

世界中がハンバーガー

- ・アメリカナイゼーション＝アメリカ化。
 - ・超高層ビル。
 - ・大衆文化。
 - ・ファーストフード
- ・ファーストフード（＝アメリカナイゼーション）
 - ・ファーストフードの流行は、ネーションを超えた世界的な力の現れ。
主権・領土・人民 強力な資本力
世界中のどの都市に行っても、同じ施設、同じ味
 - ・アメリカナイゼーションという、ネーション・ステートを超えて広がる文化の波及。
二十世紀文化の本質
 - ・アメリカナイゼーションは、資本が商業の形態をとりながら文化の様式を携えて世界を均質化する
- ・ファーストフードが広まった理由
 - ①都市生活者の食事のしかたが気軽さを好むようになった＝食習慣の簡便化
 - ②人間の集合形態の変化。
 - ・家族の絆が緩み、解体する。
- ・宮廷社会食習慣
 - ・日常生活の中の非日常性であった。
生命の維持 娯楽、社交、政治的な効果
- ・市民社会
 - (a)さまざまなタイプの宴会形式を生む＝共食
 - ・レストラン
 - ・家族の共食形式（一家団欒）
 - ・家族制度の強化
 - (b)私的な生活の増大＝孤食
 - ・絆の希薄化。
 - ・人間の行動パターンの変化

⇐

・ 個人的、多様

- ・ 人間の接触が煩わしい
- ・ 食事は社交の至上の快樂ではなくなった。

⇐

- ・ 食事を簡便に済ませる

⇐

・ ハンバーガー店

- ・ セルフサービス。
- ・ 内装を統一。
- ・ メニューの画一化。
- ・ 厨房の廃止。
- ・ ネットワークの端末＝中央管理。

- ・ 文化的な意味を失わせた。
- ・ 人々の接触の様相を変えた。

支持

- ・ 家族の団欒を拒否する若者。
- ・ 猛烈な仕事の忙しさの中で時間を節約したい人間。
- ・ 他人との煩わしい関係や店員との接触を最小限に抑えたい人間。

・ 従来の外食の施設＝多様化

- ・ ファースト・フード＝規格化＝無国籍

アメリカ

実体がない。イメージ。

⇐

世界中に広がった。

ナーション固有の文化の希薄化

・ 意識されない感覚的な影響

- ・ 貧困としか言いようのないメニューに慣れること。
- ・ 都市の遊民になっていくこと。
 - ・ 自分が所属する都市固有の食文化を見失っている。
- ・ 我々自身を世界化していくこと。
 - ・ 世界的な規模まで広がった同一の網目に組み込むこと。

・ ファーストフード

- ・ 巨大なネットワーク。
- ・ 巨大な帝国。
- ・ 巨大なメディア。