بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي للمقهى المصرية

دراسة ميدانية على عينة مختارة في مدينة القاهرة

الباحثة /أمل عبد الفتاح أحمد موسى

تعد المقهى رمزًا أصيلاً للمجتمع المصري؛ باعتبارها من مفردات البنية التحتية وعنصر حيوي في الممارسات اليومية –وإن تغيرت عبر الحقب التاريخية– فما أكثر من لاذ بها قاصدًا قتل وقت الفراغ، أو طلبًا للمعرفة، أو راغبًا في الرزق؛ ومن ثم لم تعد المقهى مسلمة بديهية وإنما نتاجًا لظروف وأوضاع تتطور، وظلت قادرة على الموائمة بين الأصالة والمعاصرة، وبين الثبات والتغير؛ وقد شهدت – ومازالت– تغيرًا في أدوارها ونوعية روادها وأسمائها انعكاسًا للتغيرات الاجتماعية والثقافية التي يشهدها المجتمع المصري.

ومع أنه ليس ثمة تاريخ محدد لنشأة المقاهي المصرية، غير أن البعض يرجعها إلى قدماء المصريين، اعتمادًا على أن المصري القديم كان يقضى وقت فراغه في مكان مبطن بالخوص يستمع فيه إلى آلة الهارب الفرعونية، ويتناول فيه عصير العنب ويناقش فيه أحوال الفيضان، إلى أن تطور شكل المقهى فاخذت شكلها التجاري أثناء الاستعمار الروماني، وأطلق عليه اسم الخان، وكان مزودًا بمكان للمبيت يقصده المارة ليقضوا ليلتهم قبل استئناف السفر.[١]

إلا أن الظهور الحقيقي للمقهى كان في أوائل القرن ١٠هـ/ ١٦م، وعندما قدمت الحملة الفرنسية إلى مصر وأقام الفرنسيون ملهى (كيغولى) في حي الأزبكية قلدهم المصريون وأقاموا بعض الملاهي في البيوت المغلقة والمقاهي مفتوحة الأبواب في القاهرة. وذكر علماء الحملة الفرنسية أن مدينة القاهرة كانت تضم ١٢٠٠ مقهى بخلاف مقاهي مصر القديمة وبولاق التي بلغت ١٥٠ مقهى، وهى مبان ليس فيها أثاث بل فقط ثمة منصات (دكة) خشبية تشكل نوعًا من المقاعد الدائرية بطول جدران المبنى وكذلك بعض الحُصر من سعف النخيل أو أبسطة خشنة في المقاهى الأكثر فخامة، وتقدم فيها القهوة مغلية في فناجين، كما تقدم "النرجيلة" للزبائن الذين يطلبونها، والى جانب هذه المقاهي العامة كانت هناك مقاه للطوائف المختلفة في المجتمع، فهناك مقاه لعلماء الأزهر والمشايخ والعلماء، ومقاه للأفندية أصحاب الطرابيش، ومقاه لعمال المعمار والمنجدين والجزارين، وغيرهم من أرباب الصناعات أو الحرف[٢].

وقد أحصى "على باشا مبارك" عدد المقاهي في القاهرة سنة ١٨٨٠م، فكان عددها ١٠٦٧ قهوة، وأكبر عدد من هذه المقاهي فى قسم الأزبكية حيث بلغت ٢٥٢ قهوة، وبلغت في قسم بولاق ١٦٠ قهوة، أما قسم الجمالية فكان يوجد فيه ١٤٢ قهوة، وفى قسم عابدين ١٠٢ قهوة.(٣)

وأصبحت المقهى مكانًا مقبولاً لدى البعض للتردد عليها، بل وانضم إليهم الجنود والضباط والمسنين، يقصدونها صباحًا فتفرش الحُصر والسجاجيد ويبقون حتى المساء، بالإضافة إلى بعض الزبائن من مدخني المخدرات من الفقراء الذين يحتسون القهوة على الحساب.(٤) ثم شهدت مقاهي القاهرة في نهاية القرن التاسع عشر بعض التغيرات على أشكالها وتحولها إلى أماكن مغلقة تكاد في بعض المناطق تكتسب الطابع الأنيق وشكل البارات الأجنبية، وفي المناطق الشعبية احتفظت بطابعها البسيط في الأثاث؛ كما شهدت أيضًا بعض التغيرات على أنشطتها فبعد أن كانت لاحتساء المشروبات أو تدخين الشبك والنرجيلة وتعاطى الحشيش، دخلت عليها بعض أنشطة الغناء والرقص عن ذي قبل.(٥)

واشتهرت بعض المقاهي بتردد رجال السياسة عليها مثل مقهى "متاتيا" في ميدان العتبة حيث الإعداد لثورة ١٩١٩، ومقهى "ريش" حيث كثرة المثقفين الذين اتخذوه مقرًا لهم، ومنذ الثلاثينيات أصبحت المقاهي منتديات وطنية لمواجهة الاحتلال البريطاني، فضلاً عن أنها مجالس الأدب والثقافة حتى ثورة يوليو ١٩٥٢.(٦)

لكن لم تحظ المقاهي بالاهتمام الواضح لدراستها أو حتى تسجيل أعدادها من خلال الجهات الرسمية –على الرغم من زيادة أعدادها الملحوظة– إلا منذ تعداد ١٩٩٦ وكذلك في تعداد ٢٠٠٦ كما أنها كانت ضمن فئة الفنادق والمطاعم والمقاهي، ثم بلغ آخر تقدير لأعدادها طبقًا للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء لعام ٢٠١٣ كان ٦٢٩٧ مقهى(٧)، ولكن هذا التقدير يأتى بأعداد المقاهى فقط في مدينة القاهرة دون أية فئات أخرى، ومما سبق تسعى الدراسة

الحالية إلى دراسة بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي للمقهى المصرية من خلال عينة مختارة في مدينة القاهرة.

أولاً: إشكالية البحث:

تدور إشكالية البحث حول بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي للمقهى المصرية، حيث تنعكس تغيرات المجتمع على سلوك الناس، فالتغير الاجتماعي يتضمن تغيرات ثقافية؛ وكذلك يحدث التغير الثقافي تغيرًا اجتماعيًا كما يتضمن تغيرات في المكانات والأدوار، تلك هى مادة التغير الاجتماعي(٨)، كما ظهرت ملامح التغير على المجتمع المصري نتيجة الاقتباس والمحاكاة لكثير من السمات الغريبة على ثقافته؛ وتعد المقهى من العناصر الثقافية المحلية الأصيلة في مجتمعنا المصري والتي تعرضت للتغير من حيث الشكل والدور.

وفي إطار ما سبق؛ يركز البحث على دراسة بعض ملامح التغير الاجتماعي التي شهدتها المقهى المصرية وذلك من خلال العناصر التي تغيرت، وأسباب التغير، وخصائص هذا التغير وآثاره، ودراسة بعض ملامح التغير الثقافي للمقهى من خلال رصد تغير نوع الخدمة التي تقدمها وديكورها وأشكالها من وجهة نظر أصحاب المقاهي والعاملين بها والمترددين عليها.

وفي ضوء إشكالية البحث، يمكن طرح ثلاثة أنماط من المتغيرات المتفاعلة والتي يمكن تصنيفها على النحو التالي:

١- المتغير المستقل: يتمثل في التغير الاجتماعي والثقافي الذي طرأ على كل مظاهر الحياة في المجتمع المصري وبالأخص المقهى.

٢- المتغير التابع: يتحدد في المقهى، ونوعية المترددين والعاملين بها، وأشكالها الجديدة، والخدمات المقدمة بها لتواكب مظاهر التغير ونتائج العولمة.

٣-المتغيرات الوسيطة: هى المتغيرات التي تعمل على تعظيم أو تقزيم فاعلية المتغيرات التابعة للمتغير المستقل؛ أي تلك المتغيرات التي تقلل أو تعظم من انجذاب فئات المجتمع المصري للمقهى أو ارتباطهم بها، وتتحدد تلك

المتغيرات في المستوى الاقتصادي- الاجتماعي والمتمثلة في النوع والسن والحالة التعليمية والحالة الاجتماعية والحالة المهنية والطبقية... إلى آخره.

ثانيًا: هدف البحث:

التعرف على بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي للمقهى المصرية من وجهة نظر أصحاب المقاهي، والعاملين بها، والمترددين عليها.

ثالثًا: تساؤلات البحث:

ويسعى البحث إلى تحقيق أهدافه من خلال طرح التساؤلات التالية:

- ما العوامل التي أدت إلى تأسيس المقهى؟
- ما نوعية المترددين على المقهى؟
- ما الثابت والمتغير في العلاقة بين المقهى والمترددين عليه؟
- ما ملامح التغير التي طرأت على المهن المرتبطة بالمقهى مثل الباعة الجائلين؟
- مَن الأكثر إقبالاً على تدخين الشيشة؟ وما هي خصائصهم؟
- كيف أصبح شكل وديكور المقهى؟
- ما الثابت والمتغير في نوعية المشروبات المقدمة داخل المقهى؟
- ما أسباب زيادة أعداد المترددين على المقاهي من وجهة نظر المترددين عليها والعاملين بها؟

رابعًا: الإطار النظري للبحث:

يضم الإطار النظري للبحث ثلاثة محاور: الأول: المقهى على خريطة النظرية الاجتماعية، الثاني: الدراسات السابقة، الثالث: مفاهيم البحث.

المحور الأول: المقهى المصرية على خريطة النظرية الاجتماعية:

يحاول البحث استعراض المقهى من خلال بعض الاتجاهات الكلاسيكية والاتجاهات الحديثة في النظرية الاجتماعية، وبعض مقولات العولمة.

١- النظرية البنائية الوظيفية والمقهى المصرية:

- لا يمكننا فهم المقهى – في ضوء النظرية الوظيفية- إلا من خلال علاقتها بالمجتمع ككل؛ فالمقهى أحد العناصر التي تكون المجتمع، وبالتالي هى أحد أنساقه الذي يتألف من أجزاء مختلفة مثل شكل المقهى وموقعها وصاحبها وهو ما يحدد نوعية وطبيعة المترددين عليها، والوظيفة التي تؤديها في المجتمع؛ ولكن لكي تحقق المقهى وظيفتها لابد من الوفاء باحتياجاتها الأساسية من أثاث ومشروبات وتوفير أماكن تتناسب مع طبيعة روادها وإلا فإن النسق – المقهى- سوف يندثر أو يتغير تغيرًا جوهريًّا (مثل تغيير نشاطه).

- لابد أن تكون المقهى دائمًا في حالة توازن ولكي يتحقق ذلك يجب أن تلبي أجزائها المختلفة احتياجاتها (صاحب المقهى- العاملين- المترددين)، وإلا تصبح المقهى في حالة من اللاتوازن بين متطلباتها وأدائها.

- كل جزء من أجزاء نسق المقهى، قد يكون وظيفيًّا ويسهم في تحقيق توازن المقهى وقد يكون ضار وظيفيًّا أي يقلل من توازنها، وقد يكون غير وظيفيًا؛ فعلى سبيل المثال قد تؤدي الخدمة المقدمة في المقهى إلى تحقيق توازنها أو العكس، أو موقعها قد لا يدر عليها ربحًا، أو ثقافة المكان ومرتاديه قد تكون عامل جذب لاستمرارها وتحقيق توازنها، وقد عرف "بارسونز" الثقافة بأنها ذلك النسق المكون من العلاقات المتداخلة للقيم والمعتقدات، والرموز المشتركة التي توجد في أي تجمع[٩] واستنادًا لما تقدم؛ ترى النظرية الوظيفية المقهى عبارة عن كيان كلي وظيفي متكامل شبيه بالكائن الحي.

٢- نظرية التفاعلية الرمزية والمقهى المصرية:

- ترى نظرية التفاعلية الرمزية؛ أن المجتمع المحلي أو الكبير يتكون من عدد غير محدود من العلاقات والتفاعلات الاجتماعية التي تأخذ مكانها في التجمعات الصغيرة التي تمارس نشاطًا معينًا مثل المقهى، وتنشأ بداخلها العلاقات بين مرتاديها وصاحب المقهى وعماله، وبين المترددين بعضهم البعض، وبعد مرور مدة من الزمن يقوم كل منهم بتقييم الآخر الذي تفاعل واختلط معه بتكوين صورة انطباعية أو رمزية أو ذهنية عنه، وهذه الصورة الرمزية لا تتكون إلا بعد تجريب

كل طرف للطرف الآخر والتعرف على كل ما يحمله ذلك الطرف من سمات وخصائص.

- يكون التفاعل عبر اللغة والاتصال والحوار بين الأشخاص المتفاعلين في المقهى من المترددين مع بعضهم البعض، أو بين المترددين والعاملين في المقهى، أو بين المترددين وصاحب المقهى، أو بين العاملين وبعضهم البعض.
- التقييم الرمزي عملية ذات وجهين؛ فالمقهى قد تعطي رمزًا إيجابيًّا للمترددين كأن تعتبرهم أشخاصًا مميزين يضيفون قدرًا معينًا لها، وعند وصول التقييم لهؤلاء المترددين فإنهم يقيمون أنفسهم بموجب تقييم المقهى، كما أن المترددين قد يقيّمون المقهى برمز إيجابي مثل تسميتها "ملتقى الأحبة"، "نادي الأصدقاء"، ومثل هذا التقييم يؤثر في الاعتبار الذي تعطيه المقهى لذاتها مما يعمق العلاقة بين المقهى والمترددين، ويؤدي إلى استمرارها، أما إذا كان التقييم سلبيًّا فإن التفاعل يتعثر أو يفتقد الاستمرار.

٣- نظرية الصراع الاجتماعي والمقهى المصرية:

- تفسر نظرية الصراع الاجتماعي المقهى بأنها إما في مركز متحكم ومسيطر على المترددين عليها، وبالتالي قد تكون ذات دور مؤثر وفعال اجتماعيًا وثقافيًا وسياسيًا، أو أنها تكون خاضعة تابعة لفكر ورؤية صاحبها أو المترددين عليها أو الاتجاه العام للمجتمع.
- قد يحدث الصراع الاجتماعي داخل المقهى بين ما هو كائن، وما يجب أن يكون، فقد يحدث الصراع بين الأدوار عندما يفرض بعض المترددين- ذوي الاهتمامات المعينة- على طبيعة المقهى بعض الملامح التي قد لا تكون فيها؛ مثل التوجهات السياسية التي تتبناها بعض جماعات المترددين، وبالتالي قد تصبغ المقهى بصبغة سياسية لم تنشأ عليها المقهى منذ بدايتها.
- يمكن أن تصبح المقهى طرفًا في أي عملية صراع طبقي في المجتمع قد ينتج عنه تحطيم طبقة أو نظام اجتماعي ليحل محله طبقة أو نظام أكثر تقدمًا.

وطبقًا للماركسيين فإن المقهى ما هى إلا علاقة استغلال بين صاحب المقهى والآخرين؛ حيث تُشكل مجتمعًا طبقيًا مصغرًا تقوم فيه شريحة (أصحاب

المقاهي) بقمع شريحة أخرى (العمال والمترددين)، مثل مقاهي: Minimum Charge التي تمارس ضغطًا على المترددين.

٤ – بعض مقولات العولمة والمقهى المصرية:

– لاشك أن المتغيرات الخارجية قبل المحلية قد مارست دورًا محوريًا في تغيير المقهى المصرية ثقافيًا واجتماعيًا؛ حيث تأثرت بالتقليد والمحاكاة للمجتمعات الغربية. هذا بالإضافة إلى المشاعر والتطورات السلبية التي ارتبطت بحالة التحول الاجتماعي التي عاشها –ولازال يعايشها– المجتمع المصري وخاصة في السنوات الأخيرة؛ مما دفع البعض إلى الاستفادة من ارتفاع معدلات البطالة، باستثمار مدخراتهم في تأسيس بعض المقاهى بأشكال مختلفة لاجتذاب المترددين وخاصة الشباب من حيث الديكورات ووسائل الترفيه المقدمة وغيرها.

– امتدت يد الشركات متعدية الجنسيات إلى إنشاء سلسلة من المقاهي العالمية في مصر ساهمت من خلالها –إلى حد كبير– بأدوار في تغيير اتجاهات أفراد المجتمع –وخاصة فئة الشباب– نحو بعض الأطعمة والمشروبات الغربية ووسائل الترفيه من شاشات عرض، وسماعات لإذاعة الأغاني والموسيقى الحديثة، حيث تجلب العولمة الثقافات المختلفة إلى حياة الأفراد اليومية؛ فقد أصبحت القوى الرئيسة التي تعزز وتشجع زيادة الفردية والانفصال عن الكل وخاصة بين المواطنين المحرومين في العديد من البلدان النامية.(١٠)

– يواكب افتتاح تلك المقاهي حملات إعلانية جذابة شديدة تعتمد على الإقناع، وتشجيع الثقافة الاستهلاكية لدى الأفراد لتصبح المقهى –في حد ذاتها– سلعة يقبل عليها الجميع بنهم وهوس استهلاكي باعتبارها رمزًا للمكانة الاجتماعية.

المحور الثاني: الدراسات السابقة:

سيتم عرض الدراسات السابقة من الأقدم إلى الأحدث، من خلال تناول الأهداف، ومنهج الدراسة، وأهم النتائج:

– الدراسة الأولى: **بيوت القهوة وأدواتها في مصر من القرن ١٠هـ: ١٦ م وحتى نهاية القرن ١٣هـ: ١٩ م دراسة حضارية، ١٩٩٨**(١١)

هدف الدراسة: التعرف على أصل المقاهي وأدواتها على أساس علمي وتأصيل تاريخي واجتماعي وحضاري وفني.

منهج الدراسة: الاتجاه التاريخي للوصول إلى أصل مشروب القهوة ودراسة كل ما يتعلق بمشروب القهوة، والاتجاه الحضاري في تناول العادات والتقاليد التي أثرت على المقاهي، والاتجاه الفني المتمثل في دراسة أدوات المقاهي من الناحية الفنية والأثرية والوثائقية.

نتائج الدراسة:

- أول ظهور لبيت القهوة الحقيقي كان في بداية القرن ١٠هـ/ ١٦ م في حارة رابعة بالجيزة، إلا أنها ظهرت في شكل باعة جائلين يعرضون خدماتهم في الأسواق والشوارع في القرن الذي يسبقه.
- مازالت مقاهي الطوائف في مصر تزاول أنشطتها، مثل مقاهي البنائين والطباخين.
- كانت بيوت القهوة تخضع معماريًا للنظام الذي كان معمولاً به آنذاك من حيث اشتمالها على نفس العناصر المعمارية السائدة مثل الأبواب والشبابيك والمصاطب والمقاعد.
- ترجع أدوات بيوت القهوة من فناجين وشيش ونرجيلات إلى فترة البحث المحددة في العنوان وذلك لأن بعضها سجل عليه اسم أحد المعاصرين لهذه الفترة أو صورة لأحدهم.
- الدراسة الثانية: **تأثير التغير الاجتماعي على دور المقهى ٢٠٠٤** [١٢]

هدف الدراسة: تحديد العوامل المسئولة عن كثرة ازدياد عدد المقاهي وانتشارها، والعوامل المسئولة عن كثرة المترددين على المقهى، ومعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية التي يحدثها المقهى على البيئة اجتماعيًا واقتصاديًا وصحيًا وبيئيًا؛ منهج الدراسة: منهج المسح الاجتماعي بالعينة، مع الاستعانة ببعض مصادر جمع البيانات وهى الملاحظة، المقابلة، الاستبيان.

نتائج الدراسة:

- تعد المقهى مشروع استثماري جيد، حيث أنه مصدر مضمون للربح لوجود الوسائل الترفيهية المتنوعة التي تشجع على ارتيادها.
- تزداد نسبة المترددين من الذكور حيث الفراغ والترويح عن النفس.
- أثرت المقهى سلبيًا على البيئة الاجتماعية حولها، حيث جذبت الصغار لارتيادها، بالإضافة لكونها مصدر إزعاج لساكني المنطقة التي توجد بها.
- يشكل ارتياد المقهى عبئًا ماديًا على ميزانية الأسرة.

- الدراسة الثالثة: **ظاهرة تردد الأطفال على المقاهي وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والاجتماعية "دراسة استطلاعية ٢٠٠٦** (١٣)

هدف الدراسة: استكشاف ووصف وتحليل ظاهرة أطفال المقاهي كجماعة ذات خصائص وخلفيات مشتركة فيما يتعلق بتواجدهم وتفاعلهم اليومي المستمر معًا بالمقاهي من خلال عينة من المراهقين من طلاب وطالبات المرحلة الإعدادية، والتعرف على الفروق بين الطلاب في الأبعاد المقاسة وفقًا لاختلافهم في الجنس، ونوع التعليم والمستوى الثقافي الاجتماعي.

منهج الدراسة: المنهج الاستطلاعي الاستكشافي، مع الاستعانة ببعض أدوات جمع البيانات وهى استمارة المقابلة شبه المقننة، اختبار الشخصية، استمارة المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط الطلاب المترددين وغير المترددين على المقاهي في اختبار الشخصية لصالح المترددين.
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط الطلاب المترددين في اختبار الشخصية تبعًا لمتغير النوع (ذكور- إناث) إلا في بعدين هما: التحرر من الميول المضادة للمجتمع- التوافق العام.

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين نوع التعليم (حكومي- خاص- لغات) على أبعاد الشخصية وهي الإحساس بالقيمة الذاتية- الشعور بالحرية- الخلو من الأعراض العصبية- التوافق الشخصي لصالح مدارس اللغات.

الدراسة الرابعة: **الشباب وثقافة المقاهي** (١٤)

هدف الدراسة: دراسة بعض المقاهي الجديدة داخل مدينة القاهرة لمعرفة الشكل والوظائف وآليات جذبها للشباب من الجنسين، كذلك التعرف على أسباب تردد الشباب عليه ومحاور الحديث فيها.

منهج الدراسة: المنهج الأنثربولوجي باستخدام الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المتعمقة والإخباريين.

نتائج الدراسة:

- يسهم الشباب بقدر كبير ليس فقط في إحداث التغير الثقافي، بل إعادة إنتاج الموروثات الثقافية، وذلك من خلال إقبالهم على المقاهي الحديثة.
- وجد الشباب في السمات الجديدة للمقاهي تعبيرًا عن "الروشنة"، إلى جانب اقتحامهم مجتمع المقاهي أدخلهم عالم الكبار.
- وجدت الإناث في جلوسهن في المقاهي مجالاً للتعبير عن الحرية والرفض والتمرد على واقعهن الذي كبلته الثقافة التقليدية.

الدراسة الخامسة: **المقهى والحياة اليومية في مدينة طنطا.. دراسة ميدانية لبعض أنواع المقاهي ٢٠٠٩** (١٥)

هدف الدراسة: التعرف على تاريخ نشأة المقهى، والدور الذي تؤديه في حياة المصريين، والعوامل التي أدت إلى انتشار المقاهي، والتعرف على مدى تأثير الفروق والتباينات في الجوانب(الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والبيئية) لرواد المقاهي في تنوع شكل المقهى ودورها في المجتمع.

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أدوات جمع البيانات وهى الملاحظة، المقابلة، الاستبيان.

نتائج الدراسة:

- أدت التغيرات الاجتماعية والعولمة إلى انتشار المقاهي وتنوع أشكالها، وزاد الإقبال عليها من فئات متعددة وكثيرة.
- طورت العديد من المقاهي الشعبية أشكالها وديكورها ونوعية الخدمات المقدمة فيها لتواكب رغبات الفئات المتنوعة من الرواد.

الدراسة السادسة: **ثقافة المقاهي كأسلوب للحياة..دراسة أنثربولوجية ٢٠١٠** (١٦)

هدف الدراسة: التعرف على العلاقة بين المقهى وأوقات الفراغ، والعلاقة بين المقهى والمجتمع المحلي، ومشكلات المقهى كمؤسسة ترويحية.

منهج الدراسة: المنهج الأنثربولوجي من خلال الملاحظة بالمشاركة.

نتائج الدراسة:

- يرى أصحاب المقاهي أن طبيعة عملهم لا تتيح لهم وقت فراغ كاف.
- العاملون بالمقهى عادة ما تنقطع صلتهم بالمقهى بعد انتهاء ساعات عملهم؛ ومن ثم يصبح لديهم وقت الفراغ الكافي، وتختلف طريقة تمضية وقت الفراغ باختلاف المرحلة العمرية لكل عامل.
- هناك علاقة تبادلية بين المقهى والمجتمع المحلي، حيث أنه لا يمكن إغفال الدور الذي تقوم به المقهى في حياة المجتمع لكونها مكانًا لقضاء وقت الفراغ، وقضاء بعض المصالح التي تخص العمل أو القيام ببعض الأنشطة الاقتصادية.
- لا تخلو المقهى باستمرار من المشكلات التي قد تحدث بين المترددين والعاملين.

الدراسة السابعة: **رؤية الوظيفة الاجتماعية والثقافية للمقهى، ٢٠١٣**(١٧)

هدف الدراسة: التعرف على العلاقة بين التضخم الحضري وتعاظم دور المقهى، والعلاقة بين المقهى وعلاقات الترويح والتثقيف.

منهج الدراسة: المنهج الأنثربولوجي باستخدام الملاحظة بالمشاركة.

نتائج الدراسة:

- هناك علاقة تبادلية بين كل من التضخم الحضري ودور المقهى.
- تأثرت المقهى بالفترات التاريخية التي مرت بها مدينة الأسكندرية واقتبس منها بعض العادات مثل إضافة الموسيقى والغناء والرقص، حيث كانت هناك مقاه للأحياء الراقية تشبه النوادي، وأخرى تسكنها الطبقة المتوسطة.

- ترتبط المقهى بالحياة اليومية للمترددين عليه سواء قبل الذهاب للعمل، أو بعد العودة لتشهد حوارات كثيرة في موضوعات متعددة.

المحور الثالث: مفاهيم البحث:

يعرف المفهوم" بأنه تجريد عقلي يعبر عن موضوع يعين حدوده أو خصائصه، ويعرفه تعريفًا يسمى التعريف بالحد أي تحديد الحدود أو الصفات التي تصور الموضوع على حقيقته وتميزه في نفس الوقت عن غيره من الموضوعات التي قد تتماس معه في نقاط معينة [١٨]، لهذا أصبح من الضروري تناول المفاهيم الآتية ووضع تعريفات إجرائية يتم من خلالها الدراسة:

١- مفهوم التغير الاجتماعي:

التغير الاجتماعي هو كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو في وظائفه خلال فترة زمنية معينة، والتغير على هذا النحو ينصب على كل تغير يقع في التركيب السكاني للمجتمع، أو في بنائه الطبقي، أو في أنماط العلاقات الاجتماعية أو في القيم والمعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد والتي تحدد مكانتهم وأدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها[١٩].

٢- مفهوم التغير الثقافي:

التغير الثقافي هو كل تغير ثقافي يحدث في معطيات نظام المجتمع بفعل قوى الدفع الذاتية الكامنة في النظام ذاته، أو بفعل مؤثرات ثقافية خارجية في ضوء لحظة اتصالية وما تتضمنها من احتكاك وتفاعل ومرور ثقافي بين مجتمع وآخر[٢٠]، كما يذكر البعض أن التغير الثقافي هو تغير في أحد جوانب الثقافة، الذي يؤدي إلى تغير في الجوانب الأخرى استجابة للمتطلبات المتغيرة للبيئة، وعن طريق تعديلات في الفكر والسلوك[٢١].

٣- مفهوم المقهى:

المقهى وحدة سياسية واقتصادية واجتماعية وإنسانية، تصب فيه كل العناصر التي يتشكل منها المجتمع، فالرأي العام للناس يتشكل في المقهى[٢٢]، كما تعرف بأنها مكان عام يرتاده الغني والفقير والمتعلم وغير المتعلم، تختفي بين

روادها الفوارق الطبقية والدينية ويصبح مكانًا للتواصل الاجتماعي، والمقهى كمكان حرية التعبير فيه هى القاعدة، وقد كان لها دورًا سياسيًا دون شك [٢٣].

خامسًا: الإطار المنهجي للبحث:

١- التعريفات الإجرائية:

أ- التغير الاجتماعي:

التغير الاجتماعي هو كل تحول وتغير اجتماعي حدث للمقهى؛ من خلال الدراسة في مستويات اقتصادية مختلفة، ونوعية المترددين عليها، والتعرف على الدوافع وراء تأسيس هذه المقاهي في مكانها الحالي، وأسباب التردد على المقاهي، ومدى تغير المهن المرتبطة بها مثل الباعة الجائلين، وتغير شكل المقهى من قهوة بلدي إلى قهوة أفرنجي إلى كافي شوب أو كافيتيريا.

ب- التغير الثقافي:

يسعى البحث إلى رصد بعض ملامح التغير في المقهى المصرية من حيث تغير شكل المقهى، وطريقة تقديم المشروبات، ومدى الاختلاف الذي طرأ على شكل الترفيه والوسائل التكنولوجية المستخدمة، والتغير الذي طرأ على الأسماء التي تطلق عليها، بالإضافة إلى لغة الحوار بين (العاملين والمترددين-المترددين وبعضهم - صاحب المقهى والعاملين- صاحب المقهى والمترددين).

ج- المقهى:

هو ملتقى للأفراد من طبقات وثقافات مختلفة لقضاء بعض الوقت للترفيه أو العمل، وقد يربطهم قدر من المصالح أو الشعور بالانتماء داخله لعدة ساعات، وقد يكون مكان محدد لتلاقي فئة معينة وفقًا لطبيعة العمل أو الميول الفكرية؛ وتقدم المقهى مشروبات معينة قد تختلف من مقهى لآخر، وقد يكون لها شكل ديكور أصابه التغيير عن ذي قبل.

٢- منهج ونوع البحث:

المنهج هو الطريقة التي تستند إلى خطوات علمية محددة للوصول إلى نتائج تخص موضوع معين وقد تختلف المناهج الموظفة في البحوث الاجتماعية باختلاف الظاهرة المدروسة[٢٤]، وقد اتبع البحث الحالي المنهج العلمي؛ باستخدام الأسلوب الوصفي حيث أنه يسعى إلى الحصول على حقائق دقيقة عن الأوضاع القائمة وتحاول استنباط علاقات بين الظاهرات القائمة[٢٥].

٣- أدوات البحث:

الأداة هى الوسيلة التي يلجأ الباحث إلى استخدامها للحصول على المعلومات والبيانات التي يرتبط بها موضوع الدراسة[٢٦]، واستعانت الباحثة ببعض أدوات جمع البيانات، وهى تتحدد في الأدوات التالية:

أ- الإخباريين:

حين يكون هدف الدراسة التعرف على تاريخ مجتمع محلي، أو جمع مادة ثقافية من المجتمع، أو الاعتماد على أفراد بعينهم لجمع مادة حول التاريخ الشفهي للمجتمع، يلجأ الباحث إلى عدد من الأفراد (كبار السن أو العارفين بموضوع معين أو ذوي وظائف معينة مثل شيخ الحارة أو شيخ القرية أو شيخ المهنة)، وهم من نطلق عليهم الإخباريين[٢٧]، وتمت الإستعانة بعدد سبعة من الإخباريين (٥ ذكور- ٢ إناث) من بعض أحياء الدراسة داخل مدينة القاهرة.

ب- الملاحظة:

تهتم الملاحظة بدراسة التفاعل داخل الجماعة أو بين الجماعات وغيرها؛ ودراسة أنماط السلوك وبناء الأدوار، وذلك من خلال مشاهدة سلوك الناس وأفعالهم في بيئتهم الطبيعية ومواقف التفاعل بينهم؛ إذ تعطي ملاحظة سلوك الناس في المواقف الطبيعية نتائج حقيقية وصادقة وموثوق بها، كما تكشف عن أنماط السلوك الظاهرة والمنتشرة وغير المنتشرة[٢٨]؛ ولذلك اعتمدت الملاحظة على رصد بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي هدف البحث.

ج- المقابلة المتعمقة:

تعد المقابلة من أهم وسائل جمع البيانات وأكثرها استخدامًا نظرًا لمميزاتها المتعددة ولمرونتها، وتعرف بأنها محادثة موجهة يقوم بها شخص مع شخص أخر أو أشخاص آخرين، هدفها استشارة أنواع معينة من المعلومات للإستفادة منها في بحث علمي أو للإستعانة بها في التوجيه والتشخيص والعلاج[٢٩] لذا رأت الباحثة أن استمارة المقابلة هى الأداة الرئيسة لكل أطراف العينة من المترددين والعاملين وأصحاب المقاهي، وقامت بتصميم استمارة مقابلة تضمنت أربعة محاور هى كالتالي: أولا: البيانات الأساسية، ثانيًا: العلاقة بين المترددين والمقهى، ثالثًا بعض ملامح التغير الاجتماعي للمقهى، رابعًا: بعض ملامح التغير الثقافي للمقهى، و صممت استمارة للمترددين، واستمارة واحدة للعاملين وأصحاب المقاهي مع توضيح الأسئلة المشتركة بينهما والأسئلة التي تخص كل طرف منهما.

د- دليل دراسة الحالة:

تم عمل دليل دراسة حالة لأصحاب بعض المقاهي والعاملين، وبعض المترددين عليها ممن شكلوا حالات تدعو للاستبصار والتقصي ممن رأت الباحثة انهم يشكلون مفردات بحث محققة لهدفها، وتمت دراسة حالة لعدد ثلاثة من المترددين على المقاهي، وثلاثة من العاملين بها، وأربعة من أصحاب المقاهي، وتضمن الدليل ثلاثة بنود رئيسة هى: الأول البيانات الأساسية، الثاني بعض ملامح التغير الاجتماعي للمقهى، الثالث بعض ملامح التغير الثقافي للمقهى.

سادسًا: صدق المقياس:

قام بتحكيم دليلي الدراسة مجموعة من السادة أعضاء هيئة التدريس بكل من كليات الآداب والبنات جامعة عين شمس، وكليات الآداب جامعة حلوان، وجامعة الإسكندرية، وجامعة طنطا، واستنادًا إلى ملاحظات السادة الأساتذة المحكمين؛ قامت الباحثة بإجراء التعديلات التي أُشير إليها.

سابعًا: مجالات البحث

١- **المجال الجغرافي:** تركز العمل الميداني في مدينة القاهرة.

٢- **المجال البشري:** تم اختيار مفردات عينة البحث من المقاهي التي رأت انها قد تعطي مؤشرات لبعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي في المقهى، وفقًا للمبررات التالية:

- وفقًا لعدد المقاهي طبقًا لبيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.
- محاولة الدراسة تغطية القطاعات الأربع لمدينة القاهرة، (شمال- شرق- جنوب- غرب)، كما بلغ عدد هذه الأحياء نحو ثلث عدد أحياء منطقة الدراسة.
- تخصص بعض المقاهي، (مقهى الفرانين- مقهى المثقفين).
- ما أشار إليه الإخباريين.
- أقدمية المقاهي.

٣- **المجال الزمني:** استغرق العمل الميداني الفترة من أبريل حتى نهاية يونيو ٢٠١٤، وطبق البحث على العينة المختارة ودراسة الحالات المثيرة للاستبصار.

ثامنًا: عينة البحث:

للحديث عن عينة البحث يمكن طرح النقاط التالية:

أ- كيفية اختيار العينة :

تم اختيار عينة البحث بالنظر إلى متغير النوع، ومتغير السن، ومتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وبطريقة عمدية وفقًا للمتغيرات الفرعية الرئيسة للبيانات الأساسية، وقد بلغ عدد هذه المتغيرات الفرعية ١٥ متغير، فإذا حاولنا تمثيل المتغيرات الفرعية فيبلغ عدد كل متغير من ٢٥-٣٠ مفردة لإتاحة الفرصة للتحليل الإحصائي الملائم فإن حجم العينة يتراوح بين ٣٧٥- ٤٥٠ مفردة؛ اختارت الباحثة الحجم الثاني للعينة، وتم تقسيم أحياء مدينة القاهرة إلى ثلاث فئات هى (أحياء راقية- أحياء متوسطة- أحياء شعبية) وفقًا لمؤشرات تقرير التنمية البشرية، وتمت الدراسة في (١٢ حي) هى كالتالي: (حي قصر النيل- حي شرق مدينة نصر- حي المعادي- حي الزيتون) تمثل فئة الأحياء الراقية، وأحياء (البساتين-

مدينة السلام– حدائق القبة– عابدين– السيدة زينب) تمثل فئة الأحياء المتوسطة، وأحياء (منشأة ناصر– الدرب الأحمر– باب الشعرية) من الأحياء الشعبية.

ب– حجم عينة البحث:

في إطار التزام الباحثة بالمتغيرات الأساسية المحددة للدراسة؛ تم تطبيق استمارة المقابلة على ٤٥٠ مبحوثًا وافقوا على إجراء الدراسة معهم موزعة بين ذكور وإناث في مستويات تعليمية ومهنية واقتصادية واجتماعية متباينة؛ وبعد إجراء الدراسة الميدانية تم استبعاد ٢١ استمارة غير مكتملة الاستجابات فوصل حجم العينة إلى ٤٢٩ مبحوث.

وتم تطبيق دليل دراسة الحالة على ثلاثة من المترددين على المقاهي، وثلاثة من العاملين بها، وأربعة من أصحاب المقاهي ممن وافقوا على اجراء البحث معهم.

ج– خصائص عينة البحث:

– رغم أن الباحثة كانت ترغب في توزيع عينة البحث (٤٢٩ مفردة) بالنظر إلى متغير النوع (ذكور وإناث) على أساس المناصفة بينهما، إلا أن طبيعة التطبيق الميداني جاءت على غير ذلك، حيث بلغ عدد الذكور (٣٤٧) بنسبة (٨١%) في حين بلغ عدد الإناث (٨٢) بنسبة (١٩%)، ويعود هذا الارتفاع في نسبة الذكور إلى خصوصية موضوع الدراسة وكونهم الأكثر ترددًا على المقاهي.

– انخفضت أعداد المترددين (ذكور وإناث) في الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة حيث بلغت نسبتها (١١,٢%) ووصلت إلى أعلى معدلاتها في الفئة من ٢٠– ٤٠ سنة إلى حوالي (٣٦,٦%)، يليها الفئة العمرية ٦٠ سنة فأكثر حيث بلغت (٢٨,٢%)، ثم الفئة من٤٠– ٦٠سنة حيث بلغت (٢٤).

– وكانت خصائص العينة طبقًا للمستوى الاقتصادي الاجتماعي؛ ١٢٦مفردة بنسبة (٢٩,٥%) للأحياء الراقية، وعدد ١٩٥مفردة بنسبة (٤٥,٥%) للأحياء المتوسطة، و ١٠٨ مفردة بنسبة (٢٥,٢%) للأحياء الشعبية.

تاسعًا: نتائج الدراسة:

يتم استعراض نتائج البحث في ضوء الإجابة على التساؤلات:

١– التساؤل الأول: ما العوامل التي أدت إلى تأسيس المقهى؟

أشار أصحاب المقاهي المتخصصة مثل الخبازين والحلوانية وشيخ القهوجية أنها مقاه موروثة من الأباء ولم يكن الهدف من انشائها التخصص من نوع معين من المترددين ولكن مع مرور الزمن وتكرار تقابل أصحاب المهنة الواحدة على المقهى اتخذت هذه السمعة حتى اليوم، ومن يجلس على مقاهيهم من غير هذه المهن هم إما زبائن عابرين أو من سكان المنطقة القدامى الذين اعتادوا الجلوس على المقهى، كما أكد بعضهم على حبه للمقاهي وتعلقهم بتدخين الشيشة، في حين اتفق آخرون على أن هدفهم الأساس هو تقديم المشروبات للعمال الموجودين في المنطقة والرغبة في الربح السريع.

٢- التساؤل الثاني: ما نوعية المترددين على المقهى؟

اتفق جميع أصحاب المقاهي أفراد العينة على أن المترددين عليهم من الرجال، وأحيانًا يجلس عليها بعض شباب الألتراس لمشاهدة المباريات أو لمقابلة أصدقائهم من سكان المنطقة وخاصة في الأحياء الشعبية والمتوسطة التي لا ترتادها الإناث، في حين مقاهي الأحياء الراقية يتردد عليها كلا الجنسين.

٣- التساؤل الثالث: ما الثابث والمتغير في العلاقة بين المقهى والمترددين عليه؟

أكدت الغالبية العظمى على أن العلاقة بين المقهى والمترددين عليها قد تغيرت؛ حيث كانت في الماضي أكثر قوة وارتباطًا وتفاعلاً، أما الآن فقد أصبحت المصلحة الشخصية هى الغالبة، ومع زيادة ضغوط ومشاغل الحياة ضعفت الأواصر الاجتماعية بين المترددين، وساهمت القنوات الفضائية- إلى حد كبير- في إضعاف التواصل الثقافي بين المترددين بعد أن كان في الماضي يقوم من يعرف القراءة والكتابة بقراءة الصحف للآخرين، وفتح باب المناقشات فيما يخص أمورهم المهنية أو الاجتماعية، حيث كانت المقهى نافذة مرتاديها على العالم الخارجي؛ والتي يتلقون منها خبراتهم ومعارفهم، بل وتساعدهم على حل مشاكلهم وإنهاء أعمالهم.

٤- الإجابة على التساؤل الرابع: ما ملامح التغير التي طرأت على المهن المرتبطة بالمقهى؟

أكد الجميع في مقاهي الأحياء الشعبية والغالبية العظمى في الأحياء المتوسطة على أنه مازال هناك بعض المهن المرتبطة بالمقهى مثل تلميع الأحذية

وبيع المسليات إلا أنه زاد عدد المتسولين وبائعي الموبايلات من الصينيين، وبائعي العطور والشرابات من الشباب، واختفى بائعي اليانصيب ومن يقرئون الطالع، كما يوجد بعض من يقدمون الساندوتشات البسيطة بجوار المقهى، أما مقاهي الأحياء الراقية لا يرتبط بها أي مهن.

٥- الإجابة على التساؤل الخامس من الأكثر إقبالاً على تدخين الشيشة؟ وما هى خصائصهم؟

تشهد مقاهي الأحياء الشعبية إقبالاً على تدخين الشيشة من الرجال مع إقبال الكثير من الشباب والمراهقين على تدخينها بدافع التجربة أو الرغبة في دخول عالم الكبار، أما بالنسبة لمقاهي الأحياء المتوسطة فقد تشهد بعضها تردد الإناث عليها مع تدخين بعضهن للشيشة، أما مقاهي الأحياء الراقية التي يوجد بها ركن خاص لتدخين الشيشة تشهد إقبالاً ملحوظًا من الإناث حيث تعد تجربة جديدة يتمتعن فيها بقدر من الخصوصية في التدخين دون الشعور بالحرج من نظرات الاستهجان من الآخرين.

٦- الإجابة على التساؤل السادس: كيف أصبح شكل وديكور المقهى؟

بعض المقاهي احتفظت بنفس الشكل القديم مع بعض التجديدات في الدهانات بين الحين والآخر، والبعض احتفظ به كما هو لأنه مرتبط بالمقهى بنفس شكلها القديم دون دهانات، أما مقاهى الأحياء الراقية فهى تقدم نموذجًا للتغيير الذي طرأ على شكل وديكور المقهى لأن تصميمه حديث من حيث الديكور والمفروشات والخدمات التكنولوجية المقدمة اقتباسًا من النماذج الغربية.

٧- الإجابة على التساؤل السابع: ما الثابت والمتغير في نوعية المشروبات المقدمة داخل المقهى؟

كل المشروبات المعروفة والمقدمة في المقاهي مازالت موجودة مع وجود بعض أنواع جديدة من العصائر في كل المقاهي ما عدا الأحياء الراقية التي تقدم مشروبات وعصائر جديدة على مشروبات المقهى وتقدم في أوعية مختلفة عن المألوف في المقاهي التقليدية، وذلك بعد تقديم قائمة مصورة أو ملونة بأنواع المشروبات المقدمة.

٨- الإجابة على التساؤل الثامن: لماذا تزداد أعداد المترددين على المقاهي من خلال المترددين والعاملين؟

ترى الغالبية العظمى أن الأسباب ترجع إلى البطالة، والفراغ، أو التعبير عن "الروشنة" أو رغبة من الكثيرين في الخروج عن المألوف؛ بالإضافة إلى رغبة البعض في البحث عن عمل في المقاهي ذات السمة المشتركة بين المترددين.

المراجع

١- محمد عبد القادر، مقاهي المحروسة.. رؤية عامة، أحوال مصرية، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، السنة ٨، ع ٢٩، صيف ٢٠٠٥، ص ٢٨.

٢- عبد المنعم شميس، قهاوى الأدب والفن في القاهرة، دار المعارف، اقرأ، ع ٥٦٣، ١٩٩١، ص ١٤.

٣- على باشا مبارك، الخطط التوفيقية الجديدة لمصر ومدنها وبلادها القديمة والشهيرة، مطبعة دار الكتب والوثائق القومية، المجلد الثامن، ٢٠٠٤، ص ٢٣٩.

٤- جيرار جورج ليمير، مقاهي الشرق، تقديم جمال الغيطاني، ترجمة محمد عبد المنعم جلال، كتاب اليوم، مؤسسة أخبار اليوم، ع ٣٢٠، إبريل ١٩٩١،ص ٦٢.

٥- أحمد محفوظ، خبايا القاهرة، دار الشروق، ط٢، ٢٠٠٩، ص ٥١.

٦- محمد عبد الواحد، حرائق الكلام في مقاهي القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، الأعمال الخاصة، ٢٠٠٤، ص ٢٣٧.

٧- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بيانات غير منشورة، ٢٠١٣.

٨- محمد فؤاد حجازي، التغير الاجتماعي،مكتبة وهبه،ط٢، ٢٠٠٨، ص١٣٣.

٩- علي ليله، البنائية الوظيفية في علم الاجتماع: الرواد، المكتبة المصرية للطبع والنشر والتوزيع، ط٢، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ص ٥٨٠.

10- Cohn& Kennedy, Global Sociology, second edition, Palgrave, Macmillan, 2007, P.61.

١٠- عصام عادل الفرماوي: بيوت القهوة وأدواتها في مصر من القرن ١٠هـ: ١٦ م وحتى نهاية القرن ١٣هـ: ١٩ م دراسة حضارية، رسالة ماجستير، كلية الآثار قسم الآثار الإسلامية، جامعة القاهرة، ١٩٩٨.

١١- جيلان عبد الحي عبد الحميد الزيني: تأثير التغير الاجتماعي على دور المقهى.. دراسة ميدانية لبعض المقاهي في بيئات اجتماعية متباينة، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإنسانية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، ٢٠٠٤.

١٢- نهلة سيد أحمد محمد: ظاهرة تردد الأطفال على المقاهي وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والاجتماعية "دراسة استطلاعية"، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة عين شمس، ٢٠٠٦.

١٣- آمال عبد الحميد محمد: الشباب وثقافة المقاهي، قضايا الشباب المعاصر.. تحديات الحاضر وآفاق المستقبل، كلية البنات، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩.

١٤- ماهر السيد محمد عبد القادر: المقهى والحياة اليومية في مدينة طنطا.. دراسة ميدانية لبعض أنواع المقاهي، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة طنطا، ٢٠٠٩.

15- Mohamed Abbas Ibrahem, The Culture Of Cafes.. An Anthropological Study In The Way Of Life, Bulletin Of Faculty of Arts, Alexandria University, Vol.61, 2010.

١٥- محمد عباس إبراهيم، ثقافة المقهى.. دراسة في أسلوب الحياة اليومية في مؤلف بعنوان التنمية والعشوائيات الحضرية.. اتجاهات نظرية وبحوث تطبيقية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠١٣.

١٦- أحمد زايد، أسس البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٢، ص ٢٦- ٢٧.

١٧- أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٩٧، ص ٣٨٢.

١٨- جابر على خطاب: أزمة الإنسان العربي المعاصر في ضوء إشكالية الانفتاح والعولمة، مطابع أخبار اليوم، ٢٠٠١، ص ص ٥٦- ٥٧.

19- Serena Nada; Cultural Anthropology, 4th ed, New York, Wadswoeth Publishing Company,1999, p. 62.

٢٠- جمال الغيطانى، ملامح القاهرة في ألف سنة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٧، ص ١٧.

٢١- محمد عبد الواحد،حرائق الكلام في مقاهي القاهرة، مرجع سابق، ص ٢٣.

٢٢- عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبه، القاهرة، ١٩٩٧، ص ١٣٠.

٢٣- محمد عبد السميع عثمان: مناهج البحث الاجتماعي، دار نور الإسلام للطباعة والتصميمات، ب ت.

٢٤- فادية عمر الجولاني: مبادئ علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٢٧٥.

٢٥- أحمد زايد: أسس البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٢، ص ص ٥١- ٥٢.

٢٦- محمد سعيد فرح: لماذا؟ وكيف تكتب بحثًا اجتماعيًا، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٢، ص ٢٢٩.

٢٧- عبد الباسط محمد حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص ص ٣٣٠- ٣٣١.