



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

قابلة للإيداع في المكتبة

حيرش بغداد ليلي مال
مناقشة باحثة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم الاجتماع



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الحضري

طبيعة ودينامكية الأسواق الأسبوعية في مدينة مستغانم
سوق سيدي علي - نموذجاً

تحت إشراف الأستاذة:

* - حيرش بغداد ليلي آمال

من إعداد الطالبة :

* - رقاد خيرة

أعضاء اللجنة المناقشة

رئيساً	الأستاذة زرهوني أسعد فايذة
مشرفاً	الأستاذة حيرش بغداد ليلي آمال
مناقشاً	الأستاذ بن عطية مولود

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

الحمد لله على لذة الإنجاز، والحمد لله عند البدء وعند الختام.

إلى والدي، الذي أضاء دروبي وطريقي، وقدوتي في كل خطوة أخطوها.

إلى أمي الحنوننة الحزن الدافئ وسمائي التي لم تتركني يوم ١، ولا يكتمل يوم بدونها.

إلى إخواني وأخواتي الذين وقفوا معي دائم ١ خلال مسيرتي التعليمية، خاصة أختي الكبرى نصيرة.

إلى صديقة العمر وسام، التي لطالما كانت معي في كل مرحلة من مراحل حياتي.

أهديكم جميع ١ هذا العمل المتواضع وثمره جهدي، والله ولي التوفيق.

شكر وتقدير

الشكر والحمد لله عز وجل الذي وفقنا لهذا العمل.

وعملاً بقول النبي صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير،

ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله عز وجل"، نتقدم بخالص الشكر إلى

المشرفة الفاضلة الأستاذة الدكتورة حيرش أمال على قبولها الإشراف على هذا

البحث وعلى إرشاداتها وتوجيهاتها بالنصائح، فهي مثقولي بفضل لا ينسى. كما

لا يفوتني أن نتوجه بجزيل الشكر والعرفان للأساتذة الذين تفضلوا بقراءة

هذا البحث ومناقشته، وإلى كل الأساتذة الذين تعلمت على أيديهم وكانوا سبباً

في التنوير والمعرفة الهادفة، وإلى كل من ساعدنا من قريب وبعيد في إعداد

هذه المذكرة.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر وتقدير
	الفهرس
	ملخص الدراسة
أ	المقدمة
الجانب المنهجي	
2	الإشكالية
3	الفرضيات
3	أسباب اختيار الموضوع
3	أهمية البحث
3	أهداف البحث
4	تحديد المفاهيم
6	مقاربة النظرية
9	الدراسات السابقة
12	المنهجية
14	مجالات الدراسة
14	صعوبات الدراسة
الفصل الأول: الأسواق عبر التاريخ	
16	تمهيد
16	الأسواق في الحضارات القديمة
21	الأسواق عند العرب
24	الأسواق في الجزائر
31	خلاصة

الفصل الثاني: الفضاء العام	
33	نشأة مفهوم الفضاء العام
34	نظريات الفضاء العام
36	نماذج تكوين الفضاء العام
39	خلاصة
الجانب التطبيقي من المذكرة	
41	لمحة تاريخية عن مدينة سيدي علي
42	نبذة عن السوق الأسبوعي لمدينة سيدي علي
42	تحليل المقابلات
51	النتائج
52	استنتاج عام
53	مناقشة الفرضيات
55	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى كشف ممارسات التجار داخل السوق الاسبوعي و معرفة طبيعة العلاقات الاجتماعية و مدى اسهامها في التفاعل الاجتماعي داخل السوق الاسبوعي بمدينة سيدي علي ولاية مستغانم و لتحقيق اهداف الدراسة تم الاعتماد على تقنية المقابلة التي تدخل ضمن المنهج الكيفي على عينة قصدية من تجار السوق الاسبوعي و كان عددهم 20 مبحوث.

تحققت فرضيات الدراسة حسب النتائج التي توصلنا إليها حيث اتضح لنا ان ممارسات الفاعلين في السوق تتناسب حسب طبيعة كل تاجر فكل منهم طريقة في تفاعله مع الزبون لجذبه و شراء سلعته و قد تبين لنا كذلك ان السوق فضاء للتلاقي و بناء الروابط الاجتماعية و من خلاله يتم مناقشة عدة مواضيع سياسي اقتصادية ، اجتماعية و ثقافية ، فالسوق فضاء اقتصادي تجاري و إجتماعي ثقافي بإمتياز .

الكلمات المفتاحية : السوق ، السوق الاسبوعي ، تجار ، ديناميكية ، الفضاء العام.

The study aims to uncover the practices of traders within the weekly market and to understand the nature of social relations and the extent of their contribution to social interaction within the weekly market in the city of Sidi Ali, Mostaganem province. To achieve the goals of the study, the interview technique, which falls within the qualitative approach, was relied on with a purposive sample of traders from the weekly market, numbering 20 participants.

The study's hypotheses were confirmed according to the results obtained. It became clear that the practices of the actors in the market vary according to the nature of each trader. Each one has their own way of interacting with customers to attract them and sell their goods. It was also found that the market is a space for meeting and building social bonds. Through it, several topics are discussed, political, economic, social, and cultural. Thus, the market is a distinctive economic, commercial, and socio-cultural space

Keywords: Market, Weekly Market, Traders, Dynamics, Public Space.

مقدمة

مقدمة

تعد المدينة بمثابة المسرح الرئيسي الذي يتجلى فيه التفاعل الاجتماعي والتنوع الثقافي، فهي ليست مجرد تجمع من الأبنية والشوارع، بل هي مجموعة من الأماكن والفضاءات التي تعكس حياة السكان وأنشطتهم المتنوعة. ومن بين هذه الأماكن تأتي الأسواق كواحدة من أبرزها، حيث تتجلى فيها ديناميات التبادل والتفاعل الاجتماعي بشكل بارز. وقد تتعدى المدينة من حيوية هذه الأسواق وتعايشها، ويمثل نافذة على العالم حيث يتقاطع فيها الأفراد من مختلف الثقافات والخلفيات لتبادل السلع والخبرات والقصص. وقد تنتوع الأسواق في أنواعها وأشكالها، فهي قد تكون أسواقاً عامة تجمع بين مجموعة واسعة من المنتجات والمشتريين مثل المولات التجارية والأسواق الشعبية والأسبوعية، وقد تكون أيضاً أسواقاً خاصة تركز على نوع معين من السلع والخدمات مثل أسواق الخضروات والفاكهة أو أسواق السيارات.

ومن بين هذه الأسواق أردنا أن نسلط الضوء في هذه الدراسة السوسولوجية المتواضعة على السوق الأسبوعي بمدينة سيدي علي، ولاية مستغانم. وكان عنوان موضوع دراستنا طبيعة ودينامكية الأسواق الأسبوعية في مدينة مستغانم سوق سيدي علي - نموذجاً-. من خلال العنوان، أردنا معرفة طبيعة ممارسات التجار في السوق الأسبوعي وتصوراتهم حول الفضاء العام، وكشف طبيعة العلاقات الاجتماعية المتنوعة بين مختلف الأفراد حول مواضيع مختلفة وتفاعلهم حولها. ولمعالجة هذا الموضوع، قمنا باتباع منهجية فقسنا الدراسة إلى ثلاثة جوانب.

خصصنا الأول للجانب المنهجي، تناولنا فيه الإشكالية مع طرح تساؤلاتها، صياغة الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الموضوع، أهداف الموضوع، الدراسات السابقة، المنهجية والمقاربة النظرية. والجانب الثاني هو الجانب النظري الذي تضمن فصلين أساسيين: الأول كان تحت عنوان "الأسواق عبر التاريخ"، والثاني بعنوان "الفضاء العام".

والجانب الثالث الذي كان ميدانيًا تضمن التعريف بميدان الدراسة، عرض وتحليل البيانات، واستنتاج النتائج الشاملة للدراسة بالتقدم إلى خاتمة الدراسة ثم الملاحق والمراجع.

الجانب المنهجي

_الإشكالية

_الفرضيات

_أسباب اختيار الموضوع

_أهمية البحث

-أهداف البحث

_تحديد المفاهيم

_مقاربة النظرية

_دراسات السابقة

_المنهجية

_مجالات الدراسة

_صعوبات الدراسة

الإشكالية

يعتبر الفضاء العام من أهم الفضاءات داخل المدينة، كونه يشكل شبكة من العلاقات والتنظيمات الاجتماعية التي تجعل الفرد يتفاعل من خلالها داخل الإطار الحضري الذي ينتمي إليه، لأنه اجتماعي بطبعه. ومن بين تلك الفضاءات نجد السوق، الذي يصنف من المؤسسات الاجتماعية في الوسط الحضري وشبه الحضري. فهو مكان للاجتماع لا ينحصر بالتبادلات الاقتصادية المادية فحسب، بل يعتبر مجالاً للالتقاء وتبادل الأخبار والمنافع وتسوية بعض الأمور الخاصة. فبالرغم من الانتشار الشاسع للأسواق الحديثة والمتطورة في الجزائر، إلا أن ظاهرة الأسواق الأسبوعية ما زالت تحافظ على حضورها في المدينة، حيث يتم تسمية السوق باليوم الذي يقام فيه من أيام الأسبوع أو باسم المنطقة أو البلدة التي يقام فيها. وما يهمننا من السوق في هذه الدراسة معرفة ديناميكيته ومعرفة طبيعة الممارسات الفعلية داخل هذا السوق.

وهو نفس الحال بالنسبة لبلدية سيدي علي التي تعتمد على السوق الأسبوعي الذي يقام يوم الأحد، حيث يتم فيه عرض مجموعة من السلع المختلفة الأنواع. تطرقنا لهذا السوق كمجال دراسة سوسيولوجية من أجل الإجابة على الإشكالية التالية:

- كيف تكون ديناميكية السوق الأسبوعي في هذه البلدية؟
- ما هي طبيعة ممارسات الفاعلين داخل هذا السوق؟

فرضيات البحث:

- الفرضية الأولى: السوق الأسبوعي يعكس طبيعة ممارسات الفاعلين فيه وتصوراتهم حول الفضاء العام.
- الفرضية الثانية: السوق فضاء لإقامة العلاقات الاجتماعية المتنوعة بين مختلف الأفراد حول مواضيع مختلفة.

أسباب اختيار موضوع البحث

- الرغبة والميل الشخصي لموضوع الدراسة.
- نقص الدراسات المتعمقة في هذا الموضوع من الجانب السوسيولوجي.
- كوني أقطن بنفس البلدية التي يُقام بها السوق الأسبوعي، تتولد لدي الرغبة في الوقوف ميدانياً على حقيقة ممارسات التجار داخل هذا الفضاء وتفاعلهم داخله.

أهمية موضوع البحث

- تكمن أهمية موضوع الدراسة في كون السوق الأسبوعي ليس فضاءً لتبادل تجاري فقط، بل له جوانب أخرى، الجوانب الاجتماعية.

أهداف البحث

- كشف ممارسات التجار داخل السوق الأسبوعي.
- معرفة طبيعة العلاقات الاجتماعية ومدى إسهامها في التفاعل الاجتماعي داخل هذا الشغل الأسبوعي.

المفاهيم

تعريف السوق

- لغويًا: السوق هو التسوق، ويعبر عن نشاط الشراء والبيع في مكان معين.
- اصطلاحًا: يُعرف في الموسوعة الاقتصادية بأنه تلك المساحة، أيا كانت كبيرة أو صغيرة، حيث يكون المشترون والبائعون على اتصال وثيق كافٍ ببعض البعض لضمان أن سعر أي سلعة يميل إلى أن يكون هو نفس السعر في كل أرجاء السوق.¹

- إجرائيًا: هو البيئة التي تتم فيها عملية الشراء والبيع للسلع والخدمات.

السوق الأسبوعي

- هو سوق يُقام في ساحة معينة وفي أيام وأوقات محددة من كل أسبوع، وحسب الجريدة الرسمية، وحسب المادة 39 من المرسوم التنفيذي رقم 12-111 المؤرخ في 13 ربيع الثاني عام 1433 هجري الموافق 6 مارس 2012 يُقصد بالسوق الأسبوعية ونصف الأسبوعية كل فضاء مهياً يوضع تحت تصرف تجار التجزئة والحرفيين أو الفلاحين.²

¹ حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، ط4، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992، ص 263.

² كوشة صدام، تأثير الأسواق اليومية من الجانب البيئي على المجال الحضري، دراسة حالة السوق اليومية لحي 1000 مسكن، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تسيير المدن، معهد تسيير تقنيات الحضارية، 2016-2017، ص 15-

التاجر: يعد التاجر كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً ويتخذ مهنة معتادة له ما لم يقض القانون خلاف ذلك.¹

المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بالمقابل أو مجازاً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.²

مفهوم الفضاء العام

- **لغة:** يشير المعنى اللغوي الذي يقابل كلمة Espace في كلمة المجال.
- **اصطلاحاً:** هو الحيز أو المكان الذي يتواجد فيه مجموعة من الأشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل، أو ما يعرف بالمجال العام حسب هابرماس 1989، الذي حدده من خلال مجموعة متنوعة من الطرق، حيث يشير إلى أن المجال العام يظهر إلى الوجود من خلال كل حوار يجتمع فيه الأفراد الخصوصيون لتشكيل هيئة عامة دون اعتبار الفروق الاجتماعية التي تكون بينهم.³
- **إجرائياً:** يقصد به المجال الذي يكون متاداً للاستخدام العام والمشارك من قبل الجميع دون تمييز أو تملك خاص، فهو ملك عام للدولة مثل الشوارع، الحدائق،

¹ رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة، القانون التجاري، 2017، المادة الأولى، ص1.

² الجريدة الرسمية، عدد 41، قانون 02-04 مؤرخ في 2004/6/27، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المادة 03.

³ بوشافة سعاد، أحمددي شريف نصيرة، فضاء سوق النشوي في المجتمع الحضري: ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة، ولاية مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماستر علم اجتماع حضري، جامعة عبد الحميد بن باديس، ولاية مستغانم، 2017-2018، ص23.

الأسواق، وفي دراستنا نجد أن هذا الفضاء ميداناً ا عبارة عن سوق أسبوعي يوم الأحد ببلدية سيدي علي، ولاية مستغانم.

الديناميكية

- لغتًنب قاموس المعاني جامع، تعني نشاطاً كبيراً ١.
- اصطلاحاً: هي التفاعل النفسي والاجتماعي الذي يدور بين أعضائها بشكل بنيوي ووظيفي، كما أن الديناميكية عبارة عن مثيرات واستجابات بالمفهوم السلوكي للتفاعل داخل الجماعة، فعندما يصدر عن فرد ما سلوك معين داخل الجماعة الواحدة يكون له استجابات فورية من قبل باقي أفراد الجماعة.¹
- إجرائياً: يشير المصطلح إلى النشاط وحركة داخل سياق اجتماعي.

مقاربة النظرية

نستطيع أخذ المقاربة النظرية التفاعلية الرمزية حيث تناولت موضوع دراستنا. يمكن اعتبار جورج هربرت ميد (1863-1931) مؤسس هذا الاتجاه من خلال كتابه "العقل، الذات، والمجتمع" الذي جمع بعد موته من مذكرات طلبته المستمدة من محاضراته التي كان يلقيها عليهم. وقد طورها فيما بعد هربرت بلومر وأضاف عليها ما نُدفعه وزرالفغوفمان. كما أن فهم التفاعلية الرمزية لا بد من العودة إلى بارسونز وفكرته عن وحدة الفعل الصغرى في مقاربة الوظيفة البنائية، وهي تقوم على مجموعة من المسلمات حول الفاعل الاجتماعي باعتبار أن الفاعل يختار من بين أهداف ويختار الوسائل لتحقيق تلك الأهداف في موقف يتكون من موضوعات مادية واجتماعية. تتطلب عملية خلق المؤسسات أن يوجه الفاعلون أفعالهم نحو بعضهم البعض لتحقيق الإشباع المتبادل، وإذا ما نجحت تلك العملية فإن أفعالهم تصبح ثابتة وتتخذ أنماطاً أدوار المكانة، أي تشكل بنية أدوار. يمكن النظر إلى هذه

الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض، أي من حيث المعاني والرموز. وقد بنيت أن المنظور يمكن أن يركز في دراسته إما على بني الأدوار والاتساق الاجتماعي أو على سلوك الدور والعقل الاجتماعي، مع تأكيدها على صعوبة جمع التوجهين معاً. وتكون صعوبة هذه النظرية في أنه قد تم تعميمها من نظرية تخص الأفراد إلى نظرية تخص المجتمعات. أما التفاعلية الرمزية فلا تقوم بهذه النقلة، بل تظل مع الفعل الاجتماعي، ومع أنها ترى البنى الاجتماعية ضمنياً إلا أنها لا تشتغل نفسها بالتحليل على مستوى الاتساق، إنما تبقى اهتماماتها على مستوى وحدة الفعل الصغرى وتهتم بقضية تشكيل المعاني التي يعبر سلم المفضلات عن نفسه بواسطتها.¹

تمت أكثر من توجه داخل التفاعلية الرمزية بشكلها الحديث، وأهمها ما يعرف بتيار مدرسة شيكاغو. ويقدم روبرت بلومر أسس الفرضيات التفاعلية:

- أن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.
 - هذه المعاني هي نتائج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.
- وهذه المعاني تُحوّر وتُعدّل ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

هذه الفرضيات الثلاث تتطابق تقريباً مع الأقسام الثلاث للكاتب جورج هيربرت: العقل، الذات، والمجتمع. ونقطة البدء عند ميد هي مناقشة للخصائص التي تفرق الإنسان عن الحيوان، وقد استقر رأيه، شأن الكثير من المفكرين، على أن الفرق بين الكائنين إنما هو في استخدام اللغة أو الرمز الدال. واهتم بالتوسع في دراسة مضامين ذلك، فالحيوانات تدخل في محادثات إيمائية، إلا أن من الخطأ القول إنها تتواصل مثل الإنسان.

¹ عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع: إشكاليات، تقنيات ومقاربات، بيروت، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط1، يناير 2007، ص118-119.

الرمز الدال إذاً هو المعنى المشترك، وهو يتطور في سياق عملية التفاعل التي تتجسد هي ذاتها في سلوك البشر لتحقيق نتائج عملية في التعاون فيما بينهم. ويصف ميد شيئاً شبيهاً بالعلاقة الحميمة التي تنشأ بين شخصين حيث تتطور في سياق تفاعلها اليومي بلغة خاصة بهما تقريباً. وهذه عنده هي ما يجري في الواقع بصورة عامة، فالتفاعل الاجتماعي يولد المعاني والمعاني تشكل عالماً. هذا يعني أننا نخلق عالماً بما نلج عليه من معاني. الرمز الدال يمنح البشر القدرة على التأمل في ردود أفعالهم والاستعداد لها في خيالهم. والرموز تمكننا من أن نتأكد قليلاً عن الأشياء الموجودة في العالم وأن نجري عليها التجارب في فكرنا، وهو ما يحدث كلما قررنا القيام بشيء ما.

وجود اللغة هو الذي يمكننا من الابتعاد والتفكير ثم الاختيار. وهذه النقطة توصلنا إلى عملية التأويل التي أشرنا إليها في فرضية بلومر الثالثة. وعمليات التفاعل لا تقتصر على المحادثات الخارجية، بل تشمل عملية التأويل الداخلي التي هي أيضاً محادثة بين جزئين مختلفين من الذات.¹

في الرمز الدال نسير في نفس رد الفعل ذاتها التي يثيرها في الآخرين. إنه يمكنني من النظر إلى نفسي كما ينظر إلي الآخرون فالطفل يبدأ باكتساب المعاني شيئاً فشيئاً ويتعلم من خلال اللعب أخذ أدوار الأفراد الآخرين، وكلما كبر تعلم أن ينسق نشاطاته مع نشاطات الآخرين وأن ينظر إلى نفسه كما تنظ إليه الجماعة، إلى أن يصبح قادراً على أخذ دور الآخر العام حسب اصطلاح ميد.

المقاربة التفاعلية الرمزية تبقى منظوراً معرفياً في دراسة الشخصية، ومركز اهتمامها هو دراسة التفكير وعمليته. فنحن نفهم ما يعتقدون أنهم يعرفونه عن العالم، أي نفهم معانيهم ومفاهيمهم عن أنفسهم. إنها مقارنة لدراسة الأفراد، مقارنة خاصة بالفعل الاجتماعي ولا

¹ نفس المرجع السابق، ص 119-120.

تحاول في أوضاع أشكالها أن تصبح نظرية للمجتمع. وتفسيرها للفعل، وهو مرتكزها النظري، اختار البقاء أقرب إلى عملية التفاعل في جريانها اليومي.¹

في سياق السوق الأسبوعي، يمكننا تطبيق النظرية التفاعلية الرمزية على التفاعل بين التجار وبين التاجر والمشتريين، حيث يتفاعل التجار مع بعضهم البعض ومع الزبائن من خلال اللغة والرموز المشتركة. يمكن أن يكون التفاعل الرمزي مثل الإعلانات والتواصل اللفظي له تأثير على سلوك التجار وقراراتهم في السوق، وقد يكون التفاعل بين التجار محوراً حاسماً لتحديد نجاح أو فشل منتج معين في السوق الأسبوعي.

الدراسات السابقة

لقد تناولت العديد من الدراسات موضوع دراستنا من زوايا مختلفة، نذكر من بينها:

أ. دراسة نحال عفيف

تحت عنوان "سوق حجاج للمهاجرين، دراسة ميدانية لمدينة حجاج بولاية مستغانم"، جاءت لتسلط الضوء على هذه الظاهرة ومعرفة الآثار الفعلية لسوق حجاج على المجال الحضري، أهمها الآثار الإيجابية والسلبية لسوق حجاج، والتعرف على سلوك الباعة والمستهلكين وطبيعة السلع المعروضة، مصدرها ونوعها وللمعرفة أيضاً طبيعة التعامل مع الباعة والمتسوقين أي الزبائن. واشتملت الدراسة على ثلاث فصول من بينها فصلين نظريين، الأول كان يتطرق إلى الأسواق عبر التاريخ، أما الفصل الثاني فهو لمحة تاريخية عن بلدية حجاج وموقعها الجغرافي. وفي الفصل الثالث تناول الجانب التطبيقي حيث أجرى 12 مقابلة مع بعض الباعة، وكان الاختيار عشوائياً في أيام مختلفة من إقامة السوق، وتوصل إلى مجموعة من النتائج، من بينها خلق السوق ازدحام حركة المرور وغلق تام

¹المرجع سابق، ص 120-121.

للطرق، وتوفر السوق على كل مستلزمات العائلة الجزائرية. مصدر السلع المعروضة أغلبها من الخارج، فرنسا وإسبانيا، وهذا راجع إلى أن معظم الباعة من المهاجرين أو يتم اقتناؤها منهم وعرضها في السوق من طرف الباعة المحليين¹.

ب. دراسة بوشافة سعاد وحمدى شريف نصيرة

تحت عنوان "فضاء السوق النسوي في المجتمع الحضري: دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة، ولاية مستغانم"، والتي هدفت إلى معرفة تمثيلات المرأة للسوق، ماذا يمثل السوق بالنسبة لها، ومعرفة أسباب ظهور السوق النسوي، ومعرفة هل خروج المرأة للفضاء العام أي السوق غير من مكانتها ودورها في المجتمع. احتوت هذه الدراسة على فصلين، الفصل الأول تطرق إلى السوق كقفة اجتماعية حضرية، أما الفصل الثاني تضمن فضاء السوق النسوي بعشعاشة، حيث قامت بعشر مقابلات مع تاجرات. وكان من أبرز نتائجها أن المرأة قامت باقتحام السوق كبائعة منافسة للرجل بعدما كان فضاءً ذكوريًا، وقامت بتأسيس سوق خاص بها، فهي ترغب بالمساواة مع الرجل في كل شيء².

ت. دراسة فقير عبد الله

بعنوان "تملك الفضاء العام عند الباعة في السوق: دراسة ميدانية في سوق الفلاح بعين تادلس، ولاية مستغانم"، والتي سعت إلى معرفة مفهوم التملك في المجتمع، وكذلك معرفة ماهية الفضاء العمومي في الوسط الاجتماعي. بالإضافة إلى الإحاطة بأهمية هذا الفضاء في خلق تملك عند الباعة في الحقل الاجتماعي المتمثل هنا في السوق. تضمنت

¹تحال عفيف، سوق حجاج للمهاجرين، مذكرة تخرج ماستر علم اجتماع حضري، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2019-2020.

²بوشافة سعاد، أحمدى شريف نصيرة، فضاء السوق النسوي في المجتمع الحضري، مذكرة ماستر علم الاجتماع الحضري، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017-2018.

هذه الدراسة جانباً منهجياً وفصلين نظريين، الأول: الفضاء العام من منظور هيرماسي، والفصل الثاني: العصور النظرية للسوق، والفصل الثالث: تملك السوق كفضاء عام عند الباعة في السوق بمدينة عين تادلس. حيث تكونت عينة البحث من 20 جراً¹. وتوصل إلى نتائج منها: السوق هو فضاء عام وكذلك هو حقل اجتماعي لأن فيه عملية التفاعل الاجتماعي. يكمن التفاعل الاجتماعي في السوق عندما يكون الباعة كالأخوة وبينهم تنافس. الفضاء العام عندهم هو منفعة اقتصادية، وهنا السوق يعبر عن ذلك¹.

التعليق على الدراسات السابقة

في حدود اطلاعنا على الدراسات السابقة، فإن معظمها اتفق على هدف مشترك وهو دراسة السوق رغم اختلاف جوانب الدراسة. على سبيل المثال، دراسة نحالييف تمثلت في دراسة سوق المهاجرين، ودراسة فقير عبد الله تناولت فضاء السوق باستثناء دراسة بوشافة سعاد وحمدى شريف نصيرة التي هدفت إلى معرفة تمثل المرأة للسوق.

وانتقلت أيضاً في عيناتها، حيث طبقت على عينة من تجار السوق باستثناء دراسة بوشافة سعاد وحمدى شريف نصيرة التي طبقت على التاجرات النساء. كما استخدمت الدراسات السابقة أدوات جمع البيانات مثل المقابلة ووظفت المنهج الوصفي.

من الجديد في دراستنا هذه مقارنة بالدراسات السابقة المجال الزمني والمكاني، حيث أجريت دراستنا في السوق الأسبوعي بسيدي علي الذي يقام يوم الأحد في ولاية مستغانم، بينما أجريت الدراسات السابقة في مختلف الأسواق في نفس الولاية.

¹فقير عبد الله، تملك الفضاء العام عند الباعة في السوق، مذكرة ماستر علم اجتماع حضري، جامعة مستغانم، 2016-

المنهجية

أ. تعريف المنهج

المنهج عبارة عن أسلوب أو تنظيم أو استراتيجية أو خطة عامة تعتمد على مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات، يستفيد منها في تحقيق أهداف البحث أو العمل العملي.¹

المنهج هو طريقة منظمة يعتمدها الباحث لتحقيق هدف محدد في دراسة معينة. واعتمدنا في بحثنا على المنهج الكيفي.

ب. تعريف المنهج الكيفي

البحث النوعي أو الكيفي هو إجراء دراسات بحثية اعتماداً على الملاحظات الميدانية والمقابلات للحصول على معلومات دون اللجوء إلى استخدام الإحصائيات. ويتطلب ذلك في أغلب الأحيان مشاركة أفراد المجتمع في الفعاليات البحثية التي يمارسها الباحث، وتدعى البحوث النوعية أو الكيفية بالبحوث القائمة على الملاحظة بالمشاركة. يختلف مقدار مشاركة الباحث مع أفراد الدراسة المستهدفين باختلاف طبيعة الدراسة.²

¹ علي عبد الرزاق جبلي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، طبع ونشر وتوزيع، الإسكندرية، 2012، ص 90.

² الحمداي موفق، مناهج البحث العلمي، أساسيات البحث العلمي، ط1، عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2006،

العينة

اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية تكونت من 200 فرداً في السوق الأسبوعي ببلدية سيدي علي، ولاية مستغانم.

العينة القصدية

العينة القصدية هي النموذج المختار من السكان بطريقة مقصودة ومعتمدة، أي بطريقة لا تعطي جميع وحدات السكان أو مجتمع البحث فرصة متساوية للاختيار. تسمى أحياناً العينة بالخبرة. في البحث، يحدد حجم العينة ويطلب من المقابل اختيار وحداتها بالطريقة والأسلوب الذي يلائمه.¹

تناولنا المقابلة كأداة بحث في دراستنا.

التعريف بالمقابلة

المقابلة هي إحدى وسائل جمع المعطيات والبيانات من مصادرها، وتتم بين طرفين حول موضوع محدد منطلقاً من أسببٍ ومحققاً لغايات. وتهدف المقابلة العلمية إلى التعرف على ظاهرة أو موضوع بالبحث عن العلل والأسباب من خلال التقاء مباشر بين شخصين: الباحث أو المقابل الذي يتسلم المعلومات ويجمعها ويصنفها، والمبحوث أو المجيب الذي يعطي المعلومات إلى الباحث بعد إجابته على الأسئلة الموجهة إليه من قبل المقابل. تتطوي المقابلة على فعل ورد فعل، سؤال وجواب، على سلسلة من التفاعلات الاجتماعية التي

¹ عبد الغني عماد، منهجية البحث الاجتماعي: الإشكاليات، التقنيات والمقاربات، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط 1، 2007، ص 56.

تعتمد على مجموعة رموز سلوكية وكلامية يقوم بها طرف المقابلة. أجريت المقابلة مع 20 تاجرًا في السوق الأسبوعي ببلدية سيدي علي، ولاية مستغانم¹.

مجالات الدراسة:

المجال البشري: شمل عينة مكونة من 20 مبحوثًا.

المجال الزمني: امتدت الدراسة بشقيها النظري والميداني من ديسمبر 2023 إلى يونيو 2024.

المجال المكاني: تم إنجاز الدراسة الميدانية في السوق الأسبوعي بمدينة سيدي علي، ولاية مستغانم.

صعوبات الدراسة

- في أي دراسة أو بحث توجد بعض العراقيل التي تعيق نوعاً ما مسألة العلمية. وفي هذا البحث، من بين الصعوبات التي نذكرها ما يلي:
- صعوبة الحصول على المراجع في الموضوع في تخصص علم الاجتماع، فكانت معظم المراجع العلوم في الاقتصادية.

¹عبد الغني عماد، المرجع السابق، ص 72.

الفصل الأول: الأسواق عبر التاريخ

- تمهيد
- الأسواق في الحضارات القديمة
- الأسواق عند العرب
- الأسواق في الجزائر
- خلاصة

الفصل الأول: الأسواق عبر التاريخ

تمهيد

يمتد تاريخ السوق لآلاف السنين، حيث كانت التجارة وتبادل البضائع من أقدم الأنشطة البشرية في العصور والحضارات القديمة. كانت الأسواق تتم في الهواء الطلق حيث يجتمع التجار والمشترون لبيع وشراء السلع وتبادل الأفكار وقضاء الحاجات. ومع مرور الوقت، ظهرت المتاجر الكبرى حيث يتم عرض مجموعة واسعة من المنتجات تحت سقف واحد. واليوم، تتطور الأسواق بسرعة مع تقدم التكنولوجيا، وهذا ما سوف نتطرق إليه في فصلنا من الأسواق في الحضارات القديمة إلى الأسواق في الوقت الراهن.

الأسواق في الحضارات القديمة

الأسواق في حضارة وادي الرافدين

كان الاقتصاد العراقي في العصور القديمة يعتمد على ثلاث نشاطات أساسية هي الزراعة والتجارة والصناعة الحرفية. كانت تلك النشاطات متداخلة ومعتمدة بعضها على بعض. في عصور السومريين المبكرة، كانت الحرف اليدوية التقليدية واسعة الانتشار ولم تكن مقصورة على جماعات وأسر معينة، ثم ما لبثت أن أصبحت صناعة حرفية متخصصة فاحتفظت كل جماعة بأسرار حرفتها.

كان تعلم الحرفة لا يتم إلا بتدريب طويل على أيدي صناع المهارة من الحرفيين، فكانت الحرفة تنتقل من الأب إلى ابنه. وكان أصحاب الحرف ينتظمون فيما يشبه النقابات المهنية يترأس كل حرفة أكثرهم سناً وشهرة ونفوذاً. كان رئيس الحرفة والسلطة الحاكمة يشيران في نصوص من عصر فجر السلالات إلى وجود مشاغل متخصصة في المعابد يعمل فيها الصناع من الرجال والصبيان والنساء لقاء أجور معينة، وكان لكل مشغل مراقب مشرف.

عندما نشط القطاع الخاص في العصر البابلي القديم والعصر السومري، أصبحت الحرف مستقلة عن المعابد وبدأت تتوزع في أنحاء المدينة ولها أسواق متخصصة لكل حرفة من الحرف في الكثير من الأحيان.¹

لتنظيم عمل الأسواق، وضع سرجون الأكادي نظاماً موحداً للمقاييس والأوزان مما ساعد على تنشيط العلاقات التجارية داخل البلاد.²

قد تتأثر الأسواق في وادي الرافدين بعوامل متعددة بما في ذلك التغيرات في الإنتاج والتجارة، ولكن بعد تنظيم هذه الأسواق قد تنشط العلاقات التجارية ويتطور السوق.

الأسواق في الحضارة المصرية القديمة

الحضارة المصرية القديمة هي واحدة من أكثر الحضارات تأثيراً في التاريخ، حيث نشأت حوالي 3100 قبل الميلاد، في العصور البدائية المبكرة. ولقد ساعدت على تطورها عدة عوامل أهمها النيل، كندو أهمية حاسمة، فهو كان مصدر الحياة للمصريين القدماء، حيث كانوا يعتمدون على مياه النيل للري والشرب والزراعة. كما كان يوفر وسيلة للنقل والتجارة. كان المصريون يستخدمون القوارب لنقل البضائع والتواصل بين المدن. وبما أن مدن مصر كانت تقع في صف طويل على جانبي النهر في وادي النيل، فقد كان النيل وقنواته هي الطرق الرئيسية للمواصلات، وبذلك كانت السفن والزوارق تستعمل من أجل الانتقال من مكان إلى آخر، كنقل المنتجات والمصنوعات.³

¹ اصباح اصطيغان كجة جي، الصناعة في تاريخ وادي الرافدين، ط1، 2002، ص 16-17.

² برهان الدين دلو، حضارة مصر والعراق: التاريخ الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي، دار الغرابي، ط2، لبنان، 1979، ص 271.

³ إبراهيم زرقانة وآخرون، حضارة مصر والشرق القديم، د.ط، دار مصر للطباعة، د.ت، ص 134.

وعلى الرغم من تطور المهن، يستمر الوفرة الإجمالية الطبيعية وذلك من خلال تنزيل جزء من المنتجات إلى الأسواق، وهو ما يعرف بالتبادل البدائي، والذي يتم من خلال تبادل منتج بآخر، مثل تبادل السمك بالأحذية أو الخضار بالنسيج، ومن هنا ترسخت العلاقات الاقتصادية مع البلدان المجاورة.¹ لقد كان نهر النيل هو الطريق المفضل للأوروبيين القادمين إلى مصر، حيث ينتقلون من الإسكندرية إلى رشيد في زوارق صغيرة، ومن رشيد إلى القاهرة. على صفحة تدل كل الشواهد على أن التجارة كانت لها المقام الأول في النشاط الاقتصادي، فقد أصبحت منذ القديم الطريق الآمن الوحيد الذي يربط الشرق بالغرب، مما أدى إلى انتعاش وتطور مصر وموانئها. كما انتعشت أيضاً التجارة الداخلية، وعاشت الأسواق بالبضائع والمواد الغذائية.²

فيما يخص هذه الأسواق المحلية، فقط صورت على الجدران بعض المقارب مناظر الأسواق وما كان يجري فيها من بيع وشراء. ومن بين هذه المنتجات العطور والزيوت والحلي والأسماك والكتان. وكان المتبايعان يتساومان على ثمن السلع، ولم يكن الثمن يدفع نقداً وإنما بالمقايضة، أي سلعة بسلعة.³ سعت الأسواق المصرية إلى توفير حاجات المصريين من بعض السلع التي لا تتوفر داخل البلاد، مثل الجلود والبخور والفضة والعاج والزيوت. ومن بين السلع المصرية التي كانت تحرص الدول المجاورة على استيرادها المنتجات الكتانية والغلال. وقد اتسم ملوك منطقة الهلال الخصيب برغبتهم في الحصول على ذهب مصر القديمة الذي كان جد وفير.⁴

¹فادية كوف، الحضارات القديمة، فرنسيس داكير اليزيدي، ج 1، ط3، دار علاء للنشر والتوزيع، دمشق، 2009، ص.

²سيد عاشور أحمد، قصة الحضارة، نهر النيل والحضارة في أفريقيا، د.ط، دار الكتاب الحديث، ص 172.

³إبراهيم زرقان وآخرون، المرجع السابق، ص 136.

⁴أحمد رشيد موسى، دراسات في تاريخ مصر الاقتصادي، الدراسة الأولى: حضارات ما قبل التاريخ وحضارة مصر الفرعونية، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، د.ب، 1998، ص 256-257.

الأسواق في الحضارة اليونانية

الحضارة اليونانية هي واحدة من أعظم الحضارات في التاريخ. تطورت في شبه الجزيرة اليونانية في عصور قديمة. تشمل الحضارة اليونانية العديد من الجوانب المهمة مثل الفلسفة والأدب والفن والعلوم. إنها تعتبر أيضاً مصدراً هاماً للديمقراطية والثقافة الغربية بشكل عام. وكان الاقتصاد يلعب دوراً هاماً؛ كانت الزراعة والتجارة من أهم أنشطة الاقتصاد في تلك الحقبة، وكانت هذه النشاطات الاقتصادية تسهم في ازدهار الحضارة اليونانية وتطورها وكانت التجارة روح الاقتصاد الأثيني، ذلك أنه وإن ظل الكثيرون من المنتجين في ذلك الوقت يبيعون منتجاتهم إلى المستهلك مباشرة، فإن عدداً متزايداً منهم كان في حاجة إلى وساطة السوق، التي كانت وظيفتها شراء السلع وخبزها حتى يستعد المستهلك لشراؤها. وبهذه الطريقة نشأت طبقة من بائعي التجزئة يعرضون بضائعهم في شوارع المدن أو في الأعياد والاحتفالات العامة، أو يعرضونها للبيع في حوانيت أو أكشاك في الأماكن المزدحمة أو غير المزدحمة في المدن. وكان الأحرار يذهبون إلى هذه الأماكن ويساومون التجار ويشتررون ما تحتاجه البيوت. وكان من أقصى القيود المفروضة على البناء والحرائر في أثينا أن العادات لم تكن تبيح لهن أن يخرجن إلى الأسواق ليشترين حاجياتهن.¹ وكانت الأسواق في هذه الحضارة تسمى سطوى (Stoa)، تبنى بمعايير معينة تأخذ فيها الشكل المستطيل المحاط بالأعمدة، والتي تضم قاعات عديدة. وكانت أنواع منها مخصصة لغرض منتجات وبيع، ومنها ما هو مخصص للبيع. مع مراعاة الفصل لمراقبة هذه الأسواق وتنظيم تشكيلها، قام المسؤولون قديماً في الحضارة اليونانية بتعيين أجراء وظيفية إدارية وسميت

¹ ويل إيلود يورنت، حياة اليونان، ترجمة بدران، دار الجبل، ج 2، بيروت، 1998، صفحة 58.

بصاحبها، يعني بمهنة الرقابة على الهياكل والموازن ومدى سلامتها، وعلى ما يعرض للبيع إذا كان صالحاً¹.

الأسواق في الحضارة الرومانية

يعتبر العامل الاقتصادي من أبرز العوامل التي شجعت الرومان على السيطرة على بلاد المغرب القديم عموماً ومدينة لبدة الكبرى (Leptis Magna) خصوصاً، لما تمتعت به من مقومات طبيعية. لذا عملوا على إنشاء العديد من الأسواق التي كانت تزودهم بما يحتاجونه من موارد زراعية وتجارية لسد حاجاتهم ودعم الاقتصاد الروماني. لم يكن إنشاء هذا المرفق حكراً على السلطات الرومانية فحسب، بل ساهمت النخبة المحلية كذلك في ذلك. فقد أثبتت المعطيات الأثرية أن مدينة لبدة الكبرى عرفت العديد من الأسواق، وعلى أبرزها السوق الأوغسطية. كان السوق الروماني في بدايته هو نفس الفورم (Forum)، حيث مثل هذا الأخير محور الحياة في المدينة، ومورست فيه نشاطات مختلفة، بما في ذلك النشاط التجاري. بعد ذلك ظهرت مبانٍ تجارية تعرف بالبازيليكا (Basilica)، والتي كانت مقراً لالتقاء جميع شرائح المجتمع. ونذكر كمثال على ذلك التقاء الساغة (Magiretarii) عندها مع زبائنهم، وبياشر فيه الحرفيون عملهم بالدكاكين. ومع تطور الحياة الاجتماعية، أصبح الفورم لا يتسع لممارسة النشاط التجاري، فوجدت أماكن مخصصة ذات طابع اقتصادي، أنشئت على هيئة مبانٍ كبيرة عرفت بالماكيليوم² (Macellum) عرف السوق الروماني العديد من الأنواع، يأتي في مقدمتها السوق اليومي (Macellum)، وتوجد به محلات ودكاكين. أما النوع الثاني فيعرف بالسوق الأسبوعي (Forum)، وهو عبارة عن

¹ موسى القبال، الحياة اليومية لمجتمع المدينة الإسلامية من خلال تطور ونشأة نظام الحسبة المنشأة في المغرب العربي، دار هومة، ط1، الجزائر 2002، ص 24.

² بالي نصيرة وشلافة، الأسواق الرومانية ببلاد المغرب القديم ودور النخب المحلية في إنشائها، سوق العامة الأوغسطية أو نموذجاً، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 12، 2021، ص 476.

ساحة مكشوفة محاطة بالأعمدة والمنشآت العامة متعددة الوظائف تحتوي على محلات، وتنشأ عادة في حافة الطرقات في القرى. أما في المدن فتقام بين طرفين رئيسيين أسبوعياً وفي أيام محددة. نوع آخر هو السوق الدوري (Nundinae) ، يقام في الأرياف، يتم فيها تبادل المنتجات بين سكان المدن والأرياف. لم تكن أيام انعقاده ثابتة بل كانت تتغير من حين لآخر، أما عن زمن انعقادها فهي تقام مرة واحدة في الأسبوع.¹

تعتبر السوق واحدة من أهم المظاهر الاقتصادية والاجتماعية في الحضارة الرومانية. بدأت السوق الرومانية بالتطور من خلال فترة الجمهورية الرومانية، وتوسعت وازدادت أهميتها خلال الإمبراطورية الرومانية. في العصور الأولى من الجمهورية، كانت تتميز السوق الرومانية بالبساطة، حيث كانت تقتصر على ساحة مفتوحة يجتمع فيها التجار والزبائن لبيع وشراء السلع. ومع تقدم الزمن، بدأت السوق في الازدهار والتطور، حيث أصبحت تضم العديد من الأروقة والمباني التجارية.

الأسواق عند العرب

الأسواق قبل الإسلام

قبل ظهور الإسلام، كانت الأسواق تمثل جزءاً أساسياً من الحياة الاقتصادية والاجتماعية في المناطق العربية والشرق الأوسط. كانت الأسواق مراكز حيوية لتبادل السلع والخدمات بين الناس، حيث كانت تجمع بين التجار والزبائن من مختلف القبائل والثقافات. كما كان يُقام فيها مسابقات حول الشعر. لم يتفق القدامى من المؤلفين في عدد الأسواق عند العرب في الجاهلية ولا في تحديد أزمنتها؛ فمنهم من يعدها ثمانية، ومنهم من يعدها 11. أما الأفغاني فقد ذكر 20 سوقاً في كتابه "أسواق العرب في الجاهلية والإسلام" معتمداً على 8 مؤلفين قدامى، بالإضافة إلى وجود بعض الأسواق المتمثلة في سوق عمان. تقصد

¹ نفس المرجع السابق، ص 477.

العرب هذه الأسواق؛ إذ انتهت من سوق هجر ترحل إلى عمان وتقيم سوقها حتى آخر جملة الأول، وكذلك سوق صحار من عاشر رجب إلى خامس منه. كما أنها سوق تجارية محضة أو سوق أثرعان، تقوم هذه السوق بعد سوق البصرة بـ 70 ليلة ويطول أمدها. والغالب أنهم يقيمونها مدى الصيف وبقيت هذه الأسواق قائمة بعد الإسلام بكثير.¹

كما نجد سوق عكاظ، وهو المعرض العربي أيام الجاهلية، أو هو مجمع أدبي ولغوي رسمي، له محكومون تضرب عليهم القباب، فيعرض شعراء كل قبيلة عليهم شعرهم وآدابهم حول هذه القباب. ويأتيه من الشعراء من عامة الأقطار العربية. كما كانت السوق تعرف نوعاً من التخصص، فكل قبيلة أو بلاد تتميز بسلعة معينة تروجها في السوق، كالخصر من هجر والعراق وغزة والبصرة، ويأتون بالسمن من البوادي، ويرد إليها من اليمن البرود. كما يعتبر سوق عكاظ معرضاً لكثير من عادات العرب وأحوالهم الاجتماعية والثقافية؛ ففيها تلقى الخطب الدينية للتحلي بالأخلاق الحميدة، كالإنشاد الشعري، المصارعة، عرض النساء للزواج كما أنها أيضاً ندوة سياسية تقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل مثل إعلان الحرب، إبرام معاهدات السلام، وفض النزاعات بين القبائل.²

الأسواق في الإسلام

ترجع نشأة الأسواق في المدن الإسلامية إلى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم، فقد أنشأت أسواقاً بالمدينة قريبة من دورها. وكانت السوق بداية للتطور العمراني الذي استمر بعد ذلك في المدن الإسلامية في عصورها المتتابعة. وكانت سوق المدينة عبارة عن ساحة من الأرض خالية من البناء، سمح لأهل المدينة باستغلالها دون دفع أي أجر ومنع البناء

¹بوشافة سعاد وحمدى شريف نصيرة، "فضاء السوق النشوي في المجتمع الحضري: دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة بولاية مستغانم"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017-2018، ص 23.

²بوشافة سعاد، حمدى شريف نصيرة، المرجع نفسه، ص 24.

فيها، وكان نظام الأسواق على سنة المساجد، فمن سبق إلى موضع فهو له حتى يفرغ منه.¹

وتطورت الأسواق في عهد عمر بن الخطاب، حيث أنشأ سوق المرید الذي يقع في البصرة بالعراق وكان اختيار البصرة لذلك منسجمًا مع الخصائص الجغرافية والبيئية الاجتماعية، فهي تطل على واجهة البحر الواسعة وبها أراض خصبة وموقع استراتيجي تتقاطع فيه الطرق المؤدية إلى كل الجهات. كما أن الأفراد بها يميلون إلى التجارة والزراعة. في المرید معرض لكل قبيلة تعرض فيه شعرها ومفاخرها، وهو مجتمع العرب ومحدثهم ومنتزه البصريين. وربما كانت هذه إحدى العوامل الأساسية التي ساهمت في النهضة الفكرية والأدبية التي وصل إليها العرب في تلك اللحظة. ويتردد على المرید النخب الأدبية والعلمية من مختلف الإثنيات، فهو يعج بأعلام اللغة والأدب والنحو، معهم محابريهم ودفاترهم يكتبون فصحاء العرب.²

إن إنشاء الأسواق في المدن الإسلامية كان من محاور النهضة بعمرانها، فهو من متطلبات الجماعة وموائد الركائز الاقتصادية؛ لأن المدن تتفاضل بالأسواق وكثرة الأرزاق، ونقاط الأسواق من التفاضل عمرانها في الخطر والقلّة. ومن ثم فإن الازدهار الاقتصادي ينعكس على ازدهار الأسواق وعماراتها، فأصبحت تعتمد على نوع جديد هو الأسواق الدائمة التي تتناسب حياة التمدن. ولذلك فإن الأسواق الموسمية كانت تلازم حياة البداوة ولم تعد ذات أهمية في عهد الإسلام، ولكن سوق واحد نشأت في الإسلام اعترضت بكثير من

¹ خيرة بن زيان، "المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية: سوق الحمام الحلاقة"، دراسة ميدانية لمدينة حمام بوججر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم في علم الاجتماع، جامعة وهران، محمد بن أحمد، 2016-2017، ص 92.

² خيرة بن زيان، المرجع نفسه، ص 93.

خصائص أسواق الجاهلية وزادت عليها بميزات واسعة أسبغتها الحضارة الجديدة وهي سوق المرید.¹

في تاريخ الإسلام، كانت الأسواق تمثل نقطة تلاقي حيوية للتجارة والتبادل الثقافي. كانت تعكس روح التسامح والتعددية التي تميز الحضارة الإسلامية. بفضل النظم التجارية الفعالة كانت توفر فرصاً للتعامل وتبادل الأفكار الأدبية، ومركزاً لانتشار الفنون والعلوم والحرف اليدوية.

الأسواق في الجزائر

الأسواق في العهد النوميدي

يمكن استنتاج وجود أسواق أسبوعية وأخرى موسمية في شكل معارض كبرى رغم قلة الوثائق التي تلقي الضوء على التجارة الداخلية في المدن وخاصة في الأرياف النوميديّة. ولعل تلك التجارة الداخلية هي التي لعبت دوراً هاماً في ازدهار العاصمة سيرتا؛ لأنها ملتقى السلع من الشمال بالسلع من الجنوب. ولا على الأسواق التي تحمل أسماء الأيام التي تقام في أيامنا هذه امتداد لذلك النظام القديم، ويكون الكثير من تلك الأسواق تحول إلى قرى. أما الأسواق الموسمية أو الثانوية، فخير مثال عليها هو سوق الخريف بتكوت في ولاية باتنة الذي يقام كل خريف إلى عهد قريب.² حيث كان الرعاة يقدمون الصوف والجلود مقابل الحصول على الحبوب، أما المدنيون فكان في صفوفهم حرفيون مختلفون يقدمون للفلاحين أدوات العمل بينما يقدم المزارع الحبوب. وبذلك يجد الرعاة في المدينة السوق الذي يقتاتون

¹ خيرة بن زيان، المرجع نفسه، ص 94.

² عقون محمد العربي، "الاقتصاد والمجتمع في الشمال الإفريقي القديم"، الجزائر، دار الهدى، ص 76.

منه ما يحتاجون. ويمكن للحضريين والقادمين من مناطق نائية شراء مواد وأدوات. ولهذا الغرض انتظمت الأسواق في شكل معارض أسبوعية في بعض المدن.¹

السوق في هذه الفترة كان يشمل تبادل السلع والخدمات بين التجار والقوافل التجارية القادمة من مناطق مختلفة كانت هذه الأسواق تشهد نشاطاً متزايداً خلال فترة اقتصادية وثقافية، وكانت تعتمد على التجارة كمصدر رئيسي للثروة والنفوذ.

الأسواق في الدولة الرستمية

إلى جانب الثورة الزراعية التي أتاحها توفر المياه وخصوبة الأرض، كانت الدولة الرستمية تعتمد خاصة على التجارة. وكانت سفن الأندلس تصل إلى موانئها بتنس ومستغانم، ووهران مشحونة بالبضائع الأندلسية، ففقرغها وتحمل منتجات البلاد الرستمية من منتجات الصوفية ومن العاج والجلود التي كانت تصل إلى المغرب الأوسط من بلاد السودان وغانا. وكانت الدولة الرستمية بحكم موقعها المتوسط بين المغربيين الأدنى والأقصى وبحكم علاقاتها كلها، فكانت مركزاً هاماً للتجارة.²

ومع ازدهار التجارة الخارجية لدولة الرستمية، ازدهرت معها التجارة الداخلية، حيث انتظمت الأسواق بكبريات المدن الرستمية، خاصة العاصمة تيهرت. عاصمة الرستميين كانت فيها سلف الزمن مدينتين كبيرتين، إحداهما قديمة والأخرى محدثة. أما القديمة من هاتين المدينتين فهي ذات سور وهي على قمة الجبل وبها ناس وجملة من البربر ولهم تجارات وبضائع وأسواق. وقد ظهر هذا الرخاء في تقدم العمران بتيهرت بقصد منح الإمام

¹ محمد الهادي حارش، "تاريخ المغرب القديم منذ فجر التاريخ إلى الفتح الإسلامي"، الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1995، ص 128.

² السيد عبد العزيز سالم، تاريخ المغرب الكبير في العصر الإسلامي، دراسة تاريخية وعمرانية وأثرية، بيروت، دار النهضة، 1981، ص 491.

عبد الرحمن بن رستم 10 أميال من الذهب ليستعين بهم في تدعيم دولته الناشئة. فكان لهم تطور هائل الذي طرأ على عمران المدينة، فقد دخلوا المدينة ورأوا هيئتها قد تبدلت وقد لاحظ عليها رونق المدينة وعادت وجوه الحرارة والرفاهية وبدت من محياهم آثار النعمة والغنى. وازدانة المدينة بقصور مشيدة ودور منظمة وأبنية مبهجة وقباب مرتفعة وأسواق مزدحمة.¹

الأسواق في الدولة الرستمية كانت مهمة جدا في تسهيل التبادل التجاري بين المدن والمناطق المختلفة التابعة للدولة. كانت هذه الأسواق تضم مجموعة متنوعة من السلع والبضائع، بما في ذلك المنتجات الزراعية والحرف اليدوية والمواد الغذائية. ومنتجات حرفية كانت تغزر التجارة وتشجعها.

الأسواق في الدولة الحفصية

تشمل الحياة الاقتصادية ميادين الصناعة والفلاحة والتجارة. ففي الميدان الأول انتشرت الصناعات بالعاصمة وبمختلف المدن، والنتيجة للاهتمام بشأنها جاءت المصنوعات بدقة ورواج رغم طابعها التقليدي، إذ هي في معظمها يدوية ومعتمدة على منتجات البلاد الطبيعية. وقد أحدثت لها الأسواق، ومنها بالعاصمة سوق الحدادين وسوق صانع السلال، بالإضافة إلى الأسواق الأخرى التي لا تزال موجودة ومحفوظة بأسمائها إلى الآن، ومنها الأسواق الشاشية واللفة والدباغين والبلغاجية والغرابلية والسراجين والنحاس.

أما التجارة فقط اشتمت اهتمام الأمراء بشأنها وبذلوا مجهودات لترقيتها، إذ عملوا على ترويج منتجات البلاد في الداخل بتنظيم أسواق خاصة للحيوانات منها بالعاصمة رحبة الغنم وبضحة الخيل، وبإحداث أسواق بتونس للزيت والخضر والحبوب والنحاس، وبتشييد

¹تحال العفيف، سوق حجاج للمهاجرين، دراسة سوسيو حضارية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، علم اجتماع حضري، 2019-2020، ص 21.

أسواق حول جامع الزيتونة، ومنها سوق الشماعين وسوق القماش وسوق العطارين الذي بلغ عدد دكاكينه 700. وكانت الأسواق التجارية بالبلاد نوعين: يومية وأسبوعية.¹

كانت الأسواق في الدولة الحفصية مراكز حيوية للتبادل التجاري والثقافي، وتشتهر بتنوع السلع المتوفرة فيها، بما في ذلك الحرف اليدوية والمنتجات الزراعية والملابس والمجوهرات. باختصار، كانت أسواق في الدولة الحفصية تمثل نقطة انطلاق مهمة للاقتصاد والثقافة والتبادل التجاري في المنطقة.

الأسواق في الدولة الزيانية

إن استقراء المصادر يكشف عن وجود ثلاثة أصناف من الأسواق التي كانت تنتظم المجال الاقتصادي في المغرب الأوسط الزياني. هفاك أولاً الأسواق اليومية التي كانت منتشرة في كل مدن الدولة الزيانية، وهو ما يؤكدّه يحيى بن خلدون عن سوق أكادير بتلمسان التي كانت تباع فيها مختلف السلع والبضائع يوميّاً. وبموضع آخر كان بتلمسان سوق يومي يعشق منشار الجلد. أما الصنف الثاني فهو الأسواق الأسبوعية التي كانت تقام في يوم معين من أيام الأسبوع، وكان تعرف باسم ذلك اليوم حيث كان السوق يُبنى في الصباح ويفضى في آخر النهار من اليوم نفسه. وسوق في هذا الصدد السوق الذي كان يقام بمعسكر كل يوم خميس، وسوق بقلعة هواره كان يقام كل يوم سبت، تباع فيه الخضار والفواكه والكتاب. وقد أشارت بعض المصادر الجغرافية المتقدمة إلى مثل هذا النوع من الأسواق بالمناطق الداخلية، حيث كان يقام سوق في يوم بمزونة، كما كانت بمدينة شلف سوق يقام كل يوم جمعة، وبالقرب من تمسكانة تتواجد مدينة صغيرة سميت باسم السوق التي كانت بها وهي سوق إبراهيم الأسبوعية، كما كان لمريانة سوق يدعى سوق كرام.

¹ أحمد بن عامر، الدولة الحفصية، صفحات خالدة من تاريخنا، تونس، دار الكتب الشرقية، ص 98-99.

أما الصنف الثالث فهي الأسواق العسكرية التي كانت تصحب عادة الجيش في تنقلاته أثناء غزواته. وعموما كانت هذه الأسواق تُنصب في الهواء الطلق، وحسب المصادر التاريخية فقد كانت هذه الأسواق تتميز بالتنوع في السلع المعروضة وتجّارها على توفير كل متطلبات وحديات سكانها من الأهالي أو من الزائرين من بعيد أو من مناطق الريف القريبة.¹

كانت أسواق في الدولة الزيانية متعددة، منها الأسواق اليومية والأسبوعية وحتى العسكرية. وكانت مركزاً للحياة الاجتماعية والثقافية، حيث كان يتجمع فيها الناس من مختلف الطبقات والثقافات للتبادل التجاري وتجارب الحياة.

الأسواق في العهد العثماني

كانت توجد في الجزائر بعض الأسواق يُعرض فيها الغرباء بضاعتهم، أما الأسواق الضخمة فكانت موجودة قديماً في بغداد أو في طهران، التي تحدث عنها المؤرخون العرب. كانت العادة المشيعة في هذه الأسواق منذ القديم هي أن الأجنبي أو الجزائري أو اليهودي يعرض فيها محلاً أو عدة محلات بمجرد الحصول على رخصة، ويعرض في أبوابها بضاعة. كما كان الزوار يكتفون بتقليب البضائع وقلة ما يشترون منها، فالتجارة لم تكن مربحة للجزائر وذلك لقلة البيع، بحيث أن الجزائريين في عهد هذه الفترة كانوا يعانون من الفقر، زيد على ذلك الأمراض والأوبئة التي كانت تقتل الكثير منهم.²

¹ خالد بالعربي، الأسواق في المغرب الأوسط خلال العهد الزياني، دورية كان التاريخية، العدد السادس، ديسمبر 2009، ص 32-33.

² بوشافه سعاد حمدي شريف نصيره، فضاء السوق النسوي في مجتمع الحضاري دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة، مستغانم، مذكره لنيل شهاده ماستر في علم الاجتماع الحضاري، جامعه عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017، ص 25.

وكان في الأسواق الجزائرية، العاصمة التي توجد في المكان الحالي لقصر الحكومة، الكثير من الحرفيين الذين يقومون ببيع بعض الأشياء، والتي تباع للقبائل المجاورة كالقبعات والسراويل والأحذية... إلخ. كما كانت البضائع التي تحملها القوافل من بلاد القبائل والجنوب زمن المغرب كالخضر والفواكه تباع أيضاً.

وتركز أغلب أسواق مدينة الجزائر في العهد العثماني في أسفل المدينة، ويشكل شارع باب عزون وباب الوادي وباب الجزيرة المركز الرئيسي الذي تنتشر فيه العديد من الدكاكين والحوانيت، وتنتشر بها العديد من المخازن والفنادق، بعضها مكشوف والآخر مغطى. وتكاد كل سوق تختص بصنف واحد من البضائع والسلع، قبل أن يعمل الفرنسيون على هدم العديد منها سنة 1830، ويحترق جانب مهم منها بخريف عام 1844. ويمكن تحديد أهم هذه الأسواق:

- السوق الكبير: باب عزون وباب الوادي وكان يعرف بسوق الملاحين ثم بسوق تباع فيها عادة الأقمشة وحاجات الخياطة، تعرض للهدم بأمر من الكولونيل روفيقو.
- سوق السمّن: إزاء سوق الكتان بالقرب من السريالية وتتصل بشارع الديوان.
- سويقة عمور: سوق صغيرة ازدحام حمام العرسة بين دكاكين القنادسية والغراجلية.
- سوق بابا عزوز يقع خارج المدينة بين باب عزون وبرج النافورة ناحية البريد المركزي حالياً .
- سوق دار الإنكشارية بجوار سكنات الجند قشتالة بالقرب من باب عزون .سوق باب الجزيرة بالقرب من الباب المؤدي للمرسى .سوق باب الوادي يقع في الجهة الغربية بمدينة عند باب

الوادي أو رحبة القديمة أو رحبة الزرع. سوق كتشاوة بجوار جامع كتشاوة. سوق سيدي محمد الشريف الجعدي يقع في ديوان زاوية سيدي محمد الجعدي.¹

تمتاز الأسواق في العهد العثماني بتنوعها وازدهارها، حيث كانت توفر مجموعة واسعة من المنتجات والسلع. كانت الأسواق تنقسم عادة إلى أقسام تجارية مختلفة مثل الأسواق للحرفيين والصناعة التقليدية، والأسواق للأغذية والمواد الاستهلاكية، وأسواق خاصة بالمواشي والحيوانات، وكذلك أسواق للمنتجات الفاخرة والسلع المستوردة.

السوق في فترة الاحتلال الفرنسي

كانت الأسواق في العهد الفرنسي تعمل أولاً على تقريب العلاقات القائمة بين المجتمعات المحلية التي تدخل أطرافها في نسق السوق، أو تعمل على تدعيم تماسك المجتمع المحلي وتضامنه ثانياً، كانت تقوم بدور رئيسي في نمو الحركة الوطنية في جبال الأطلس في شمال إفريقيا. وكانت السوق عبارة عن مؤسسة قانونية، اجتماعية، سياسية وأحياناً دينية، تخدم أساساً أهدافاً اقتصادية. في بلاد القبائل كان الذهاب إلى السوق بمثابة واجب على كل أفراد القبيلة، حيث يعاقب الفرد الذي لا يذهب إلى السوق بحجة أنه ليس لديه ما يشتريه أو يبيعه. فكما هو ملاحظ، فإن للسوق أهمية كبيرة في حياة الإنسان الجزائري بصفة خاصة والعربي بصفة عامة، فهو مكان التقاء السكان لتبادل الآراء والأفكار ومعرفة الأخبار السياسية.²

¹بوشافة سعاد، حمدي شريف نصيرة، فضاء السوق النسوي في مجتمع الحضاري، دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة، مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017-2018، ص 25.

²بوشافة سعاد، حمدي شريف نصيرة، المرجع السابق، ص 26.

أثرت السياسات الاستعمارية على الأسواق بطرق متعددة، فقد فرضت نظاماً اقتصادياً استند إلى الاستغلال الاقتصادي للموارد الجزائرية، وهو ما أدى إلى تغيير طرق الإنتاج والتجارة في البلاد. وتم تشجيع إقامة الأسواق الكبيرة والمركزية التي كانت تسيطر عليها السلطات الفرنسية، وكانت تعتبر نقاط تجمع للسلع والخدمات، ولكن في الوقت ذاته تعمل على تقييد الحركة التجارية وفرض الضرائب والرسوم على التجار والسكان المحليين.

الأسواق في الوقت الحالي

تعد الأسواق حالياً شريان التبادلات التجارية الداخلية، خاصة مع الإقبال الكبير للمواطنين عليها بسبب كثرة المنتجات المعروضة، إضافة إلى انخفاض الأسعار بها مقارنة بالدكاكين والمحلات.

نقد أحدثت بعض الأسواق العصرية في المراكز التجارية والأسواق المغطاة، حيث تعمل هذه الأسواق أساساً على جدول مواقيت مضبوط. هناك أسواق أخرى بقيت محافظة على طابعها الأصلي، فمنها ما هو عمومي ومنها ما هو أسبوعي وغيرها. تخضع هذه الأسواق إلى جملة من القوانين التنظيمية التي تضبط وتنظم المعاملات التجارية بها، إضافة إلى وجود نصوص وقوانين ردية خاصة بالتجار والبيع، يسهر على تطبيقها مراقبون مختصون في هذا المجال.¹

خلاصة

ختاماً، يمكن القول إن تاريخ الأسواق يمثل لوحة متنوعة وشاملة لتطور الحضارة الإنسانية عبر العصور. منذ العصور القديمة وحتى العصر الحديث، شكلت الأسواق نقطة انطلاق حيوية لتبادل السلع والخدمات والثقافات بين البشر. على مر العصور، تغيرت وتطورت

¹ أنحال عفيف، المرجع السابق، ص 31.

الأسواق لتلبية احتياجات المجتمعات وتطلعاتها، وشهدت تحولات اقتصادية واجتماعية تنعكس في طبيعتها وبنيتها. ومع ذلك، بغض النظر عن التغيرات، بقيت الأسواق تحافظ على دورها الأساسي كمحور للحياة الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات.

الفصل الثاني: الفضاء العام

_نشأة مفهوم الفضاء العام

_نظريات الفضاء العام

_نماذج تكوين الفضاء العام

_خلاصة

الفصل الثاني: الفضاء العام

نشأة مفهوم الفضاء العام

يعود مفهوم الفضاء العمومي إلى الفترة الإغريقية، أي النقاشات التي كان يخوضها الفلاسفة في ساحات اليونان القديمة، بلاد النقاء الثقافات. حيث يمكن الإشارة إلى النقاشات والحوارات التي كان يخوضها سقراط المتجول في الشوارع كتسهيل للفضاء العمومي. وأول عنصر يتميز به الفضاء العمومي هو: وجود الحرية والدفاع عنها من سيطرة الدولة وأجهزتها. حيث ظهرت الصالونات الأدبية والمقاهي لتستضيف هذه الظاهرة الجديدة المتصلة بالاستقلال الذاتي للفرد ضد أوامر الدولة وإملاءاتها.

يعتبر هابرماس أن الأدب هو المسؤول عن نشأة الفضاء العمومي بفضل الجرائد التي أنشأتها، مما أدى إلى نشوء الفضاء العمومي المتأدب، في دلالة إلى الدور الجوهري الذي لعبته وسائل الإعلام المكتوبة في الانتشار المبكر لنماذج اقتصاد السوق بعيداً عن مركزه الأصلي.

أما عن الفضاء العمومي داخل البيوت، فقد ظهر بالخصوص في صالة البيت الرئيسية، حيث تقوم الأم أو ربة البيت بالدور الرئيسي بين أفراد العائلة البرجوازية. ومع الوقت، امتد ذلك إلى المجتمع الخارجي مجسداً بالتجارب الاجتماعية التي نشاهد من خلالها بأن الوظيفة السياسية للفضاء العمومي البرجوازي تركز على تأمين سيطرة المجتمع المدني عبر قوة التجربة المحضرة لصميم الحياة الشخصية.

يُعرّف هابرماس المجال العام بأنه مجال الممارسات الفكرية المبنية على الاستعمال العام للعقل والمنطق من طرف أفراد خواص، حيث قدراتهم النقدية غير مرتبطة بانتماءاتهم إلى جهاز رسمي ما أو إلى بلاط الملك، ولكن ترتبط بنوعية قدراتهم ومشاهداتهم التي جمعتهم متعة الحوار التعايشي.

غير أن الوعود التي انطوت عليها المراحل الأولى من تطور المجال العام لم تتحقق بكاملها، فقد أوشك النقاش الديمقراطي على الاختناق تحت وطأة صناعة الثقافة. أدى انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية وصناعة الترفيه الجماهيرية إلى تشويه طبيعة المجال إلى حد بعيد، إذ أصبحت مناقشة القضايا السياسية مرهونة بما يدور في البرلمانات وفي وسائل الإعلام، فيما تجذرت سطوة المصالح التجارية والاقتصادية وهيمنت على الصالح العام.¹

نرى من خلال ما كتبه هابرماس أن الفضاء العام أو المجال العام يشير إلى المساحة الاجتماعية التي تكون مفتوحة للنقاش وتبادل الآراء والأفكار بين الأفراد في المجتمع، وهو المكان الذي يمكن للمواطنين أن يناقشوا فيه القضايا العامة ويتداولوا الأفكار دون تدخل من الحكومة أو السلطة السياسية.

نظرية حنة أرندت

تتشابه حنة أرندت مع يورجنهابرماس في الرؤية التاريخية للفضاء العمومي. فهي أيضاً تركز على نموذج الأثيني الذي يميز بين الحياة الخاصة، أي الأسرة التي تستولد فيها العلاقات الهيمنية، والحياة العامة التي تعتمد على قاعدة التشاور. في تناولها للمجال العام، تعتمد أرندت على مقارنة جمالية، حيث تعتبر المجال العمومي مجالاً للظهور، لأنه عام يتجلى فيه الأفراد والجماعات لبعضهم البعض، وتبرز فيه الأحداث بفضل الإشهار، الذي يرى فيه هابرماس إحدى الأسس الشرعية لممارسة الرقابة على السلطة السياسية من طرف الطبقة البرجوازية.

ترى حنة أرندت الفضاء العمومي على أنه فضاء المواطنة، من خلال العودة للمفاهيم الأساسية للحياة الاجتماعية والسياسية في المدينة الأثينية. تقدم تعريفاً للمدينة من

أنطوني غيدنز، ترجمة الدكتور فايز الضياع، علم الاجتماع مع مدخلات عربية، الطبعة الأولى، بيروت، أكتوبر 2005، ص 511-512.

خلال المجال العمومي، حيث يتم تنظيم الشعب انطلاقاً من تشاور عمومي في فضاء حقيقي يجمع الناس الذين يعيشون من أجل أهداف مشتركة وفي مساحة جغرافية حيث يقيمون ركزت أرندت على المجال العام ومشكلة الهيمنة عليه، وعلى أنه يجب أن يبقى حراً¹ وله من الأهمية ما يؤهله لمواجهة السلطة وهيمنتها، كما ردد هابرماس في هذا الصدد.

حنة أرندت تعتبر الفضاء العام حيويًا للتفاعل السياسي والاجتماعي، حيث يجتمع الأفراد لمناقشة القضايا العامة، وتشكيل الرأي العام، واتخاذ القرارات السياسية. ومن المهم أن يكون الفضاء العام مفتوحاً وديمقراطياً، حيث يتيح للجميع المشاركة بحرية وبمساواة.¹

نماذج تكوين الفضاء العام

يتميز جميع الدارسين بين نموذجين للفضاء العمومي: النموذج الأثيني والنموذج البرجوازي، لكن لم تكن نشأة الفضاء العام ممكنة لولا تفاعل ظروف وعوامل سياسية وثقافية واقتصادية في كل فترة تاريخية.

النموذج الأثيني

عرف الفضاء شكلاً له في الحضارة الأثينية قبل الظهور الفكري للمجال العمومي خلال القرن 19، ذات الطابع البرجوازي، عندما كانت في أوج ازدهارها في الممارسة السياسية والمدنية. لقد كان المواطنون الأثينيون يشاركون في مناقشة الأمور اليومية في الساحات والأسواق وأماكن التجمع، كما ينبغي أن يؤديوا واجباتهم من خلال مؤسسات الحكومة والعدالة رغم تقسيمات صولون الطبقيّة. وقد عبر بريكليس عن اعتزازه بهذه السيمانة المواطنين قائلاً: "فكل مواطن مهتم ليس فقط بشؤون الشخصية بل بشؤون الدولة

¹ خلوي حياة، تملك الفضاء العام الحضري كمجال للسوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة مستغانم، 2019-2020، ص 25.

أيضاً، حتى أولئك المنهمكون بأشغالهم الخاصة، فهم واسعوا الاطلاع إلى حد بعيد على السياسة العامة. هذه صفة مميزة لنا، فنحن لا نقول إن الرجل الذي لا يهتم بالسياسة هو الرجل المنصرف لأشغاله الخاصة، بل نقول إنه ليس لديه أشغال البتة. نحن نتخذ قراراتنا السياسية بأنفسنا أو نعرضها للمناقشة المناسبة لأننا نعتقد أن هناك تناقضاً بين الأقوال والأفعال".¹

نستنتج أن الفضاء العام في النموذج الأثيني كانت المشاركة المدنية أمراً أساسياً، حيث كان يشجع المواطنين على المشاركة في النقاشات واتخاذ القرارات التي تهم المجتمع والدولة.

النموذج البرجوازي

يؤكد معظم الباحثين والدارسين أن ظهور مفهوم الفضاء العام يعود للفيلسوف الألماني يورغن هابرماس. في كتابه الشهير "الفضاء العمومي: أركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكوناً بنوياً للمجتمع البرجوازي"، في الستينات من القرن الماضي، الكتاب ذو الخلفية السوسيو-تاريخية قدم من خلاله هابرماس ضرورة تشكل الفضاء العام خلال القرن 17 والقرن 18. يقول هابرماس إنه من خلال القرنين 17 و18 ظهرت فضاءات عامة كالمقاهي والصالونات الأدبية والمكتبات وكذا النوادي الثقافية، كان يجتمع فيها البرجوازيون ويناقشون ويتبادلون الآراء والحوار المتصل بالأدب والفن والثقافة. وقد سماها هابرماس بالمجال العمومي الأدبي، وبهذا المنطق كان الشعب ينقص من الفضاء العام نظراً لعدم قدرته على مناقشة المسائل الأدبية والفنية والسياسية والاقتصادية وغيرها في هذه الفضاءات.

¹ خلوي حياة، نفس المرجع، ص 26.

وقد قام بيرنار 100 بتصنيف سوسيو-تاريخي للفضاء العمومي لأربعة أشكال رئيسية مبرزاً خصائص كل مرحلة مقارنة مع الفضاء الخاص.

• الفكر اليوناني: حنة أرندت وراء مشترك تتخذ فيه القرارات فضاء خاص (عائلة + عمل).

• فكر الأنوار: يورغن هابرماس، فضاء اجتماعي، الفكر الليبرالي.

• فضاء الإشهار: الأفكار والآراء والمناقشة السياسية العامة.

• فضاء إعلامي: فضاء للآراء الخاصة، فكرة التعرض والبدل، فضاء معرض لفرز فضاء عمومي شعبي، وشكل ضغطاً على السلطات السياسية، فضاء مخصوص فضاء اجتماعي.¹

بشكل عام، يمكن القول إن الفضاء العام في النموذج البرجوازي يتميز بسيطرة الطبقة الاجتماعية الراقية، حيث كانت هذه الطبقة البرجوازية تتناقش وتتداول في الأدب والثقافة في الفضاءات العامة كالمقاهي والمكتبات... إلخ.

النموذج البروليتاري

المفكر الألماني أوسكار نيغت عارض أطروحة هابرماس، معتقداً أن البرجوازية لم تكن وحدها التي ساهمت بشكل كبير في نشاط الفضاء العمومي، خاصة في أوروبا في القرنين 18 و19، بل هناك طبقة اجتماعية أخرى وهي الطبقة العاملة، وبدونها لا يمكن أن تكون البرجوازية، إلى جانب فئات اجتماعية أخرى مثل الطلاب، الشباب، الأجراء، والنساء. حاول نيغت أن يلفت انتباه أستاذه هابرماس إلى مجموعة الديناميات الاجتماعية والسياسية التي تركت بصمة حقيقية في تاريخ أوروبا، مركزاً على الفضاء العمومي الألماني خلال ثورة

¹أخوي حياة، نفس المرجع سابقاً، ص 27-28.

1918 وعلى الفضاء العمومي الفرنسي، حيث لعبت حركة مايو 1968 الدور الأبرز في ظهور فضاء سياسي عمومي مهد للديمقراطية الفرنسية الجديدة، مغايرة تماماً لديمقراطية القرنين 18 والتاسع عشر.

لا يلغي الفضاء العمومي البروليتاري الانتماء الطبقي، بل النظرية قائمة على منطق الثنائيات، وإنما يقصد به الفضاء المعارض، حيث تتشكل الآراء والمواقف السياسية لسلطة مضادة للسلطة السائدة أو المهيمنة. وقد مكنت التجربة السياسية والنقابية والتصاقها بالطبقات الشعبية من إبراز أهمية الخبرة والممارسة في تشكيل الفضاء العمومي كفضاء معارض.¹

في نموذج البروليتاري، يتغير مفهوم الفضاء العام بشكل كبير، حيث يفهم في هذا النموذج على أنه المساحة المشتركة التي يتحكم فيها المواطنون بأنفسهم، وتعتبر عن مصالح الطبقة العاملة، وأن الفضاء العام ملك مشترك للمجتمع ومتاح للاستخدام العام.

خلاصة

ختاماً، استخلصنا أن الفضاء العام هو أحد المفاهيم الأساسية في الحياة الاجتماعية، حيث يمتاز بكونه مكاناً مفتوحاً لجميع أفراد المجتمع دون استثناء أو تمييز. وهو ليس للسياسة فقط، وإنما تختلف وظائفه وقد شملت صياغة الرأي العام واتخاذ القرارات الجماعية حول قضايا اجتماعية أو تجارية أو حتى إخبارية. ويوفر منصة للتعبير عن الهوية والثقافة والتفاعل الاجتماعي، كما أنه عبارة عن فضاء حضري في الأصل.

¹ خلوي حياة، نفس المرجع السابق، ص 28-29.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي من المذكرة

_لمحة تاريخية عن مدينة سيدي علي

_نبذة عن السوق الأسبوعي لمدينة سيدي علي

_تحليل المقابلات

_النتائج

_استنتاج العام

_مناقشة الفرضيات

الفصل الثالث :

لمحة تاريخية عن مدينة سيديعلي

إن تاريخ سيدي علي متصل بتاريخ الجزائر، لكونها تقع في الشمال، أو في أحضان جبال الازهر السام الممتدة ما بين مدينتي مستغانم غربا ومليانة شرقا. تعاقت عليها الأملخصوبة أراضيها وصلاحيتها للزراعة ولطافة جوها، حيث سكنوها وأنجزوا حضاراتهم بدءا بالإنسان البدائي الروماني فالفينيقيون مروراً بالعصر الإسلامي والعثماني وعصر الاجتياح الفرنسي للجزائر.

- لم تسقط سيدي علي في أيدي الفرنسيين، كما سقطت الجزائر العاصمة، وهران وقسنطينة ومدن أخرى في بداية الاحتلال، لأنها لم تكن موجودة، بل كانت عبارة عن جبالوغابات، فسميت منطقتها (الجبال)، و بعد سنة 1830، لم تظهر فيها الا ربوة فيها ضريحالولي الصالح سيدي علي الكترومي ، فنعتها أهاليها سيدي علي.
- في سنة 1889 قامت الإدارة الفرنسية بتسميتهاCassaigne عن الضابط الفرنسي Charleo Philibert CASSAIGNEتقديرا لما اقترفه من جرائم ضد الإنسانية في حق الشعبالجزائري خلال محرقة(أولاد رياح) في صيف 1845 (في شهر جوان).
- سيدي علي هي إحدى بلديات ولاية مستغانم، وهي ثاني مدينة بعد عاصمة الولاية من حيث عدد السكان، إذ يبلغ تعداد سكانها 35,000 نسمة، وتقدر مساحتها بـ 217 كلم مربع، وتبعد عن سطح البحر 17 كلم. فهي أكبر بلدية في الولاية من حيث المساحة، تقع بين بلديات من الولاية من جوانبها الأربع، مما جعلها مدينة داخلية.
- الحدود: من الشرق أولاد مع الله وترقاية، من الشمال بلدية سيدي الأخضر، ومن الغرب سيدي بالطار وحجاج، ومن الجنوب وادي الخير والسور.¹

¹ - كياس الحاج، **منار الوالي في تاريخ سيدي علي**، دار المجد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، 2023، ص. 14-16.

نبذة عن السوق الأسبوعي لمدينة سيدي علي:

حسب ما هو مصرح من طرف البلدية، السوق الأسبوعي هو سوق يقع في مدخل الجهة الغربية لسيدي علي في منطقة تسمى كرايعية، ويتربع على مساحة تقدر بـ 08 هكتارات. لديه 08 مداخل و02 مخارج للنجدة، ويقام كل أسبوع يوم الأحد.

تحليل المقابلات

- لقد اعتمدنا في دراستنا الراهنة على 20 مقابلة مع أفراد العينة ممن يزاولون نشاطهم في السوق الأسبوعي لسيدي علي، وبعد تفريغ الإجابات والاطلاع عليها، استخلصنا جملة من المعطيات والحقائق الاجتماعية المختلفة، والتي سنحاول عرضها على النحو الآتي:
- فعند طرحنا للسؤال الأول المتعلق بمدى زوالي هذه المهنة، اتضح لنا أن مدة زوال المبحوث لهذه المهنة تتراوح ما بين 3 إلى 30 سنة، وهذا ما يدل على أن أغليبيتهم اعتادوا على هذه المهنة وأخذوها أبا عن جد. أما عن السؤال الثاني الخاص بدخول المجال، كان بمحض اختيار أم مرغماً، فتبين لنا أن جل الإجابات كانت بمحض الاختيار الشخصي ورغبة المبحوث في ذلك، وهذا ما جاء في المقابلة رقم "03": "اختياري، راطي خير ملي قرا"، والمقابلة رقم 15: "اختياري، أنا خيرتها روجي، فيها دراهم" ومقابلة رقم سبعة: "اختياري، أنا بغيتها". وهذا ما يدل على أن أغلب الباعة يمارسون مهنة التجارة في السوق الأسبوعي عن قناعة، فكثيراً ما يميل الرجال إلى التجارة والأعمال الحرة أكثر من الوظائف الأخرى، خاصة تلك المتعلقة بالإدارة والوظائف التي تتطلب مستوى علمي معين وإذا ما ربطنا ذلك بصعوبة إيجاد عمل في الوظيفة العمومية، لذلك ليس من الغريب أن نجد هذا الميل إلى مزاولة مثل هذه النشاطات. هذا من جهة، من جهة أخرى، فإن الطفل الذي ينشأ في وسط وبيئة معينة ويرافق الأب والجد أو أحد الأقارب بصفة دائمة لمقر العمل المماثل ينزع في الكثير من الأحيان إلى مزاولة نفس المهنة أو الحرفة ما دام يعرف عنها الكثير، فيتجنب التوجه إلى

حرفة أو مهنة غيرها، لذلك لم يكن غريباً أن يكون التحاق أغلب المبحوثين بالعمل في هذا السوق بمحض الاختيار، ولأن البعض منهم شب على مثل هذا النشاط منذ الصغر.

والسؤال الثالث الذي نتساءل فيه عن أنواع السلع والخدمات التي يتم بيعها في السوق، فكانت إجابات متنوعة، من بينها: خضر، فواكه، لحوم، أغنام، خردوات، ورد، تمر، حلوى، ألبسة، دجاج، أدوات ومستلزمات التنظيف، الحبوب، أواني، مواد غذائية، أفرشة، أواني فخارية، توابل. كما جاء في المقابلة 01: "خدمات متنوعة في السوق، كإين ألبسة، الخضرة، فواكه، اللحوم، الأغنام، الخردوات"، والمقابلة 11: "كإين بزاف صوالح من بينها الألبسة الرجالية"، والمقابلة 06: "بزاف سلعة، كإين اللحم، دجاج، أدوات التنظيف". وهذا يظهر دلالة أن السوق الأسبوعي يحتوي على عديد من السلع والخدمات التي تلبى حاجيات اليومية للفرد (كما هو موضح في الصور الموجودة في الملاحق). أما بالنسبة لكيفية تنظيم الباعة في السوق، فكل أجب على أنه يوجد شخص يدعى "قمارقي" يقوم بتنظيم السوق بتقسيم أماكن على التجار، وذلك حسب كل صنف من السلع. مثل ما جاء في المقابلة 10: "قمارقي هو اللي نظم تجار حسب نوع السلعة"، ومقابلة 12: "قمارقي نهار الأول تدخل السوق وتخلصه يوري لك بلاصتك"، والمقابلة 02: "قمارقي هو اللي نظمناه ويعطي كل واحد بلاصة من الأول". ويشير هذا أن السوق له قاعدة حيث أن هذا الشخص المدعو قمارقي¹ يقوم بكراء مكان للتاجر بسعر رمزي، وعند دخوله يدلّه على مكانه، مما يجعل السوق منظم¹. لذلك، فإن للجماعة المرجعية للشخص دور هام في الضبط الاجتماعي، فهي التي تحدد إن كان انتهاك المعايير والقانون يتلاءم أو لا يتلاءم مع مقام أعضائها. لذا، فإن الطريقة المؤثرة في الضبط هي الطريقة الرسمية عن طريق الجماعة التي تكافئ الامتثال بدلاً من معاقبة عدم الامتثال.² فكل بيئة تختص بمجموعة من الضوابط الاجتماعية التي تميزها عن غيرها من البيئات، ويحاول الفرد

¹ - قمارقي: قابض السوق، يولي اهتماماً شاملاً لكل ما يتعلق بالسوق.

² - مشري زبيدة، إلياس شرفة، "النماذج النظرية المفسرة للضبط الاجتماعي"، مجلة أفاق للعلوم، العدد، مارس 2017، الجلفة، ص. 02.

وسط كل هذا أن يجد لنفسه موقعاً داخل البيئة التي ينتمي إليها حتى لا يشعر بالاغتراب الاجتماعي وبأنه خارج عن بيئته المعتادة. فبمجرد الإحساس بذلك، سرعان ما يدب الخلل في المنظومة الضبطية لهذا الفرد ولكل مؤسسة نظامية كانت أو غيرها. وهو حال هذا السوق قيد الدراسة، الذي ارتضى فعليه الاحتكام إلى القمارقي كوسيلة لإحلال الضبط الاجتماعي والتنظيمي لجميع الفاعلين داخل السوق. لذلك، لم يكن غريباً أن يعتبر ماكيفر "الضبط الاجتماعي بأنه وظيفة للحفاظ على البناء الاجتماعي من خلال أشكال القوى ذات التأثير الفعال التي تعمل على تدعيم التماسك الاجتماعي وضبط سلوك الأفراد¹.

أما عن تفاعل الباعة مع الزبائن، تبين لنا من خلال الإجابات أن لكل تاجر عادة وطريقة من بينها: سلوكي الحسن، وعرض السلع التي تجذب الزبون، ومعاملتي الجيدة لكسب الزبون. كما جاء في المقابلة 3: "مين نترحب بالزبون يفرح ويولي يجي عندك، سيرتو مين تضحك في وجهه"، والمقابلة 08: "كل واحد وطريققتوا، كاين لي يبرح وكاين لي يجذب الزبون غير بالهدرة، كاين وكاين". هذا يدل على أن تفاعل التجار مع زبائنهم يتم عن طريق التواصل والاحترافية والاحترام والاهتمام. "يتحدد نمط العلاقة بين التاجر والمستهلك وكيفية التعامل معه أثناء عمليات البيع والشراء في ضوء مجموعة من الاعتبارات، كخبرة التجار ووعيهم الكامل بالسوق وآلياته من عرض وطلب وأسعار، وخبرة التجار المكتسبة حول سيكولوجية المستهلك والتي يتم في ضوءها تحديد ما إذا كان المستهلك راغباً في الشراء أو عازفاً عنه، وحجم ونوع المبيعات التي يطلبها المستهلك، ونسبة تردد المستهلك على السوق والمتجر"². وهذا يدل على حرص الباعة أو التجار على التعامل باحترام قدر الإمكان مع الزبائن لكسبهم وكسب تردهم

¹ - آمال عبد الحميد أفرون، "علم اجتماع قانوني والضبط الاجتماعي"، دار المسيرة، عمال، ط. 2، 2015، ص. 44.

² - شريهان حوامة، "السوق كمنطقة للعلاقات الاقتصادية والاجتماعية والتفاعل في الأنثروبولوجيا"، علم الاجتماع، 16 يناير 2021، يوم

المستمر، ولضمان تواصل اجتماعي جيد فيما بينهم، فضلاً عن دفع ديناميكية التفاعل الاجتماعي البناء وتفعيل حركية السوق والتجارة .

"إن السوق الأسبوعية تقتصر فقط على المعاملات التجارية، بل يعتبر فضاءً اجتماعياً وثقافياً وينظم بشكل دوري على مستوى منطقة معينة، الغرض منه شراء السلع الضرورية وتوطيد أركان التفاعل الاجتماعي".¹ أما عن تحديد أسعار السلع والخدمات، كانت معظم الأجوبة أن كل تاجر يحدد سعر سلعته حسب شرائها بالجملة وحسب العرض والطلب. وما يؤكد ذلك، مقابلة رقم 9: "حسب عرض وطلب، وثاني، إذا كانت سلعة مطلوبة بزاف نرحوا فيها شوية"، والمقابلة 18: "على حساب شحال شريتها، نزيد ديك فايدة وصايي". فتحديد الأسعار في السوق الأسبوعي يعتمد على مجموعة من العوامل من بينها تكلفة المنتج والطلب والعرض.

عند طرح السؤال السابع حول النزاعات التي تحدث بين الباعة أو بين الباعة والزبائن وكيف يتعاملون معها، كانت معظم الإجابات أنه إذا كان النزاع صغيراً، يتدخل بعض الأفراد لفك النزاع إذا كان النزاع كبيراً، فيتدخل الأمن (الشرطة). وهذا ما أكدته مقابلة رقم 15: "كل خطرة كيفاه، وكل مدايزة كيفاه، كاين وين تكبر نعيطوا لبوليس، وكاين وين ما نحلوها فيما بعض"، والمقابلة رقم 04: "إذا كان نزاع خفيف نفروها بيناتنا، وإذا كان كبير لبوليس يفروها"، والمقابلة رقم 10: "إذا كان نزاع صغير، تما ينعلوا شيطان يحلوا مشكل، وإذا كبرت يدخلوا الشرطة وهذا يؤكد على أنه يوجد حالات من النزاعات ويمكن التعامل معها عن طريق التفاوض والتسوية. يمكن للأطراف المتنازعة التفاوض مع بعضها البعض والوصول إلى حل وسط يرضي الطرفين. في بعض الحالات، يتم اللجوء إلى التسوية القضائية اعتماداً على مناداة الشرطة وبالنسبة إلى السؤال المتعلق بمتى يكون الإقبال على هذا السوق ولماذا معظم الردود كانت حول الأعياد الدينية ورمضان هذا ما ورد في المقابلة 05 "رمضان بزاف

¹ - عبد الله بادو، "الأسواق الأسبوعية بالمغرب: فضاء تجاري ذو أبعاد اجتماعية وثقافية"، وكالة أنباء العالم العربي، يوم 2024/05/28.

والأعياد خاصة عيد الكبير لأن سلعه في رمضان سلعه تهود شويه على حوانيت وعيد كبير اصلا هذا السوق معروف ببيع الأضاحي "ومقابلات 13" مناسبات هي تاع خدمه عيد كبير يشرب بزاف وثاني سلعه تتوفر في المناسبات "والمقابلة 16" عيد كبير بزاف على خاطرش السوق سيدي علي معروف بالغنم والمواشي هذا ما يوحي أن السوق الأسبوعي لمدينة سيدي علي يكون عليه إقبال كبير في الأعياد والمناسبات الدينية خاصة عيد الأضحى لأنه معروف ببيع المواشي والأضاحي ويمكن النظر الى هذا الإقبال من زاوية البعد الثقافي والاجتماعي فهناك العديد من الثقافات تعتبر الأعياد فترة تتميز بالاحتفال وهذا يتزايد الطلب على المنتجات والخدمات خلال هذه الفترة وهذا يؤكد الأسواق الأسبوعية لها مكانه داخل النسيج الاجتماعي والثقافي لمواطنين فهي مجال ثقافي يتفاعل فيه الأفراد والقبائل حيث تتم فيه لقاءات على الهامش¹ فيما يخص السؤال الذي يتجلى حول الأسعار هل هي في متناول الأغلبية نجد الإجابات متشابهة تتفق على أن الأسعار مناسبة ومعقولة في متناول الزبون هذا ما يعبر عنه مقابلة رقم 14 "واه تلقاها في متناول الأغلبية لخاطرش كاي بزاف تجار يبيعوا نفس السلعة ايا تهود السومة" مقابلة رقم 12 "باينة في متناول الأغلبية على خاطرش السوق فائدة اللي تربحها ما تخلصش بها كرية كيما حانوت حدك تخلص قمرق هنا سلعة تكون رخيصة بالنسبة للشاري" مقابلة رقم 20 "اسواق سعر مهود بزاف على حانوت على خاطر حانوت عنده كرية وعنده خدامة بصح سوق غير طابطة وتدي فايدة هذا ما يوضح أن السوق الأسبوعي يوجد فيه أسعار تلائم الأغلبية الأفراد لكن يبقى هذا الامر رهين الباعة ولكن بالمقابل أخذنا آراء بعض الزبائن بطريقة عشوائية وأن جلهم أكدوا على غلاء الأسعار وانها غير مناسبة لجميع الفئات ومع ذلك هناك إقبال على هذا السوق وذلك لتوفير الاحتياجات الضرورية للحياة لكن كل حسب قدرته واستطاعته المادية.

¹ - عبد الله بادو: الأسواق الأسبوعية بالمغرب فضاء تجاري ذو أبعاد اجتماعية وثقافية وكالة أنباء العالم العربي

بالنسبة للسؤال 10 خاص بإيجاد السلع المفقودة، فكانت أغلب إجاباتها يمكن إيجادها ولكن بالنسبة قليلة، وهذا ما بينته مقابلة رقم 17 " قليل وبن تلقاها"، مقابلة رقم ثمانية " قليل وبن تلقاها وا إذا لقيتها غالية"، ومقابلة رقم 03 " كل خطره وكيفاه ثاني الى ما كنتش متوفره في بلاد ما تكونش في السوق والا كانت تكون غالية" وهذا ما يدل على أن السلع المفقودة نادرا ما تتوفر في السوق الأسبوعي، وا إذا توفرت قد يكون سعرها غالي جداأما عند طرحنا سؤالاً خاصاً بالجودة السلع، هل هي مطابقة للمعايير المتعامل بها، فظهرت معظم الإجابات كانت لا وجود للجودة في السوق، مثل ما جاء في المقابلة 18 " لاكاليتي في السوق عيانه شويه" والمقابلة 06 "ما كاينش جودة والنوعية في السوق". أما الإجابة في المقابلة رقم 09 صرحت أن الجودة تكون في التمور والمواشي "بعض المنتجات نلقاو كيما تمر ولكباش". وهذا ما يدل على أن جودة السلع في السوق شبه منعدمة وهذا ما يفسر انخفاض أسعار المنتجات في مثل هذه الأسواق، هو عدم مراعاتها في أغلب الأحيان لمعايير الجودة العالية والرغبة في الربح السريع لهذه المنتجات لا اعتقادهم الجازم بأن قدرة المشتري المادية لا تسمح لأغلبيتهم بالإقبال على السلع ذات جودة عالية وباهظة الثمن، والتي لا تناسب القدرات المادية لديهم في بعض الأحيان مما يجعلهم يقبلون على مثل هذه السلع والمنتجات كبديل من جهة وكضرورة حتمية من جهة أخرى. أما السؤال الثاني عشر كان حول ما يستعرض في المحلات الكبرى، هل يمكن أن نجده في هذا السوق، كانت إجابات أغلبها تصرح أن سلع المحلات الكبرى نجدها بالنسبة نادرة وقليلة جدا، هذا ما جاء ذكره في المقابلة 04 " ماشي تلقى كلش حاجة وزوج برك" ومقابلة 19 " بلاك تلقى بصح تختلف في النوعية" المقابلة 11 " ممكن ماشي لدرجة كبيرة لخطرش محلات كبرى جيب سلعة غالية وسوق ما تمشيش فيه هذا ما يظهر أن السوق الأسبوعي سلعته تختلف عن سلعه محلات الكبرى من ناحية الغلاء والنوعية. السؤال 13 فيما يخص موقع البناء من هذا السوق، وكانت كل إجابات توضح أن لا مكان للمرأة في سوق مثل مقابلة رقم 01 " المرأة لا تدخل السوق أبدا" والمقابلة 07 " ممنوع دخول النساء للسوق"

ومقابلة 10 " ما كانش النساء في السوق عيب امرأة تتسوق" وهذا يشير إلى أن السوق الأسبوعي بسيدي علي سوق ذكوري بامتياز ولا وجود للمرأة فيه. قد أدرج بورديو السوق في الميدان الخارجي كوسيط ذكوري بحيث يقوم على أساس مبدأ الشرف مقابل فضاء المرأة الذي هو فضاء خاص بالرجل الذي لا يتمنى لأي غريب أن يدخل إليه فهو مجال العلاقات المجابهة، التحدي ورفع التحدي بين الرجال".¹ في هذا الصدد، أشار بورديو وبلحاج "التمييز بين مستويين من الفضاء الذكوري والأنثوي، بينما هو داخلي بالنسبة للمجال المنزلي الخاص بالنساء، والمجال الخارجي الذي هو مجال خاص بالرجال"². وبالنسبة للسؤال الذي جاء حول تطلعات السوق في المستقبل، كانت جل الإجابات حول تطوير السوق للأحسن، هذا ما ورد في مقابلة رقم 02 "اتوسع إن شاء الله ويتقى"، ومقابلة رقم 16 "إن شاء الله سوما تهود باش الزوالي ياكل"، ومقابلة 05 "يكون منظم أحسن من هاك، سقوط أسعار، توفر المنتجات بكثرة". وهذا ما يشير إلى أن الجميع يريد تنمية السوق من حيث النظافة وتحسين الأسعار كي تساعد كل الأفراد وتوسع السوق وعند طرحنا سؤالاً حول طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ في السوق الأسبوعي، تلقينا مجموعة من إجابات كانت أغلبيتها توضح أنها علاقة أخوة وصدقة، هذا ما جاء في مقابلة 08 "احنا كامل خاوه وصحبه"، ومقابلة 14 "الصحبة والتجار هنا خاوه وكاين تلقى أولاد فاميليا يتناسبوا"، ومقابلة 06 "سوق دار كبيرة واللي فيها كاع خاوة". وهذا ما يدل على أن السوق لأسبوعي يشكل مشهداً اجتماعياً غنياً بالعلاقات الاجتماعية المتنوعة. وعند طرحنا السؤال التالي، الذي كان كيف تنشأ هذه العلاقات، تبين لنا أنها تنشأ عن طريق التفاعل وحسن المعاملة واللقاء المتكرر كل أسبوع، هذا ما جاء في مقابلة رقم 01 "تنشأ عن طريق المعاملة الجيدة يعني حسن المعاملة تولد علاقة محبة وثقة"،

¹ - ناصر آيت مولود، السوق وطقوس العبور في منطقة القبائل، مجلة إنسانيات، العدد 54، 2011، وهران، الجزائر، ص 15.

² - Bourdieu P. Equipe d'une théorie de la pratique. Procédé de trois études d'éthnologie kabyle, Genève,

نقلا عن ناصر آيت مولود، مرجع سبق ذكره، ص 19. . 1972 p.10-73. librairie Drog

مقابلة 19 "في مداومة اللقاء كل سمانه نتلاقوا"، مقابلة 01 "كل سمانه نتلاقوونشوفوا نفس وجوه، أوتوماتيك تنشأ العلاقة". وهذا ما يدل على أن تواجد الأفراد في السوق الأسبوعي بانتظام يطور لديهم شعور بالتعرف والتفاعل المباشر، والتكرار في التواجد يؤدي إلى إحساس بالانتماء، وهذا ما ينشئ العلاقات. أما السؤال الذي كان حول أهمية هذه العلاقات بين التاجر والمستهلك، كانت إجابات شبه متقاربة تصرح أن هذه العلاقات تعزز تجربة التسوق وتزيد الثقة بين الطرفين، وهذا ما جاء في مقابلة 17 "تاجر يريح الزبون ومشتري يريح تاجر فيه ثقة"، ومقابلة 07 "لها أهمية بالغة بحيث تحدد استمرارية تعامل الشاري مع التاجر". ومقابلة 18 "التاجر تزيد فرص البيع وتسهل عليه، والمشتري يستفاد يدي سلعة بسومة لرض". وهذا ما يدل على أن العلاقات بين التاجر والمشتري أو المستهلك لها أهمية بالغة، وتعد عنصراً أساسياً ليس فقط في تحقيق النجاح التجاري، بل أيضاً تخلق بيئة تسوق بياضات ثقة متبادلة بين الطرفين ومستدامة. وعند طرحنا السؤال الذي يلي: هل تساهم هذه العلاقات في بناء التماسك الاجتماعي؟ نعم، لا، كيف ذلك؟ فأغلب الإجابات اتفقت على أنها تساهم في بناء التماسك الاجتماعي من خلال تعزيز الدعم المتواصل بين الأفراد، والتواصل، والتفاهم، والتفاعل، وهذا ما ورد في مقابلة رقم 13 "نعم، لتتهلا فيه في السوق حتى وتتلاقاه برا يواجبكويهضر معك"، مقابلة رقم 11 "نعم، حاجة باينة، من تكسب بالشخص قادر ذاك الإنسان يكون خدام حاجة واحدة أخرى وتتقدر عليك، غادي تصيبه"، ومقابلة 12 "واه، باينة، لأنه غادي يولي عندك معرفة دائماً من خلال هذه العلاقات". وهذا ما يدل على أن هذه العلاقات تساهم بشكل كبير في التماسك الاجتماعي وفي بناء المجتمع من خلال تعزيز الروابط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بين أفرادها. "إن السوق ليس فقط مكان للتبادلات التجارية، ولكنه أيضاً المكان الأمثل للقاءات الإنسانية"¹. أما السؤال الذي كان عن أهم المواضيع التي يتفاعل حولها الفاعلون في السوق الأسبوعي، كانت إجابات متشابهة تدور

¹ - د.مناد سميرة، الفضاء العام في المجتمع التمثلات والممارسات، عمان- دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط01 - 2020، ص87.

حول عدة مواضيع مختلفة، مثل ما جاء في المقابلة 15 "تهدروا على مشاكل دار بزاف، نهدروا على مواقف الناس اللي يشروا"، مقابلة 10 "كل مرة موضوع هدره تجيب هدره، خطرات بالو، خطرات على الأسواق، وخطرات سياسة"، مقابلة 10 "ارتفاع الأسعار، انخفاضها، سياسة، انتخابات، مواضيع محلية". وهذا ما يدل على أن السوق الأسبوعي ليس مجرد مكان للتبادل التجاري، بل هو أيضا مركز للتفاعل الاجتماعي والثقافي، حيث يعزز الأفراد الروابط ويطورون شبكات الدعم الاجتماعية. وعند طرحنا سؤال: كيف تساهم هذه المواضيع في تعزيز التفاعل الاجتماعي؟ تلقينا مجموعة من إجابات تبين تساهم بطرق متعددة من بينها تبادل أفكار وآراء ونصيحة، وهذا ما جاء في المقابلة 20 "تساهم في نصيحة، ننصح بعضنا البعض"، ومقابلة 04 "تساهم في آراء مختلفة حول تلك المواضيع"، والمقابلة 09 "من نتبادلوا هدره وأفكار ندو مغزى من الهدرة". وهذا ما يدل على أن هذه المواضيع تساهم في التفاعل الاجتماعي من خلال التعارف والتواصل، ومن خلال بناء رأس مال اجتماعي وتفعيل آليات التبادل الاجتماعي وتعزيز التضامن الاجتماعي. أما السؤال الأخير: هل ترى أن السوق هو فضاء مناسب للتفاعل والعلاقات الاجتماعية؟ كانت سائر الإجابات متماثلة، مجيبة بنعم، مثل ما جاء في المقابلة 01 "نعم، هو فضاء للتفاعل أساسا وبناء العلاقات الاجتماعية"، والمقابلة 03 "واه، أكيد، سوق يجتمعوا فيه الناس وكاين اللي يقضوا صوالح شخصية فيه، مثلا زواج يقولوا رد لك الخبر إلى قابلين نهار الأحد في السوق"، ومقابلة 16 "وعلى خاطر في السوق يكونوا فيه ناس من كل بلاد، يتبادلوا معرفة". وهذا ما يدل على أن السوق هو فضاء مناسب للغاية لتعزيز التفاعل والعلاقات الاجتماعية، لأنه يمثل جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع، حيث يوفر بيئة تفاعلية تجمع بين الأفراد من خلفيات اجتماعية واقتصادية وثقافية مختلفة، وهذا يؤكد غرين تركز في قوله "إن السوق يتميز

بنمط من العلاقات الاجتماعية بمقتضى قواعد جماعية معينة، كما يعتبر مكاناً للتعرف المشترك".¹

¹ - بوشافة، سعاد، حمدي، شريف نصيرة، فضاء السوق التئموي في المجتمع الحضاري، دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة، مستغانم،

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة مستغانم، 2017-2018، ص. 60.

النتائج:

1. يحتوي السوق الأسبوعي على مجموعة واسعة من السلع والخدمات، وتتنوع بشكل كبير وفقاً لطبيعة احتياجات الأفراد.
2. يتم تنظيم الباعة في السوق من طرف قابض السوق، حيث يولي اهتماماً شاملاً لكل ما يتعلق بالسوق.
3. تفاعل الباعة مع الزبائن في السوق الأسبوعي يعتمد على عادات، بحيث لكل تاجر عاداته الخاصة في التفاعل.
4. يتم التعامل مع النزاعات في السوق الأسبوعي بحلها عن طريق التفاوض والتسوية، وفي بعض الحالات يتم اللجوء إلى الأمن.
5. يكون الإقبال الكبير على هذا السوق في المناسبات، من بينها الأعياد الدينية.
6. يتم تحديد الأسعار في السوق الأسبوعي حسب كل تاجر، وفق شراء سلعته بالجملة، ونجد الأسعار في متناول الأغلبية.
7. تفتقر السلع في السوق الأسبوعي إلى الجودة، ما عدا في المواشي.
8. غالباً ما تتوفر السلع المفقودة في السوق الأسبوعي، ونادراً ما نجد سلع المحلات الكبرى فيه.
9. يفتقر السوق الأسبوعي إلى وجود النساء، مما يمنحه طابعاً ذكورياً بارزاً.
10. تتجلى طبيعة العلاقات التي تنشأ في السوق الأسبوعي في صورة علاقات الأخوة والصداقة، وتتبنى هذه العلاقات من التفاعل المستمر واللقاء المتكرر كل أسبوع.
11. تكمن أهمية العلاقات بين التاجر والمستهلك في تبادل الثقة وتحقيق النجاح التجاري.
12. تعمل هذه العلاقات في السوق الأسبوعي على بناء التماسك الاجتماعي من خلال تعزيز الروابط الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
13. يتفاعل الأفراد في السوق الأسبوعي حول مواضيع مختلفة تشمل الجوانب الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية، وتساهم هذه المواضيع في تعزيز التفاعل الاجتماعي من خلال تبادل الآراء والخبرات وإثارة النقاشات.

14. يعتبر السوق فضاءً مهماً للتفاعل الاجتماعي وبناء العلاقات، ويلعب دوراً حيوياً في تعزيز التواصل بين الأفراد وتعزيز الروابط الاجتماعية في المجتمع.

استنتاج عام

اكتسب السوق الأسبوعي بمدينة سيدي علي شهرة مرموقة بفضل إقباله الكبير من الزبائن عليه، وذلك نتيجة لأسعاره المنخفضة. فضاءً عمومياً محلياً له أهمية بالغة في اقتناء ما يحتاجه السكان أو أفراد المدينة، حيث يحتوي على تشكيلة من السلع والمنتجات المختلفة. تتجلى ديناميته في ممارسات التجار من جانب تنظيمهم في السوق وطرقهم المختلفة في تفاعلهم مع الزبائن، وزيادة على ذلك تحديدهم لأسعار السلع وكيفية تعاملهم مع النزاعات. فضاءً ذكورياً حيث يخلو من النساء. قد تتجاوز طبيعة السوق الاقتصادية البحتة لتشمل الجوانب الاجتماعية والثقافية أيضاً. تتجلى طبيعة العلاقات التي تنشأ فيه والتي تساهم في بناء التماسك الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، اكتشفنا أهم المواضيع المختلفة التي يتفاعل حولها الفاعلون في السوق، وتتعلق بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حتى الرياضية والسياسية، حيث تساهم في تعزيز التفاعل الاجتماعي من خلال اجتماعهم الدائم كل أسبوع وتحاورهم بالتالي، نرى السوق فضاءً مناسباً للتفاعل والعلاقات الاجتماعية.

مناقشة الفرضيات:

انطلاقاً من النتائج السابقة، تم التوصل إلى اختبار الفرضيات السابقة:

-**الفرضية 01:** السوق الأسبوعي يعكس طبيعة ممارسات الفاعلين فيه وتصوراتهم حول الفضاء العام.

-**الفرضية 02:** السوق فضاء لإقامة علاقات اجتماعية متنوعة بين مختلف الأفراد حول مواضيع مختلفة.

فمن خلال المعطيات التي استقيناها من آراء المبحوثين، اتضح أن ممارسات الفاعلين فيه سواء كانوا تجاراً أو زبائن، تتناسب حسب طبيعة كل فاعل وحسب تنشئته. فمنهم من يحتكم إلى لغة الاستمالة واستعمال الإقناع في معاملته مع الزبائن وجذبهم إليه، ومن ثم إلى شراء سلعته. السوق هو مكان للتنافس، فضلاً عن ذلك، فهو مجال للتلاقي وعقد صفقات مختلفة وفضاء لتشكيل روابط اجتماعية متنوعة. من خلاله، يتم مناقشة أمور عدة حول السياسة، الاقتصاد، المشاكل الاجتماعية، وحتى ربط شراكات عمل أو ارتباطات الزواج. فهو فضاء اقتصادي تجاري وتنافسي بامتياز، وفضاء أيضاً لجص نبض أمور حياتية مختلفة.

الختامة

الخاتمة

- في ظل التغيرات والتطورات الاجتماعية والتكنولوجيا الهائلة، تمكن السوق الأسبوعي من المحافظة على مكانته وهيبته. الفاعلون الاجتماعيون وسكان منطقة سيدي علي تمكنوا من استغلال محمل الفرص لأجل نجاح واستمرارية هذا السوق، فضلاً عن بعض الاعتبارات الاجتماعية والإمكانات الاقتصادية والمادية الخاصة بالسكان. هذا الفضاء لم يعد مجرد مكان للشراء والبيع، بل تعدى إلى ما هو اجتماعي وثقافي بامتياز. طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تحكمه وتحكم السكان جعلت منه فضاء للتلاقي وتبادل الخبرات ونقل ثقافة تلك المنطقة لزوار من بلديات أخرى أو حتى من ولايات أخرى، خاصة الضيوف الذين يترددون لدى أقارب السكان. الاشتراك في الحفاظ على خصوصية هذا السوق من طرف السكان هو ما جعله يبقى وبطل، رغم تطور التجارة الإلكترونية ورغم تواجد الأسواق الكبرى في وسط البلاد أو في كبريات المدن.

ولأن موضوع الدراسة مهم ولا يمكن بأي حال من الأحوال ضبطه أو تطويقه من جميع الجوانب، تبقى هذه الدراسة متواضعة وتحتاج إلى المزيد من البحث والتنقيب المستمرين لبلوغ نتائج أخرى لا تقل أهمية عما سبق.

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر باللغة العربية:

الكتب:

- إبراهيم زرقانة وآخرون، حضارة مصر والشرق القديم، د.ط، دار مصر للطباعة، د.ت.
- أحمد بن عامر، الدولة الحفصية، صفحات خالدة من تاريخنا، تونس، دار الكتب الشرقية.
- أحمد رشيد موسى، دراسات في تاريخ مصر الاقتصادي، الدراسة الأولى: حضارات ما قبل التاريخ وحضارة مصر الفرعونية، د.ط، المجلس الأعلى للثقافة، د.ب، 1998.
- آمال عبد الحميد أفرون، "علم اجتماع قانوني والضبط الاجتماعي"، دار المسيرة، عمال، ط. 2، 2015.
- أنطوني غيدنز، ترجمة الدكتور فايز الضياع، علم الاجتماع مع مدخلات عربية، الطبعة الأولى، بيروت، أكتوبر 2005.
- برهان الدين دلو، حضارة مصر والعراق: التاريخ الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي، دار الغرابي، ط2، لبنان، 1979.
- حسين عمر، الموسوعة الاقتصادية، ط4، القاهرة، دار الفكر العربي، 1992.
- الحمداي موفق، مناهج البحث العلمي، أساسيات البحث العلمي، ط1، عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2006.
- خالد بالعربي، الأسواق في المغرب الأوسط خلال العهد الزياني، دورية كان التاريخية، العدد السادس، ديسمبر 2009.
- د.مناد سميرة، الفضاء العام في المجتمع التمثلات والممارسات، عمان - دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط01 - 2020.

- سيد عاشور أحمد، قصة الحضارة، نهر النيل والحضارة في أفريقيا، د.ط، دار الكتاب الحديث
- السيد عبد العزيز سالم، تاريخ المغرب الكبير في العصر الإسلامي، دراسة تاريخية وعمرانية وأثرية، بيروت، دار النهضة، 1981.
- شريهان حوامة، "السوق كنقطة للعلاقات الاقتصادية والاجتماعية والتفاعل في الأنثروبولوجيا"، علم الاجتماع، 16 يناير 2021، يوم 2024/05/28.
- صباح اصطيفان كجة جي، الصناعة في تاريخ وادي الرافدين، ط1، 2002.
- عبد الغني عماد، منهجية البحث الاجتماعي: الإشكاليات، التقنيات والمقاربات، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط 1، 2007.
- عقون محمد العربي، "الاقتصاد والمجتمع في الشمال الإفريقي القديم"، الجزائر، دار الهدى.
- علي عبد الرزاق جبلي، المناهج الكمية والكيفية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، طبع ونشر وتوزيع، الإسكندرية، 2012.
- فادية كوف، الحضارات القديمة، فرنسيسمداكير اليزيدي، ج 1، ط3، دار علاء للنشر والتوزيع، دمشق، 2009.
- كياس الحاج، **منار الوالي في تاريخ سيدي علي**، دار المجد للطباعة والنشر والتوزيع، سطيف، 2023.
- محمد الهادي حارش، "تاريخ المغرب القديم منذ فجر التاريخ إلى الفتح الإسلامي"، الجزائر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، 1995.
- موسى القبال، الحياة اليومية لمجتمع المدينة الإسلامية من خلال تطور ونشأة نظام الحسبة المنشأة في المغرب العربي، دار هومة، ط1، الجزائر 2002.
- ويل إيلوديورنت، حياة اليونان، ترجمة بدران، دار الجبل، ج 2، بيروت، 1998.

رسائل ومذكرات جامعية:

- بوشافة سعاد وحمدى شريف نصيرة، "فضاء السوق النشوي في المجتمع الحضري: دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة بولاية مستغانم"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017-2018.
- حمودة حمودة، دور الفضائيات الإخبارية الجزائرية في تشكيل الفضاء العمومي في الوسط الجامعي، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة غرداية، 2017.
- خلوي حياة، تملك الفضاء العام الحضري كمجال للسوق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الحضري، جامعة مستغانم، 2019-2020.
- خيرة بن زيان، "المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية: سوق الحمام الحلاقة"، دراسة ميدانية لمدينة حمام بوججر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم في علم الاجتماع، جامعة وهران، محمد بن أحمد، 2016-2017.
- دشوشة صدام، تأثير الأسواق اليومية من الجانب البيئي على المجال الحضري، دراسة حالة السوق اليومية لحي 1000 مسكن، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تسيير المدن، معهد تسيير تقنيات الحضارية، 2016-2017.
- فقير عبد الله، تملك الفضاء العام عند الباعة في السوق، مذكرة ماستر علم اجتماع حضري، جامعة مستغانم، 2016-2017.
- نحال العفيف، سوق حجاج للمهاجرين، دراسة سوسيو حضارية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، علم اجتماع حضري، 2019-2020.

المجلات، المقالات و المواقع الإلكترونية:

- بالي نصيرة وشالقة، الأسواق الرومانية ببلاد المغرب القديم ودور النخب المحلية في إنشائها، سوق العامة الأوغسطية أو نموذجاً، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 12، 2021.
- عبد الله بادو: الأسواق الأسبوعية بالمغرب فضاء تجاري ذو أبعاد اجتماعية وثقافية وكالة أنباء العالم العربي <https://awp.net/stories> يوم 2024/05/28.
- الموقع الإلكتروني، محاضرات ديناميكية جماعية، fr.scribd.com/document يوم 15 ماي 2024 / 19:06
- الجريدة الرسمية، عدد 41، قانون 02-04 مؤرخ في 2004/6/27، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المادة 03.
- رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة، القانون التجاري، 2017، المادة الأولى.
- مشري زبيدة، إلياس شرفة، "النماذج النظرية المفسرة للضبط الاجتماعي"، مجلة آفاق للعلوم، العدد، مارس 2017، الجلفة.
- ناصر آيت مولود، السوق وطقوس العبور في منطقة القبائل، مجلة إنسانيات، العدد 54، 2011، وهران، الجزائر.

المصادر باللغة الفرنسية:

Bourdieu P. Equipe d'une théorie de la pratique. Procédé de trois études d'ethnologie kabyle, Genève, Librairie Droz 1972 p.10-73. ص 19. مرجع سبق ذكره،

الملاحق

الملاحق

دليل المقابلة

المحور الأول: البيانات الشخصية

-السن

-الحالة المدنية

-مكان الإقامة

-عدد الأطفال

-المستوى التعليمي

المحور الثاني: ممارسات التجار في السوق الأسبوعي

-منذ متى وأنت تزاول هذه المهنة؟

-هل دخولك هذا المجال كان بمحض اختيارك أم مرغماً؟

-ما هي أنواع السلع والخدمات التي يتم بيعها في السوق؟

-كيف يتم تنظيم الباعة في السوق؟ وهل هناك قواعد أو أعراف محددة تحكم سلوكهم؟

-كيف يتفاعل الباعة مع الزبائن؟ هل هناك تقاليد أو عادات خاصة في التفاعل؟

-كيف يتم تحديد أسعار السلع والخدمات؟ هل هناك آليات محددة للتسعير؟

-كيف يتم التعامل مع النزاعات بين الباعة أو بين الباعة والزبائن؟

-متى يكون الإقبال الكبير على هذا السوق؟ ولماذا؟

-هل تجد الأسعار في متناول الأغلبية؟ كيف ذلك؟

- هل يتم إيجاد معظم السلع المفقدة؟

- هل جودة السلعة مطابقة للمعايير المتعامل بها؟

- هل ما يستعرض في المحلات الكبرى نجده في هذا السوق؟

- ما موقع النساء من هذا السوق؟

- ما هي تطلعاتك للسوق في المستقبل؟

المحور الثالث: الباعة والتفاعل الاجتماعي داخل السوق الأسبوعي

- ما هي طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ في السوق الأسبوعي؟

- كيف تنشأ هذه العلاقات؟

- ما هي أهمية هذه العلاقات بين التاجر والمستهلك؟

- هل تساهم هذه العلاقات في بناء التماسك الاجتماعي؟ نعم، لا، وكيف ذلك؟

- ما هي أهم المواضيع التي يتفاعل حولها الفاعلون في السوق الأسبوعي؟

- كيف تساهم هذه المواضيع في تعزيز التفاعل الاجتماعي؟

- هل ترى أن السوق هو فضاء مناسب للتفاعل والعلاقات الاجتماعية؟

جدول معطيات المقابلة

المتغيرات المبحوثين	السن	الحالة المدنية	مكان الإقامة	عدد الاطفال	مستوى تعليمي
المبحوث رقم 1	32	اعزب	سيدي علي	\	سنة ثانية ماستر
المبحوث رقم 2	48	متزوج	سيدي علي	03	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 3	53	متزوج	سيدي علي	04	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 4	40	اعزب	سيدي علي	\	سنة رابعة متوسط
المبحوث رقم 5	26	اعزب	سيدي علي	\	سنة أولى ليسانس
المبحوث رقم 6	59	متزوج	سيدي علي	05	سنة رابعة متوسط
المبحوث رقم 7	30	اعزب	سيدي علي	\	سنة ثالثة ليسانس
المبحوث رقم 8	40	متزوج	سيدي علي	03	سنة رابعة متوسط
المبحوث رقم 9	33	متزوج	سيدي علي	02	سنة أولى ماستر
المبحوث رقم 10	28	اعزب	سيدي علي	\	سنة أولى ثانوي
المبحوث رقم 11	40	متزوج	سيدي علي	04	سنة أولى ثانوي
المبحوث رقم 12	43	متزوج	سيدي علي	02	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 13	52	متزوج	سيدي علي	02	سنة ثالثة متوسط
المبحوث رقم 14	46	متزوج	سيدي علي	05	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 15	34	اعزب	سيدي علي	\	سنة ثالثة ثانوي
المبحوث رقم 16	50	متزوج	سيدي علي	06	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 17	58	متزوج	سيدي علي	06	سنة أولى ثانوي
المبحوث رقم 18	34	اعزب	سيدي علي	\	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 19	20	اعزب	سيدي علي	\	سنة أولى متوسط
المبحوث رقم 20	60	متزوج	سيدي علي	06	لا يوجد

