

ה-M הגדולה :

מקדונלד'ס והאמריקניזציה של המולדת

אורי רם

המחלקה למדעי ההתנהגות, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

מבוא : נוגסים ובוכים

תום האלף השני היה זמן קשה למקדונלד'ס באירופה. בתחילת יולי 2000 היתה העיירה מילאו שבדרום צרפת למוקד של מפגינים נגד מקדונלד'ס בפרט ונגד הגלובליזציה בכלל; המארגנים ניסו להחיות בה את רוח ההפגנות מסיאטל בדצמבר 1999. גיבור היום היה ג'וז'ה בוה (Bove), מנהיג הקונפדרציה של האיכרים, שפתיחת משפטו על הריסת סניף מקדונלד'ס מקומי ועל התנכלות לספקים של מוצרי מזון מהונדסים היתה העילה למפגן. איכרים, סטודנטים ופעילים הריעו בהתלהבות לבווה ולתומכיו כאשר אלו עברו ברחובות העיירה, ישובים בעגלת עץ מסורתית רתומה לסוס. בוה הוא מגיבורי התרבות בצרפת המוחים נגד ה-malbouffe, מזון קלוקל המגיע על כנפי הגלובליזציה. מאבקים עממיים וציבוריים נגד מקדונלד'ס, קוקה-קולה או דיסני – סמלים מובהקים של תרבות הצריכה ההמונית האמריקנית – הם חזון נפרץ באירופה זה מכבר. האנטי-מקדונלדיזציה איננה מוגבלת כמוכן לאירופה. בעשור האחרון נרשמו עשרות אירועי מחאה נגד סניפי מקדונלד'ס ברחבי העולם. מאז 1986, כ-16 באוקטובר בכל שנה – המועד שקבע האו"ם כיום המזון הבינלאומי – מצוין יום מחאה עולמי נגד מקדונלד'ס. לאחר אירועי 11 בספטמבר 2001 ובעקבות ההפצצות על אפגניסטאן, התקיימו אירועים נגד מקדונלד'ס במדינות מוסלמיות שונות (Barboza 2002).

אך מלבד אירועים מסוג זה, דומה כי קץ האלף השני לא היה קשה כל כך למקדונלד'ס. אפשר היה לחשוב שהאירופים שונאים את מקדונלד'ס, מדווח השבועון *Newsweek* בציניות יובשנית משהו, אלמלא עובדה אחת: כ-1999 הם זללו ביג-מק, גראנד-רויאל וצ'יפס בשווי של 9.6 מיליארד דולרים, בלא-פחות מ-4,943 סניפי מקדונלד'ס הפזורים ברחבי היבשת (Nadeau et al. 2000). כ-1994 פעלו באירופה כ-2,000 סניפי מקדונלד'ס ועד 2002 עלה מספרם ל-6,070 (McDonald's Corporation 2002, 10).

* תודתי לשני מוסדות שסייעו במימון המחקר: משרד המדע, התרבות והספורט, שהעניק לי מלגה כחלק מפרויקט מחקרי על הגלובליזציה בישראל ועל השלכותיה בנגב; וכן United States Institute for Peace, Washington, DC. מוסדות אלו אינם אחראים לתוכן המחקר, לממצאיו או למסקנותיו. תודות לנאוה שרייבר, לגילי ברוך, לניצה ברקוביץ, לשרית הלמן, לאולי זרצקי, לאורן יפתחאל, לאלונה נצן-שיפטן ולערן פישר, וכן לשני קוראים אנונימיים מטעם תיאוריה וביקורת על הערותיהם.

מקדונלד'ס החלה את דרכה בשנות הארבעים כעסק משפחתי בעיר סאן-ברנרדינו שבקליפורניה. כיום פועלות בארצות הברית 13,491 מסעדות מקדונלד'ס (שם). הסניף הראשון של מקדונלד'ס מחוץ לארצות הברית נפתח ב-1964 ומאז עברה החברה גלובליזציה מואצת. כיום, רק 38% מרווחי מקדונלד'ס מקורם בארצות הברית, ואילו 62% מהרווחים מקורם במדינות אחרות (Nadeau et al. 2000, 14–15). ב-2002 פעלו כ-31,108 מסעדות מקדונלד'ס ב-121 מדינות בעולם. בכל יום סועדים בסניפי מקדונלד'ס ברחבי העולם כ-46 מיליון בני אדם; שום ארגון בהיסטוריה לא האכיל מספר דומה של אנשים (Springen 2003, 84). אירופה, שבה סניף מקדונלד'ס על כל 66 אלף תושבים (בהשוואה ליחס של 1 ל-22 אלף בארצות הברית), היא מקור ל-40% מן ההכנסות השוטפות של מקדונלד'ס. *Newsweek* היטיב לקלוע ללב העניין כאשר טבע את המונח מק-פָּרְדוּקְס (McParadox): "האירופים אוהבים להפגין נגד מקדונלד'ס, כמעט באותה מידה שהם אוהבים לאכול במקדונלד'ס" (Nadeau et al. 2000, 12–13). מקדונלד'ס היא ככל הנראה מותג הייצוא הפופולרי והשנוי במחלוקת ביותר באירופה (Pells 1997, 302). נפילת מסך הברזל פתחה גם את מדינות מזרח אירופה וחבר העמים למותגים אמריקניים, שסימלו שם את החופש והשפע של החלום האמריקני. סניף מקדונלד'ס בכיכר פושקין בלב מוסקבה הוא אחד הסניפים הפעילים בעולם: בשנים 1990–1995 סעדו בו כ-80 מיליון איש (שם, 302–303).

דומה שהפרדוקס שעליו מצביע *Newsweek* אכן מצוי בלב התהליכים שמסמלת M-הצהובה הגדולה של רשת המזללות מקדונלד'ס: הגלובליזציה או האמריקניזציה של תרבויות העולם. התפשטות התהליכים האלה מושתתת על הצבעה המונית באמצעות הארנק: צריכה המונית של סחורות והפיכת הצריכה עצמה לסגנון תרבותי. עם זאת, החדירה העצומה של מוצרי הצריכה מעוררת התנגדות משני כיוונים: מצד המבקשים לשמר את התרבות המקומית הישנה והמוכרת, או לעצבה מחדש; ומצד אלה המבקשים לבנות עולם חדש, גלובלי, הומניסטי ורגיש לסביבה.

באירופה מסורת מחאה של עשרות שנים נגד "הפלישה האמריקנית" הכלכלית והתרבותית, כפי שהיא באה לידי ביטוי בסמלים המוכרים של מותגים אמריקניים מובילים כגון מקדונלד'ס, קוקה-קולה ודיסני (Pells 1997; Kuisel 1993). ברוח הביקורת של האינטלקטואלים הצרפתים על התרבות האמריקנית, זכתה פתיחת מרכז השעשועים של דיסני באזור פריס ב-1992 לגינוי מצד אנשי תרבות ואקדמיה: בימאית התיאטרון הנודעת אריאן מנושקין (Mnouchkine) כינתה את המאורע צ'רנוביל תרבותי, והפילוסוף אלן פינקלקראוט (Finkelkraut) הכריז עליו כעל "צעד מפחיד של ענק לקראת האחדה עולמית".¹ באיטליה, אויבים מושבעים מתמול-שלשום, כמו המפלגה הקומוניסטית וחוגים קתוליים שמרניים, מוחים יחד נגד הגלובליזציה ונגד מקדונלד'ס (Fabbrini 2002). טענות רבות מכיוונים שונים נשמעות נגד המותגים הגלובליים/אמריקניים. יש

¹ Pells 1997, 309. על התגובה הצרפתית לגלובליזציה ראו Gordon and Meunier 2001.

הרואים במותגים סמל לדחיקת התרבות המקומית, הלאומית וה"אותנטית" מפני התרבות המסחרית האמריקנית, או סמל להשתלטות העסקים הבינלאומיים הגדולים על העסקים המקומיים הקטנים. יש הרואים בהם סמל למכניזציה ולשטחיות של החיים ולאובדן הקהילה והמשפחה; ל"המוניזציה" של התרבות ולאובדן הסגנון הייחודי והתרבות המעודנת. עוד נטען כי המותגים מסמלים את התפשטות הזלילה המהירה והגסה של מזון לא בריא – שומני, כולסטרולי ולאחרונה אף מהונדס גנטית; את פס הייצור ההמוני לגידול בהמות ולשחיתתן באכזריות; את הפרסום האגרסיבי המכוון לילדים; את תנאי העבודה המחפירים ואת האיסור על התאגדות מקצועית; את הרס החקלאות המסורתית ומשאבי טבע אחרים בעולם השלישי לצורך גידול תעשייתי של חומרי הגלם.²

שונאים ואוהבים גם יחד רואים במקדונלד'ס סמל לאמריקניזציה ולגלובליזציה. המאבקים סביב מקדונלד'ס הם בעלי משמעות פוליטית רחבה. האם גם בישראל רוחשת מחאה נגד מקדונלד'ס? אם כן, מה היא מייצגת ועד כמה היא מצליחה? מהי מערכת היחסים בין הגלובלי ללוקלי בישראל כפי שהיא מתגלמת במקדונלד'ס, במותגים דומים ובתהליכי הגלובליזציה בכלל? ומה ניתן ללמוד מן המקרה הישראלי על היחסים בין הגלובלי ללוקלי? כדי לענות על שאלות אלו, אמישיג כאן את מקדונלד'ס כסחורה במובן המרקסיאני של המילה, היינו כמוצר חומרי, המגלם – תוך הסתרה – מערכת יחסים בין הסובייקטים המשתתפים בייצורו. בדומה לריק פנטסיה, חוקר מקדונלד'ס בצרפת, אטען כי מזון מהיר הוא "פחות עניין של אוכל ויותר עניין של ייצוג תרבותי של אמריקניות המגולם בו" (Fantasia 1995, 229). עם זאת, אטען כי הייצוג התרבותי איננו סמל מופשט, אלא הוא כרוך בפרקטיקות שיווקיות ובתצורות ארגוניות המפיצות את המקדונלד'ס/אמריקניזציה ברחבי העולם.

חקר המקרה של מקדונלד'ס בישראל יכול להאיר כמה מן ההיבטים השנויים במחלוקת אידיאולוגית ואינטלקטואלית בנושא הזיקה בין העולמי למקומי, על הניגוד וההשלמה ביניהם. הסוגיה התיאורטית המרכזית שתידון במאמר זה היא היחסים בין הגלובלי ללוקלי. השאלה היא אם הגלובלי מאחד את כל ה"לוקלים" לתרבות עולמית אחת, או שהתרבויות המקומיות מעכלות ומעבדות את הגלובלי וכך יוצרות גירסאות מקומיות שונות. האפשרות הראשונה תכונה חד-סטריית, שכן היא מתארת את השפעת הגלובלי על הלוקלי באורח חד-כיווני; האפשרות השנייה תכונה דו-סטריית, שכן היא מתארת את ההשפעות בין השניים כדו-כיווניות. חוקרי הגלובליזציה חלוקים בין בעלי הגירסה הראשונה לשנייה. במאמר זה אטען כי שניהם צודקים במובן מסוים. התהליך הוא חד-סטרי ודו-סטרי גם יחד, אלא שכל תנועה כזו מתבצעת במישור שונה: השפעת הגלובליזציה היא חד-סטריית

² כמה מטיעונים אלו שימשו בסיס לכרוז "מה לא בסדר במקדונלד'ס?" (לגירסה העברית, ראו כרוז 1998). בעקבות פרסום הכרוז הגישה החברה ב-1990 תביעת דיבה נגד שני פעילים של ארגון לונדון גרינפיס. המשפט, שזכה לכינוי McLibel, גרם לחברה נזק תדמיתי רב.

במישור המבני ודורסטרית במישור הסמלי. תיזה זו נפרשת לאורך המאמר ומוצגת במרוכז בשני פרקיו האחרונים.

סיוורנו במחוזות מקדונלד'ס בישראל מתחיל במישור התרבות העממית והמסחרית היומיומית, עובר למישור האידיאולוגיה והתרבות הגבוהה, משם למישור המבנה הכלכלי-חברתי, ומגיע למישור היחסים המדיניים והאסטרטגיים בין מדינות. המסקנה העולה מסיוורנו היא כי החברה הישראלית עוברת תהליך מואץ של מקדונלדיזציה. עם זאת, יש להדגיש כי קן ההגנה האחרון של הלוקלי מפני הגלובלי הוא הסכסוך הערבי-ישראלי; אם וכאשר חלה בו רגיעה, כפי שאירע בראשית שנות התשעים, לא נותר כל מחסום ממשי בפני האמריקניזציה המסחרית של ישראל. לעומת זאת, לתקופות שבהן הסכסוך מתלקח יש דינמיקה סוחפת משלהן; ארזו מתעוררות לתחייה אנרגיות לאומניות, שנדמה היה כי אבד עליהן קלח. תקופות אלו אינן חפות מאמריקניזציה, אולם במשמעותה האימפריאלית. ניווכח כי אף שהגלובליזציה מעוררת בישראל התנגדויות שונות, תרבותיות ואידיאולוגיות, הן נותרות שוליות בדרך כלל, ולמעשה גם הן מופעלות במסגרת הגלובליות. זירת ההתנגדות ואמצעיה הם גלובליים, כך שגם זהויות המדברות בשם מסורות וסמלים מקומיים מוצאות עצמן פועלות באותה זירה ומפעילות אותם אמצעים. בשורה של פגישות ועימותים בין הגלובלי ללוקלי ניווכח כי הגלובלי מאפיל על התרבות הלאומית המקומית ומעודד התפתחות של שתי תרבויות פוליטיות חלופיות ומנוגדות – באופן ישיר את התרבות החומרית שבמרכזה השוק הכלכלי הפרטי, ובאופן עקיף ותגובתי את התרבות הסמלית שבמרכזה קהילת הלאום האתנו-דתית. בישראל קיימים סימנים רפים בלבד להתפתחותה של תרבות-נגד אזרחית דמוקרטית, שאינה מוכפפת לשוק או לקהילה.

טעמים: מק-פלאפל

אף כי רשת מקומית של המבורגרים בשם בורגראנץ' פועלת בישראל משנות השבעים ואילך, הזלילה הגדולה של ההמבורגר המהיר החלה עם בואה של חברת מקדונלד'ס. סניפה הראשון בישראל נפתח באוקטובר 1993 (הזכיינית הבלעדית היא חברת אלוניאל בבעלות עומרי פדן). בראשית 1994 נפתח בישראל הסניף הראשון של ברגר קינג, הרשת השנייה בגודלה בעולם (בי.די.י. [BDI] 1997). מאז שהגיעה מקדונלד'ס לישראל ועד שנת 2000 עלה היקף המכירות בענף ההמבורגרים בכ-600%. מקדונלד'ס היא הרשת המובילה בענף והכנסותיה עומדות על כ-325 מיליון ש"ח, בזמן שהכנסות הענף כולו עומדות על כ-571 מיליון ש"ח; בורגראנץ' וברגר קינג מתחלקות בשארית. ב-2002 הפעילו שלוש הרשתות 250 סניפים, מהם מאה של רשת מקדונלד'ס (צורף 2003).

עם התפשטותן של רשתות המזון המהיר חלה עלייה ניכרת בתפוצה של סוג מזון נוסף בסגנון אמריקני: מזון מוכן ומוקפא, ארוז במנות אישיות או משפחתיות (ברבש 2000; ב; ג). נוסף על כך, התפשט הנוהג להזמין הביתה משלוח של מזון מהיר. התפתחויות

טכנולוגיות ואינטרסים עסקיים סוללים את הדרך לשינוי הרגלי התזונה היומיומית במקומות רבים בעולם ובהם ישראל. יחד עם התפשטות המזון הסטנדרטי והמהיר מתפתחת תופעה הפוכה של טיפוח סגנון טעמים יוקרתי ומטבחים ייחודיים המגישים מגוון מאכלים אתניים. מנהגים אלו קשורים לעלייה ברמת החיים, לעלייה בשיעור הנשים העובדות מחוץ לבית ולסדר יום מואץ, המגביר את הביקוש למזון מהיר וקל להכנה.³

כמו במקומות אחרים בעולם, גם בישראל הגעתה של מקדונלד'ס עוררה שאלות ואף חרדות לגבי משמעותה והמשכיותה של התרבות הלאומית.⁴ אחת הטענות הרווחות בהקשר זה היא כי מקדונלד'ס פוגעת בתרבות הלאומית, כפי שבא לידי ביטוי בראש ובראשונה בהרגלי האכילה המקומיים, החומריים והסמליים. בישראל, הפלאפל היה מקובל כמאכל לאומי זול ומהיר (חן 1998). בדומה לצמח הצבר, שגידר כפרים פלסטיניים והפך לסמל של המתישבים העברים, כך גם הפלאפל הוא מאכל מזרח-תיכוני, מצרי במקורו, שהפך למאכל לאומי-ישראלי. בשנות השלושים והארבעים נחשב הפלאפל למאכל של צעירים ושל חסרי אמצעים, ואילו בשנות החמישים והשישים ביקור משפחתי בדוכן פלאפל לנגיסה זולה, חמה ומהירה בפיתה היה לנוהג ישראלי מצוי, בדומה לביקור במקדונלד'ס כיום. הפלאפל היה אף לסמל התיירות של ישראל והוגש כסמל לאומי בארוחות רשמיות של משרד החוץ (זך 2000). את הקשר בין הפלאפל ללאומיות הישראלית ממחישה הסיסמה "פלאפל חזק לעם חזק", המפרסמת כיום את אחד מדוכני הפלאפל בתל-אביב.

כיום פועלים בישראל כ-1,200 דוכני פלאפל המספקים כ-200 אלף מנות ביום. היקף המכירות בענף לא רחוק מהיקף המכירות בענף ההמבורגרים (כותן 2000; זך 2000). באופן מפתיע, בשלהי שנות התשעים הביאו הרגלי צריכת המזון של מקדונלד'ס דווקא לפריחה מחודשת של הפלאפל. וכך, לא זו בלבד שהפלאפל לא נעלם בעקבות הגעת מקדונלד'ס לישראל, הוא אף זוכה לעדנה.

הפלאפל החדש של שנות האלפיים מופיע בשתי גירסאות: גירסת גורמה וגירסת פאסט-פוד. את גירסת הגורמה התל-אביבית, הנקיייה והמעודנת, המיועדת בעיקר לצרכנים "צפונים" צעירים, חנכו ב-1999 — חמש שנים לאחר נחיתת מקדונלד'ס בישראל — אורנה ואלה, בעלות מסעדה יוקרתית בתל-אביב. המסעדה, הממוקמת באזור הפיננסי של תל-אביב שעבר לאחרונה ג'נטריפיקציה מואצת, נקראת "מלכות הפלאפל" — גירסה פמיניסטית עדכנית ואירונית (ושמא חתרנית?) של "מלך הפלאפל", אחד השמות הנפוצים לדוכני פלאפל בישראל, שהופיע תמיד בלשון זכר. הפלאפל-גורמה החדש נמכר במבחר טעמים. נוסף על מנת הפלאפל המסורתית, החומה, מציעות אורנה ואלה מנות מקוריות כגון מנה אדומה על בסיס פלפלים קלויים ומנה ירוקה על בסיס ממרח זיתים. גם השתייה מערבת סגנונות: קמפרי-תפוזים וברד אשכוליות-עארק. אלה שייך, מבעלות המקום, קובעת בצדק כי

³ סקרים מצביעים על כך שעם העלייה ברמות ההשכלה, ההכנסה והחילוניות עולה גם הנטייה לאכול במסעדות, לצרוך מזון קפוא ולהזמין מזון הביתה (ברבש 2000; א; 2000).

⁴ בין הראשונים שדנו בכך היו גבעון 1993; אלמוג 1994.

העדנה שזכה לה הפלאפל משקפת מגמה של שילוב בין הגלובלי ללוקלי: "נפתחנו לעולם מבחינה קולינרית, נחשפנו לחומרי גלם חדשים ולטכניקות חדשות, וזה תהליך שקורה ב־בזמן עם סוג של חזרה למקורות ולשורשים" (כותן 2000).

בד־בבד עם תהליך הגורמיזציה עובר הפלאפל גם תהליך של סטנדרטיזציה. זכיינית רשת דומינוס־פיצה בישראל הקימה רשת בשם פלאפלים ותכננה לפתוח כ־60 סניפים ברחבי הארץ. מנהלי החברה ביקשו אף "לשאת את רוח הפאסט־פוד הישראלי אל מעבר לים" (שם). הפלאפל החליף דימוי: הוא נגאל מן השוליות המקומית והפך למותג ייצוא של פאסט־פוד ישראלי, או, במילותיו של העיתונאי יניב זך (2000), הוא הפך ממאכל למותג. נוסף על כך, נפתחה רשת בשם מעוז, המפעילה 12 סניפי פלאפל באמסטרדם, בפריס ובברצלונה, ולאחרונה גם בישראל. הרשתות החדשות מפתחות תפיסה של "נקי, טריא, בריא", כי "אם תקבלי מוצר לא טוב ב'מעוז' באמסטרדם, לא תיכנסי לסניף בפריס" (כותן 2000). בניגוד לדוכן הפלאפל המסורתי, הפונה לרחוב וסופג את זיהומו, הפלאפל החדש מוצע בדוכנים פנימיים ובחללים ממוזגים, המנות נארזות באריזות מעוצבות והרטבים נמזגים ממכלי אלומיניום מעוצבים. ברשת פלאפלים הכדורים לא מיוצרים ידנית אלא באמצעות מכונה הפולטת 80 כדורי פלאפל בדקה, משני סוגים: סורי זפור וטורקי לבדי. כיאות למוצר תעשייתי, את הפלאפל החדש "מהנדס" טכנאי מזון בהתבסס על מחקרי טעם בקבוצות מיקוד (זך 2000). על המקדונלדיזציה של הפלאפל החדש מעידה לשון הדיווח עליו:

מעבר לפוטנציאל הטמון בכניסתו של גוף מאורגן ומקצועי לשוק לא ממותג ובתול, זיהו מנהלי [החברה] גם אפשרות לרווחיות גדולה... זהו תחום שמאפשר יישום שיטת תפעול המבוססת על מעט עובדים, עלות נמוכה של מוצרים ושכר דירה נמוך... אבל כל זה תלוי, כמובן, במציאת המיצוב הנכון (כותן 2000).

דומה שהפלאפל הפך לא רק למותג ייצוא, אלא אף למוצר אידיאלי של כל יזם: מעט עובדים, עלות מוצרים נמוכה ושכר דירה נמוך. אבל כמו כל מוצר פוסטמודרני, הפלאפל של הרשת החדשה מורכב לא רק מחומר אלא גם מרעיון, או ליתר דיוק, מפנטזיה. התוכנית היא לעצב את הסניפים "בסגנון נוסטלגי, כדי לעורר געגועים בקרב קהל היעד העיקרי" ואף למכור גוזו "בשם הרטרו". את הלוגו של רשת פלאפלים מעטרים פנים של גבר בעל שפם עבות, חבוש ב"כובע טמבל" (מעין שילוב של אמיר פרץ עם דמות ישראליק של הקריקטוריסט דוש). ההביטוס הישראלי המקומי מוצא כאן מן הארון המאובק, עובר מיתוג ומיצוב, ומוכן למכירה כמוצר סטנדרטי המוני.

הפלאפל החדש מקושר לאידיאה פוסטמודרנית נוספת: השיח הסביבתי והתזונתי, שכונה בעיתון מעריב "טרנד הבריאות העולמי" (שם). בעל רשת מעוז קובע כי "סלטים, טחינה ופלאפל הם מאכלים בריאים, ואנחנו הרחבנו את הנושא ומוכרים גם פיתה חומה מחיטה מלאה. נושא הבריאות מרכזי כל כך שאנחנו שוקלים כעת לפתוח סניף פלאפל

המבוסס על ירקות אורגניים" (שם). לסיכום, ההבדל בין הפלאפל הישן לפלאפל החדש, הפוסט-מקדונלד'סי, הוגדר כך:

אם בעבר כל "מלך פלאפל" התגאה בטעם ייחודי משלו, שעבר לעתים מאב לבן ואף קנה לו שם שמשך לקוחות מכל קצות הארץ, ברשתות הטעם לעולם יהיה אותו הטעם. הייחודיות והאותנטיות יאבדו בשם האיכות וחוקי השוק החופשי (זך 2000).

המקדונלדיזציה משפיעה, אם כן, על הרפוסים הקולינריים הישראלים בשני כיוונים מנוגדים: מצד אחד, הפלאפל הנושן מסולק מן הנוף הישראלי, ומצד אחר חיינו מחודשים הן כמוצר ייחודי והן כמוצר סטנדרטי.

היחסים בין מקדונלד'ס לפלאפל הגיעו למיצוי במצרים, ארץ המקור של הפלאפל. בראשית 2002 השיקה שם רשת מקדונלד'ס קו מוצרים חדש בשם מק-פלאפל, כדורי פלאפל בלחמנייה (מערכת וואלה 2002א). היחסים בין מקדונלד'ס לפלאפל אינם, אם כן, יחסי ניגוד פשוטים בין העולמי הפורח למקומי הגווע. במערכת היחסים הזו מתקיימות זיקות הדדיות מורכבות. הגלובלי (מקדונלד'ס) תרם משהו לטובת הלוקלי (הפלאפל), אבל בתוך כך שינה את טיבו ואת משמעותו, ואילו הלוקלי גרם לשינוי קל בגלובלי, בלי לשנות את טיבו ואת משמעותו. הפלאפל החדש הוא מרכיב בשוק צרכני מגוון ופוסטמודרני מצד אחד, ומרכיב בשוק צרכני סטנדרטי והמוני מצד אחר. כפי שניווכח בהמשך, השניות בין מקדונלד'ס לפלאפל — האופן שבו הגלובלי אינו מבטל את הלוקלי אבל בהחלט מעצב אותו מחדש בצלמו — אופיינית לכל מערכת היחסים בין הגלובלי ללוקלי, שמקדונלד'ס היא סמן מרכזי שלה.

מקדונלד'ס נדרשת להתמודד בישראל עם מחסום קולינרי נוסף — פולחן הבשר הישראלי. צליית בשר ואכילתו בשטחים ציבוריים פתוחים היו למנהג עממי-המוני נפוץ בחגים חסרי צביון דתי, ובעיקר ביום העצמאות. כך, למשל, ביום העצמאות 1999 דווח בעיתונות על "יותר בשר, פחות דגלים" (גרוס 1999). צריכת הבשר בישראל עולה בהתמדה, יותר מצריכתו של כל מרכיב אחר בסל המזונות; זהו אחד הסימנים לצמיחה הכלכלית (הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה 2000). לנוכח תאוות הבשר הישראלית, ובעיקר הבשר הצלוי, נראתה הקציצה של מקדונלד'ס רכרוכית ומצומקת, והצרכן (הגברי) הישראלי העדיף את הקציצה הצלויה של ברגר קינג. ב-1998 נכנעה מקדונלד'ס לטעם הישראלי ושינתה את גודל הקציצה ואת שיטת הכנתה: הקציצה הוגדלה ב-25% והחלו להכינה בשילוב של אש וגחלים. הלוקח הישראלי מקבל היום את הקציצה הגדולה ביותר שמשווקת מקדונלד'ס בעולם, 120 גרם.

שיא בהתאמת המזון המהיר לישראליות יכולה לרשום לזכותה רשת בורגראן', שהחלה לייצר ב-2001 מנת "קומבינה" — מנה המאפשרת לחבורה של ארבעה סועדים לחלוק יחד מנה משותפת של המבורגרים וצי'פס. לדברי המשווקים, ה"קומבינה" מספקת "חוויה קבוצתית תוך שמירה על הביטוי האישי של כל סועד" (מערכת וואלה 2001א).

מאמינים: מק-כשר

השאלה איננה רק כמה אוכלים וכיצד, אלא גם מה אוכלים ומתי. עם הגיעה לישראל נקלעה מקדונלד'ס למה שמכונה מלחמות התרבות בין חילונים לדתיים. שני נושאים הציתו את המחלוקת: מה אוכלים – כשר או לא? ומתי אוכלים – בשבת או לא?

המנה הבלתי כשרה בעליל במקדונלד'ס היא הצי'זבורגר, המבורגר עם גבינה מוקרמת. פרסומת למוצר זה בערוץ השני, ערוץ הטלוויזיה המסחרי, נתקלה בהתנגדות מצד חוגים דתיים שדרשו להפסיק את שידורה. זכייין מקדונלד'ס, עומרי פדן, סירב להסיר את הפרסומת, וכפעולה של מאבק חילוני הוא אף המשיך את שידורה מעבר לזמן המתוכנן. פדן התייחס לעניין באמירה מטאפורית (שבהקשר אחר עשויה להישמע מוזרה מפיו של מסעדן): "אני מרגיש שאני חייב להקפיד לא לתת להם לנגוס בנו בשום דבר" (מידן 1997, 14). עם זאת, בשבעה סניפים של מקדונלד'ס מנה זו אינה מוגשת, ובכל סניפי מקדונלד'ס הבשר כשר, אם כי לא בהכשר הרבנות הראשית אלא בהכשר של ועד שומרי המסורת. מקדונלד'ס החליטה על כשרות הבשר משיקולים עסקיים. סקר צרכנות העלה כי 70% מן הציבור הישראלי מעוניין בבשר כשר. 15% היו אדישים לעניין ורק 15% אחרים היו מעוניינים בבשר לא כשר (קזין 1999). בפסח מוחלפת לחמניית ההמבורגר במאפה מקמח מצות. כל זה לא מספק את החוגים החרדיים, ומקדונלד'ס נתקלת לא אחת במעשי אלימות מצדם.⁵

אך המאבק החרוץ ביותר של מקדונלד'ס התעורר סביב השבת. החוק אינו אוסר במפורש על פתיחת בתי עסק בשבת. בתי עינוגים ומסעדות רשאים לפעול בערב שבת ובשבת ברוב המקומות בישראל; ההחלטה נתונה במידה רבה בידי הרשות המקומית. בשנים האחרונות, עם הפיכת הצרכנות לביילוי משפחתי, נפתחו עשרות קניונים ומרכזי מכירה בצמתים ובצדי כבישים מרכזיים מחוץ ליישובים, וחלק נכבד מפעילותם מتركז בסופי שבוע. ואולם, משרד העבודה והרווחה, בראשות שרי ש"ס, ניסה למנוע פתיחה של בתי מסחר בשבת באמצעות חוק שעות עבודה ומנוחה. חוק זה, שנחקק ב-1951, מגדיר את השבת כיום המנוחה של העובד היהודי, ולפיכך קובע שהעסקת עובד יהודי בשבת היא עברה. אכיפת החוק דרשה כמובן להפר את קדושת השבת, קושי שכדי לעוקפו הועסקו פקחים דרוזים. הפקחים נהגו לערוך לעובדים שנתפסו "מסדר", שבו ביררו אם הם יהודים. כך אירע שהדמוקרטיה היחידה במזרח התיכון היא גם הדמוקרטיה היחידה בעולם המאפשרת בחסות החוק להעמיד בני אדם בשורה ולברור מתוכם את היהודים.

מקדונלד'ס נקנסה כמה פעמים בבתי דין לעבודה על העסקת נערים יהודים בשבת. אולם זכייין מקדונלד'ס, עומרי פדן, רואה עצמו לא רק כאיש עסקים אלא גם כאיש עקרונות וכשליח מטעם עצמו המייצג את הציבור החילוני בישראל. הוא מנהל מאבק במשרד

⁵ כך למשל, ב-1998 הושחת סניף מקדונלד'ס ברמת-פולג ורוססה בו הכתובת "שמור את יום השבת לקדשו. חזיר לא אצלנו! קומנדו חב"ד".

העבודה משני טעמים: כלכלי ועקרוני. את המניע העקרוני הסביר באומרו: "הצד האחר של המלחמה שלי הוא איכות חיי כאזרח בארץ הזאת. זה לא בא בחשבון שיבואו פקחים של משרד העבודה ויכתבו לציבור החילוני, שהוא עדיין הרוב במדינת ישראל, איך לחיות ומה לעשות עם עצמו בשבת" (מידן 1997, 12). בשל עמדתו העקרונית, פדן אינו מחפש פתרון מעשי לבעיית העבודה בשבת, כגון העסקת עובדים דרוזים או ערבים – פתרון מקובל ברשתות שיווק אחרות, כמו גם במשרד העבודה והרווחה עצמו. הוא גם לא מנסה למצוא פתרון מעשי לבעיית הכשרות, כגון מכירת תחליפי פרווה. מבחינתו, מדובר במלחמת תרבות בין חילונים לדתיים ואין בדעתו להיכנע במלחמה זו: "אצלי הגלידה תהיה גלידה, ואצלי יהיה צ'יזבורגר כמו שיש בכל סניף בעולם" (שם, 14). קשה להימנע מהרושם כי פדן מבטא בכך את מלוא עומקה של החשיבה החילונית בישראל, וללא ספק הוא מבטא את העקרונות התרבותיים בעידן הגלובליזציה, לאמור: "כמו בכל סניף בעולם".

כאמור, פדן מייחס למלחמתו מימד עקרוני: "אני חילוני עם השקפת עולם חילונית, ואני אלחם עליה ולא אתן לדתיים לכפות עלי את השקפת העולם שלהם". את השקפת העולם הדתית בישראל הוא מזהה עם החומיניזם האיראני ואומר: "אני לא שירתתי בצבא ונלחמתי במלחמות של הארץ הזאת כדי שנהפוך לאיראן".⁶ פדן מנהל את המאבק כישאראלי חילוני-לאומי, אבל גם כמי שמאחוריו חברה אמריקנית גלובלית: "אני אעורר את מקדונלד'ס העולמית... אחת החברות הגדולות בעולם, שפועלת ב-101 ארצות. חברה כזאת לא תשב בחיבוק ידיים. יש להם פה שגרירות אמריקנית, ונציגיה לא ירצו לקפח את ענייניה של חברה אמריקנית" (שם, ההדגשה שלי).

פרשת קניון רמת-אביב העבירה את מלחמות השבת משאלת המרחב הציבורי לשאלת המרחב שבבעלות פרטית. במקרה זה התעמתו ביניהם שני אנשי עסקים גדולים: עומרי פדן ולב לבייב, הבעלים של הקניון החדש, שניהם צעירים ישראלים מצליחנים. ראוי לעמוד על הבדלי הרקע והתרבות ביניהם. עומרי פדן, בעל תואר דוקטור לכלכלה, מייצג את האגף החדש של "האליטות הישנות", צאצאי ה"חלוצים", צברים, אשכנזים, לוחמים, חילונים, רובם נצר לתנועת העבודה. פדן שירת בסיירת מטכ"ל, כמו אהוד ברק ובנימין נתניהו; לבייב, יליד טשקנט שבאוזבקיסטאן, הגיע לארץ בגיל 16 ושירת בצבא כמשגיח כשרות. פדן החל את הקריירה שלו כמנהל מקצועי בחברה הציבורית כיתן; לבייב החל את דרכו כפועל במלטשת יהלומים. פדן מצטלם בדרך כלל בחולצה צבעונית ובמכנסי ג'ינס; לבייב נראה תדיר בחליפה שחורה ובעניבה, חובש כיפה שחורה. פדן הוא ממקימי תנועת שלום עכשיו ומתומכי תהליך השלום. היו מקרים שבהם נסגרו סניפי מקדונלד'ס ביום הזיכרון ליצחק רבין. לבייב מקורב לש"ס ולחב"ד, ובמשרדו תמונה גדולה של הרבי מלובביץ'. הוא נשיא ארגון הגג הדתי של יהודי רוסיה (איגוד הקהילות היהודיות) והיה מאילי ההון

⁶ מידן 1997, 14. בכתבה זו דווח בלשון אוכסימורית-משהו כי פדן מנהל "גי'האד פרטי נגד הכפייה הדתית" (שם, 12). בידיעות אחרונות כונה פדן בכינוי האוכסימורי "חילוני אדוק" (חורש 1997, 65).

המקורבים לקואליציית נתניהו.⁷ פדן הוא היום הזכייין הבלעדי של רשת מקדונלד'ס בישראל; לבייב הוא כיום בעל מכרות, מלטשות ומערכת שיווק של יהלומים, ועסקיו פרושים על פני חמש יבשות. מעריכים כי הוא היה לומן הפרטי הגדול בעולם וכי כ-20% מהיהלומים הגולמיים בעולם שייכים לו.

העימות בין פדן ללבייב התגלע כאשר לבייב רכש את מניות השליטה בחברת הנכסים אפריקה-ישראל, בעלת קניון רמת-אביב, והחליט כי סניף מקדונלד'ס שם יהיה סגור בשבת. גם לבייב הוא איש עסקים בעל עקרונות:

אני בטוח שהמדינה צריכה להיות תחת מסורת ישראל. יש לנו מסורת של אלפי שנים ואנחנו צריכים לכבד אותה. אני לא יכול להגיד שאנחנו יכולים לכפות על אנשים אחרים מה שהם לא רוצים לעשות, אבל לפחות המוסדות הממלכתיים צריכים להיות תחת המסורת.⁸

כך הפכה פרשת קניון רמת-אביב לעוד אחד ממוקדי המתח בין חילונים לחרדים בשנות התשעים. חוגים חילוניים התייצבו לצד מקדונלד'ס וחוגים חרדיים התייצבו לצד חברת אפריקה-ישראל. החילונים איימו להחרים את הקניון ואת רשת מלונות הוליד-אין שבבעלות החברה, והדתיים איימו להחרים את בנק לאומי ואת חברת שיכון ופיתוח, שכבעלי עניין לחצו על לבייב לפתוח את הקניון בשבת. שני הצדדים פנו אל בעלי השפעה אמריקנים בניסיון לגייסם לצדם. החילונים שטחו את טענותיהם בפני רשת הוליד-אין העולמית, ואילו אנשי אגודת ישראל בארצות הברית שלחו מכתבים זועמים לפולטיקאים ישראלים.

אף שהחלטת לבייב נבעה מטעמים דתיים, הרי בעניין קניון רמת-אביב הוא גייס לצדו היגיון נוסף — עקרון הבעלות הפרטית: "אנשים שוכחים מי הבעלים של הקניון הזה; זה לא מוסד ממשלתי ולא מוסד הסתדרותי. זה מוסד ששייך לחברת אפריקה-ישראל ובעל השליטה בה — אני" (שם, 65). כבסיס לטיעונו בעד סגירת הקניון בשבת ובעד הכשרות, לבייב משתמש בעיקרון ליברלי — הבחירה האוטונומית של בעל הרכוש הפרטי — עיקרון שבשמו מדבר גם עומרי פדן נגד סגירת הקניון ונגד הכשרות. העיקרון הדתי נסמך כאן, אם כן, על העיקרון הקפיטליסטי. שני העקרונות, החילוני והדתי, מובאים בפני הערכאה העליונה החדשה: הרכוש הפרטי. יש לציין, כי כראוי לבעלי חברות עסקיות גדולות, פדן ולבייב נאמנים לעקרונותיהם התרבותיים המוצהרים בעירבון מוגבל: הקציצות של מקדונלד'ס כשרות והמתקנים של לבייב פועלים בשבת (בנכסים אחרים שבבעלות חברת אפריקה-ישראל).

כסופו של דבר, הוכרעה המחלוקת בבית המשפט, שם גבר פדן על לבייב (פדן החזיק בהסכם על תנאי התפעול של הסניף, שנחתם לפני שלבייב רכש את חברת הנכסים). כך, נותר סניף מקדונלד'ס בקניון רמת-אביב פתוח בשבת.

⁷ שלג 2000. דמותו של לבייב תוארה כ"פאזל ענק, המשתרע מן הג'ונגלים העקובים מדם במרכז אפריקה ועד לסמטאות הסיטי של לונדון, מבתי הכנסת של כפר חב"ד ועד לטרקלינים המפוארים של... ארמון הקרמלין" (סלומון וחמץ 2001, 28).

⁸ חורש 1997, 63, ההדגשה שלי. מרומז בדבריו, אולי בשוגג, זיהוי של מקדונלד'ס כמוסד ממלכתי.

אם כן, קו החציצה בין מקדונלד'ס, המסמנת גלובליזציה תרבותית, לבין החרדיות, המסמלת לוקליזציה תרבותית, איננו חד-משמעי כפי שניתן היה להבין מהמהומה התקשורתית. בסופו של דבר, כל הצדדים נפגשים סביב המכנה המשותף של עולם המסחר הגלובלי. הם מייצגים גירסאות ריטואליות שונות של תרבות חומרית זהה. וכך, מאז שנות התשעים, הזהות הישראלית מתווכת דרך שתי חברות מסחריות גלובליות – מקדונלד'ס-אלוניאל ואפריקה-ישראל – ודרכן הופך המסחר הגלובלי לתרבות הממשית של כל השחקנים. בשעה שעל פני השטח מתחוללת מלחמת תרבות בין חילונים לדתיים, מתחת לפני השטח מתפשטת ומשתלטת תרבות חומרית משותפת אחת. פדן ולבייב אינם מייצגים את העולמי מול המקומי, אלא שתי גירסאות של אותו עולמי, או שני מתכונים של אותה קציצה – פעם טרפה ופעם כשרה.

כמו בתחום התרבות ה"נמוכה" של הרגלי התזונה (פלאפל, בשר) כך אף בתחום התרבות ה"גבוהה" (חילוניות מול דתיות): היחסים בין מקדונלד'ס למולדת אמנם מורכבים, אבל יש בהם מן החד-סטרייות. המאבק בין מקדונלד'ס לחוגים הדתיים הצטמצם בסופו של דבר למחלוקת מילולית: הרבנות דרשה ממקדונלד'ס לקרוא לסניף הכשר שלה בתחנה המרכזית בירושלים "מק-כשר", ואילו מקדונלד'ס דחתה את הדרישה והציעה לקרוא לסניף "מקדונלד'ס הכשר" (מערכת וואלה 2002). כאשר המחלוקת העקרונית העמוקה בין הרבנות למקדונלד'ס מצטמצמת לפער שבין "מק-כשר" ל"מקדונלד'ס הכשר", יכול זכין מקדונלד'ס לצחוק כל הדרך אל הבנק. הצעה נוספת של החברה (שגם אותה דחתה הרבנות) הייתה להחליף את הרקע האדום של האות M הצהובה ברקע כחול, הצבע הלאומי של ישראל. את ההצעה הנדיבה הזאת לא הציעה הרשת ל"שוחרי צומת גולני".

חיילים: מק-גולני

מלחמת המאסף של הלאומיות הישראלית נגד מקדונלד'ס התנהלה בצומת גולני, מסעף דרכים מרכזי בגליל. גולני אמנם ניצחה בקרבות רבים, אך הפסידה במערכה זו. ב-1973 הקימה במקום "עמותת משפחות חללי גולני וידידי החטיבה" אתר הנצחה לזכר נופלי החטיבה, וב-1982 הקימה העמותה מוזיאון לטיפוח "מורשת היחידה". אתר ההנצחה ומוזיאון גולני שייכים לרשת צפופה של מאות אתרים בגדלים שונים ברחבי הארץ, שתכליתם, כמו במקרים דומים ברחבי עולם, לקדש את המתים בקרב ובכך להמריץ את ההולכים לקרב, וכן לקבע בקשר דם את בעלות ה"עם" על ה"ארץ" (מוסה 1981). אתרים אלו מבטאים ערכים נוספים כגון אחדות האומה, עבודת הקרקע ולעתים אף כמיהה לשלום (אלמוג 1991). באתר מתקיימים טקסי זיכרון שנתיים לחללי היחידה, מסדרי השבעה לטירונים ומסדרים חגיגיים אחרים. כמו כן, נערכים בו סיורים מודרכים לחיילים, לקבוצות נוער ולמבקרים מחו"ל (אתר ההנצחה ומוזיאון גולני, ללא תאריך).

בעקבות פתיחת סניף מקדונלד'ס בצומת גולני בדצמבר 1994, קמה מיד התארגנות ציבורית מקומית של הורים שכולים ובעלי עניין אחרים, שתבעו להכשיר את המסעדה

ולשנות את חזותה, בטענה כי היא מנוגדת לרוח המקום ופוגעת בכבודו. ההתארגנות המקומית זכתה לתהודה ברמה הפוליטית, שהוכיחה כי הלאומיות משדכת זוגות מוזרים: אלי סוויסה מש"ס ויוסי שריד ממרצ – שניהם כיהנו אז כשרים בממשלה – צידדו במאבק על טהרתו של אתר הנצחה.

מהי המורשת המונחלת באתר ובמוזיאון גולני, ומדוע הנוכחות של סניף מקדונלד'ס מאיימת עליה? היטיב לבטא זאת ד.י. (1998), אב שכול, מראשי הנאבקים נגד מקדונלד'ס: אנשי החטיבה רואים במקום אתר הנצחה ומקום התייחדות עם זכר הנופלים ברמה האישית והקולקטיבית, וגם אתר לשימור מורשת הקרב המפוארת של חטיבת גולני לדורות הבאים... מסעדת מקדונלד'ס [היא] מבנה משופע בסממנים אמריקניים צורמים, ססגוניים ורעשניים, שאינם הולמים את רוח המקום ופוגעים ברגשותינו, וכן [ברגשותיהם] של יוצאי חטיבת גולני וחייליה כיום, ושל חלק מן הציבור בישראל.

את הניגוד העקרוני בין גולני למקדונלד'ס הציג האב השכול כך:

השתלטות שיקולים פרטיים עסקיים במקומות ציבוריים-לאומיים, כמו אתר הנצחה בצומת גולני, צריכה להדליק נורה אדומה, בעיקר בתקופה בה מדובר על ירידת המוטיבציה לשרת בצה"ל. חדירתם הבוטה לאתר הנצחה נתפסת על ידינו כדחיקתם של ערכים חברתיים ולאומיים בסיסיים, שטופחו ומטופחים על ידי חטיבת גולני... דור בנינו ספג בנעוריו רוח מורשת וסיפורי גבורה, שעיקרם מסירות נפש ונכונות להקרבה למען מטרות נעלות. ומה יספוג דור המחר? מקדונלד'ס וציבורגר? (שם)

בצומת גולני, כמו במקומות אחרים בעולם, מקדונלד'ס נתפסת בעיני רבים כמנוגדת לאתוס הלאומי המקומי. זה מול זה מונגדים הישראליות השורשית לעומת האמריקניות השטחית; ערכי יסוד חברתיים ולאומיים לעומת תרבות העסקים (שהיא חדשה יחסית בישראל אך עולה במהירות); מסירות נפש ונכונות להקרבה כנגד צרכנות ריקנית; בקצרה, האתוס הקולקטיביסטי הלאומי-לוחמני אל מול האתוס המופרט האזרחי-נהנתני. אך האם זהו ניגוד חד-משמעי? התבוננות נוספת במתרחש בצומת גולני מעלה כי קו התיחום בין הישראלי לאמריקני רחוק מלהיות חד-משמעי. כלי הנשק המוצגים באתר גולני מיוצרים בארצות הברית, בהם חצובה העשויה מרובי M-16 ועליהם קסדה הפוכה המיועדת לאש הנצחה. האם ה-M-16 שונה כל כך מה-M של מקדונלד'ס? האם ניתן לקבל את ה-M הראשונה ולדחות את השנייה? הניסיון מראה כי שותפות כלכלית, אסטרטגית וטכנולוגית כמו זו המתקיימת בין ישראל לארצות הברית אינה יכולה להישאר מנותקת מן המבנה התרבותי של המדינה הקולטת – ישראל במקרה הזה. מדובר בזיקה חד-משמעית לתרבות החומרית של אמריקה, תוך ניסיון – שנועד לכישלון – לדחות את תרבותה הסמלית.⁹

⁹ בדומה לניסיון לנסוע בפולקסוואגן ולהחרים את ואגנר (צוקרמן 1993).

לאחר שנדחתה בקשת "שוחרי אתר גולני" להעתיק את המסעדה ממקומה, הם ביקשו לשנות את אופייה והתמקדו בדרישות "שנועדו להצניע את סממניה האמריקניים מנקרי העיניים". כך, למשל, הם ביקשו להסיר את ה-M הצהובה מראש העמוד הגבוה. בנושא זה הם הצליחו: הנהלת מקדונלד'ס נאלצה להסיר את הסמל, ובמקום ה-M נישא עתה בראש התורן סמל חטיבת גולני בצבעי עץ הזית, חום-ירוק-צהוב. למגינת לבם של ההורים השכולים, הניגוד בין גולני למקדונלד'ס איננו חד-משמעי. אדרבה: צה"ל קיבל בחום את רשתות המזון המהיר ובהן מקדונלד'ס והכניסן אל מחנותיו. לעת עתה פועלות הרשתות בכמה מחנות עירוניים כניסוי. החיילים מצוידים בכרטיס מגנטי המזכה אותם בארוחה יומית ממבחר המוצע ב"חצרות האוכל". מטרתו הרשמית של הצעד היא למנוע מחיילים לשוטט בדוכני המזון שמחוץ למחנות, למשל ברחוב אבן-גבירול ובקניון עזריאלי בתל-אביב, אך הוא הולם כמובן את מדיניות ההפרטה הפושה בישראל. לשימוש בקבלני מזון אזרחיים, המתפשט והולך בהסעדה הצה"לית, השלכה פוסט-פורדיסטית מובהקת: צה"ל מתכנן לחסוך מאות תקנים של עובדי מטבח. אך למקדונלד'ס ציפה הזו נמצא גם צידוק חברתי יאה: בצה"ל טוענים כי מטרתה לגשר על פערים חברתיים, שהתגלו כאשר חיילים ממשפחות מבוססות נהגו להיטיב לבם בארוחה בתשלום מחוץ למחנה (ברזילי 2000). אם כן, בתעווע מִהפֶךְ נוסף נחלצה בשנות התשעים ספינת הדגל של הפאסט-פוד האמריקני לעזרת אתוס השוויון של צה"ל: מהקומזיץ של הפלמ"ח אל הפחמים של מקדונלד'ס.

דבריו של עזר ויצמן — טיים מיתולוגי, איש עסקים ונשיא המדינה לשעבר — נגד מקדונלד'ס ונגד האמריקניזציה של ישראל נושאים עמם לפיכך צליל חלול: "עלינו לתת את הדעת לשאלת זהותנו היהודית והישראלית", הכריז, "בפרט על רקע האמריקניזציה השוטפת אותנו". ויצמן מנה שלושה "אמים" (M) שמפניהם עם ישראל צריך להיזהר: מקדונלד'ס, מייקל ג'קסון ומדונה (סופרי מעריב 1995). דבריו נאמרו בעקבות אסון ערד, שבו נהרגו נערים ונערות בפסטיבל המוזיקה השנתי. חוגים דתיים-לאומניים שונים חיזקו את ידיו. עומרי פדן, לעומתם, הזכיר לנשיא כי חיל האוויר, שוויצמן היה ממקימו, אינו בוחל במטוסי פנטום ו-F-15 אמריקניים, וקבע כי "מקדונלד'ס היא אחת מנקודות המפגש החיוביות ביותר בין התרבות הישראלית לאמריקנית, תרבות שהתברכה בדמוקרטיה, בחופש, בחוקה נאורה ובין היתר יצרה לכל העולם מותגים בינלאומיים כמו קוקה-קולה, ליוויס ומקדונלד'ס" (שם).

לפרשת צומת גולני יש גם צד נסתר, שממנו העדיפו שני הצדדים הניצים, גולני ומקדונלד'ס, להתעלם. צומת גולני ממוקם בשטח מינהל מקרקעי ישראל, וכמו שטחי קרקע רבים בישראל בכלל ובגליל בפרט היה האזור בבעלותם של כפריים פלסטינים מקומיים לפני הקמת המדינה. מדינת ישראל ניסתה להפוך את ההיסטוריה הטרומ-מדינתית הזו לפרה-היסטוריה עלומה, אולם זו מסרבת להיעלם ומותירה עקבות מטושטשים, המבצבצים ועולים מעת לעת. כאשר החלו להכשיר את הקרקע להקמת סניף מקדונלד'ס במקום ב-1994,

נזכר אזרחי ישראלי בשם מוסלח עתיר עדוי כי חלק מן הקרקע הופקע מרשותו כעשור קודם לכן "לצורכי ציבור". והנה, להפתעתו של עדוי, צורכי הציבור הפכו להקמת מסעדת מקדונלד'ס והוא נאלץ לוותר על אדמתו לנצח. עתירתו לבית משפט השלום בנצרת נדחתה, וכיום ניצב על הקרקע סניף מקדונלד'ס שמעליו מתנוסס סמל חטיבת גולני.¹⁰

פרשה זו מלמדת כי גם חברה מן העולם הגדול זקוקה לטריטוריה מקומית קטנה כדי להתיישב בה. מול המקדונלדיזציה יש מפסידים ויש מפסידים יותר: במערכה בין הלאומיות הפלסטינית ללאומיות הישראלית ניצחה האחרונה; אך במערכה בין הלאומיות הישראלית לבין המסחר הגלובלי ניצח האחרון. למרות שמקדונלד'ס נאלצה לקפל לחצי התורן את דגל ה-M שלה בצומת, היה סניף זה לאחד המשגשגים ברשת בישראל ועם קהל לקוחותיו נמנים חיילים רבים, בהם מן הסתם גם חיילי גולני. גם בהתגוששות זו בין העולמי למקומי נתגלו אפוא יחסים מורכבים, אך בסופו של דבר חד-כיווניים.

מתנחלים: מקד"ל

ההתנגדות למקדונלדיזציה (ולאמריקניזציה שהיא מסמלת) משותפת לימין ולשמאל ויוצרת ביניהם קרבה שאינה נוחה לשני הצדדים. העימות בצומת גולני ממחיש את בעייתיות המפגש בין הלאומיות המקומית למסחריות הגלובלית. עימות זה מופיע בגירסאות חריפות עוד יותר בשיח הימני-לאומני. אמריקה מופיעה בשיח זה כסמל לצרכנות ריקה מתוכן, להעדר ערכים ולאינדיבידואליזם נהנתני, אשר פוגעים במסורת, מפרקים את הקולקטיב הישראלי-יהודי ומעצבים אישיות מפונקת. בקרב הימין בישראל נתפסים סגנון חיים זה וטיפוס אנושי זה כמאיימים על הביטחון הלאומי. אפי איתם, למשל, ממנהיגי הימין הדתי-לאומני וקצין בכיר במילואים, ביקר קשות את האמריקניזציה של ישראל עוד בהיותו במדים, וקבע: "אם היחוד שלנו לא יוכל להציג משהו שהוא מעבר לסטייקים, מכוניות, דיסקוטקים ופאבים, לאט-לאט היכולת להניע אנשים למלחמה תלך ותתקל בקשיים" (מועלם והראל 2000). החרה החזיק אחריו השר לביטחון פנים מטעם הליכוד, עוזי לנדאו, שתקף את האליטות המתגוררות ברמת-אביב ג, ברעננה וברחביה, "שאינן מגלות סולידריות לנעשה במדינה וכל מה שמעניין אותן הוא לשתות קפה עם קרואסון או יין עם גבינות" (מערכת וואלה 2001ב). בשיח הימני מקובל, אם כן, לראות את "הכפר העולמי" כמנוגד ל"בית הלאומי" (למשל, חסדאי 1998). אחד מהוגיה של הלאומיות היהודית, אליעזר שביד (1996, 43), צופה סכנות לחוסן

¹⁰ ארכיב בית משפט השלום בנצרת, ת.א. 2544/94, 10.3.1995. המקדונלדיזציה בישראל אכן נוגעת גם לשאלת הקרקעות. התהליכים הכרוכים בגלובליזציה — המעבר מעקרון המדינה לעקרון השוק, מבעלות לאומית לבעלות פרטית ומניהול ציבורי לניהול עסקי — לא פוסחים על הקרקעות בישראל. ראו יפתחאל וקידר 2000, בפרט 85–94; יונה וספורטא 2000. בקרקעות אחרות שהיו בעבר בבעלות פרטית והפכו לנכסים מסחריים, טושטשו זה מכבר השתלשלויות הנישולים, שהסתיימו, בין השאר, בהקמת קניונים ובהם סניפי מקדונלד'ס (ראו למשל ברגר 1999).

הלאומי מצד הפוסטמודרניות, שנציגתה בישראל היא, לדידו, הפוסט־ציונות. שתי אלו מייצגות בעיניו את האתוס האמריקני הקפיטליסטי־טכנולוגי ואת האינדיבידואליזם הליברלי האמריקני, שדוחים את רעיונות הקדמה והקהילה של המודרנה ומציבים במקומם תרבות חומרנית אנטי־אידיאולוגית. "התוצאה הכוללת היא התפוררות תמונת התרבות ותמונת ההיסטוריה המובנית של המודרנה הקלאסית. במקומם באה הצטרפות קלאודיוס־קופית מקרית, פתוחה וחסרת מבנה". אחת התוצאות של "החלום האמריקני", טוען שביד, היא תופעת ה"ירידה" לאמריקה, שכן אם אין הבדל מהותי בין אמריקה לישראל — אזי לאמריקה יש יותר מה להציע.

כמו ה"פוסט־מודרניות" האמריקנית שאותה היא מחקה, מוליכה ה"פוסט־ציונות" האידיאולוגית אל מעבר להישגים החברתיים, התרבותיים והמדיניים של הציונות בלי להציע המשך בשום כיוון. המטרה היא להישאר "מעבר". כלומר לא לשאת באחריות לא לחברה היהודית כקבוצה, לא לתרבותה ולא לגורל העם הנושא אותה (שם, 54).

מלבד הסלידה המובנת של הימין מתרבות צרכנית, נהנתנית, אינדיבידואלית ופוסטמודרנית, מוצאים בימין גם שיקולים מעשיים להסתייגות מהקרבה בין ישראל לאמריקה. כפי שהתלונן עזרה זוהר (1994), ישראל תלויה בארצות הברית וזו האחרונה דורשת ממנה "למזער את שטחה" ולוותר על השטחים שנכבשו במלחמת 1967. עם זאת, גם העמדה של הימין כלפי האמריקניזציה של ישראל איננה חד־משמעית. בימין הישראלי קיים זרם המעריך את ארצות הברית ומגדיר אותה כידיתה הקרובה של ישראל. בעיני זרם זה, המעורבות הכלכלית, האסטרטגית והדיפלומטית החזקה בין ארצות הברית לישראל נסמכת על מסד תרבותי משותף ועל ערכים דומים. כך, למשל, ארנון סופר קובע כי "היחסים המיוחדים בין ישראל לארצות הברית נשענים על יסודות מוצקים: ערכים דמוקרטיים משותפים ואינטרסים הדדיים משמעותיים... [זהו] מקרה ייחודי בהיסטוריה" (Sofer 2001, 17). לטענתו, כדי שידדות זו תישאר יציבה לאורך זמן, על ישראל להדגיש את המורשת היהודית־נוצרית המשותפת לשתי המדינות, ולא את האינטרסים השוטפים והמשתנים (שם, 18). לדעתו, המורשת היהודית־נוצרית והאהבה המשותפת לארץ הקודש הביאו להתפתחותה של ידדות מופלאה בין הימין הישראלי לימין הנוצרי־פונדמנטליסטי בארצות הברית (Shindler 2000). בהקשר זה יש לציין, כי ההתקפה על ארצות הברית מצד פונדמנטליסטים איסלאמיים ב־11 בספטמבר 2001 נפלה כפרי בשל בידי הפונדמנטליזם היהודי־נוצרי.

נוסף על המורשת היהודית־נוצרית מוצאים אנשי ימין נימוקים מעשיים יותר לתמיכה במקדונלדיזציה, ואף כועסים אם זו מתמהמהת. בעולם הגלובלי־אמריקני, פעילות מקומית של רשת אמריקנית היא מעין חותמת לכשרות מדינית, שאפילו הימין הקיצוני מתאוה לה. כך התברר במאי 1999, כאשר נפתח סניף של הרשת האמריקנית ברגר קינג בהתנחלות מעלה אדומים שבשטחים הכבושים. בתגובה, איימה הליגה הערבית להחרים את סניפי הרשת בעולם הערבי ואף לפרסם המלצה למוסלמים ברחבי העולם להחרים את הרשת.

המהומה שהתעוררה בעקבות פתיחת הסניף כונתה בעיתונים "פרשת הקציצה הפוליטית". בדומה למקרה של קניון רמת-אביב, שבו התערבו בעלי השפעה אמריקנים, במקרה של מעלה אדומים התנהל המשא ומתן בווינגטון, הפעם בין קואליציה של ארגונים מוסלמיים ("מוסלמים למען ירושלים") לבין מנהלי רשת ברגר קינג שם (שמואל 1999; חן, שמואל וזינגר 1999). הליגה נגד השמצה בארצות הברית הודיעה כי תפעל לחקיקה בקונגרס, שתמנע מחברות אמריקניות להיכנע לחרם הערבי (קסלר וכהן 1999, 8). אולם להנהלת הרשת לא היה כל עניין להיקלע לסכסוך פוליטי. היא טענה כי אישרה לזכיין לפתוח סניפים בישראל, אלא שמעלה אדומים איננה חלק משטח מדינת ישראל ועל כן תבעה להסיר את שמה מהסניף. סועדים ממעלה אדומים זעמו על החלטת הרשת, הקובעת עובדות פוליטיות, מפרידה בין ישראל לשטחים ומפרה את "דו-הקיום בינינו לבין הערבים והבדואים מהכפרים הסמוכים" (חן, שמואל וזינגר 1999). בדומה לפרשת קניון רמת-אביב, ניתן לראות כי שאלות זהותיות ופוליטיות מקומיות מוכרעות במרכזי החברות המסחריות העולמיות בווינגטון ובניו-יורק, במשא ומתן בינן לבין לקוחות ותנועות ייצוגיות בינלאומיות, ובמערכת הפוליטית האמריקנית.

תל-אביבים: מק-שינקין

את ההתנגדות משמאל למקדונלדיזציה ולאמריקניזציה ניתן לחלק לשני סוגים: אנשי השמאל המודרניסטי ה"ישן", מרקסיסטים וסוציאליסטים המתנגדים אידיאולוגית לדגם החברתי האמריקני ולמדיניות החוץ האמריקנית, ואנשי השמאל הפוסטמודרניסטי ה"חדש" של שנות התשעים, שהתנגדותם מעוגנת בנושאי סביבה וזהות. עם השמאל המודרניסטי בישראל נמנים לא יותר מקומץ אינטלקטואלים, וגם השמאל הפוסטמודרניסטי קנה לו אחיזה רק בקרב קבוצות קטנות של צעירים מהמעמד הבינוני.

השמאל המודרניסטי רואה בארצות הברית "מדינה שמתנערת לחלוטין מכל מחויבות לאזרחיה, ונעשתה כלי שרת בידי שכבה מצומצמת של בעלי הון וחברות ענק", כפי שהגדיר זאת רן הכהן (1998, 58), שהזהיר מפני האמריקניזציה של ישראל:

כל מה שקרה בארצות הברית קורה גם אצלנו: "הקטנת עלויות העבודה" נועדה למכור לעשירים את רוב האוכלוסייה בתור כוח עבודה זול. ריסוק האיגודים המקצועיים הוא צעד הכרחי לשם כך. הצעדים המשלימים הם הפרטה, חוזים אישיים, חברות כוח אדם, ביטול הקביעות ומעבר לשכר עבודה של שבעה ימים, 12 שעות ביום, ללא פנסיה וללא זכויות סוציאליות (שם).

אחד הנושאים המעוררים ביקורת נגד מקדונלד'ס הוא דפוס התעסוקה הנהוג ברשתות המזון המהיר: דפוס פוסט-פורדיסטי ההולך ונפוץ בענפי השירותים של הכלכלות המפותחות. דפוס התעסוקה במקדונלד'ס, כמו סדרים אחרים ברשת, משמש אב-טיפוס לדינמיקה החברתית

בכללה. הוא זכה לכינוי "מקג'ובס": רוב העובדים צעירים; כולם, מלבד אנשי ההנהלה, מועסקים במשרות זמניות וחלקיות; המיומנות הנדרשת נמוכה ביותר; שיעור התחלופה של העובדים גבוה מאוד; והשכר הוא הנמוך ביותר שהחוק מאפשר.¹¹

מקדונלד'ס הביאה לידי מיצוי מדעי את התהליך, הנמשך לאורך המאה ה-20, של "השפלת העבודה", כפי שכינה זאת הארי ברוורמן (Braverman 1974). החלוצים הראשונים של התהליך היו פרדריק טיילור (Taylor), יוצר "הנדסת האנוש", והנרי פורד (Ford), יוזם "פס הייצור" (שנהב 1995). התהליך נועד לפשט ולמכן את שלבי הייצור ככל האפשר, כדי שהעובדים יידרשו למיומנות נמוכה ביותר וכך ניתן יהיה להחליפם בקלות ולהעסיקם בשכר נמוך מאוד, כאשר כל הכוח והידע מרוכזים בידי ההנהלות. כך, למשל, העובדים במקדונלד'ס אינם חותמים על חוזה עבודה, אולם הם מוחתמים על מסמך המחייב אותם לשמור על סודיות ולהיות נכונים להיבדק במכונת אמת.

מקדונלד'ס היא חלוצה בתחום הסטנדרטיזציה הפורדיסטית של הייצור בענף השירותים, ובעצם כך במעבר הפוסט-פורדיסטי מתעשייה לשירותים. היא משלבת את הרע שבשני העולמות: דפוסי העבודה (תהליכי הייצור) הם פורדיסטיים (משימות פשוטות ונשנות שאת קצבן מכתובה מערכת מכנית); ואילו דפוסי התעסוקה (שוק העבודה) הם פוסט-פורדיסטיים (תעסוקה זמנית, חלקית, בתחלופה, ללא זכויות). המצרכים מגיעים למטבחי מקדונלד'ס מוכנים, מוקפאים וארוזים. בתהליך הכנת ההמבורגר משתתפים כמה עובדים, כל אחד מבצע משימה מוגדרת. את המשימות עצמן מבצעות מכונות, והעבודה האנושית מתמצית בפעולות כגון לחיצה על מתגים (הברזים נסגרים לאחר מילוי הכוס) או שליפת הציפס מן השמן (כאשר נשמע צפצוף המודיע על סיום הטיגון). התהליך כולו מכני ומהיר. חידוש נוסף של מקדונלד'ס הוא העברת חלק מעלות השירות אל הצרכן, העומד בתור כדי לקבל את הארוחה שלו, מזמין במהירות מתוך תפריט מצולם ומואר, משלם ומקבל את הארוחה בתוך דקות, ובסיומה מצופה ממנו לנקות את שולחנו ולהשליך לפח את אריזות הקרטון והנייר החד-פעמיות. הסועד אוכל בידי כדי לחסוך את עלויות הסכום ויושב על כסאות לא נוחים כדי לזרוז לקום ובכך להגביר את מחזור הלקוחות. כך חוסכת הרשת במלצרים, בשוטפי כלים ובמנקים. גם האינטראקציה המילולית המועטה בין הלקוח לעובד מתוכננת לפרטיה: העובדים לומדים כיצד לחייך ומה לומר. במקדונלד'ס היררכיה מינהלית מוקפדת ומשמעת עבודה נוקשה, המצייתת ל"תנ"ך של מקדונלד'ס" – ספר הדרכה פנימי של החברה ובו מאות עמודים (Leidner 1993, 45–85; Schlosser 2000).

(59–88).

המקדונלדיזציה של העבודה בישראל היא תופעה שזכתה עד כה לתשומת לב מעטה, אף כי תופעת המקג'ובס מתרחבת והופכת לאחת העובדות החברתיות המרכזיות בישראל, המוכרת בכל מוסד פרטי וציבורי. רשת מקדונלד'ס מעסיקה בישראל כ-3,000 עובדים, אולם

¹¹ שכר המינימום החוקי בארצות הברית יורד בהתמדה זה כמה עשורים. ראו Schlosser 2000, 58–88.

כמעט עשירית מהעובדים בישראל מועסקים בתנאי מקג'ובס. עובדי תחזוקה, שירות, ניקיון ושמירה מועסקים דרך חברות כוח אדם וקבלנים למיניהם; רבים מהם מוגדרים כעובדים זרים ומשתכרים מתחת לשכר המינימום.¹² הסובלים העיקריים הם פלסטינים מהשטחים הכבושים, עובדי חברות כוח אדם ועולים חדשים. הכלכלן אריאל רובינשטיין (2000) כינה אותם "הנוכחים השקופים". עמותת קו לעובד עומדת בחזית המאבק במקג'ובס. סטודנטים מאוניברסיטת תל-אביב, שהקימו את הארגון סולידריות (2001), היו בין הראשונים שיצאו למאבק בתופעה.

סמיכות האירועים בין הגעת מקדונלד'ס לישראל ובין ראשית התרסקותה של הסתדרות העובדים היא מקרית, אבל האירועים הולמים זה את זה. עד לשנות השבעים בלטה ישראל בקרב המדינות המתועשות בשיעור גבוה של עובדים החברים באיגודים מקצועיים (כ-80%). ב-1996 צנח שיעור החברות ל-49%, והשיעור בפועל אף נמוך מזה אם כוללים גם עובדים לא ישראלים (כהן, הברפלד, מונדלק וספורטא 2001, 6). ברחבי העולם ובארץ, מקדונלד'ס מתמחה בעקיפת האיגודים המקצועיים (Royle 2000).

מלבד ההתנגדות של השמאל המודרניסטי, התעורר כאמור גם השמאל הפוסטמודרניסטי נגד המקדונלדיזציה והאמריקניזציה. התנגדותו נשמעה ב-1997, עם פתיחת סניף מקדונלד'ס בפנינת הרחובות שינקין ואחד העם בתל-אביב. בפניה ממול נפתח סניף של רשת סופר-פארם. מעבר לרחוב נמצא קפה תמר, מוסד מקומי ותיק, מקום מפגש ידוע של אינטלקטואלים ובוהמינים. הגעת מקדונלד'ס לשינקין סימלה בעיני רבים את שקיעת הייחודיות התל-אביבית היאפית-רדיקלית, כפי שהתבטאה ברחוב, ואת הפיכתו למקום בילוי המוני זול. המתנגדים הפגינו נגד "הפיכת שינקין לקניון" (נרקיס 1999). יוסי וולפסון מעמותת אנונימוס (ראו בהמשך), טוען לזיקה בין היעלמותה של הסתדרות העובדים לבין הגעת מקדונלד'ס. לדידו, רחוב שינקין מייצג תרבות אלטרנטיבית, ופתיחת סניף מקדונלד'ס ב"רחוב שפעם עמד בו בית דבר [עיתון] ההסתדרות שנסגר ב-1995] זה לעג לרש" (מושיוף 1999). צ'רלס לנצ'ר, מנכ"ל עמותת פעולה ירוקה, הסביר את המניעים להתנגדות:

אנחנו מרגישים שחדירת מקדונלד'ס לשינקין זו בעצם אמירה שהכסף, התרבות האמריקנית והתאגידים הם מעל לכל, ושזה בסדר להרוס תרבות מקומית בשביל זה. לשינקין יש תרבות מיוחדת של עסקים קטנים ומקדונלד'ס מכניסה לכאן את תרבות הקניונים. מה גם שזה תאגיד שעושה נזקים סביבתיים וחברתיים עצומים בעולם ומלכלך את האזור (נרקיס 1999).

התיאור העיתונאי הבא מלמד על סגנון הפעילות נגד סניף מקדונלד'ס בשינקין ועל סגנון הפעילות האנטי-גלובליסטית בכלל:

לפינת שדרות בן-ציון ורחוב קינג ג'ורג' לא מפסיקים לזרום מפגינים. עשרות מתנועעים לקצב מוזיקת טרנס. הצבע השולט הוא אדום ומוסביב פזורים קעקועים, פירסינג ואביזרי פאנק

¹² כ-11.5% מכלל המועסקים במגזר העסקי אינם ישראלים (בנק ישראל 2000).

למיניהם. הפסיפס הצבעוני כולל קומוניסטים צעירים וסוציאליסטים מזדקנים, ארגוני איכות סביבה ומתנגדי גיוס, פאנאיסטים וחברי השומר הצעיר. כל אחד והמטרה הקרובה ללבו, מביטול כביש חוצה ישראל ועד למניעת ניסויים בבעלי חיים. המטרות רבות, אבל מקור הרוע אחד: שלטון התאגידים, שרומס את האדם הקטן, עושק אותו והורס את כדור הארץ... [תהלוכת המוחים מתנהלת לקול הקריאות: "רווחים – לא; רווחה – כן" ו"שלטון ההון הורס את השוויון"... שדרות רוטשילד מרכזות כל מה שהאנטי-קפיטליסטים למיניהם מתעבים: בנקים, חברות כוח אדם והשנוא מכל – סניף מקדונלד'ס... "לא נמות ולא נמית בשירות ארצות הברית" קוראים המפגינים לכיוון הסניף... (מילבלום 2000).

בתל-אביב פועלות קבוצות התנגדות חדשות לגלובליזציה, ובהן אנונימוס, עמותת המתנגדת לניסויים בבעלי חיים ולאכילת בשר ומגדירה את בעלי החיים כמיעוט מדוכא; פעולה ירוקה, עמותת לשימור איכות הסביבה; אינדימדיה, קבוצה אנרכיסטית-סוציאליסטית המפעילה אתר אינטרנט כשלוחה מקומית של רשת עולמית דומה; ופעולה עממית, תנועה הנאבכת בבעלי ההון, בבנקים ובראשי הגלובליזציה. הפעילות האנטי-גלובליסטית של תנועות אלו היא, באופן אירוני, גלובליסטית במובהק; גם במקרה זה להיות נגד פירוש גם להיות בתוך. תנועות המחאה החדשות של החברה האזרחית הן עצמן חלק מן האמריקניזציה של הפוליטיקה בישראל, תהליך שבו מפלגות אידיאולוגיות מוחלפות בקבוצות ובעמותות "מרושטות" (או "מקוונות") (Laskier 2000), שהן במקרים רבים סניפים של תנועות גלובליות מובהקות.

עסקים: מק-מזרח תיכון

כאמור, מקדונלד'ס היא יותר ממזון: היא סמל לאמריקניזציה שהתפשטה בישראל בשנות התשעים. כך, למשל, במודעת פרסומת של מסעדת בונקרס בייגלס בתל-אביב נראה כריך עסיסי שלידו מונח גיליון של העיתון *New York Times*; כדי להסיר ספק, פתק הנעוץ בכריך קובע כי "בעוד רגע תגיע לניו-יורק". שמות של חנויות במרכזי הערים ובקניונים מופיעים במקרים רבים בשפה האנגלית, ובחלק מן המקרים המילים באנגלית והאותיות בעברית או להפך. כך, למשל, אחת מחנויות הפרחים בתל-אביב נקראת *zer4u*¹³. העיתונאי סבר פלוצקר (1999, 6) הביע את התרשמותו מן האמריקניזציה של ישראל בתארו פגישה שקיים עם אנשי עסקים:

לפני זמן-מה נסעתי לביקור בחברה אמריקנית. זו חברה טכנולוגית ידועה, שמניותיה נסחרות בוול-סטריט. לאחר שיחה עם המנכ"ל קיבלתי חבילה של חומר כתוב. החומר כלל ניתוחים של אנליסטים מבתי השקעות אמריקניים, וקטעים מעיתונות מקצועית ועסקית אמריקנית. מטה החברה, צוין בפרוספקט שלה, שוכן בבוסטון... המקום שבו ביקרתי הוא פארק תעשיות

ראו גם רוזנטל 2001. על אמריקניזציה במודעות פרסומת בישראל, ראו Avraham 2003.

גדול. כבר מרחוק, מהכביש המהיר, ראיתי על שלטים גדולים את שמות החברות הממוקמות שם: טריקום, יבמ, אינטל. מיטב ההיי־טק של אמריקה. לא, זו לא היתה אמריקה. זו היתה חיפה. חיפה שלנו, חברת היי־טק שלנו. שלנו?

ככל שהאמריקניזציה של ישראל העמיקה, כך הלך והתפשט הדיון הציבורי בעניינה.¹⁴ לעומת המתנגדים מימין ומשמאל, התפתח בישראל בשני העשורים האחרונים מרכז רחב התומך בגלובליזציה ובאמריקניזציה ומוצא בהן צדדים לחיוב. פלוצקר (שם) מציין בצער כי מבחינה כלכלית "יש אצלנו איים ומפריצים של אמריקה, אבל אנחנו לא אמריקה. בשנים האחרונות הפער בין המשק הישראלי למשק האמריקני אפילו העמיק. החלום בורח". פלוצקר אוהד את הכלכלה האמריקנית ואת תרבות העסקים האמריקנית, שאותה הוא מגדיר כעמית וכנדיבה. לעומת זאת, הוא מרגיע, אין כל אמריקניזציה של התרבות הישראלית, הנשארת בבחינת "מזוג וערוב מקוריים... של עשרות מדינות ועדות" (שם, 7). פלוצקר (2002) הוא עורך מדור הכלכלה בידיעות אחרונות, העיתון הנפוץ בישראל, ובדומה לעמיתו בעיתונים אחרים ולמרבית הכלכלנים באקדמיה הישראלית, הוא מאמין מושבע באידיאולוגיה הניאו־ליברלית ותומך נלהב במקדונלד'ס העולמית:

המצאת הלוגו, המותג להמונים, הביאה מוצרים ושירותים ברמת איכות סבירה ובמחיר לא גבוה למיליארדי בני אדם ברחבי העולם... תופעת המותג משמעותה דמוקרטיזציה של רמת החיים. שום דבר לא העלה את רמת המזון באסיה כמו סניפי מקדונלד'ס.

פלוצקר מתפעל אף מתנאי התעסוקה של מיליוני העובדים בחברות הרב־לאומיות בעולם השלישי. את הטענות כי הגלובליזציה מגבירה את אי־השוויון בעולם הוא דוחה כהבל־הבלים וקובע כי "הגל האחרון של הגלובליזציה הקטין בשיעור דרמטי את תנאי אי־השוויון הכלכלי בעולם" (שם).

משנות השבעים ואילך ארצות הברית היא המדינה המקורבת ביותר לישראל מבחינה מדינית, צבאית וכלכלית. הסיוע הכלכלי האמריקני¹⁵ הוא שהביא את ארצות הברית אל

¹⁴ כך למשל, השבועון הישראלי *Jerusalem Report*, הרואה אור בשפה האנגלית, הקדיש ב־1995 גיליון לנושא האמריקניזציה של ישראל (ראו Schoffman 1995). בעמוד השער הופיע תצלום צבעוני של המבורגר עסיסי. עיתון הארץ פרסם ב־1998 סדרת מאמרים מתורגמים מהעיתונות הזרה תחת הכותרת "אמריקה – איום תרבותי?" (ראו הולנד 1998; ג'ונסון 1998; פטנס 1998). בלוגו של הסדרה נראה דגל אמריקה מתנוסס מעל כדור הארץ. ביום העצמאות האמריקני ב־1999 הקדיש ידיעות אחרונות גיליון של מגזין ממון לנושא "אמריקה שלנו", ועמוד הכותרת עוטר בתמונות של המבורגרים. כתב־העת *Israel Studies* הקדיש גיליון ובו מאות עמודים לאמריקניזציה של ישראל, ובעמוד השער הופיע תצלום של הזמר מייקל ג'קסון בהופעה בתל־אביב מ־1993 (Abramson and Troen 2000).

¹⁵ מאז 1976, הסיוע הכספי השנתי שמעניקה ארצות הברית לישראל גבוה מזה שהיא מעניקה לכל מדינה אחרת בעולם (Reich 1995, 93). ב־1990, למשל, קיבלה ישראל 37% מכלל סיוע החוץ הצבאי האמריקני ו־17% מכלל סיוע החוץ האזרחי האמריקני (שם, 157, הערות 2–5).

לב המציאות הישראלית גם מבחינה תרבותית. בשנות השבעים פסו מישראל האידיאלים הסוציאליסטיים ושרידי התרבות המרכז-אירופית והמזרח-אירופית, וארצות הברית הפכה למוקד ההזדהות והחיקוי הבלעדי כמעט. לצד "יותר בשר, פחות דגלים", אחת התופעות הבלטות בימי העצמאות בשנות התשעים היתה הנפת הדגל האמריקני לצד דגל ישראל. גם חלק מדוכני הפלאפל עוטרו בדגל אמריקני לצד דגל ישראל.

אמריקה היא החלום הישראלי, והמושג "לתפוס אמריקה" פירושו בשפה המדוברת להגיע לעושר ואושר. מילון סלנג מגדיר את המושג "אמריקה" כמציין "התפעלות מאיכותו, מיופיו, מעושרו וכד' של דבר מה" (אחיאסף, רדר ופרייס 1993). אין לתמוה אפוא על כי גילויי ההתנגדות למקדונלדיזציה ולאמריקניזציה בישראל ממוקמים בקצות הקשת הפוליטית-תרבותית. בישראל לא התפתח רגש אנטי-אמריקני רחב בעוצמה ובהיקף המופיעים במדינות רבות בעולם השלישי, במדינות מוסלמיות (שבהן אמריקה מכונה "השטן הגדול"), במדינות אמריקה הלטינית או באירופה. ישראל היא חברה פרו-אמריקנית במובהק.

בסאטירה של חנוך לוין, המשקפת את נבכי הנפש הגברית הישראלית (ואולי האוניברסלית), מוצגת אמריקה של הפנטזיה הישראלית כמחוז של נשים בלונדיניות שופעות וגברתנים חסונים, שהווייתם גשמית לחלוטין ומרוכזת כולה בגוף ובחפצים. בשביל הגבר הישראלי, אמריקה היא מוקד לתשוקה ולקנאה. בדמותה הנשית מופיעה אצלו אמריקה כצילום מגזיני של בלונדינית נחשקת, "רנדי מקדוגל", או "גיל ויליאמס-מילר". "מקדוגל" היא "בריאה, אוכלת ומעכלת כהלכה, מאוד יפה... כוכבת קולנוע מפורסמת ועשירה... היא יודעת מה תאכל מחר" (לוין 1999). היא "יושבת לה על הישבן הנפלא של עצמה על כסא קש במרפסת חוותה הענקית במונטנה", ואילו אנו בישראל נמצאים "מהצד הלא-נכון של האוקיינוס האטלנטי ומהצד הלא-נכון של הים התיכון" (שם). "וויליאמס-מילר" כאילו יצאה "מתוך ספר ילדות מאמריקה הרחוקה של הדרום, של השדות בשמש, המרחבים, אמריקה שבה הנשים יפות ושופעות, האוכל טוב, אף הוא בשפע" (לוין 1999).

אולם אמריקה של לוין היא גם גברית. היא מופיעה בדמות נהג משאית ענקית "היושב על מרומי כסאו" כ"משלט רב עוצמה, עמדת תצפית נוסעת ומנגחת" (לוין 1999). באגף הנהג, שהוא לכאורה "חדרון קטן מלבני כגודל בית שימוש", יש הכל: "טלפון ורדיו, מתקן להכנת קפה חם וריחני, מזווה עם לחמניות... ואפילו כיריים של גז לטיגון חביתות ונקניקים... יש לו הכל תבינו, לא תעלו בדמיונכם דבר שאין לו. מסופק לחלוטין, בריא" (שם). בפנטזיה הישראלית אמריקה היא ארץ עשירה, בריאה וחזקה, משופעת באביזרי נוחות טכנולוגיים ובמזון מהיר ומזמין. וכמובן, נהג המשאית אוסף בדרך את הבלונדינית הנחשקת. בדרכו המיוחדת, לוין חושף בפנינו את הפנטזיה האמריקנית של הישראלים במבט מלמטה, תרתי משמע.

דוגמה מעודנת יותר – אולי ממבט מלמעלה – לחיוב האמריקניזציה של ישראל מספק השבועון *Jerusalem Report*, שחוזר ומעלה את השאלה האם האמריקניזציה איננה מאיימת על הלאומיות היהודית בישראל:

אם אמריקניזציה ומערביזציה מתפשטים בעולם ללא מעצור, אם התענוגות של תרבות צרכנית חדגונית של גלגליות (רולרבליידיס) ושל מקדונלד'ס, של פקסים ושל מחשבים ניידים, של ניות מהבית באמצעות הטלוויזיה בכבלים... אם הישראלים, כמו כל האחרים, אינם עומדים בפני כל זה, מה יעלה בגורל המסורת, היהדות, ההקרבה העצמית — והציונות עצמה? (Schoffman 1995, 14)

האמריקניזציה הסוחפת מעלה לדיון מחודש את "פרדוקס הנורמליזציה" של הציונות (וכן של הקהילה היהודית בארצות הברית). מחד גיסא, הציונות שאפה להפוך את העם היהודי לעם ככל העמים. מאידך גיסא, המימוש המוצלח של שאיפה זו מאיים לערער את הבסיס התרבותי הייחודי ששימורו הוא מטרה לאומית בפני עצמה. "האם אמריקניזציה גסה תציף בסופו של דבר את תודעתנו ותהרוס את הערכים הנמצלים שלנו?" שואל השבועון בדאגה. אך תשובתו מרגיעה ואף מעודדת: אין סתירה בין שפע חומרי לערכיות תרבותית. יתרה מזו, "למען האמת, נהיה בני מזל אם ישראל תהפוך ליותר אמריקנית, במובן הנעלה של המונח". וכאן נפרשים התפיסה האידיאלית של אמריקה והמובן החיובי של האמריקניזציה, שהשבועון מאחל לישראל:

שפע עשוי להוביל ליתר תרבות. צרכנות היא המונית וסרת-טעם, אבל משמעותה גם בחירה, הזדמנות, תחושת פתיחות וחירות. השפע הוליד בלב אמריקנים רבים — ובהם יהודים — נדיבות ומסורת של התנדבות קהילתית. כאשר ארצנו מגיעה בניחותא לגיל הביניים, ישראלים רבים שואפים לחקות רוח זו. זוהי מנגינה שנמצאת רק בתחילתה (שם).

עמדתו של ה-*Jerusalem Report* רואה אם כן את האמריקניזציה באור חיובי, לא כצרכנות גרידא אלא כאידיאליזם תרבותי הנשען על שפע חומרי. אמריקה היא המודל שאליו ישראל צריכה לשאוף, ולא רק מעל דפי השבועון בשפה האנגלית. העמדה הלאומית-ליברלית הזו, הקוראת לשימור התרבות הלאומית במסגרת תרבות-גג אוניברסלית (ובעצם אמריקנית), מאפיינת בפועל את הזרם המרכזי בישראל — המעמדות הבינוני והגבוה — ומשקפת את חוויית החיים שלו.

הנטייה של המעמדות הבינוני והגבוה בישראל לאמריקניזציה היתה כרוכה — הן כסיבה והן כתוצאה — בתהליך השלום בין ישראל, מדינות ערב ואש"ף במחצית הראשונה של שנות התשעים. מקדונלד'ס הגיעה לישראל עם תהליך השלום. כבר הוזכר כי הזכיין הבלעדי של מקדונלד'ס בישראל היה מראשיה של תנועת שלום עכשיו. באוגוסט 1993 עסקו ראש ממשלת ישראל, יצחק רבין, וממשלתו בשתי סוגיות: הסכם אוסלו וייבוא טוגנים מוקפאים (הסרת ההגנה על המפעל הישראלי תפוד). וכך, בסמליות ראויה לציון, בישיבת הממשלה שבה אושר הסכם אוסלו אושר גם הסדר מסחרי שאפשר לפתוח בישראל את רשת ההמבורגרים (החלטת הממשלה 1993).

האם העיתוי המשותף לתהליך השלום ולהגעת מקדונלד'ס לישראל הוא מקרי?

לפי העיתונאי האמריקני תומס פרידמן אין זו זיקה מקרית. בספרו הגלובלי רב-המכר על הגלובליזציה, הלקסוס ועץ הזית: הגלובליזציה – מבט אל עולם משתנה (1999), פרידמן טוען ששתי מדינות שבהן פועלת רשת מקדונלד'ס לא יוצאות למלחמה זו בזו. אחת הדוגמאות המרכזיות בתיזת השלום של הקשתות המוזהבות היא העובדה שבין ישראל, מצרים, ירדן וערב הסעודית לא התחוללו מלחמות מאז הפכו כולן ל"ארצות מקדונלד'ס". לגבי ישראל, התיזה של פרידמן איננה רק קוריוז אלא גם אידיאולוגיה, והיא אף זוכה לתימוכין במחקר הסוציולוגי. חוקרים ביקורתיים שונים טוענים לקשר בין נטיית האליטות בישראל לשלום לבין נטייתן למקדונלדיזציה במובן הרחב של המילה, היינו לגלובליזציה ולאמריקניזציה.¹⁶ אלא שבניגוד לפרידמן, הסוציולוגים הביקורתיים אינם מתייחסים למקדונלדיזציה כאל נטייה תרבותית צרכנית ועממית המובילה לשלום, אלא כאסטרטגיה מדינית של אליטות עסקיות, השואפות לשילוב עולמי ואזורי תוך ניאורליברליזציה הפורצת דרך לשוקי ייצוא רחבים ולשוקי עבודה זולים. האליטות העסקיות בישראל והאליטות הפוליטיות הקשורות אליהן אכן אימצו את תיזת השלום של פרידמן והשתמשו בה בראשית שנות התשעים כאידיאולוגיה מובילה של פרויקט השלום. אחד המעבדים החשובים של אידיאולוגיה זו הוא שמעון פרס (1993). לדידו, יצירת "מזרח תיכון חדש" תעביר את המזרח התיכון מכלכלת מלחמה לכלכלת שלום, המשולבת בשוק העולמי. לפי תוכנית זו, השקעת הון של תאגידים גלובליים ומדיניות סחר חופשי ימלאו תפקיד מרכזי בפיתוח הכלכלי. לשם השקעה כזו נדרשת יציבות מדינית, והפיתוח הכלכלי מצדו יבטיח יציבות חברתית. יעדים מוצהרים ישנים של תנועת העבודה, כגון פיתוח כלכלי, חוסן לאומי, וגם צדק חברתי ודמוקרטיה – כל אלו עברו בשנות התשעים מהשפה השיתופית שנונחה זה מכבר לשפת השוק והמסחר.

ב-1998 הוזמן פרידמן להרצות בפני בכירי המשק הישראלי: בעלי חברות, מנכ"לים ואנשי ממשלה. העיתונות דיווחה כי "ראשי המשק הישראלי הקשיבו מרותקים". קטעים נרחבים מהרצאתו וכן תיזת השלום שלו (2000) פורסמו בעיתונות הישראלית (פרידמן 1998). דבריו לראשי המשק ראויים לציטוט:

כאשר המדינה שלך מתחברת לכלכלה הגלובלית, זה כמו להתחבר לשקע החשמל. בדרכים רבות המדינה שלך מתחילה להידמות יותר ויותר לחברה ציבורית שמניותיה מונפקות בבורסה, והיא כפופה למשמעת של שוק ההון. מדובר בלבישת כותונת משוגעים מוזהבת. זאת כותונת משוגעים משום שהכללים של הכלכלה הזאת הם נוקשים מאוד: הפרטה, צמצום המעורבות הממשלתית המפקחת, יחס נכון בין הגירעון לתוצר ואינפלציה נמוכה. מדובר בכותונת משוגעים הדוקה מאוד. כאשר כבר נדחת לאותה כותונת משוגעים מוזהבת, הכלכלה שלך מתחילה לצמוח, ולעומתה הפוליטיקה מצטמצמת. הכלכלה שלך צומחת והבחירות הפוליטיות מצטמצמות לבחירה בין קוקה-קולה לפפסי... אותה כותונת משוגעים מגיעה בגודל אחד בלבד ובצורה אחת בלבד" (שם, 20).

16 רם 1999; ביכלר וניצן 2001; בן פורת 1999; Shafir and Peled 2000; Shafir 1998.

מי שמכיר את התהפוכות הפוליטיות והכלכליות שעברו על ישראל בעשרים השנים האחרונות יכול לאשר כי דבריו של פרידמן נפלו על אוזניים קשובות. יתרה מזו, הקהל שישב מרותק מול אחד הדוברים הנמרצים של האמריקניזציה העולמית לא רק בחר ב"כותנת המשוגעים" הניאור-ליברלית, אלא תפר למעשה את הגירסה הישראלית שלה. התמהיל הכלכלי שפרידמן מציג מגיע לכל פינה בתבל באמצעות הארגונים הגלובליים – הבנק העולמי, קרן המטבע הבינלאומית, ארגון הסחר העולמי, ממשל ארצות הברית ועוד. תמהיל זה הפך למדיניות כלכלית מובנת מאליה, המוכתבת על ידי בנק ישראל ומשרד האוצר וזוכה לגיבוי מקיר אל קיר בשיח הכלכלני, העיתונאי והפוליטי בישראל, מלבד כמה חריגים. אף שבמישור הריטואלי פרויקט הגלובליזציה הזה משמר מחויבות לאומית, הרי במישור החומרי זהו פרויקט מובהק של גלובליזציה בגירסתה האמריקנית. הוא מוביל להשתלבות בשוק העולמי מתוך שאיפה לעמדת בכורה בשוק האזורי (ותוך הצטיינות בתחום ההיי-טק) ולהשתלבות בתרבות הצרכנית. הוא מוביל גם לתוצאות החברתיות של גלובליזציה עסקית בלתי מרוסנת מבחינה ציבורית. מקדונלד'ס היא רק גילוי בולט וסמלי של פרויקט זה.

דיון: הסימבוליזם של הסחורות

כיצד ניתן להבין, אם כן, את היחס בין הגלובלי ללוקלי כפי שהוא בא לידי ביטוי במקרה של מקדונלד'ס, במותגים דומים ובתהליך הגלובליזציה בכלל? מה ניתן ללמוד מן המקדונלדיזציה של ישראל על זהויות בישראל כיום?

בספרות המחקר העוסקת בשאלת הגלובלי והלוקלי מתעמתות ביניהן כאמור שתי גישות מנוגדות: גישה הגורסת כי הגלובליזציה מביאה לאחידות תרבותית (הומוגניזציה), ומולה גישה הגורסת כי הלוקליזציה מוסיפה לשמר את הריבוי ואת ההבדלים התרבותיים (הטרוגניזציה). הגישה הראשונה חוזה בדרך כלל אמריקניזציה של התרבויות השונות, ואילו השנייה חוזה כי התרבויות יוכיחו עמידות וייווצרו בהן מיזוגים חדשים בין העולמי למקומי. שתי הגישות זוכות לכינויים שונים: הראשונה מכונה אימפריאליזם תרבותי (Tomlinson 1991), מקדונלדיזציה (Ritzer 1995) ואף הצפה (Hannertz 2000, saturation). הגישה השנייה מכונה הכלאה (hybridization), ביות (indigenization), קריאוליזציה (creolization, Bhabha 1994),¹⁷ ואף הבשלה (Nederveen 1995; Howes 1996, maturation). לשם הבהירות, נתאר כאן את הגישה הראשונה כחד-סטריית, היינו כהשפעה מן הגלובלי אל הלוקלי, ואת השנייה כדו-סטריית, היינו כהשפעה הדדית בין הגלובלי ללוקלי. מתוך העימות התיאורטי בין הגישות מתבקשת לכאורה הכרעה אמפירית: איזו גישה נכונה יותר? אולם, לטענתי, ההכרעה המתבקשת איננה בבחינת בחירה פשוטה בין שתי השערות. הגישה החד-סטריית והגישה הדו-סטריית שתיהן "נכונות", אלא שהראשונה מכילה את השנייה.

¹⁷ קריאוליזציה היא עירוב. כך כונו בני התערובת באמריקה הלטינית, או ילידים מקומיים שהם צאצאי מהגרים מאירופה.

לגישה החד-סטריית שתי גירסאות: ביקורתית ושמרנית. ההצגה הרהוטה והידועה ביותר של הגירסה הביקורתית מופיעה בספרו של ג'ורג' ריצר, המקדונלדיזציה של החברה (Ritzer 1995). ריצר אחראי יותר מכל אחד אחר להפיכת שם הרשת לפועל המצביע על תהליך חברתי: מקדונלדיזציה. לדידו, הגלובליזציה היא מהלך חד-משמעי של האחדה, המבוסס על התייעלות טכנולוגית או על רציונליזציה אינסטרומנטלית – תופעה שהוגדרה על ידי מקס ובר. ריצר מתייחס למקדונלד'ס כתמצית המודרניות במובן הובריאני. המקדונלדיזציה היא "השיא של סדרת תהליכי רציונליזציה שהתרחשו במהלך המאה ה-20" (שם, 31). המקדונלדיזציה מושתתת על עקרונות כגון יעילות, חישוב, חיזוי ובקרה או פיקוח. בעיני ריצר, המקדונלדיזציה היא המשך ישיר של מופעים קודמים של אותה תופעה, כגון טיילוריזם ופורדיזם, שהתאפיינו אף הם בהאחדה של הייצור והצריכה על פי תקן קבוע, ברוטיניזציה (הפיכה לשגרה) של דפוסי החיים, ובפישוט של דפוסי העבודה (de-skilling) (שם, 24–27). מנקודת ראות זו, המקדונלדיזציה היא חלק מתהליך מתעצם של גלובליזציה, בין שהוא מומשג כרציונליזציה על פי הגישה הובריאנית, כקומודיפיקציה (הסחרה) על פי הגישה המרקסיאנית, או כקונסומריזציה (הצרכה) על פי הגישה הבודריאנית. בנג'מין בארבר מסכם את תמונת העתיד המצטיירת על פי גישה זו:

העתיד צופן בחובו מצב שבו כוחות מחץ טכנולוגיים וכלכליים יתבעו אינטגרציה ואחידות ויקבעו אנשים בכל מקום באמצעות מוזיקה מהירה, מחשבים מהירים ומזון מהיר – MTV, מקינטוש ומקדונלד'ס. הללו יוצקים אומות לתוך פארק-נושא (theme park) עולמי חדגוני, עולם-מק המאוחד באמצעות תקשורת, מידע, בידור ומסחר (Barber 1995, 4).

לגישה החד-סטריית גירסה נוספת, שמרנית, או ליתר דיוק ניאורליברלית. על פי גירסה זו, הגלובליזציה של הקפיטליזם הצרכני ושל הניאורליברליזם הפוליטי המתלווה אליו היא מהלך חובק עולם והיסטוריה. כל החברות משתוקקות להגיע לשלב ההתפתחות הזה, ולכן הוא מציין את "קץ ההיסטוריה" כמובן ההגליאני של ביטול הניגודים. לאחר נפילת חומת ברלין לא נותרה כל אפשרות אחרת. פרנסיס פוקוימה (1993) מספק את המתווה של ההיסטוריוזופיה ההתפתחותית של הקפיטליזם הדמוקרטי, ותומס פרידמן (1999) מספק את הסיפור הצבעוני על הלקסוס ועץ הזית. חברות "אטיות" נופלות בצדי הדרך ומפגרות אחר התקדמותן המואצת של החברות ה"מהירות". זהו הנרטיב הניאורליברלי של המקדונלדיזציה החד-סטריית. לסיכום, על פי הגישה החד-סטריית ליחסים בין הגלובלי ללוקלי על גירסאותיה השונות – הביקורתית והשמרנית – ההתפשטות והחדירה של הגלובלי אל הלוקלי(ים) גורמת לאחדה תרבותית ולאובדן ה"הבדל" הייחודי המקומי. לעומתה, הגישה הדרו-סטריית רואה את הגלובליזציה כתנועה בשני הכיוונים: מהגלובלי אל הלוקלי ובחזרה. הלוקלי בולם, מעדן או מעצב מחדש את הגלובלי, כך שתרבויות מסורתיות ומקומיות אינן נעלמות אלא רק סופגות לתוכן את הזרימות הגלובליות ומעכלות אותן תוך כדי שינוי. ארג'ון אפדוראי, מבעלי הגישה הדרו-סטריית, גורס כי אין לחשוב על התהליכים התרבותיים של הגלובליזציה

במונחים של זרימה מכנית מן המרכז אל הפריפריה. המורכבות של תהליכי הגלובליזציה וחוסר התיאום ביניהם (disjuncture) מאפשרים התגוששות כאוטית ללא הכרעה בין הגלובלי למקומי (Appadurai 1996, 334). אולף הנרץ מעריך כי במרוצת הזמן תהליך הקליטה של העולמי במקומי תוך ביותר – תהליך שהוא מכנה הבשלה – יגבר על מה שנראה במבט ראשון כהצפה של התרבות המקומית על ידי התרבות הגלובלית (Hannertz 2000).

הגישה הדורסטית קנתה לה אחיזה רחבה. חוקרים שערכו תצפיות אתנוגרפיות בסניפי מקדונלד'ס במזרח אסיה הסיקו כי האינטראקציה בין מקדונלד'ס לתרבות המקומית היא דו-כיוונית. אף שמקדונלד'ס שינתה מנהגים מקומיים, לא פחות מכך הצליחו הלקוחות להפוך את סניפי מקדונלד'ס באזוריהם למוסדות מקומיים, וכך "McDonald's does not always call the shots" (Watson 1997a, 7). לגירסתם, בתחום התרבות הפופולרית לא ניתן עוד להבחין בין המקומי לבין מה שבא "מבחוץ". מי קובע שמיקי מאוס איננו יפני, או שרונלד מקדונלד איננו סיני – מתריסים חוקרים אלו ומעלים אפשרות שמדובר בתרבות שלישית, טרנס-לאומית, שאינה שייכת ללאום זה או אחר (שם; Watson 1997b). בהקשר הקולינרי, השילוב הטרנס-לאומי בין הסמליות הלוקלית לשיטה הגלובלית הפך כבר לסגנון קולינרי בפני עצמו – מטבח הנובו-גולבל (nuevo global cuisine) (Springen 2003).

דיון: הפטישיזם של הסחורות

כאמור, מתבקשת לכאורה הכרעה אמפירית בין שתי הגישות התיאורטיות ליחס בין הגלובלי ללוקלי. אך למעשה, המתבקש הוא בדיוק להפך: יישוב תיאורטי של ממצאים אמפיריים שונים. לדעתי, שתי הגישות "נכונות", אבל הן מתארות מישורים שונים של המציאות החברתית. יש להבחין בין הרמה הסמלית, של המנהגים הנצפים או התפיסות המובעות, שאליה מתייחסת הגישה הדורסטית, לבין הרמה המבנית, שהיא רמה תשתיתית ולא תמיד ניתנת לצפייה ישירה ללא הבניה אנליטית, שאליה מתייחסת הגישה החד-סטריית. הרמה הסמלית אינה חייבת לשקף באופן פשוט וחד-משמעי את הרמה המבנית, אך שתיהן קשורות זו בזו. לטענתי, ניתן לתאר את הגלובליזציה כמהלך חד-סטרי ברמה המבנית, אף אם הוא דורסטי ברמה הסמלית. ברמה הסמלית מקדונלד'ס ופלאפל מתיישבים זה עם זה, אבל ברמה המבנית אופני הייצור והצריכה של הפלאפל עברו תהליכי מקדונלדיזציה.

בגישה הדורסטית לגלובליזציה, המדגישה את העיקשות של ה"הבדל" התרבותי, יש אם כן יותר מקורטוב של אמת אמפירית. ברמת הסמלית של המנהגים אכן אפשר לראות מגוון שאינו נכנע לאחידות: הפלאפל חוזר ומהביל בפיתה, ההמבורגר גדול יותר וכשר לפסח, ומעל לצומת גולני מתנוסס נס החטיבה הצבאית ולא סמל רשת המזון. אך ברמה המבנית משתרר עד מאוד הזהה, המשווה את כל המקומות ומצרף אותם למרחב חברתי אחד, אף אם לא שוויוני. אפשר להמחיש זאת בעזרת הדוגמה של דגל לאומי. ברמה הסמלית, כל דגל לאומי הוא בעל תוכן ייחודי – בסמליו, בצורתו, בצבעיו – ובזאת

תפארתו. אך ברמה המבנית עצם ה"דגליות" הופך את כל הדגלים לדומים במשמעותם, ומתרגם את כל הזהויות ל"שפת הדגליות". זו שפה אחת, שפת מדינת הלאום, גם אם דובריה משתמשים במילים שונות.¹⁸ במקרה של המקדונלדיזציה, השפה המשותפת היא שפת הארגון החברתי המסחרי-אינסטרומנטלי-טכנולוגי, שפת הקומודיפיקציה-רציונליזציה. שפה זו משתררת גם כאשר היא מופיעה בגירסאות שונות.

אפשר לטעון עוד, כי לא רק שה"הבדל" משני ל"זהה", אלא שההבדל הוא האליבי של הזהה: מגוון הזהויות התרבותיות מסתיר את אחדות האינטרסים של ההון, ואפילו משרת את הצרכים השיווקיים שלו באמצעות ריבוי "גומחות", "סגנונות" ו"פלחי שוק". כפי שקבע נכון פרדריק ג'ימסון, פסיפס הזהויות והסגנונות המאפיין את התרבות הפוסטמודרנית אינו אלא השתקפות צרכנית של שיטת הייצור החדשה, הפוסט-פורדיסטית. הסבב המואץ-אופנתית של צריכה פוסטמודרנית משרת את הסבב המואץ-טכנולוגית של הייצור, הן תוך המצאת שווקים והן תוך שיווק המצאות, כלומר תוך שינויים תכופים ויצירת שווקים חדשים. לפיכך, הפוסטמודרניות היא התצורה התרבותית של הפוסט-פורדיזם (Jameson 1998).

לטענתי, הרב-תרבותיות המודגשת בשיח הפוסטמודרניסטי כזירה של הבדלים תרבותיים, הזהות המקומית המודגשת בשיח הפוסטקולוניאלי כמסד לחתרנות ולמרדנות, והטקסים היומיומיים המודגשים בשיח האתנוגרפי כאתרים של פרשנות אוטונומית – כל אלו נשזרים היטב בסבב הסחורות הפוסט-פורדיסטי ואף מתפקדים בו. משתמע מכאן כי זרמים אינטלקטואליים המבקשים לתת קול לקבוצות מוכפפות, נדכאות ושוליות באמצעות חשיפת ה"הבדל" המקומי, הייחודי או האתני עלולים להחמיץ מרוב קולות את הקול האחד והמונוטוני שברקע – קולה של מקהלת הגלובליזציה.¹⁹

המעבר של הפלאפל החדש ממאכל למותג ממחיש את טיעוני. לכאורה, המקדונלדיזציה לא רק שלא הביאה קץ לפלאפל, אלא אף חידשה את חייו, ובכך קוימה מצוות הקריאוליזציה הדו-סטרית. אך החיים החדשים של הפלאפל הם חיים של מקדונלדיזציה לכל דבר: הפלאפל הפך לסחורה סטנדרטית מפס ייצור מכני המוני, או, בגירסה אחרת של המקדונלדיזציה, הוא עבר תהליך של "גורמיזציה" ו"אתניזציה" מסחריים. ריק פנטסיה הגיע למסקנה דומה על היחסים בין הקרואסון למקדונלד'ס בצרפת; לדידו, "המדיום (היינו הארגון החברתי של המזון) הוא המסר, ולכן [אין לדבר על] חליפין פשוטים של 'טעמים' תרבותיים שווי משקל" (Fantasia 1995, 234). הפלאפל או הקרואסון אמנם משמרים באופן סמלי את המורשת המקומית בעיני הצרכן, אך באופני הייצור והצריכה שלהם חל שינוי מהותי.

¹⁸ קולעת כאן הערתו של בנדיקט אנדרסון (1999) על הסתירה שבתפיסה העצמית של ייחודיות המשותפת לכל הלאומים.

¹⁹ לניתוח דומה של המקרה של בובת הבארבי, ראו Varney 1998. לניתוח המקרה של דמות פוקאהנטס, ראו Ono and Buescher 2001. שני המקורות מנתחים את התהליך שבו איקונות ומיתוסים מקומיים ומסרים חתרניים רב-תרבותיים ופמיניסטיים מנוכסים לסבב הסחורות הקפיטליסטי.

המחשה נוספת מספק המקרה של צומת גולני. בעימות בין שוחרי החטיבה לבין הרשת ניצחו לכאורה הראשונים: כמו במשחקי תנועות הנוער, הם הצליחו להוריד מראש התורן את הנס של מקדונלד'ס ולהניף תחתיו את סמל החטיבה. אבל זהו ניצחון ריטואלי. במישור החומרי, חיילים אוכלים במקדונלד'ס מחוץ לצבא ואף בתוך מחנותיו. גם בעימותים בנושא שמירת השבת, מעבר למאבקי הרחוב הריטואליים, התיווך הממשי של הזוהת בישראל מתבצע בידי ארגונים מסחריים עולמיים: חברת אפריקה-ישראל ומקדונלד'ס. כאשר מתעורר ויכוח לאומי, כמו הוויכוח על סניף ברגר קינג בשטחים הכבושים, הדיונים מתנהלים בווישינגטון ולא בתל-אביב או בעזה. גם תהליך השלום הישראלי-ערבי הפך למעין פרויקט מסחרי, המתורגם למונחים של מדיניות כלכלית ניאוליברלית, השתלבות בשוק הגלובלי, הבאת משקיעים זרים וצמיחה כלכלית. חלק מתומכי התהליך מודעים לכך וחלק ממתנגדיו מתריעים על כך. התערבותו של הנשיא ויצמן ממחישה היטב את הפער בין זירת הזוהת הריטואלית, שבה יכולה להדהד רטוריקה אנטי-אמריקנית, לבין זירת הזוהת החומרית, שבה הכל הופך ל"אמריקה". כפי שנוכחנו, אפילו ההתנגדות לגלובליזציה פועלת במסגרתה. ושוב, מה שנכון לגבי צרפת, כפי שגילה ריק פנטסיה במחקרו, נכון גם לגבי ישראל: "הניסיון לגונן על תצורות תרבותיות מסורתיות אל מול 'מסחריות זולה', בעוד שבפועל מעוררים את 'כוחות השוק' כמתווך הבלעדי של יחסים אנושיים, הוא ניסיון שנועד לכישלון" (שם, 233).

בהוראה רחבה, מקדונלדיזציה היא לא רק המבורגר ואפילו לא רק אוטומטיזציה של הייצור וסטנדרטיזציה של הצריכה, אלא מסחור מקיף של היחסים החברתיים ושל המוצרים החברתיים. מרקס (1953, כרך א, חלק 1, פרק 4) הגדיר תהליך זה כפטישיזם של סחורות. במסגרת זו, היחסים בין בני האדם מופיעים כיחסים בין אובייקטים, ואילו היחסים בין סחורות מופיעים כיחסים בין סובייקטים: בין בני האדם מתקיים מגע חליפין מופשט ואילו הסחורות מייצגות זהויות. מקדונלדיזציה היא לפיכך לא רק המבורגר, אלא גם בחירות אישיות, עובדים של קבלנים ושל חברות כוח אדם, סחר סיטוני בנשים לזנות (עוד תחום שישראל מצטיינת בו), הפרטת קבוצות כדורגל (הקונות שחקנים זרים) ומכירתן למיליונרים, והפיכת האוניברסיטאות לשלוחות מחקר של חברות ההיי-טק.

לסיכום, כמו במקרים אחרים בעולם, גם בישראל מתפתחות כו-בזמן תרבות המק-עולם ותרבות הג'יהאד (Barber 1995), או תרבות הרשת ותרבות הזוהת (self) (Castells 1997). בחינה של החברה הישראלית מתוך פרדיגמת הגלובליזציה,²⁰ ויישום של בחינה זו במקרה המבחן של המקדונלדיזציה, אפשרו לנו לעמוד על ההתפתחות החשובה ביותר בתרבות הפוליטית בישראל בזמננו: ההתפתחות החד-סיבתית והבו-זמנית של שתי תרבויות פוליטיות משולבות ומנוגדות: תרבות השוק המבנית ותרבות הזוהת הסמלית.

אחרית דבר

המחקר שביסוד למאמר זה נערך בשלהי שנות התשעים, והמאמר נכתב בשנים 2000–2001. נוסח זה נחתם בסוף 2002 ומתפרסם בסוף 2003. מאז שנכתב המאמר התנפצה בועת הדוט־קום בכורסות של ניו־יורק ושל תל־אביב; מגדלי התאומים הותקפו בידי קנאים מוסלמים וקרטו; תאגידים עסקיים עולמיים התגלו כמאורות של נוכלים ופשטו את הרגל; ארצות הברית, שהצליחה להפיל את הגוש הקומוניסטי "בדרכי נועם", חושפת עתה ציפורניים צבאיות מול האיום האיסלאמי; הסכמי אוסלו הופרו בגסות והאזור נשטף במרחץ הדמים של הטרור הפלסטיני והישראלי; חברת מקדונלד'ס הודיעה על הפסד לראשונה בתולדותיה; ורשת פלאפלים סגרה את סניפיה. האם כל זה מבשר על סופה של הגלובליזציה? האם הלוקלים למיניהם מתגלים כחסינים יותר? האם מסקנותיו של מאמר זה מתאימות לשנות התשעים אך לא בהכרח לשנות האלפיים? שאלות אלו ראויות כמובן למחקר נוסף. אם אפשר לסיים בהימור, אזי "עוד לא ראינו כלום". הגלובליזציה כפי שהכרנו אותה בשנות התשעים היתה רק ההתחלה.

ביבליוגרפיה

- אחיאסף, עודד, רענן אחיאסף, גוני רדר, ושלומי פרייס, 1993. לקסיקון הסלנג העברי והצבאי, פרולוג, תל־אביב.
- אלמוג, עוז, 1991. "אנדרטות לחללי מלחמה בישראל: ניתוח סמיוולוגי", מגמות ל"ד (2): 179–210.
- _____, 1994. "הזלילה הגדולה", העיר, 14.10.1994: 104–107.
- אנדרסון, בנדיקט, 1999. קהילות מדומיינות, האוניברסיטה הפתוחה, תל־אביב.
- אתר הנצחה ומוזיאון גולני, ללא תאריך (נאסף ב־1998). דף מידע למבקר.
- בי.די.י. (BDI) ביזנס דאטה ישראל, 1997. רשתות ההמבורגרים: דוח.
- ביכלר, שמשון, ויונתן ניצן, 2001. "מרווחי מלחמה לדיווידנדים של שלום", בחזרה אל מארקס: אסופת מאמרים, ערך בנימין כהן, הקיבוץ המאוחד, תל־אביב.
- בן פורת, אמיר, 1999. "כמה עשתה הפועל? הטרנספורמציה של הכדורגל הישראלי לסחורה", מגמות 39 (4): 517–534.
- בנק ישראל, 2000. "עובדים זרים בישראל", דוברות והסברה כלכלית, 18.12.2000, <http://www.bankisrael.gov.il/press/msgs/977134290/001218a.htm>
- ברבש, חני, 2000. "סקר: 79% מן האוכלוסייה מזמינים משלוחי מזון מהיר", הארץ, 14.3.2000: 6ג.
- _____, 2000. "סקר: הוצאות הישראלים על משלוחי מזון — מיליארד שקל בשנה", הארץ, 28.3.2000: 6ג.
- _____, 2000. "BDI: מכירות מזון מהיר בכמיליארד שקל ב־2000", הארץ, 24.10.2000: 4ג.
- _____, 2000. "טבעול מרחיבה הפעילות בשוק הארוחות האישיות", הארץ, 8.11.2000: 7ג.

- ברגר, תמר, 1999. דיוניסוס בסנטר, הקיבוץ המאוחד, תל-אביב.
- ברזילי, אמנון, 2000. "נשק נגד אי-השוויון החברתי: המבורגר לכל חייל", הארץ, 11.9.2000 : 6א.
- גבעון, ליאורה, 1993. "אשליית החוויה האמריקנית", העיר, 20.8.1993 : 41.
- ג'ונסון, פול, 1998. "אנגלית שפה יפה", הארץ, 16.6.1998 : 5.
- גרוס, יעל, 1999. "יותר בשר, פחות דגלים", מעריב, 20.4.1999 : 4.
- ד.י., 1998. "צומת גולני — הנצחה ו'מקדונלד'ס", מודעה, הארץ, 22.2.1998.
- הולנד, אנישקה, 1998. "לא לתת לכסף להחליט", הארץ, 5.6.1998 : 5.
- החלטת הממשלה, 1993. "יבוא טוגנים קפואים", החלטה 1857, 31.8.1993.
- הכהן, רן, 1998. "אכן, השטן הגדול", העיר, 3.7.1998 : 58–59.
- הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2000. שנתון סטטיסטי לישראל 51, טבלה 11.11, ירושלים.
- זוהר, עזרה, 1994. פילגש במזרח התיכון, דביר, תל-אביב.
- זך, יניב, 2000. "נובו פלאפל", הארץ, 2.11.2000 : 1ד–2ד.
- חורש, הדר, 1997. "לבייב מתגונן", ידיעות אחרונות, שבעה ימים, 14.3.1997 : 62–65.
- חן, שושנה, 1998. "קיצור תולדות הזלילה", ידיעות אחרונות, 10.4.1998 : 20–21.
- , 1999. "שותים קולה, נוהגים במאזדה", ידיעות אחרונות, ממון, 8–9.
- , 2001. "מתנפלים סידרתיים", ידיעות אחרונות, ממון, 11.5.2001 : 4–5.
- חן, שושנה, לימור שמואל, וצבי זינגר, 1999. "קציצה פוליטית", ידיעות אחרונות, 29.8.1999 : 13.
- חסדאי, יעקב, 1998. על סף היובל. הד ארצי, תל-אביב.
- יונה, יוסי, ויצחק ספורטא, 2003. "מדיניות קרקע ודירור: מגבלותיו של שיח האזרחות", מרחב, אדמה, בית, ערך יהודה שנהב, מכון ון ליר בירושלים והוצאת הקיבוץ המאוחד, ירושלים ותל-אביב, עמ' 142–165.
- יפתחאל, אורן, ואלכסנדר (סנדי) קידר, 2000. "על עוצמה ואדמה: משטר המקרקעין הישראלי", מרחב, אדמה, בית, ערך יהודה שנהב, מכון ון ליר בירושלים והוצאת הקיבוץ המאוחד, ירושלים ותל-אביב, עמ' 18–51.
- כהן, ינון, יצחק הברפלד, גיא מונדלק, ויצחק ספורטא, 2001. "שיעור המאורגנים בארגוני עובדים וכיסוי הסכמים קיבוציים: תמונת מצב 2000", מאמר לדין 9.01, הרשות לתכנון כוח אדם, מדינת ישראל, משרד העבודה והרווחה, ירושלים.
- כותן, אסנת, 2000. "ולנו יש פלאפל", מעריב, עסקים, 1.8.2000.
- כרוז, 1998. "מה לא בסדר במקדונלד'ס?", צירופימקרים, תל-אביב.
- לוי, חנוך, 1999א. "מתן כבוד למכוניות גדולות", מערכונים ופזמונים 2: הג'יגולו מקונגו, הקיבוץ המאוחד, תל-אביב, עמ' 61–62.
- , 1999ב. "האם טוב להיות רנדי מק'דוגל?", מערכונים ופזמונים 2: הג'יגולו מקונגו, הקיבוץ המאוחד, תל-אביב, עמ' 77.
- , 1999ג. "אשה ליד בית בשדה פרחים סמוך לאטיקה, אינדיאנה", מערכונים ופזמונים 2: הג'יגולו מקונגו, הקיבוץ המאוחד, תל-אביב, עמ' 85.

- מארקס, קארל, 1953. הקפיטאל, ספריית פועלים, מרחביה.
- מוסה, ג'ורג', 1981. "פולחן החייל המת: בתי קברות לאומיים ותחיה לאומית", זמנים 6: 3-14.
- מועלם, מזל, ועמוס הראל, 2000. "תא"ל איתם: ערפאת רוצח עלוב", הארץ, 26.12.2000: 7א.
- מושיף, שירלי, 1999. "בגלל אופיו של שינקין ולזכר יערות הגשם", העיר, 25.6.1999: 27.
- מידן, ענת, 1997. "עד הצ'זבורגר האחרון", ידיעות אחרונות, שבעה ימים, 24.1.1997: 12-16.
- מילבלום, רמי, 2000. "אדום בשדרה", העיר, 28.9.2000: 24.
- מערכת וואלה, 2001א. "פרס כוכב ישראל 2001 הוענק לאריות קומבינה של בורגראנץ'", 2.12.2001.
<http://www.walla.co.il>
- _____, 2001ב. "שתיים יין עם גבינה, קראוסון? לפי השר לנדאו אתם עוכרי ישראל", 17.1.2001.
<http://www.walla.co.il>
- _____, 2002א. "מקדונלד'ס – הגירסה הים תיכונית: 'מק-פלאפלי'", 22.1.2002.
<http://www.walla.co.il>
- _____, 2002ב. "מקדונלד'ס: אין הסכם עם הרבנות", 19.2.2002, <http://www.walla.co.il>.
- נרקיס, חגית, 1999. "מקדונלד'ס נפתח, בשינקין מפגינים", עיתון תל-אביב, 30.7.1999: 14.
- סולידריות, 2001. "מי אנחנו", <http://www.bdudut.com/solidarity>.
- סופרי מעריב, 1995. "אחרי האסון בערד: הנשיא ויצמן: עם ישראל צריך להיזהר ממקדונלד'ס, ממייקל ג'קסון וממדונה", מעריב, 21.6.1995: 5.
- סלומון, שושנה, ושגיא חמץ, 2001. "סינדיקט", *The Marker*, (דצמבר): 28-36.
- פוקימה, פרנסיס, 1993. קץ ההיסטוריה והאדם האחרון, אור עם, תל-אביב.
- פטנס, דייוויד, 1998. "אל תדכאו את היצירתיות", הארץ, 17.6.1998: 2ב.
- פלוצקר, סבר, 1999. "אמריקה שלנו – אוקיינוס מפריד בינינו", ידיעות אחרונות, ממון, 6.7.1999: 6-7.
- _____, 2002. "תור הזהב לעניים", *YNET* כלכלה, 21.3.2002, <http://www.ynet.co.il>.
- פרידמן, תומס, 1998. "ביג מק משכין שלום", הארץ, 5.12.1998: 1ב.
- _____, 1999. הלקסוס ועץ הזית: הגלובליזציה – מבט אל עולם משתנה, מעריב, תל-אביב.
- _____, 2000. "שלום עם מקדונלד'ס", הארץ, 27.3.2000: 1ב.
- פרס, שמעון, 1993. המזרח התיכון החדש: מסגרת ותהליכים לעידן השלום, סטימצקי, בני-ברק.
- צוקרמן, משה, 1993. שואה בחדר האטום, הוצאת המחבר, תל-אביב.
- צורף, איילה, 2003. "המיתון ושגיאות שיווקיות הפילו את ברגר קינג", הארץ, 6.2.2003: 1ג, 4ג.
- זיין, ארנה, 1999. "כשר אחר", הארץ, 15.11.1999: 2ד.
- קסלר, גבי, ועדה כהן, 1999. "המבורגר פוליטי: עימות מדיני בגלל קציצה", מעריב, 29.8.1999: 8-9.
- רובינשטיין, אריאל, 2000. "עשר הערות על הנוכחים השקופים", מקום למחשבה – בשער, אפריל.
- רוזנטל, רוביק, 2001. "שלטים מאירים", מעריב, 9.11.2001.
- רם, אורי, 1999. "בין הנשק והמשק: ישראל בעידן העולמקומי", סוציולוגיה ישראלית, ב (1): 99-145.
- _____, 2003. "פרה-פרו", פוסט-ניאר: המפה של הסוציו-פוליטיקה הישראלית בתחילת המאה ה-21",

- בשם הביטחון: סוציולוגיה של שלום ומלחמה בישראל בעידן משתנה, ערכו מאג'ד אלהאג' ואורי בן-אליעזר, אוניברסיטת חיפה, חיפה.
- שביד, אליעזר, 1996. "ציונות בעידן הפוסט-מודרניסטי", הציונות שאחרי הציונות, ביאליק, ירושלים.
- שלג, יאיר, 2000. "רוסיה: מאבקי כוח בין הרבנים של מחנות לבייב וגוסינסקי", הארץ, 27.12.2000: א7.
- שמואל, לימור, 1999. "הלקוחות זועמים: למה לערב אוכל עם פוליטיקה", ידיעות אחרונות: 13.
- שנהב, יהודה, 1995. מכונת הארגון, כתר, ירושלים.
- Abramson, Glenda, and S. Ilan Troen, 2000. "The Americanization of Israel," *Israel Studies* (Special Issue) 1(1).
- Appadurai, Arjun, 1996. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy," in *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: The University of Minnesota, pp. 27–47.
- Avraham, Eli, 2003. "I Buy American: The American Images as Reflected in Israeli Advertising," *Journal of Communication* 53 (2): 282–299.
- Barber, Benjamin R., 1995. *Jihad vs. McWorld: How Globalism and Tribalism are Shaping the World*. New York: Times Books.
- Barboza, David, 2002. "When Golden Arches are too Red, White and Blue," *New York Times* 14 (October):1, 11.
- Bhabha, Homi K., 1994. *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Braverman, Harry, 1974. *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*. New York: Monthly Review Press.
- Castells, Manuel, 1997. *The Power of Identity, The Information Age*, Vol. 2. Oxford: Blackwell.
- Fabbrini, Sergio, 2002. "The Domestic Sources of European Anti-Americanism," *Government and Opposition* 37: 3–14.
- Fantasia, Rick, 1995. "Fast Food in France," *Theory and Society* 24: 201–243.
- Gordon, Philip H., and Sophie Meunier, 2001. *The French Challenge: Adapting to Globalization*. Washington, D.C.: Brookings Institute.
- Hannertz, Ulf, 2000. "Scenarios for Peripheral Cultures," in *Culture, Globalization and World-System*, ed. Anthony D. King. Minneapolis: The University of Minnesota Press, pp. 107–128.
- Howes, David, 1996. *Cross-Cultural Consumption: Global Markets, Local Realities*. London: Routledge.
- Jameson, Fredric, 1998. *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983–1998*. London: Verso.
- Kuisel, Richard, 1993. *Seducing the French: The Dilemma of Americanization*. Berkeley: The University of California Press.

- Laskier, Michael M., 2000. "Israeli Activism American Style: Civil Liberties, Environmental and Peace Organizations as Pressure Groups for Social Change," *Israel Studies* 5: 128–152.
- Leidner, Robert, 1993. *Fast Food/ Fast Talk*. Berkeley: The University of California Press.
- McDonald's Corporation, 2002. *Financial Report*. OAK Brook IL: McDonald's Corporation.
- Nadeau, Barbie, et al., 2000. "McParadox," *Newsweek* (July) 10: 12–15.
- Nederveen, Jan Pieterse, 1995. "Globalization as Hybridization," in *Global Modernities*, eds. Mike Featherstone, Scott Lash, and Roland Robertson. London: Sage, pp. 45–69.
- Ono, A. Kent, and Derek T. Buescher, 2001. "Deciphering Pocahontas: Unpacking the Commodification of a Native American Woman," *Critical Studies in Media Communication* 18: 23–43.
- Pells, Richard, 1997. *Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated and Transformed American Culture Since WWII*. New York: Basic Books, Harper Collins.
- Ram, Uri, 2000. "The Promised Land of Business Opportunities: Liberal Post-Zionism in the Glocal Age," in *The New Israel: Peacemaking and Liberalization*, eds. Gershon Shafir, and Yoav Peled. New York: Westview Press, pp. 217–240.
- Reich, Bernard, 1995. *Securing the Covenant: US-Israel Relations after the Cold War*. Westport CO: Greenwood Press.
- Ritzer, George, 1995. *The McDonaldization of Society*. London: Sage.
- Royle, Tony, 2000. *Working for McDonald's in Europe: The Unequal Struggle*. New York: Routledge.
- Schlosser, Eric, 2000. *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*. New York: Harper Collins.
- Schoffman, Stuart, 1995. "The Americanization of Israel," *The Jerusalem Report*: 12–14.
- Shafir, Gershon, 1998. "Business in Politics: Globalization and the Search for Peace in South Africa and in Israel/Palestine," *Israel Affairs* 13: 103–120.
- Shafir, Gershon, and Yoav Peled, 2000. "Peace and Profits: The Globalization of Israeli Business and the Peace Process," in *The New Israel: Peacemaking and Liberalization*, eds. Gershon Shafir, and Yoav Peled. New York: Westview Press, pp. 243–265.
- Shindler, Colin, 2000. "Likud and Christian Dispensationalists: A Symbiotic Relationship," *Israel Studies* 5: 153–182.
- Sofer, Arnon, 2001. "Israel in the World Order: Social and International Perspectives," in *Peacemaking in a Divided Society*, ed. Arnon Sofer. London: Frank Cass, pp. 9–25.
- Springen, Karen, 2003. "Bilateralism on a Bun," *Newsweek* (December 2002–February 2003): 84–85.
- Tomlinson, John, 1991. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. Baltimore MD: Johns Hopkins University Press.

Varney, Wendy, 1998. "Barbie Australis: the Commercial Reinvention of National Culture," *Social Identities* 4: 161–175.

Watson, James L., 1997a. *Golden Arches East: McDonalds in East Asia*. Stanford, California: Stanford University Press.

—, 1997b. "Transnationalism, Localization, and Fast Food in East Asia," in *Golden Arches East: McDonalds in East Asia*, ed. James L. Watson. Stanford: Stanford University Press, pp. 1–38.



צילום: איתי מאור. סניף מקדונלד'ס, צומת גולני