مهمان في زيادة الإقبال علي الطعام السريع وقد أوضح Hanni Rutzler بأن الفردية قد تزايدت ، وان قرار كيف وماذا يأكل الفرد هي قرار شخصي فقط ، وان قدره الفرد علي تغيير حياته والتحكم فيها هي من الصفات الهامة للمجتمع الحديث ، هذا الاتجاه للفردية في المجتمعات الحديثة له تأثير قوي علي طريقة ونوع تغذية الفرد في المستقبل، وفي المجتمعات الشديدة الطبقة والتي تعاني من أزمت ماديه يكون هناك مفاوضات طويلة وغير بسيطة علي القرار الذي يتخذ في نوعية وكيفية الغذاء. (www.hanni-rutzler.at/docs)

وأصبح القرار ليس لأهمية الطعام ولاستمرار الحياة الفيزيقيه أوسد الاحتياجات الفيزيقيه ، ولكن أصبح الطعام نوع من أنواع تأكيد الهوية والاختلافات الاجتماعية ، والاستمتاع بلذة الطعام وحبه ، ويدعم هذا الاتجاه الزيادة السريعة في معدل الفردية والعيش في حياة مستقلة ، وخاصة مع تزايد معدلات الطلاق ونسب العنوسة في حضرالمجتمع المصري ، والتي يصبح فيها تحضير الطعام بصورة غير منتظمة في الأغلب ، أو يصبح تحضير الطعام بها من النوعية الغير مكلفه والبسيطة والسريعة التحضير (كالأطعام المطهو أو كامل الطهو من السوبر ماركت أو حتى من الأسواق الشعبية) و يعني ذلك سيطرة نزعه الفردية وأستقلالية كل فرد عن باقي الأسرة أو العائلة ، وهنا يعتبر طريقه استهلاك الطعام طريقه فرديه بعيدا عن الخبرة الاجتماعية والتي يلعب فيها الدين اهم دور في ممارسه تنظيم العائلة للطعام .

والسبب الثاني هو Femminism the Society تأنيث المجتمع وان احتياجات المرأة الخاصة طبعت حياه المجتمعات ، وأن تقسيم الأدوار التقليدي بين الرجل والمرأة أصبح ضعيفا ، وخاصة بعد أن أصبحت المرأة العاملة ، وبالتالي أصبحت مهام المرأة داخل المنزل ليست ملزمه ، وهذا اثر

بشكل أو بآخر علي عادات الطعام والذوق السائد ، وعلى تقليل الوقت الموجه للمنزل والأعمال المنزلية في تقسيم العمل وخاصة الأعمال الخاصة بتحضير الطعام ، وذلك بسبب ان دور المرأة التقليدي بدأ يفقد شكله ، كما أن المطاعم السريعة استعارت من المطابخ التقليدية من كل العالم وأصبح هناك تنوع فى الأطعمة غير المحلية ، فأصبحت تقدم الوجبات السريعة والصغيرة والخفيفة والطازجة مما لذ و طاب من الطعام ،(www.hanni-ruetzler.at/docs) وبدون بذل أوضاع جهد أو وقت المستهلك وخاصة فى ضوء خدمات التوصيل للمنازل.

وإذا كانت الأسرة هي اللبنة الأساسية فى المجتمع ، فإن الأم هي اللبنة الأساسية فى الأسرة ، وقد بدأت عملية تفكيك تدريجية لمقولة المرأة كما تم تعريفها عبر التاريخ الأنسانى ، وأن الأسرة لم تصبح وحدة التحليل ونقطة الانطلاق ، بل أصبح الفرد الباحث عن متعة الفردية ومصلحة الشخصية وحركة الاستهلاكية. وأصبحت أزمة المرأة تتبع من الحركة الهائلة المرتبطة بتزايد معدلات الاستهلاك ، التى تسم ايقاع حياتنا الحديثة ، ومن وجود هذه الأختيارات الاستهلاكية التى لاحصر لها ولا عدد ، والتى تعبر عن مكانتها الاجتماعية والمادية والعملية. يعتبر الاستهلاك جانبا من استراتيجيات ثقافية أوسع نطاقا ، وبالتالي لا سبيل لفهم استراتيجيات الاستهلاك فهما صحيحا إلا بفهم الطريقة المحددة لتكون الرغبة فى الأستهلاك داخل الإطار الثقافي المحدد لها، ويعد التفاعل بين السوق العالمية والهوية الثقافية من جهة وبين العمليتين المحلية والعالمية وبين الاستهلاك والاستراتيجيات الثقافية من جهة أخرى جزءا من محاوله لاكتشاف المنطق الكامن وراء التغيرات الثقافية التى حدثت بالمجتمع المصري.

والاستهلاك داخل نطاق السوق العالمي هو دائما استهلاك للهويه يوجهه تفاوض بين تعريف الذات وطابور من الامكانات تنتج السوق الرأسمالية ، والمثل القديم الذى يقول أنت ما تأكل يصدق بكل دقه حين يتم فهمه كفعل اجتماعي بحث فالأكل فعل يتعلق بتعريف الذات ككل أشكال الاستهلاك ، ويعد جزءا مهما من التعريف التفاضلي للفئات الاجتماعية والأفراد (جوناثان فريدمان ، [٢٠٠٥] ، ص ٣٠٣) ، يعتبر زيادة معدلات الاستهلاك بكل صورته وأشكاله سواء فى الملابس أو المأكل ليس رمزا للمكانة الاجتماعية بل مظهر واقعي لهذه المكانة وخاصة عند استخدام الماركات العالمية فى الملابس ومعرفتها وأجادة نطق اسم الماركات باللهجة الأصلية للغتها وكذلك استخدام العريبات ، وبالتالي أصبح محاولة التغيرين (أى جعل الشخص غريباً) أو التأمرك (أى جعل الشخص يتصف بالصفات الأمريكية) هي من سمات الشخصية المصرية الآن ، وبذلك يعتبر الاستهلاك لكل من السلع والأسماء ليس مجرد تعبير عن الهوية الاجتماعية بل عنصر أساسي فى تكوينها ، فلا يمكن فهم عملية الإنتاج والاستهلاك بأنها جوانب مادية للوجود فقط بل أنها تعد كتلا

لبناء عوالم الحياة يمكن فهمها بصورة أعمق باعتبارها من مكونات الفردية والهوية الاجتماعية ،
ومن هذا المنظور فإن ممارسه الهوية تشمل ممارسه الاستهلاك بل الإنتاج أيضا .

- المستوى التحليلي الثانى والثالث

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 ، (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 قالبها أمريكى وشكلها
الموضنة " [أنظر : أمال عبد الحميد محمد ، (٢٠٠١) ، ص ١٣١] ، أو على حد تعبير
بنجامين باربر B. Barber " 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] .

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] .

فقد شبه ريتزر مطاعم الماكدونالدز بأنها نظام من القفص الحديدى الذى تصبح فيه كل المؤسسات
تحت سيطرة عالمية واحدة [أنظر : Ritzer, G. Op. Cit. p. 543]؛ فالماكدوناليه أصبحت
اليوم مهيمنة 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 الماكدونالى هى التى تبنى
وتخطط لنا حياتنا بدلاً من أن نبنى ونخطط حياتنا بأنفسنا ؛ فهى على حد تعبير ريتزر تنتزع
الإبداع من كل الأنشطة وتحولها إلى سلسلة من الإجراءات والخطوات الروتينية التى تُقرض علينا
بواسطة قوى خارجية ، وهذا هو السبب الذى 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]

انتشرت ظاهرة الطعام السريع واستولت علي نصيب عظيم من دخول أفراد الشعب المصري مما أدى إلي تجمع دخول الأفراد والمؤسسات المصرية في بوتقة شركات الطعام السريع التي أثرت بشكل كبير في حرمان الاقتصاد القومي من اتجاه جزء كبير من الأموال بعيدا عن المجالات الأساسية للإنفاق ، هذا بالإضافة إلي توجه معظم أرباح هذه الشركات خارج الدولة حيث المالك الأصلي لهذه الشركات، فهي شركات دولية النشاط وتستطيع تلك الشركات الدولية تحويل أرباحها إلي خارج مصر عن طريق الأساليب المحاسبية المختلفة مستفيدة من حرية التجارة وأزاله القيود علي تحويل الأموال للخارج. وإذا كانت مقولة ان كثير من اموال الشركات الامريكية العاملة في الخارج تعود الي الولايات المتحدة وفي جزء منها الي الخزينة الامريكية ، فان هناك مقولة مضادة تقول ان هذه الشركات تعمل بمعزل عن الدولة الامريكية وبالتالي فهي ايضا تضعفها وتقلل من سيطرتها علي الامور .

وفي هذا الصدد يتفق الباحثون والمهتمون بقضايا الواقع ومشكلاته - وخاصة رجال الفكر الاجتماعي - 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 .

ان هناك أحداثا مهدت لظهور العولمة كما سجلها جات شولت في كتابه العولمة مثل إدخال تنسيق الساعات علي مستوي العالم وفقا لتوقيت جرينتش ١٨٨٤ ، وظهور أول نظام للاتصال التليفوني بين لندن وباريس ١٨٩١ بدء أول اتصالات دوليه بالأقمار الصناعيه ١٩٦٢ وأزاله القيود علي أسعار الصرف الأجنبية ١٩٧٤ أول بث إذاعي مباشر بالأقمار الصناعية إلي الأطباق المقامة فوق سطح المنازل ١٩٧٦ (احمد عباس عبد البديع ، جريده الأهرام [١٩٩٨] ص ١١) ويمكن القول أن العولمة قد بدأت ملامحها منذ ظهور العوامل السابقة إلا انها لم تتشكل وبدأ تأثيرها قبل منتصف القرن الماضي ومن الصعب أن نعزي بداية العولمة منذ القرن الخامس عشر كما يري

روبر تسون في تقسيمه لمراحل العولمة أو قبل ذلك لفترة أو بعدها بفترة ، ذلك أن العولمة اعتمدت منذ البداية في نشأتها ونموها علي التطور التكنولوجي الذي ساعد بدرجة كبيرة في ظهورها وانتشارها ، وبالتالي فإن العولمة بدأت تتشكل قبل منتصف القرن الماضي ، منذ بداية الحرب الباردة بين الكتلتين الغربية والشرقية وأخذت تتطور بمرور الوقت إلي أن اتضحت معالمها في بداية التسعينيات من القرن العشرين مروراً علي أكثر من مرحلة ، وفي هذه المرحلة انهارت واحده من اكبر قوتين كانتا تحكمان العالم وهي الاتحاد السوفيتي وبدأت العولمة تنمو وتزداد وضوحاً واستمرت القوه الغربية وخصوصاً الولايات المتحدة الأمريكية في التنظير لها والإعداد للهيمنة علي مقدرات دول العالم علي جميع المستويات الاقتصادية مثل حرية التجارة بين العالم ، وعلي المستويات السياسية بنشر مجموعه من المبادئ المهمة مثل الديمقراطية والتعددية السياسية واحترام حقوق الإنسان والحرية ، وعلى المستويات الثقافية بنشر ثقافة كونه موحده متمثلاً في النموذج الأمريكي ، ثم تأتي المرحلة التالية والتي بدأت مع أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ ، وهذه المرحلة تعتبر نقطة تحول رئيسية في التغيير النسبي لمراكز القوى العالمية.

أما الموضوع الأكثر أهميه فأنه يتعلق بالآثار التي تتركها العولمة علي الابنيه الاجتماعيه والثقافيه في مجتمعات الاطراف والتي تعرف تأثيرات للعولمة مغايره للتأثيرات التي تحدث في المراكز الرأسماليه ، وإذا تحركنا عبر الطبقات البشريه نسال انفسنا سؤالاً محيراً هل العولمة بالفعل استطاعت ان تخلق ثقافه استهلاكيه عالميه واحده تتجاوز حدود الطبقات ، أكدت معظم الدراسات غلي ان عمليات الانتاج والاستهلاك الثقافي تتباين علي نحو واضح بين طبقات المجتمع الواحد وبالتالي تتباين علي المستوي الكوني والمحلي أو المراكز والأطراف ، ففي المراكز تؤسس مبادئ للمساواه عبر برامج دوله الرفاهية أما في الأطراف فهي تخلق تباعداً طبقياً بين من يستهلك ومن يشاهد ، أو بين الاستهلاك المادي والاستهلاك المعنوي ، ويساعد في ذلك نظام الدولة الشمولية وسياسات التكيف الهيكلية ، فإذا كان التناقض الطبقي التي تخلقه الحداثة في الأطراف حاداً ، فإن ثقافة العولمة تدعم هذا التناقض وتجسده ثقافياً علي نحو واضح (احمد زايد ، [٢٠٠٥] ، ص ٤٥ - ٤٦)

وتتم عملية النقل الثقافي بين مجتمعين عبر ثلاث أشكال محددة :

الشكل الأول : نقل ثقافي بين مجتمعين غير متساويين ثقافياً ، وهي تعبر عن مرحلة غزو ثقافي من (الأقوى) المركز (للأضعف) للأطراف وفيها
١- يوجد عدم مساواة بين المراكز والمحيطات.

٢- ثم سيطرة اقتصاديه وسياسية يتبعها سيطرة ثقافية (بالرغم من أن هذه المقولة ليست صحيحة تماما لأنه علي سبيل المثال اليابان ذات اقتصاد قوي جدا ولكن لم يحدث انتقال ثقافي منها لباقي العالم) كما يجب أن نعترف بأن التأثير الثقافي من المركز للأطراف لا يشمل كل أشكال الحياة في المحيط ، كما أن هناك مراكز ثقافية أو مراكز خاصة لنوع معين من الثقافة المصدرة متخصصة مثل ايطاليا والموضة والمكسيك والفاكان مصدر الثقافة الدينية ، ولكن تختلف هذه المراكز في التأثير الثقافي فليس كلها لها تأثير عولمي.

٣ - التدفق الثقافي من المركز للمحيط ، من خلال تذويب الحدود بين الدول وانتشار نظام الطعام السريع كثقافة استهلاكية ، بحيث تصبح مشاعة لدى الناس جميعاً، في اطار تفوق المراكز وانبهار الأطراف.

الشكل الثاني : مرحلة التبادل الثقافي المتساوي بين مجتمعين ثقافيين. وهنا تزداد معدلات التشابه بين المجتمعين ، أو بين الحدود المفتوحة وبين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات.

الشكل الثالث: مرحلة صبغ الثقافات الوافدة بثقافات محلية ، يستقبل المحيط عناصر الثقافة وهي ببساطه عناصر ذات معني من إضافات الثقافة المحلية ، المعني يتغير من مكان لمكان وتطبع العناصر الثقافية الوافدة بعناصر محليه وذلك كما في ماكdonaldز فلافل بمصر.

ويعتبر ماكdonaldز كمثل للتقارب الثقافي ، وتتوافق منتجات ماكdonaldز للظروف الثقافية الإقليمية والمحلية ، فمثلا في إسرائيل تغلق المحلات يوم السبت وكذلك في الهند لم يكن هناك لحوم أبقار لان الأبقار تقديس في الهند ، وكذلك في البلاد الإسلامية يضع بعض التوابل الشرقية علي الأطعمة وتمنع لحوم الخنزير. هناك عده نقاشات حول تأثير ماكdonaldز علي ثقافة الطعام المحلي ما بين المؤيد والمعارض للعلومة الثقافية للطعام بأنها لا تلغي الثقافات التقليدية ولكنها تنهض بهذه الثقافه وكما كتب Radley Balko بانه في اغلب المجتمعات كان ماكdonaldز يتوافق مع الثقافه المحليه ، وان معظم الوكلاء (وكلاء ماكdonaldز) عبر البحار كانوا مالكين محليين ، وهؤلاء المالكين المحليين يحاولون الاندماج بفرع ماكdonaldز داخل المجتمع المحلي ، ولذلك أيضا غير ماكdonaldز القوائم الاقليمية للطعام وفقا للمذاق المحلي ، ولذلك نجد فقدان للقيم التقليدية مع تقديم طعام غير تقليدي في ثقافة المجتمعات ، فالطعام التقليدي وأنماطه تصبح رموز لأقاليم ومناطق خاصة وللديانات الموجودة والأخلاق كما في الهند الذين يقديسون الأبقار، ويغير ماكdonaldز أيضا القوائم الاقليمية للطعام لتتشي مع الأذواق المحلية ففي مصر كان هناك خدمه ماك فلل وفي فرنسا قدمت بعض الأرانب.

وهناك تعبير محليه العولمة Glocalization عبارة تسويقية اتخذها اليابانيون منذ الثمانينات ، وقد جري اقتراحها للتعبير عن عمليه تكيف ما هو عالمي لمختلف الظروف المحلية ، علي أن كثيرا في الدراسات مازالت تميل إلي تصور عمليه الإنتاج العالمي بما يرتبط بالثقافات المادية أو الإعلامية أو المهنية مع تجاهل الظروف شديدة التنوع التي ترتبط باستقبال أو استهلاك هذه الثقافات وما تتضمنه هذه العملية من معان ، وخلق الرأسمالية المعاصرة للمستهلكين يتضمن في كثير من الأحيان تصميم المنتجات لأسواق أقليميه ومجتمعيه وطبقيه وجنسيه وأثنيه علي نحو متعاطف التخصص وهو ما يطلق عليه التسويق الصغير (أنطوني كينج ، [٢٠٠٥] ، ص ١١ ، ١١٣).

فالمثال الواضح لسيطرة المركز علي الأطراف (السيطرة الأمريكية) والتقارب الثقافي يتمثل في محلات ماكدونالدز، هذا التجانس والتقارب الثقافي يتم في إطار عمليه التتميط والتوحيد بين الثقافات كما تشير إلي ذوبان الفوارق الثقافية ، وتصبح الحياة اليومية في الثقافة المحلية التقليدية خطوه بخطوه تتبدل خلال وحده ثقافية واحده ، وكانت مدرسه فرانكفورت ذات رؤية فكريه في هذا الصدد فقد وجه ادورنو انتقادات حادة للثقافة الغربية المعاصرة التي تتسم بالنزوع إلي خلق قيم استهلاكية تقضي إلي استلاب الإنسان وتشويبهه ، ففي المجتمع الرأسمالي المعاصر تسود العلاقة التبادلية للسلع وتصبح هذه العلاقة هي الحاكمة والمحددة لكافة التطورات التي تسعي المؤسسات المهيمنة في المجتمع إلي خلقها لدي الإنسان الفرد ، كما عزز ماركوزه انتقاده للنظام المهيمن علي المجتمع الغربي من حيث انه قد صار نظاما شاملا للقمع الذي تمارسه أجهزة الإنتاج الضخمة التي تعمل علي تحويل الإنسان إلي كائن متكيف معها ، وتساند أجهزة الإنتاج الضخمة هذه مؤسسات بيروقراطية وإعلاميه واستهلاكية تمارس هيمنتها علي الإنسان وتخلق فيه حاجات استهلاكية وتوهمه بضرورة إشباعها ، وهناك الاتجاه الآخر لدي أصحاب مفهوم التبعية من خلال المركز والأطراف واهتمامهم مؤخرا بالتبعية الثقافية ، وكما اعتبروا آليات الهيمنة التي يوظفها الغرب لا تقتصر علي السياسي والاقتصادي بل تشمل كذلك الثقافي فقوي المراكز الرأسمالية تعرف أنها لا تحقق هيمنتها علي بلدان العالم الثالث من خلال التكنولوجيا ورؤوس الأموال والسلع والأسواق فحسب بل تحققها كذلك من خلال نظم معرفيه وقيم ومعايير ورموز ومن خلال ثقافة استهلاكية ، فالتبعية الثقافية تتوازن مع التبعية الاقتصادية وتتداخل معها ، فإن الحضارة الغربية الحديثة بفضل قيامها علي أساس صناعي رأسمالي متطور قد تمكنت من جعل السلع ورؤوس الأموال ذات طابع كوني ، وساعد علي ذلك تقدم وسائل الاتصال واتساع الأسواق العالمية ، وتحولت نظم اجتماعيه وسياسية واقتصاديه وتعليميه وعسكريه عديدة في معظم مجتمعات العالم

(غير الغربي) لتكتسب سمات تميز نظم الغرب ، وتبدلت أحوال وعوائد جماعات وشرائح عديدة في مجتمعات مختلفة منها عوائد تتصل بالملبس وبآداب الأكل أو بالاحتفال بمناسبات معينه ، وقد تغلغت الحضارة الغربية الحديثة بكل عناصرها متطلعة إلي الانتشار والي تنميط العالم وتوحيده والهيمنة عليه ، وقد صارت للتدفقات الإعلامية العابرة للقوميات قوه هائلة بحيث أصبحت تشكل حاجات ورغبات وأشكال سلوك وعقليات ونظم وأنماط حياه المستقبلين ، مما يسهم في أضعاف الهويات الثقافية وزعزعه الهويات القومية سياسيا واقتصاديا ، ويجعل الإبداعات القومية في حاله تبعية وتكريس لثنائيه الهيمنة - الخضوع في مجال التبادل الثقافي. (فتحي أبو العنين ، [١٩٩٤]، ص ١٨٠) وقد تأتي التدفقات الثقافية عبر آليات خمس كما تصورها ابادريوس

- ١- المشاهد العرقيه من خلال تدفقات البشر والسياح والمهاجرون
- ٢- المشاهد التكنولوجيا أي المصانع والإنتاج المتدفق للآلات من خلال الشركات الوطنية والشركات متعددة الجنسيات والهيئات الحكومية.
- ٣- مشاهد الأسواق المالية والبورصات
- ٤- المشاهد الإعلامية عبر الصحف والمجلات والتلفزيون والسينما
- ٥- المشاهد الإيديولوجية المرتبطه بالدولة أو الحركات الايديولوجية المناهضة لها والمشملة علي عناصر الحرية والمساواة والحقوق (انطوني كينج،[٢٠٠٥]ص٢٩) وكما حدد أولف هاترر بأن المحرك الرئيسي المزعوم لعملية التكرار البشري العام للاتساق في الرأسمالية الغربية السابقة يعمل علي الدوام علي إغراء مزيد من المجتمعات نحو الاعتماد علي أهداف المجتمع الاستهلاكي عالمي النطاق الآخذ في الاتساع ، وينتج تحقيق التجانس أساسا عن طريق تدفق الثقافة كسلعه من المركز نحو الأطراف ووفقا لرؤيه هاترر فإن الثقافة العالمية المتجانسة الوافدة سوف تكون صيغه من الثقافة الغربية المعاصرة وعندئذ سيظهر فقدان الثقافة المحلية بشكل متمايز عند الأطراف (أنطوني كينج،[٢٠٠٥]،ص١٦٢)

وتتبنى الورقة فكره أن المركز يستعمر عقول الأطراف علي نحو تراكمي وذلك من خلال اطر العملية الثقافية التي يمر عبرها التدفق عابر القوميات بسهولة ، ومن بينها إطار السوق وإطار الدولة ومن اجل تقديم رؤيه شامله للتدفق الثقافي اعتقد من المفيد تمييز عدد صغير من الأطر الاجتماعية النمطية التي يجري خلالها التدفق الثقافي وقد تحدث هذه الأطر المختلفة مترامنة.

أولا إطار السوق ، ففي إطار السوق يقوم المتخصصون بإنتاج المعاني والأشكال ذات المعني والترويج لها كما يحاول السوق أيضا برحابه أن يجلب المزيد والمزيد من الثقافة ككل داخل إطاره ، ويتنافس وكلاءه مع بعضهم البعض ويستثمرون في الابتكار من اجل تحفيز طلب جديد (كينج ،

[٢٠٠٥] ، ص ١٦٧) فالعولمة نظريه اقتصاديه في المنطق سياسيه واجتماعيه ثقافيه في النتائج تستهدف فتح الأسواق الاقتصادية وتطبيق سياسة السوق في جميع بلدان العالم وذلك بإلغاء الحماية والرسوم الجمركية وإقرار حرية تنقل رأس المال والبضائع والخدمات ودون أي قيود ، وفتح الحدود الوطنية في المجال السياسي والترويج لثقافة نمطيه عالميه واحده.

أما الإطار الثاني هو الدولة ، لقد أفسحت الدولة المجال للقطاع الخاص ليقوم بدوره في التنمية ، كما انفتحت الدولة علي العالم الخارجي واندمجت في العولمة ، وقد ادي ذلك إلي تقلص السيادة الوطنية للدولة ، وفي تقلص السيادة الوطنية للدولة أصبح للدولة ادوار أخرى غير الدور الاجتماعي الذي كانت تقوم به ، وأصبح هناك بنيان اجتماعي موافق ومدعم للتخلف الاقتصادي بكل صوره من ثنائه الاقتصاد إلي التفكك القطاعي إلي تقشى العادات الاستهلاكية غير الرشيدة إلي الاعتماد علي الغرب وثقافته في كافه المجالات. كما أن العملية الثقافية ترتبط بالصفة الإقليمية وتمثل الدولة تنظيمًا للإقليم ، دور الدولة في عملية التدفق الثقافي المرتبط بالعولمة نجد أن الرابطة القائمة بين العملية الثقافية والإقليم عملية محددة ، فالثقافة هي ظاهره للتفاعل وإذا كان التفاعل يرتبط بأماكن معينه فان الثقافة ترتبط بالمثل بأماكن معينه وطالما تمثل الدولة في حد ذاتها تنظيمًا للإقليم أذن فهي الإطار الذي يضم اكبر اهتمام راسخ في التعريف المكاني للثقافة ، وقد تقوم الدولة بدور الوكيل بالتنسيق الوثيق مع وكلاء السوق عابر القوميات ولكن أداء الدولة يتوقف بقدر كبير علي الظروف المادية ، وعاده ما يتم إفقار الدولة اللينة وسلبها قوتها وتمثل مهمة الوكلاء إن لديهم حساسية ثقافية بمعرفه موطنهم ويتمكنون من تحقيق التوافق مع الأذواق والاهتمامات التي من شأنها إمداد الأسواق بسلع معينه ، وقد يستلزم هذا الأمر إلي درجه ما اضافة الطابع السلعي علي المعاني والأشكال الثقافية التي كانت في السابق محتواه داخل التدفق الحر للاقتصاد الثقافي ، وكما ذكرت جانيت أبو لغد فقد نسفت الاتصالات بلا عوده الطابع المنغلق للحدود الثقافية (أنطوني كينج، [٢٠٠٥]، ص ١٩٧)

ويتم التدفق الثقافي من خلال الدولة عن طريق.

١- أن تسمح حدود الدولة بالنفاذ للتدفقات السلعية والرأسمالية وللعمالة ذات الدلالة ، وهنا يحدث تدويل مطرد للثقافة ، ففي اللحظة ذاتها التي كان الإنسان يخلق فيها ثقافات قوميه تتمايز كل منها عن الأخرى تعمل هذه التدفقات علي تحطيم التمايزات القومية حتي في الحياة اليومية من عادات للطعام وأنماط للملبس والمسكن وغيره.

٢- قيام الدولة بالشكل التنظيمي لأداره المعني من خلال التنسيق مع وكلاء السوق عابر القوميات ، ويتوقف أداء الدولة في مجال أداره التدفق الثقافي علي الظروف المادية وإذا

كان اشتراك الأطراف في التقسيم الدولي للعمل لا يحقق مصالحها - تقسيم عمل يتم باتساعه الجغرافي الكبير - فان ذلك يجعل الأطراف خلال انخراطها مع النظام العالمي ستصبح سوقا ضعيفة للتدفق عابر القوميات للسلع الثقافية ، وإذا ما كانت بعض أجزاء من الأطراف من محدثي الثراء ، يمكن إرسال فيضان من السلع الثقافية من المركز . بالطبع قد يكون هناك قوي أخري فاعله تنظم الثقافة الرسمية والغير رسميه او الثقافة العامة

٣- قيام الدولة بإحداث الفساد في المجتمع وينسب الفساد هنا إلي علاقات التبعية والأنشطة الطفيلية السائدة في نظام رأسمالي تابع بالسوق الرأسمالية العالمية ، وتري أن الفساد جزء أصيل من الحضارة الغربية المعاصرة ومن اقتصاد السوق فإن النظام الغربي الذي نسير علي خطاه الآن يحقق درجة اعلي من الفساد في دول العالم الثالث حيث الأوضاع مترديه والنشاط الاقتصادي الموجه إلي الخارج والي مصالح الغرب ، فهذه العوامل تجعل السوق الحرة في دول العالم الثالث سوقا بلا ضوابط مما يؤدي الي انتشار قيم الاستهلاك الاستفزازي اليومي حيث أن هذه الأموال التي جمعوها لم تكن نتيجة جهد أو عمل ، ولذلك فان إنفاقهم لهذه الأموال اتسم بالسفه وقد نجحت عناصر الفساد في نشر قيم العمل غير المنتج والريح السريع والجشع والأنانية والحصول علي المال بأي وسيلة فضلا عن تصرفاتها الإستفزازية في مجال تكريس قيم الاستهلاك التفاخري ، ويمكننا تحليل فساد الدولة أيضا من خلال العلاقة بين فساد القطاع الخاص وفساد الدولة فالدولة تتحكم في القوانين والإجراءات التي تمنح للقطاع الخاص أو تمنعها عنه الدولة ، والدولة هي التي تمنح القطاع الخاص التراخيص وتفرض الرسوم والضرائب وتنظم الأسعار وغيرها من التسهيلات ، بينما يمتلك القطاع الخاص المال ويستطيع شراء القرارات الوزارية والحكومية وشراء القوانين أيضا ، وقد لا تتوافر للوكلاء المحليون الموارد المادية اللازمة للأعمال التجارية الخاصة بالثقافة في المركز ولكنهم يعرفون مواطنهم ويمثل رصيدهم الخاص في الأهلية الثقافية والحساسية الثقافية ، ويتم اشتقاق هذه الأمور من الانخراط في الأشكال المحلية للحياة والذي من خلاله يتمكنون من تحقيق التوافق مع الأذواق والاهتمامات التي من شأنها إمداد الأسواق بسلع معينه (أنطوني كينج، [٢٠٠٥]، ص ١٧٥)

ويصدق نمط مكدونالد للاستهلاك مقولات بعض المنظرين من ان العولمة قد تضعف وقد تقوي الدولة القومية ، فمثلا ربما تكون الحكومة الصينية تريد ابقاء مكدونالد خارجها ، ولكنها تستطيع

بفعل الضغط الشعبي وتوق الناس لانماط الاستهلاك التي يرونها في سفرهم او من خلال وسائل الاعلام والمحاظة بهالة من الجذب والسحر .

وكذلك ضمت العولمة في نهاية القرن العشرين تأسيس كل من الطابع العالمي للخصوصية والطابع الخاص للعالمية ، ومنذ النصف الثاني من السبعينيات أصبح الاقتصاد المصري مرتعا خصبا لرأس المال الطفيلي الذي يقوم علي السلب والنهب وتحقيق أكبر قدر من الربح المالي في اقصر فتره ممكنه ، والرأسمالي الطفيلي هنا مجاله الأساسي التبادل لا الإنتاج وهو يستغل المجتمع بأكمله ، انه يستغل الجميع بوصفهم مستهلكين ، وتضم الرأسمالية الطفيلية شرائح من أهمها نهاية الطبقة الرأسمالية والإقطاعية القديمة التي لجأت إلي تهريب أموالها واستثمارها سرا داخل البلاد أو خارجها ، وكذلك شرائح من الفئات البيروقراطية والتكنوقراطية التي استغلت مواقعها في قياده مؤسسات الدولة والقطاع العام للثراء غير المشروع علي حساب هذه المؤسسات والعاملين فيها وكذلك الرأسمالية الوطنية التي استغلت كل منجزات الثور لصالحها بالإضافة إلي الطبقة الرأسمالية الجديدة من المغامرين والأفاقين ومحترفي الجريمة ، وإذا كانت الرأسمالية الغربية قد وضعت حجر الأساسي في نهضة أوربا فان الرأسمالية المصرية لم تتطور في مصر تطورا طبيعيا بل تطورت في إطار التبعية الأجنبية وبالتالي حدث تطور لهذه الرأسمالية ليس انطلاقا من مقتضيات تطور قوي الإنتاج الداخلية وإنما استكمالا لبنية التبعية الرأسمالية العالمية وقد أوضحت ملك زغلول أن هذه الطبقة كان لها نشاط ذو أثر سلبي علي الاقتصاد المصري وخاصة علي الإنتاج المحلي وتشجيع مزيد من التبعية التكنولوجية والقروض المتزايدة وغرس قيم الاستهلاك بإدخال استيراد مواد كمالية للدولة ، وكذلك كان نمط استهلاكهم يميل إلي الإسراف وعدم الادخار وقد حظيت هذه الفئة بمزايا كبيرة وقوه دافعه من الدولة (ملك زغلول ، ندوه الانفتاح الاقتصادي، مؤسسه فريديش ايبيرت ، ١٩٨٤) وقد ساعدت سياسة الدولة التي قامت بفتح الباب علي مصراعيه أمام الاستثمارات الأجنبية و الامتيازات التي أعطيت للاستثمار الأجنبي ، وتستر الرأسمالية الطفيلية وراء الامتيازات الأجنبية وتصفيه جهاز التجارة الخارجية التابع للقطاع العام ، وبذلك مكنت الظروف العالمية والإقليمية والمحلية الفئات الطفيلية من أن تصبح واسطة بين آليات التبعية للخارج وبين انتشار الفساد الاقتصادي ، فالرأسمالية الطفيلية تابعة بحكم نشأتها وتطورها للرأسمالية العالمية ولا تستطيع منافستها وتكوين قاعدة مستقلة لنموها بخلق صناعات ووسائل إنتاج وبتوليد التكنولوجيا المحلية ومن المؤكد أن الرأسمالية العالمية الاستهلاكية دخلت في علاقة يتعاضم نظمها بين الخاص والعام بين العرض العالمي والطلب الخصوصي المحلي ، ويتضمن خلق الرأسمالية المعاصرة للمستهلكين تصميم المنتجات لأسواق إقليمية ومجتمعيه واثنيه وطبقية وجنسية علي نحو متعاضم التخصص

وهو ما يطلق عليه التسويق الصغير (أنطوني كينج ، [٢٠٠٥] ، ص ١١٣) ، ويوضح فهمي هويدي أن استهلاك الطبقة الرأسمالية الطفيلية يمكن أن نطلق عليه استهلاك فاجر وهذه الطبقة غارقة في ملذات الدنيا ومتعها ومهرولة في سباق الاستعلاء والإبهار والتباهي في نفس الوقت وليس لها حضور أو دور يذكر في المجال الاجتماعي وتتجاهل الأم الآخرين ومشاعرهم (فهمي هويدي ، هذا الثراء المفترى ، الأهرام ، ١٩٩٧/٧/٢٩) فالرأسمالية الطفيلية تفتح بلا حساب علي كل السلع الإستفزازية وتخضع كل شئ لمنطق الاستهلاك فهي رأسمالية مبددة للفوائض التي تتراكم بين أيديها ، وتعمل على شيوع الاستهلاك الترفي وتعمل هذه الأنماط من خلال اثر التقليد والمحاكاة علي خلق التناقض بين التطلعات الاستهلاكية والدخول المتواضعة مما يؤدي إلي الاندفاع إلي الجريمة والعزوف عن العمل المنتج وانتشار قيم التسلق والانتهازية والوصولية ، واستطاعت الرأسمالية الطفيلية كطبقه أن تحجم دور الدولة التقليدي وان تستغل سلطه الدولة السياسية في الحصول علي التراخيص والاذونات وتقديم التسهيلات والزج بالدولة ذاتها كشريك في العملية الاستثمارية واستخدام المال العام في مجال التجارة والسمسرة والوساطة وغيرها ، ويرجع نشاط رأس المال الأجنبي في مصر إلي فتره حكم إسماعيل وشهدت هذه الفترة أيضا نقطه التحول في عمليه الانتقال التاريخية من الإقطاع إلي الرأسمالية ، وقد اتفقت تلك الفترة مع مرحله التوسع الشامل للرأسمالية العلمية وبداية تحولها للاحتكار وأخذت مصر ترتبط بالسوق الرأسمالي العالمي نتيجة التوسع في زراعه القطن وتصديره ، وتأسست البنوك المختلفة التي سيطرت علي جزء كبير من الاقتصاد المصري وتكون وسيط بين الاقتصاد المصري والاقتصاد الدولي ، فقد نشأت ونشطت كنظام مكمل للاقتصاد الرأسمالي يستجيب في المقام الأول لأعمال الاستثمار التي يرتادها رأس المال الأجنبي بحثا عن أقصى ربح.

عولمة الاستغلال أو التتميط العولمي :

ولا بد من الانتباه إلي المخاطر التي تجرها العولمة علي شعوب البلدان الناميه وخاصة عمليه القولبة أي تتميط الأفكار والعقول والأشخاص حسب نموذج معين (ستاندارد) تقدمه أجهزه الإعلام والاتصالات في الدول الغربية علي أساس انه سوبرمان القرن الحادي والعشرين ، والذين يطلقون عليه الزى الموحد المفتعل الذي تريد العولمة فرضه علي العالم دون احترام الخصوصيات ، وتعتبر قولبه العولمة قادرة علي تلبية جميع الخصوصيات القومية الثقافية.

وعلي هذا الصعيد صعيد عولمة الاستغلال والتتميط يمثل ماكدونالدز نوعا من امتداد رأس المال الغربي للهيمنة علي أسواق العالم الثالث وتحويل الفائض إلي المصارف الغربية ، ويأتي استغلالها

من كونها تحول فائض ربحها الي الخارج ، أما التتميط أو القولبه للمجتمعات التي تغزوها فتتصرف إلي عمليه الحاق السوق الذي تدخله بنمط الدول التي اجتاحتها من قبل بحيث تصير الشركة نفسها هي احدي صور هذا التتميط الذي يتجاهل الخصوصيات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات التي دخلتها ، وقد كتب المفكر العربي عبد الوهاب المسيرى الى ان التتميط العالمى الذى يحدث على جبهة الأكل والذي يتصف بالسرعة والفردية والانقطاع عن الأساليب التقليدية التي تتميز بالبطء والجماعية ليس سوي مظهر من مظاهر العلمنة الشاملة، والتي تنظر إلي كل مجالات الحياة من زاوية ماديه استهلاكية بحتة بما في ذلك أنماط الأكل وسائر جوانب الحياة العادية ، وصوره العولمه هنا تتمثل فيما يعرف بظاهرة الفرنشايز Franchises وهذه الظاهرة تتمثل في انتشار الماركات العالمية في مجال المشروبات والمطاعم والكافيتيريات والمشروبات مثل كوكوكولا والمطاعم مثل ماكدونالدز، حتي ذهب البعض إلي تسميه عمليه العولمة أو القولبه والتتميط بأسم هذه المؤسسات مثل مفهوم الكوكلة Cocalanization والهمبورجيه المعروف باسم

Hamborgerization والمكدله Macdolonalization وإذا كان المفهوم ان الأخيران يخصان العولمة أو القولية وفق النمط الأمريكي ، وقد ذكر توماس فريد مان في مؤتمر العولمة بالمغرب في أواخر ٩٨ إن ثمة مقوله تدور في الغرب مفادها ان معرفه مدي استقرار منطقه ما سياسيا ولحاقها بالغرب يتوقف علي معرفه ما إذا كانت ماكدونالدز قد افتتحت فيها سلسله مطاعمها أم لا ، وعن تتميط ماكدونالدز فهو يتجاهل الخصوصية في إطار التتميط نجد ماكدونالدز لا يسحق الخصوصية ويتجاهلها فقط بل يعمل علي تتميط الطعام ، حيث يصير الطعام واحدا في كل أنحاء العالم بعض النظر عن اختلاف الأذواق وأصناف الطعام المحلية.

ويساهم التتميط او القولبه الي دفع مجموعات من الناس الي التوافق مع الصورة المتوقعة منهم لاكتساب الاعتراف العام من خلال عدم الابتعاد عن الحدود المرسومه ، كما يساهم التتميط في تكريس الظلم الاجتماعي وغياب المساواه ، وصولا الي ممارسه التمييز سواء علي اساس العرق او اللون او الدين او المستوي المادي الاقتصادي وهو ما يمكن ان يترتب عليه حدوث اشكال من العنف الفردي او الجماعي ضد مجموعات بعينها ، أو كما كتب أحمد زايد فإن عناصر الثقافه الحديثه التي تم التركيز عليها اثناء عمليه التحول الي الحداثه كان لها طبيعه خاصه ، فهي تتصل بالاستهلاك دون الانتاج وبالمظاهر الخارجيه دون الاستعدادات الداخليه وبالشكل دون المضمون وبالانفعالات والمشاعر الفطريه دون العقل ، واعتبرها احمد زايد هنا آليه من آليات نقل الحداثه واستدماجها في الثقافات المحليه وهي آليه التحول الاستهلاكي.

حيث يظهر الميل نحو نقل الجوانب الاستهلاكية دون الاسس العقلية التي ابدعتها وارتبطت الثقافة الاستهلاكية بثقافة الحدائه وكما اكد سلاتر علي ان الحدائه التي برعت في اوروبا ابتداء من القرن السادس عشر لم تكن حدائه انتاج وفكر فحسب بل كانت ثوره استهلاكية صاحبت الحدائه عبر تخطيها حدود الزمان والمكان لخلق مجتمع كوني ، لقد تخلق عالم جديد من السلع اخترق حياه ومنازل فئات اجتماعيه اكثر والتحلل من علاقات وروابط المجتمعات المحلية التقليدية وأشكال الترابط القراي التقليدى ، ومع نمو الحدائه بدأت ثقافه الاستهلاك بما تحمله من قيم فريده ونفعيه تخترق الثقافات التقليديه وتدمجها في البنيه الاستهلاكية للثقافه الحديثه (احمد زايد ، [٢٠٠٥] ، ص ٢٩)

ونمي ريتزر فكرته عن معقولية اللامعقولية مما اقره فيبر عن المصانع في أواخر القرن ١٩ ، فوجد فيبر يوضح ان في هذه المصانع كل الواجبات مبسطه لتنفيذها بقدر الإمكان ، وأكد فيبران العمال هناك يضعوا في قفص مطاط ، ان هذا القفص يشكل بناء الحياه الاجتماعيه بهذه الطريقه وتتباعد العلاقات الانسانيه وتصبح لانسانيه. (www.mpifg.de/people/ws/downloads) وتعد الماكدوناليه تجربه تدمج بين الواقع والخيال ؛ فهي تقدم نموذجاً يعتمد على المبالغة في الحقيقه لماهية الطعام ، وكيفية تناوله يتحكم فيه تكنولوجيا الغذاء ، وتنظيم الإنتاج والإستهلاك الغذائى ، ولقد أثرت هذه النوعية من مطاعم الوجبات السريعه على طريقه الحياه فى كافة المجتمعات ؛ مما يعنى توغل الحياه الأمريكية فى هذه المجتمعات ؛ فقد عملت هذه النوعية من المطاعم على تهميش عملية تناول الطعام بعاداته وسلوكياته التقليديه وجعلها شيئاً سريعاً ، يتم إنجازه بسرعة فائقة ، ويوضح ريتزر أن كل الاتجاهات اليوم تسير فى صالح الانتشار الأكبر لمطاعم الماكدونالز ، ومن المؤكد أن هناك حيزاً كبيراً لها لتتوغل فى الثقافات الأخرى ، ولذلك تساهم الماكدوناليه فى تدعيم تجانس الثقافة الإستهلاكية المحلية ، وكذلك المساهمة فى خلق جمهور هجين (مختلط) لمعظم سكان العالم الذين يستهلكون الحدائه الغربيه عندما يأكلون وجبات ماكدونالز السريعه ، وقد أشار ريتزر إلى جانب تشاؤمى لهذه الظاهرة بالنسبة للأطفال الذين يولدون فى ظل هذا العالم الماكدونالى ، والذين يتم تدريبهم واستمالتهم للدخول فى هذا النظام بواسطة العديد من الوسائل كالإعلانات ، واللعب ، والجوائز المقدمة مع كل وجبة ، وكذلك الألوان اللامعة ... وما إلى ذلك من عناصر التشويق فيتم تدريب هؤلاء الأطفال على أن هذه هى الطريقه المثلى التى يجب الاعتياد عليها فى الغذاء ، الأمر الذى يؤدى إلى الحصول على كل شئ بصورة سريعة جداً وفى فترة زمنية وجيزه أيضاً . [Ibid., p. 557 : أنظر]

وأن دراسة إستهلاك الوجبات السريعة (الماكدوناليه) يعبر عن تأثير ما بعد الحداثة وفي هذا يرى " جين بودريلارد " أهمية التركيز على فهم العلاقات الاجتماعية للإستهلاك ، ويعكس هذا بدوره دخول متغيرات جديدة على أجندة النظريات ، وهي متغيرات ناجمة عن إستهلاك الوجبات السريعة ، ومنها ترابط الهوية الاجتماعية في مكان السوق وتنظيم التذوق [أنظر : Rayne, M. & Others (1996), p. 116] ، 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 يتذوقون 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 .

كذلك تناول " سيجموند بومان " S. Poman إستهلاك الوجبات السريعة من منظور التغير الاجتماعي وما بعد الحداثة ، 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] تمدنا الماكدوناليه باتجاه آخر لدراسة الوسط المعيشي Habitus " لبيير بورديو " L. Pordo ذلك الاتجاه الذي يعكس الظروف الموضوعية التي تعيش فيها الجماعات ؛ فهي ظروف تجعل لكل جماعة تشترك في ظروف واحدة وسط معيشي 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 بورديو بخصوصية ثقافة الإستهلاك تلك التي تربط ثقافة الإستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة بين المجتمعات أو حتى في المجتمع الواحد ، وبعبارة أخرى فإن إستهلاك الوجبات السريعة ترتبط بطبقات أو فئات معينة أو ترتبط بالوسط المعيشي الذي يوجد في ظله الإنسان .

أهمية الدراسة :

إذا اعتبرنا أن كل دراسة علمية في مجال ما تسهم إسهاماً إيجابياً في تراكم المعرفة النظرية والامبريقية في 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 السيدات 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 السيدات فى حضر المجتمع المصرى المترددات وغير المترددات على الأماكن التى تتبع 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 تحديات العولمة الماكرونالية للطعام السريع لدى الأسرة المصرية وذلك فى ضوء ما يلى :

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

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

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

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

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 " مكدونالدز " .

التساؤلات :

تحاول الدراسة أن تجيب على تساؤل رئيسى مؤداه :

ما هي تحديات العولمة الماكرونالية التي نتجت عن عولمة الطعام السريع وتأثير ذلك على السيدات في محيط الأسرة المصرية ؟

وينبثق عن هذا التساؤل بعض التساؤلات الفرعية التالية :

- ١ - ما هي الأسباب الحقيقية التي تجعل السيدات ينجذب إلى الأطعمة السريعة ؟
- ٢ - ما هي العلامات أو الرموز الثقافية التي تجذب المترددات على هذا النوع من الأطعمة السريعة ؟
- ٣ - كيف يؤثر الطعام السريع على تغيير أنماط الإستهلاك الخاصة بالسيدات في محيط الأسرة ؟
- ٤ - إلى أي مدى يؤثر الطعام السريع على طبيعة العلاقات الاجتماعية بين السيدات داخل محيط الأسرة ؟
- ٥ - ما مدى تأثير المستوى الاجتماعي الاقتصادي - المستوى الثقافي - المستوى التعليمي على أنماط الإستهلاك الخاصة بالمترددات وغير المترددات على مطاعم الوجبات السريعة ؟
- ٦ - كيف نواجه ضغوط العولمة الماكرونالية 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 : أمال 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 لمنشآتها ، 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 المنظر الشمولى فى تحليل قضية العلاقة بين العولمة والثقافة الإستهلاكية ، الذى يعتمد على بعض الأطروحات النظرية التى وردت سواء من منظور سوسيولوجى 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 تقرض 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 التى يمكن أن تلعب دوراً فى تشكيل السلوك الثقافى الإستهلاكى الغذائى للفقراء ، وأخيراً تساؤلات خاصة بميكانيزمات التكيف التى تطرحها عليهم ثقافتهم فى ضوء ظروفهم الاقتصادية المتدنية .

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

وقد أظهرت النتائج أن الثقافة الإستهلاكية الغذائية لدى مختلف الشرائح فى هذه الطبقة تعتمد بالدرجة الأولى على إستهلاك الغذاء بغرض الإشباع فقط أو الامتلاك بما لا يفيد من نوعيات وكميات غير مناسبة من الطعام التى تضر فى 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 التى تحاول أن تعكس وضعها الطبقي الجديد فى صورة رموز إستهلاكية .

تحاول الدراسة أن تجيب على بعض التساؤلات التى تدور حول مدى تأثير التغييرات العالمية الجديدة على هذه الشريحة ، وخاصة فى تغيير أنماط إستهلاكها ، وتساؤلات أخرى تتعلق بأنماط الإستهلاك الشائعة والمشاركة بين أفراد هذه الشريحة ، ومدى تباين هذه الأنماط بتباين المستوى الاجتماعى والاقتصادى 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 الاجتماعي بالعينة ، واستمارة الاستبيان على عينة من ربات البيوت قوامها ٥٠٠ مفردة في محافظة الفيوم وذلك من خلال المقابلات الشخصية .

وقد أسفرت النتائج عن أن ٩٠.٢ % من العينة الإجمالية أنهن لا يفضلن شراء الوجبات الجاهزة ، وقد انخفضت النسبة في مدينة الفيوم حيث بلغت ٨١.٦ % ، كما أكدت معظم النساء اللاتي يلجأن إلى الوجبات الجاهزة أن السبب في اللجوء الاضطراري إلى هذه النوعية من الأطعمة هو ضيق الوقت - التنوع - التغيير - ورغبة الأبناء .

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

تهدف هذه الدراسة التحليلية إلى استخدام المنظور النسقي أو التحليل المنهجي المنظم في التعرف على تطبيقات أو امتدادات وربما إشعاعات ظاهرة المكمله في بعض مناحي حياتنا اليومية وخاصة في 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 التلفزيوني أو مواد بعض مواقع التسويق عبر شبكة الانترنت .

أسفرت نتائج الدراسة عن أن هناك بعض التطبيقات الجديدة للمكمله في مجتمعنا المصري 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 في ظل العولمة ، ومن بين أهم هذه الدراسات :

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

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

وقد أظهرت النتائج أن ٥٤ % من العاطلين ، ٣٦ % من الطلاب يترددون على الأطفعة 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 الأمريكى بالطعام السريع من كافة جوانبه ، وكذلك التعرف على التأثير الاجتماعى والاقتصادى 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 الجذرية التى حدثت فى الاقتصاد الأمريكى حيث دخلت النساء سوق العمل فى هذا المجال وبأرقام قياسية من أجل تحسين مستواهن المعيشى .
- ٥ - تنفق 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 لأبنائهم لأنهم يدركون تماماً أنها أغذية غير مفيدة وضارة بالمقارنة بالأغذية الصحية المعدة 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 الترشيد أو العقلانية ، حيث يرى أن الماكدونالديه أصبحت اليوم هي الظاهرة المسيطرة على كافة قطاعات المجتمع الأمريكي ، ومن ثم توغلت في كافة أنحاء العالم الأخرى وأصبحت المسيطرة على كافة جوانب حياتنا المعاصرة وأنها ستبقى وستستمر من أجل تحقيق مزيد من الربح ، ومن أجل فرض الهيمنة على العالم أجمع .

يعني الكتاب بظاهرة الماكدونالدية وهو الاسم المشتق من سلسلة المطاعم الأمريكية للوجبات السريعة ماكدونالد ويتحدث هذا الفصل بعض ادعاءات هذا النمط من المحلات . اما كيف تدمر مثل هذه المتاجر والمطاعم العلاقات الانسانية ، فهناك اولا العمال الذين يعملون بدوام جزئي وبنظام يجزئ العمل لمهام منفصلة تجعل كل شخص يعمل لوحده والعمل لفترات متقطعة لا يوفر لهم فرصة للتعرف فيما بينهم ثم ان نظام الخدمة الذاتية وتغير العمال لا يسمح بتكوين صداقات بين العاملين والزبائن.

ولعل الأضرار الصحية التي ترتبط بها هذه الأطعمة لما فيها من أملاح وسكر ونكهات صناعية مثال اخر لأضرارها وهناك كمية من الورق التي تستهلكه وجبات ماكدونالد والتي تسبب قطع مساحات هائلة من الغابات سنويا.

اما كيف تدمر انسانية الانسان ، فيكفي انها تلغي عقله وتجعل العامل مثلاً جزءاً بسيطاً من عملية الانتاج لا يحتاج الي تفكير او مهارة ، وهو ما تبنت نتائجها بارتفاع نسب غياب وتأخر وبطء العمال ونسبة تكرارهم للعمل .

يتحدث الكاتب عن عولمة وأمركة الاستهلاك ويركز علي مقولة ان نمط الاستهلاك السائد يقضي علي ثقافات الشعوب وخصوصيتها ويقول حتي ولو لم يتم فتح فروع المطاعم والمنشآت الأمريكية في البلدان المختلفة فان نمط ادارة وشكل وادوات هذه المنشآت ينسخ التجربة الأمريكية ، بل ان المحلات التي تدعي انها وطنية وبرأس مال محلي وتقدم سلع وطنية قد تكون اكثر خطورة من تلك الاجنبية ، اذا يصعب علي مناهضي الراسمالية والعولمة رفضها ومناهضتها.

فالمنتجون عبر الاعلان والاعلام ووسائل اخري يجدون عند الناس قناعة بحاجتهم الي اشياء معينة لا يحتاجونها فعليا ، وهكذا يخلقون الحاجة الي السلعة ثم ينتجون السلعة ذاتها . ومن التكتيات الاخري اختراع الاحتفالات والمناسبات والمهرجانات والاعياد المختلفة ، وهناك ايضا الاعتماد علي نشر اكبر عدد ممكن من الفروع ومراكز توزيع السلع .

اما اهم افكار مواجهه مثل هذا المجتمع فمتنوعة ، منها حسب هؤلاء المفكرين - فكرة " الانشقاق " القائمة علي الاندماج في هذا المجتمع والتظاهر من قبل فرد او جماعات انهم مثل باقي قطاعات المجتمع يعيشون في هذا المجتمع الاستهلاكي ، ومن ثم يبدؤون بتبيين نقاط الضعف والازمات فيحتجون عليها ويفضحونها محاولين تطوير ما يشبه الثورة ضدها . فمثلا عندما يكتشفون وسائل التلاعب والخداع التي تمارسها المتاجر الكبرى في نظام التسعير والبيع يكشفونها ويثيرون ضجه حولها.

ويمكن ان يقوم هؤلاء بالتصرف بشكل مضاد تماما لآليات الخداع والسحر التي تمارسها المتاجر ، فمثلا اذا كانت المتاجر تضع رغيف الخبز في نهاية السوبر ماركت حتي يضطر الزبون للمرور برفوف البضائع الاخري فان هؤلاء المقاومين يمكن ان يعمدوا لدخول السوبر ماركت من الباب الجانبي وتشجيع غيرهم علي ذلك مما يفسد نظام المتاجر .

ومن الأفكار الأخرى لمواجهه مجتمع الاستهلاك الالتفافية من خلال استخدام شعارات وعبارات ورسومات تلك المحلات والمتاجر في ترويج دعاية وايدولوجية مضادة ، فتحرف عبارات الترويج لتعني مدلولاً سلبياً وبالتالي تضطر تلك الشركات لتغيير عبارتها واعلاناتها باستمرار مما يؤدي الي افسالها .

كما يصف الكاتب مطاعم الوجبات السريعة وبطاقات الائتمان وصالات القمار وغيرها من اماكن ووسائل الاستهلاك بانها قوي غاشمة تحاول السيطرة علي حياتنا ، تفكر بدلا عنا بما يخدم مصلحتها ، تهدد العدالة الاجتماعية وحقوق الانسان ، فمطعم مثل ماكدونالد يوجد في ١١٥ دولة ينقل ثقافة شعب ويطمس ثقافة شعوب اخري ، والانكي ان ذلك كله يتم كثيرا دون ان يدرك المراقب ما يحدث .

ويقول الكاتب أصبحت الجامعات تعمل اسلوب " الماك " فالمحاضرة مرتبطة بساعة محددة والطلاب لا يرون بعضهم سوي قبل المحاضرة بلحظات او بعدها بلحظات ولا فرصة لتطوير علاقة انسانية بين الطالب والاستاذ او بين الطالبة بعضهم بعض بل اعتمد المتزايد علي الانترنت والبريد الالكتروني في الجامعات زاد من حدة هذا الاسلوب.

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 مهيمنة والتي فقدت العديد من المعانى والقيم من خلال المكمله في مجتمعنا المصرى مثل دراسة هناء الجوهري .

أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فقد ركزت في معظمها على القيمة الغذائية للطعام السريع مثل دراسة لوبشتين ودراسة جون سور نيولدز وتحقيق الترشيد ومزيد من الريح 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 الأمريكى والتي انعكست على صناعة الطعام السريع وعمليات الدعاية والتسويق ، وكذلك العاملين بهذه الصناعة .

لم تهتم معظم الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية بالعلومة الماكدونالية 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 الثقافى 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 ينبغى علينا مواجهته .

مفاهيم الدراسة :

١ - 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 للتفوق معنية اليوم بالعولمة شاءت 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 أنتجتة ، 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

العالمى يفهم العولمة بخلاف عالم السياسة الذى يبحث عن تأثير التطورات العلمية والتكنولوجية المعاصرة على الدولة ودورها فى عالم يزداد انكماشاً يوماً بعد الآخر ، كما أن عالم الاجتماع الذى يرصد بروز القضايا العالمية المعاصرة كقضايا الانفجار السكانى والبيئة ، والفقر ، والمخدرات ، والإرهاب يفهم العولمة بخلاف المهتم بالشأن الثقافى الذى 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 تذوب 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 الذى أورده جان شوسر J. Sousher من خلال تأكيده على عدة جوانب أساسية للعولمة تتمثل فيما يلى :

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

ب - العولمة كنزعة للتحرر ؛ فهى تعمل على إلغاء الحواجز وإزالة العقبات المفروضة على الحكومات بين مختلف الدول من أجل خلق اقتصاد عالمى مفتوح ليس له حدود ، وهنا يشير أنتونى جينز A. Gedns إلى أن العولمة تكشف عن العلاقات الاجتماعية العالمية التى تربط بين الجماعات المتباعدة . [أنظر : أنتونى 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 التى تساعد على تحقيق التحديث .

ولذلك أصبح من الواضح أن العولمة تأخذ أكثر من شكل فشكلها الحالى ليس هو شكلها النهائى ؛ فهى تأتى فى أكثر من صيغة واحدة ، لذلك أصبح من الضرورى 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 ينبغي 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 صناعاتياً 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 في مواجهة غزو العولمة [أنظر : هناء عبيد (٢٠٠١) ، ص ٦٢] .

ولذلك فللعولمة تحديات متعددة في 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 تعلى من أهمية السوق ، ومن تدعيم مصالح كبار رجال المال والأعمال مما يؤدي إلى زيادة التفاوت الواضح فى الدخل وفرص الحياة الكريمة بين أقلية غنية وأغلبية فقيرة ، ويرى نقاد اقتصاد السوق أن إطلاق حرية رأس المال والتى 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 القصوى 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 وسطوة الدولة التى أصبحت مضطرة

لتقديم وعود وتنازلات عن سلطاتها على حساب مواطنيها أو للمجتمع الدولي لصالح الشركات والمستثمرين الأجانب الذين يعملون داخل حدودها .

وبالنسبة للبعد الاجتماعي : فلقد أصبحت دول العالم الثالث مهددة بكارث بيئية وبانتشار الأوبئة الفتاكة ، وتفشى ظاهرة العنف والإرهاب والتطرف التي 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 الاجتماعي هو محاولة القضاء على الطبقة الوسطى (المثقفة) ودحرجتها إلى حافة الفاقة وهي الطبقة النشطة سياسياً واجتماعياً وثقافياً ، والنواة الصلبة للمجتمعات الحديثة والتي قادت العديد من الحركات الثورية دفاعاً عن الحرية والديمقراطية والعدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان ، كما تؤدي العولمة إلى زيادة التفاوت الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي والمعرفي بين الناس وتقليص دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية نتيجة خروج المرأة إلى العمل وزيادة النمط الإستهلاكي وغيرها من التحديات الاجتماعية . [أنظر : محمد شومان (١٩٩٩) ، ص ١٦٤]

أما بالنسبة للبعد الثقافي والذي تهتم به الدراسة الراهنة لأنه يعد من أخطر أبعاد العولمة ذلك لأنه يتدخل مباشرة في صياغة الفكر والسلوك الإنساني 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 في جميع أنحاء العالم [أنظر : عبد الاله بلقزيز (١٩٩٨) ، ص ٣١٢] ؛ فقد عملت العولمة على شيوع أنماط الحياة الإستهلاكية الغربية والأمريكية على وجه التحديد ، وقد أصبحت هذه الظاهرة حقيقة نلمسها في الحياة اليومية ليس في مصر والعالم العربي فقط ، وإنما في أكثر الدول انغلاقاً على ثقافتها المحلية مثل الصين واليابان ؛ فتقافة العولمة وخصوصاً ما يمكن أن نسميه بالثقافة الشعبية هي في الحقيقة متأثرة بشكل كبير بالثقافة الشعبية الأمريكية ويرجع ذلك إلى استمرار تفوق الولايات المتحدة الأمريكية ليس إلى عناصر قوتها المادية الملموسة في الاقتصاد والتسلح وإنما للجاذبية التي تتمتع بها الثقافة والقيم الأمريكية عبر العالم أجمع ؛ فالיום 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 جيرنر 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 فيذرستون أن التعدد والتداخل الثقافى العالمى يؤدى 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 ثالثة " [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 العداء 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) .

٢ - عولمة الماكدونالية:

تعنى عولمة الماكدونالية 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 - والمتمثلة فى مطاعم الطعام السريع لماكدونالدز ، فمن التأثيرات الواضحة للعولمة الماكدونالية على الثقافات المحلية تقلص استخدام اللغة المحلية الخاصة بالطعام التقليدى ، وانتشار استخدام اللغات الأجنبية وخاصة الامريكىة الخاصة بقوائم الطعام الماكدونالى مثل (الكومبو - ستار برجر وغيرهم) ، وكذلك اختفاء بعض العادات والتقاليد والموروثات الثقافية المحلية لمواكبة الموجات العالمية الجديدة للعولمة . [أنظر : كينج انتونى (٢٠٠١) ، ص ١١] .

التعريف الإجرائي :

عولمة الماكدونالية الثقافية هي الغزو الثقافي التي أفرزته العولمة نتيجة التقدم التكنولوجي لوسائل الاتصالات وآلياته ، ونتج عنه التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي حدثت في مجتمعات العالم النامي في العقود الأخيرة ، والتي أثرت بصورة ملحوظة في السلوك والقيم وأنماط الإستهلاك وخاصة نمط استهلاك الطعام السريع والعلاقات الاجتماعية وغيرها من الموروثات الثقافية الأصيلة .

٣ - الطعام السريع :

يعد الطعام من أكثر المجالات التي يظهر فيها النهم الإستهلاكي ، كما يكشف في كينونته عن التغير 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 .

وفي ظل هذا الشكل الذي عليه تلك المطاعم إذ صاحب ذلك رموز ومعاني وممارسات وظهر مفهوم المؤكلة الذي أشارت إليه مارجريت 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 الذي يختلف عما هو معتاد في الأسرة إلى تفضيل البعض تناول الطعام في تلك المطاعم أو تفضيل نوعية الطعام الذي تقدمه . [أنظر : Visser [M., (1999) , p. 122

وهكذا ينسحب أسلوب الحياة فى تلك المطاعم إلى خارج الأسرة ، وفى هذا الصدد نشير إلى المفهوم الذى أوضحه جورج رينزر عن المجتمع الماكدونالى والذى قصد به " العملية التى من خلالها تنتشر 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 سوياً كما كان يحدث فى الماضى ، كما أدت إلى انتشار العديد من الأمراض . [أنظر : (1998) p. 3 Schlessor E.]

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 التى أدت إلى زيادة الفجوة بين الأغنياء والفقراء .

٤ - الإستهلاك وأنماطه :

يعد موضوع الإستهلاك Consumption من الموضوعات الحديثة فى علم الاجتماع ؛ فهو يمثل موضوعاً مستقلاً للدراسة ، والإستهلاك يعد أحد المتغيرات الاقتصادية التى 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] .

وبأتى 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 ليفى فيرير 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 السوسولوجية 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 في كل الثقافات التي بها فائض إنتاجي ؛ فإعداد الطعام وإستهلاكه يرتبط بقيمة جمالية (تذوقية وفنية) عند بعض الشعوب ، وهو دليل على المكانة (خاصة في الثقافات ذات الفائض الإنتاجي) سواء لدى الشعوب التقليدية أو المعاصرة ، وتعلو النظرة السوسولوجية 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 الجماهيري 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 المادي والاجتماعي 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 في انتشار حمى إستهلاكية موحدة (إن صح التعبير) والتي تعد نتيجة لما يلي :

- أ - التوسع في عمليات الاستيراد على حساب الإنتاج .
- ب - دعم الشركات متعددة الجنسيات للوكلاء المحليين في نشر تلك الثقافة الإستهلاكية ، وترسيخها في عقول كافة الفئات والشرائح الاجتماعية .
- ج - الدعم الإعلامي والإعلاني لنشر ظاهرة الإستهلاك المفرط وتغلغلها في داخل المؤسسات الاجتماعية المختلفة .
- د - امتلاك الشركات متعددة الجنسيات لتكنولوجيا المعلومات ووسائل الإتصال مما ساعد هذه الشركات على إعادة تشكيل أذواق المستهلكين وترغيبهم في 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 في 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 وتفتتح فروعاً لمنشأتها فيها ، وبهذا تحول المجتمعات إلى سوق كونى تحكمه قرارات سياسية وشركات إنتاجية .

فالعولمة فى ثوبها المعاصر تمثل الهيمنة الاقتصادية التى تمد أذرعها كالأخطبوط فى كل مكان ، وحيث الإنتاج لكل المستلزمات سواء كانت ضرورية أو غير ضرورية ، نافعة أو مضرة ، وتحاول بكل الآليات استقطاب المستهلكين خاصة من الشباب والأطفال وذوى القدرة المالية ، وبالتالي يزداد النهم الإستهلاكى الذى يكون لصالح تلك الشركات مما تتعكس آثاره بالسلب على الاقتصاد القومى .

التعريف الإجرائى للإستهلاك :

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

ثانياً - الدراسة الميدانية :

الإطار المنهجى 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 مساح للإستهلاك والسلوكيات المتعددة التى تفيد فى تبحر خصائص هذا المكان والرموز والمعانى المغلفة حوله ، وآليات جذبه للعديد من الأفراد والأسر ومعرفة الشرائح الطبقيّة 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 الماكدونالدز فى منطقة وسط البلد بمحافظة القاهرة كمجال
للطعام السريع وذلك لاستخلاص عينة الدراسة فى القطاع الحضرى ، ويرجع هذا الاختيار العمدى
للمبررات التالية :

١ - تمثل مدينة القاهرة أعرق محافظات المجتمع المصرى يبلغ عدد سكانها حوالى
٧٧٨٧٠٠٠ نسمة حسب احصائيات ٢٠٠٧ ويمثلون ١٠.٧٣% من اجمالى سكان
مصر، ولذلك فهى مدينة كبيرة حيث تحمل السمات الأيكولوجية والاجتماعية
والاقتصادية والثقافية المميزة فى المجتمع الحضرى ، معظم سكان فى مصر من
الحضر ، ربعهم فى مدينة القاهرة ، كما انها عاصمة مصر وأهم مدنها كما أنها
تتميز بالانفتاح فى كافة مجالات التنمية . (ar.wikipedia.org)

٢ - محافظة القاهرة هى مدينة الباحثة وموطن نشأتها ، وهى بذلك تستطيع عن قرب
دراسة ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربما يكون ذلك
مأخوذاً عليه احتمالات التحيز والفهم الذاتى للأمور ، وصعوبة فصل الباحثة فى هذه
الحالة بين دورها كباحثة ودورها كأحد أفراد مجتمع الدراسة .

ولقد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد سير
الدراسة وفى مقدمتها توفير الوقت والجهد ، ثم تخطى الصعوبات الخاصة بتوحيد
الثقة بعينة الدراسة بالإضافة إلى معرفة الباحثة 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 بـ Peltو فى هذا الصدد إلى أنه لا توجد فى

مجال البحث الأنثروبولوجي أدوات جاهزة ، ولذلك فعلى الباحث إيجاد المناهج والأدوات اللازمة لبحثه ، وأن يحاول تعديلها وأن يستخدمها بفاعلية بما يتلاءم مع موضوع الدراسة وطبيعة المجتمع الإنساني الذى تجرى فيه . [أنظر : Basch, C. Et al, (1989) p. 389]

لذلك تم استخدام طريقة الجماعة البؤرية Focus Group Research أو المناقشة الجماعية المركزة على أساس تجميع مجموعة صغيرة مختارة من جمهور السيدات المتردد وغير المتردد من الجنسين على مطاعم الماكدونالدز وذلك تحت إشراف منسق ومحل لمناقشة تداعيات إستهلاك الطعام السريع على الأسرة المصرية والسلوكيات الناجمة عن هذا الإستهلاك فى ظل العولمة وقد تم إدارة جماعة المناقشة البؤرية كمحادثة مفتوحة استغرقت حوالى 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 البؤرية بالنسبة للموضوعات المطروحة وتكوين رؤية عن معرفة واتجاهات واهتمامات أعضاء الجماعة المشتركة .

ب - المقابلة : وهى شبيهة مانديل شرمان M. Cherman بالميكروسكوب من حيث كونها أداة للكشف عن أعماق الظاهرة [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 البؤرية 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 في مراكز التسويق ، أي منشآت البيع والشراء ؛ فإن هذه الدراسة تتبع هذا المدخل الذي يختلف عن المدخل التقليدي ، الذي يتخذ من الأسرة وحدة التحليل الرئيسية على اعتبار أنها مصدر الإنفاق ، ويركز المدخل المعاصر على القطاع المستهدف في ظل المكان الذي يزول فيه الإستهلاك ، وهو فرع من مطاعم ماكدونالدز في منطقة وسط البلد بمحافظة القاهرة الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية ، وقد قامت الباحثة بعدة زيارات استطلاعية لعدد من مطاعم الوجبات السريعة في نطاق مدينة القاهرة ، وقد كشفت النتائج عن أن أغلب المجالات الإستهلاكية تتركز في هذه المنطقة ، وهي منطقة تكتظ بذوى الشرائح الاجتماعية الاقتصادية العليا والوسطى ، وذلك على اعتبار أن هذه المطاعم هي مساح للإستهلاك تفيد في تبصر خصائص هذا المكان ، والرموز والمعاني التي يحملها ، وآليات جذبه للثقافة الإستهلاكية ، ومعرفة المستويات الاجتماعية ، والشرائح الطبقيّة التي يخاطبها ، وخاصة من السيدات المترددات ومقارنتها بفئات السيدات غير المترددات على هذه المطاعم ، وقد تمثلت عينة الدراسة في جماعات المناقشة البؤرية الجماعية المركزة من خلال جماعات متنوعة من السيدات المترددتين على مطاعم الوجبات السريعة (ماكدونالدز) ، وغير المترددتين على تلك المطاعم ، وتم تصميم استمارة مقابلة جماعية اشتملت على مجموعة من المحاور هي :

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

ثانياً : مدى تباين الأنماط الإستهلاكية لدى السيدات في علاقتها بالتردد على مطاعم الوجبات السريعة .

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

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

كما تم إجراء الاختبار المبدئى لهذه الاستمارة ومراجعتها ، وتعديل بعض أسئلتها بعد إجراء الاختبار المبدئى لهذه الاستمارة ، التي أمدت الباحثة بخصائص العينة المختارة ، وقد تركز عمر السيدات في الفئة العمرية من (٢٥ - ٥٠) بحيث تكون ممثلة للمرأة الحضرية ، كما أن معظم جماعات العينة تنتمي إلى المستويات الاجتماعية الاقتصادية العليا والوسطى من السيدات المترددات ومقارنتها بفئات السيدات غير المترددات على هذه المطاعم ، وقد تمثلت عينة الدراسة

في جماعات المناقشة البؤرية الجماعية المركزة من خلال جماعات متنوعة من السيدات المترددات على مطاعم الوجبات السريعة (مكدونالدز) ، وغير المترددات على هذه المطاعم ، وقد بلغ حجم العينة لكل فئة من هؤلاء خمس جماعات ، وبلغ حجم كل جماعة ستة أفراد .

نتائج الدراسة الميدانية :

أولاً - مدى وعي السيدات بالماكدونالدز :

أوضحت الدراسة الميدانية من خلال مقابلة السيدات بطريقة جماعة المناقشة البؤرية من المترددات وغير المترددات عن مستوى متدنٍ لمدى وعي السيدات بمفهوم العولمة ؛ فقد تباينت آراء السيدات بالنسبة لهذا المفهوم حيث أجاب حوالي ٣٥ % من أفراد العينة من المترددات 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 وعي بعض السيدات فى العينة بثقافة المقاطعة .

أما بالنسبة لمدى إقبال السيدات 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 السيدات المعاصر إلى التركيز على القيم الوافدة من الخارج وتأثيرها بشكل أو بآخر على نمط الإستهلاك لدى السيدات ، كما أكدت نسبة ١٣.٣ % من خلال المناقشات الميدانية العزوف عن شراء السلع المستوردة والاهتمام بشراء السلع المحلية لرخص أسعارها من وجهة نظرهم ، ولتوفرها فى الأسواق فى أى وقت حيث ذكر بعض السيدات فى هذا الصدد (حاجة بلدى أحسن وأوفر من الأجنبى) ، 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 الأول وهو المتردد على مطاعم الماكدونالدز ، بينما الفريق الآخر غير المتردد على هذه المطاعم ، وقد تركزت أهم أسباب التردد على مطاعم الماكدونالدز فى

حاجة السيدات إلى الرفقة والصحبة ، والتواجد في مجتمع مفتوح ؛ مما يضيف على تواجدهم معاً جواً من المتعة والتسلية ، وفي هذا الصدد أكدت جماعات من المترددات (إنا بنعتبر هذه المطاعم خروجه مع أصحابنا أفضل من الجلوس على مائدة الطعام داخل المنزل في وسط الأسرة) ، كما ذكرت جماعة بؤرية مترددة أخرى على هذه المطاعم (بأن مطاعم الماكدونالدز تتيح لنا على حد قولهم الطعام في أى وقت وإن كان في كثير من الأحيان باهظ التكاليف فيدفعنا التردد على هذه المطاعم إلى اقتطاع نسبة ٨٠ % من مصروف المنزل عند السيدات المترددات والمصروف الشخصي عند الأنسات عند مجرد التفكير في التردد على مطاعم الوجبات السريعة ، ولكنها متاحة في أماكن مختلفة وتعطى فرصة للتجديد في نظام الطعام خارج المنزل ، ولتحقيق نوع من الواجهة الاجتماعية والمباهاة أمام الأصدقاء أو أن الطعام مختلف عن ما هو متاح في المنزل ، ولعدم وجود طعام داخل المنزل مما يدفع السيدات 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 محددة وتعلق السيدات بهذا النوع من الوجبات نتيجة لكثرة الإعلان عن هذه المطاعم عبر وسائل الاتصال المختلفة بما تحمله من رموز ومعاني وصور متعددة تؤثر على تزايد الإقبال على هذه النوعية من الأطعمة .

أما بالنسبة لآراء جماعات غير المترددات 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 التي تتيح لهم فرصة التردد على هذه النوعية من المطاعم ؛ فقد ذكرت بعض الجماعات (أن هذه المطاعم لا تتناسب السيدة الفقير بل بالعكس تسبب لها إحباط شديد لأنها نفسها تروح هناك ولكنها لا تملك الأمل في الذهاب إلى هذه المطاعم لأنها ما عندهاش فلوس) ، وذكرت جماعة أخرى (إنا إزاي نروح المطاعم دي وإحنا ولا لاقيين شغل ولا لاقيين جواز) .

نستخلص مما سبق أن هناك إدراكاً كبيراً لدى السيدات بقضية الطعام السريع وانتشاره في المجتمع المصري ، وقد تركزت استجابات السيدات بقضية الطعام السريع من خلال علاقتها بمفهوم العولمة ومطاعم الوجبات السريعة ، وعكست الدراسة الميدانية موقفين متعلقين بأسباب تردد السيدات على مطاعم الوجبات السريعة حيث تركزت آراء جماعات المترددات 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 في المنزل ، هذا المنزل الذي تعاني فيه المرأة

المصرية من صراع الأدوار كأم ، وزوجة ، وامرأة عاملة فيضيق وقتها ، فلا تستطيع توفير الوقت لإتمام مهام الأعمال المنزلية ، بالإضافة إلى هرولة السيدات إلى الجرى وراء لقمة العيش لتوفير الحاجات الأساسية لإشباعها ؛ مما يدفع بعض السيدات إلى اللجوء إلى مطاعم الوجبات الجاهزة ، أما الفريق الآخر من جماعة غير المترددات ، 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 السيدات 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 البؤرية المترددتين على هذه المطاعم ، وهذا يدل على أنه كلما زاد تردد السيدات على هذه المطاعم ، كلما زاد ارتباطهم بها وتكرار التردد عليها ، كما زاد إقبالهم عليها وارتفعت معدلات إستهلاكهم لوجباتها المقدمة ، وقد فضلت السيدات التردد على هذه المطاعم في أوقات العمل ، والانتظام في التردد عليها ثلاث مرات أسبوعياً مما يعكس ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة مرات التردد على هذه النوعية من المطاعم والارتباط الشديد بها ، وقد فضّل معظم أفراد الجماعات المترددة الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة مع الزميلات والأصدقاء ، بدلاً من الذهاب مع أفراد الأسرة ، مما يعكس ضعف الروابط الأسرية ، ومما هو جدير بالذكر ارتباط ميل المترددات على مطاعم الوجبات السريعة بتعاضد قيمهم الإستهلاكية ويتضح ذلك من خلال ارتفاع معدلات قيمهم الشرائية لمنتجات إستهلاكية غير أساسية ، وقد تكشف الدراسة في هذا الجانب عن قناعة السيدات المترددات بارتفاع معدلات الإستهلاك وتعاضد القيم الإستهلاكية لديهم ، وانخفاض قيمة العمل المنتج ، خاصة بعد انتظامهم في التردد على مطاعم الوجبات السريعة مقارنة بفترات مراحل عمرية سابقة ؛ مما يعكس تأثير العولمة كتحد ثقافي وافد في صورة انتشار مطاعم الماكدوناليه في المجتمع المصري .

أما بالنسبة لمعظم الجماعات البوذية من غير المترددات على مطاعم الوجبات السريعة ، فقد أكدوا أن هذه المطاعم تعرض سلعاً ضارة وغير صحية ، كما أن وجبات الطعام السريع تمثل في كثير من الأحيان نوع من الاستفزاز للطبقتين الدنيا والوسطى ؛ مما يؤثر سلباً على الحالة النفسية والمزاجية لدى غير المترددات 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 السيدات المترددات على مطاعم الوجبات السريعة تعاضم القيم الإستهلاكية لديهم وانخفاض قيمة العمل المنتج ، والميل إلى محاكاة الغرب وخاصة في زيادة الشراء الإستهلاكي على السلع غير الضرورية ، ومنها الإقبال على مطاعم الوجبات السريعة وتتفق هذه الدراسة مع وجهة نظر جلبرت Gelbert في كتابه (مجتمع الوفرة) والذي أسماه بمجتمع الإستهلاك الذي قصد به أن زيادة الإستهلاك تعد قيمة اجتماعية في حد ذاتها ، فزيادة الإستهلاك وخاصة في المجتمعات الفقيرة تساهم في تشكيل الأنماط الإستهلاكية والعلاقات الاجتماعية والمعاني على نحو لا يقل أصالة عن الإنتاج .

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

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية من خلال المقابلات الخاصة بجماعة المناقشة البوذية أساليب متنوعة في مواجهة السيدات لتحدي انتشار الطعام السريع ، وذلك من خلال الاهتمام بالطعام المنزلي بين صفوف السيدات المترددات وغير المترددات 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 البوذية بضرورة تجميع الأسرة على مائدة واحدة [أنظر : جدول رقم (٣)] وترى الباحثة 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 الباحثة أن مناقلة بعض أعضاء الأسرة لبعضهم البعض لصنوف الطعام على المائدة الواحدة يدعم من هذه الروابط الاجتماعية التي يحد منها هذا الزحف الأجنبي الوافد بقيمه السلبية التي تدعو إلى الإعلاء من قيمه الفردية ، والتفكك الأسري وعدم الثقة في المنتجات الوطنية والاعتراب الاجتماعي ، وكل هذه القيم والأنماط

الاجتماعية المختلفة التي لا تناسب مجتمعاتنا العربية عامة ومجتمعنا المصرى ذو الخصوصية الاجتماعية والثقافية والحضارية المميزة .

وكشفت الدراسات الميدانية أيضاً عن اتفاق الجماعتين البوريتين من المترددات ومن غير المترددات على كيفية مواجهة السيدات لتحدى انتشار الطعام السريع وخاصة بمتغير مدى اهتمام اجتماع الأسرة على مائدة واحدة . وان تكون الوظيفة الاساسية للمرأة هى ان تكون ام وزوجة ، وان هذه الوظيفة الانسانية والخاصة تسبق اى وظائف انتاجية تضطرها الى مزيد من الاستهلاك ليس فى المطاعم فقط ولكن على كل المناحى.

رابعاً - مدى تأثير المستويات الاجتماعية المتباينة على أنماط الإستهلاك لدى السيدات

اتضح من الدراسة الميدانية انقسام عينة البحث إلى فئتين متباينتين وفقاً للمستوى الاجتماعى الاقتصادى وتأثيرها على أنماط الإستهلاك لدى السيدات من المترددات على مطاعم الوجبات السريعة ، حيث أوضح الفريق الأول من المترددات انتمائهم إلى فئة الطبقات العليا التى مثلت ٦٠ % من إجمالي حجم عينة المترددات التى تفضل الذهاب إلى مطاعم الوجبات السريعة وتحرص عليها بصورة دائمة ، كما تمتلك الإمكانيات المادية ، والقوة الشرائية التى تدفعها إلى التردد على هذه النوعية من المطاعم ، مما يجعلها تجد سعادة بالغة فى ذلك ، أما الفئة الثانية من المترددات على مطاعم الوجبات السريعة فهم ينتمون إلى الطبقتين المتوسطة والدنيا حيث مثلت نسبة ٣٠ % من إجمالي حجم عينة المترددات الذين يتحنون الفرصة المناسبة لتوفير المال اللازم للذهاب إلى تلك المطاعم ، والتي دائماً ما تكون بصورة نادرة عند مجرد التفكير فى الذهاب إلى تلك المطاعم ، حيث ترى بعض الجماعات (إننا نتحين فرصة الذهاب إلى المطاعم لما يبقى معنا فلوس) ، وبالمثل بين صفوف الجماعة البورية من غير المترددات الذين انقسموا إلى فئتين ، فئة تنتمى 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 التى ينتمى إليها الفرد له تأثير غير كبير إلا فيما يتعلق بتوافر الإمكانيات المادية (الدخل) اللازم للذهاب إلى تلك المطاعم ، أما المؤشرات الخاصة بالمستوى التعليمى والخلفية الثقافية ؛ فقد كان له بعداً مؤثراً فى مدى تأثير المستوى الاجتماعى الاقتصادى على أنماط الإستهلاك وخاصة بالنسبة للمترددات على مطاعم الوجبات السريعة حيث جاءت نتائج الدراسة الميدانية موضحة بأن هناك معدلات مرتفعة ، أى أنه

كلما ازداد المستوى التعليمي للسيدات 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 فى هذه المطاعم تؤدى 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 فى ساندويتش ماكدونالدز الكبير ، بالإضافة إلى وجود إضافات صناعية تؤدى إلى العديد من الأمراض . [أنظر : جولدن آرشر ، مرجع سابق ، ص ١٢]

خامساً - التحديات الثقافية التى أفرزتها مطاعم الوجبات السريعة فى ظل العولمة :

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

النتائج العامة للدراسة :

- انطلق البحث الراهن من قضية محورية مؤداها عولمة الطعام السريع ، وتأثيرها على الأنماط الإستهلاكية لدى الأسرة المصرية من خلال أهم عنصر بها وهى المرأة ، وقد اتضح أن العولمة تفرض هيمنتها فى مجتمعنا المصرى خلال افتتاح سلاسل مطاعم للوجبات السريعة التى تبث من ثقافة إستهلاكية موجهة نحوها مما يدعم المزيد من الهيمنة والسيطرة بشكل عام .

- وجود عدة آليات تتوصل بها تلك المطاعم لجذب وترسيخ الثقافة الإستهلاكية بحيث تحقق الاختراق الثقافى ، وذلك على حد تعبير ريتزر الذى أكد أن هذا الاختراق يعمل على تغيير السلوكيات ، والعادات ، والأنماط الإستهلاكية ، والعادات الاجتماعية الموروثة ، كما يعمل

على زيادة الغزو الإستهلاكى من أجل خدمة أغراض هذه المطاعم فى الإنتاج والتوزيع وبالتالى مزيد من الهيمنة والتوغل .

- والمتأمل لمواقع تلك المطاعم يجدها فى مجال الطعام السريع تتركز فى الشوارع الرئيسية ، والمناطق التجارية ، ويتمثل ذلك فى أحياء سكنى ومواقع شراء الطبقتين العليا والوسطى مثل منطقة وسط البلد بمحافظة القاهرة (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 السيدات ، 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 إحباطات ، وقد تمثل ذلك فى إجابات جماعات السيدات غير المترددات من عينة الدراسة ، وخاصة فى الشرائح الاجتماعية الاقتصادية الدنيا الذى يشكلون نسبة كبيرة فى المجتمع المصرى بصفة عامة ؛ مما يؤدى إلى إيجاد رغبات وتطلعات متزايدة لدى هؤلاء لا يستطيعون إشباعها ، كما يؤدى إلى وجود سيدات من هذه الشرائح متخمة بمشاعر الحرمان ، وكذلك الشعور بالفروق الطبقيّة قياساً إلى الشعور بالمساواة الاجتماعية.

المراجع :

أولاً - المراجع العربية :

- احمد زايد : تناقصات الحداثة في مصر ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .
- أحمد زايد وآخرون : الإستهلاك في المجتمع القطري - أنماطه وثقافته ، الدوحة ، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية ، ١٩٩١ .
- أحمد عباس عبد البديع : من العالمية الى العولمة ، جريدة الأهرام ، ٣-٥-١٩٩٨ ، ص ١١ .
- 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 .
- احمد مجدي حجازي : العولمة بين التفكيك وإعادة التركيب ، الدار المصرية السعودية ، القاهرة ، ٢٠٠٥ .

- 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 .
- أمال عبد الحميد محمد : العولمة والثقافة الإستهلاكية - الأشكال والآليات ، فى : أحمد مجدى حجازى (محرر) فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- أنتونى جيدنز : الطريق الثالث - تجديد الديمقراطية الاجتماعية ، ترجمة محمد الجوهري وآخرين ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، المركز المصرى العربى ، ١٩٩٩ .
- أولف هانزر : العالميون والمحليون فى الثقافة العالمية ، فى مايك فيذرستون ، ثقافة العولمة : القومية والعولمة والحداثة ، ترجمة عبد الوهاب علوب ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، ١٩٩٩ .
- بنجامين باربر : عالم ماك - العولمة بين التألم والمواجهة ، ترجمة أحمد محمود ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، ١٩٩٨ .
- جولدن آرشر : ماكدونالدز شرق آسيا ، مجلة وجهات نظر فى الثقافة والسياسة والفكر ، فبراير ، ١٩٩٩ .
- جوردون مارشال : موسوعة علم الاجتماع ، ترجمة محمد الجوهري وآخرين ، المجلس الأعلى للثقافة ، إدارة المطبوعات والنشر ، ٢ ، ٢٠٠٠ .
- حليم بركات : المجتمع العربى فى القرن العشرين ، بحث فى تغير الأحوال والعلاقات ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٠ .
- حسنين توفيق إبراهيم : العولمة - الأبعاد والانعكاسات السياسية (رؤية أولية من منظور علم السياسة) فى : العولمة ظاهرة العصر ، مرجع سبق ذكره .
- رونالد روبرتسون : العولمة - النظرة الاجتماعية والثقافة الكونية ، ترجمة أحمد محمود ونورا أمين ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، ١٩٩٨ .
- 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 .

- سامية قدرى ونيس : الأنماط الإستهلاكية لدى الرأسماليين الجدد - دراسة اميدانية لعينة من الشريحة الصغرى للرأسمالية الجديدة - فى المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- سيد صبحى : الشباب وأزمة التعبير ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- عبد الاله بلقزيز : العولمة والهوية الثقافية - عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة ، بحث فى العرب والعولمة ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٨ .
- غريب سيد أحمد : تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٣ .
- فتحي أبو العنين ، الثقافية العالمية : حول آليات الهيمنة فى المجتمع المصري فى ظل متغيرات النظام العالى ، أعمال الندوة السنوية الأولى جامعته القاهرة ، ١٩٩٤ .
- كينج أنتونى : الثقافة والعولمة والنظام العالمى ، ترجمة شهرت العالم وآخرين ، القاهرة ، المجلس الأعلى للثقافة ، ٢٠٠١ .
- فهمى هويدى : هذا الثراء المفترى ، جريدة الأهرام ، ١٩٩٧-٧-٢٩ .
- مايك فيذرستون : ثقافة العولمة : القومية والعولمة والحداثة ، ترجمة عبد الوهاب علوب ، مرجع سبق ذكره .
- 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 .
- محمد شومان : عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامى العربى فى : العولمة ظاهرة العصر ، مرجع سبق ذكره .
- محمد محمود الجوهري : علم الاجتماع فى مجتمع الماكدونالدز - دراسة فى الميتاسوسيلوجى فى الندوة السنوية العاشرة ٤ - ٥ مايو كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٤ .
- نجوى خليل : أسلوب المناقشة الجماعية (التعريف والمشكلات المنهجية والتطبيقية) القاهرة ، المجلة الاجتماعية القومية ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، المجلد الثلاثون ، يناير ، ١٩٩٣ .

- نجوى عبد المنعم قاسم : ثقافة الإستهلاك الغذائى لفقراء الريف - دراسة لميكانيزمات التكيف فى : المجتمع الإستهلاكى ومستقبل التنمية فى مصر ، مرجع سبق ذكره .
- 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 .
- هانس بييرمارتن وهارالد شومان : فخ العولمة - الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية ، الكويت ، عالم المعرفة ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، ١٩٩٨ .
- هريرت أ. شيللر : المتلاعبون بالعقول ، ترجمة عبد السلام رضوان ، الكويت ، عالم المعرفة ، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، ١٩٩٩ .
- هناء عبيد : العولمة ، القاهرة ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، ٢٠٠١ .
- هناء محمد الجوهري : مجتمع الماكدونالد - إطار لتحليل بعض تجلياته فى حياتنا المعاصرة ، فى الندوة السنوية العاشرة ٤ - ٥ مايو ، مرجع سبق ذكره .

ثانياً - مواقع الكترونية :

www.hanni-ruetzler.at/docs

www.grin.comle-book/52232

www.mpifg.de/people/ws/downloads

www.amazon.de/globalisierung

ar.wikipedia.org

ثالثاً - 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 Driv 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 السيدات بالماكدوناليه

%	ك	ف
		مدى وعى السيدات 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 السيدات فى علاقتها بالتردد على مطاعم الوجبات السريعة

جماعات غير المترددين		جماعات المترددين		ف تباين أنماط الإستهلاك
%	ك	%	ك	
-	-	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 السيدات لتحدى انتشار الطعام السريع

الجماعة البوذية من غير المترددين		الجماعة البوذية من المترددين		ك ف
%	ك	%	ك	
٣٦.٧	١١	٤٣.٣	١٣	١- الاهتمام بالطعام المنزلى
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 السيدات

الجماعة البؤرية من غير المترددين		الجماعة البؤرية من المترددين		ك ف
%	ك	%	ك	
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