

تخصص: علم الاجتماع الحضري

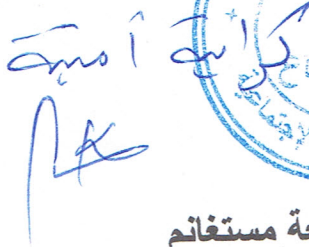
مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الحضري

فضاء السوق النسوي في المجتمع الحضري

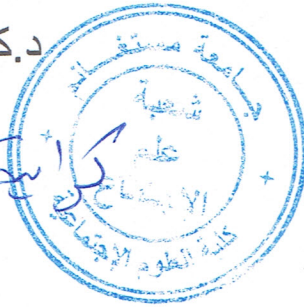
دراسة ميدانية لسوق النساء بمدينة عشعاشة مستغانم

تحت إشراف

د. كرابية أمينة



جامعة مستغانم
جامعة مستغانم
جامعة مستغانم



لجنة المناقشة

رئيسا
مشرفة ومقررة
مناقشا

إعداد الطالبة:

بوشافة سعاد

حمدي شريف نصيرة

د. كرابية أمينة

السنة الجامعية: 2018/2017

إنّ موضوع المرأة من المواضيع التي أثارت عدة نقاشات لدى العديد من الباحثين في علم الاجتماع، لاعتبارها عنصرا أساسيا في الأسرة والمجتمع، تتعدد أدوارها ووظائفها، كما أن طبيعة العادات والتقاليد والطبيعة البيولوجية، فرضت عليها الالتزام بمجال واحد ألا وهو المنزل، والذي اعتبر فضاء خاصا بها لا دخل للرجل فيه، بل عليّة الخروج للفضاء العام الواسع، لكن مع مرور الوقت حدثت عدة تغييرات في المجتمع، من بينها خروج المرأة للتعليم فتوجب عليها المطالبة بدخولها المدارس، هذا ما أدى إلى حصولها على شهادات تؤهلها للعمل.

وبالتالي أصبحت المرأة تتواجد في الفضاءات العامة مثلها مثل الرجل، ومن بين هذه الفضاءات، "فضاء السوق" الذي هو موضوع دراستنا، والذي يعتبر فضاء للتبادل والتعارف والتعايش الاجتماعي، فهو بمثابة صورة مصغرة للمجتمع الكلي على مستوى الحفاظ على الرباط الاجتماعي، من خلال إقامة علاقات متنوعة سواء بين البائعين أو بين البائع والمشتري أو بين المشتريين ككل، ويمكن اعتبار السوق مكانا لتواجد شبكات المعرفة الحقيقية من بيع وتبادل النقاشات، فالنساء عند التقاء في فضاء السوق يعرفن بعضهن أكثر من خلال علاقة التسوق.

مقدمة عامة

إن السوق يعد فعليا فضاء للنقاش العام، فالتبادل معناه التفاعل كما رآه فرانك مراميه¹ فهذه التفاعلات الاجتماعية خلال التبادل والتداول في الأسواق تنشئ ما هو فضاء عام في العالم العربي الإسلامي، وحسب قوله: "السوق هو مؤشر معبر عن وضعية المرأة في المجتمع العربي وتغير أدوار المرأة في الحياة العامة، وبالتالي تغير في مفهوم النوع الاجتماعي (الجندر)، الذي يعني مختلف الأدوار والحقوق والمسؤوليات الراجعة للنساء وللرجال والعلاقة القائمة بينهم، فالجندر له دور في تحقيق المساواة بين الجنسين في الفضاء العام والإنقاص في الفكر الذي كان سائدا في السابق.

وبهذا اقتحمت المرأة فضاء السوق بعدما كان فضاء ذكوريا، بل وحتى قامت بتأسيس سوق خاص بها من أجل التحرك فيه بكل حرية دون مشاركة الرجل، وعلى هذا الأساس تم اختيارنا لهذا الموضوع والمتمثل في فضاء السوق النسوي، والغرض منه معرفة التمثلات التي تحملها المرأة حول هذا الفضاء، وكيفية تملكها له باعتبار "منطقة عشعاشة" منطقة حضرية، وأغلبية مناطقها محافظة على التقاليد والعادات وبالرغم من ذلك وجود النساء في الأسواق الأسبوعية بكثرة وهذا ما جعلنا نفكر في دراسة هذا الموضوع.

¹.خيرة بن زيان، المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، دراسة ميدانية لمدينة حمام بوججر وهران، 2017، رسالة دكتوراه (بدون نشر).

مقدمة عامة

لقد تم تقسيم البحث إلى فصلين مدمجا بذلك الإطار النظري مع الميداني بالإضافة إلى الجانب المنهجي للدراسة، الذي يشمل العناصر التالية: المقدمة، الإشكالية الفرضيات أسباب اختيار الموضوع، الكلمات المفتاحية، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، الدراسات السابقة حول الموضوع، أما **الفصل الأول** فعنوانه السوق كفضاء اجتماعي حضري، وقد تضمن ستة مباحث وهي مفهوم السوق، تاريخ السوق مفهوم الفضاء العام، المنظرين للفضاء العام، مفهوم المجتمع الحضري ونظريات المجتمع الحضري، أما **الفصل الثاني** فكانت دراسة ميدانية حول فضاء السوق النسوي حيث كانت مكملة للجانب النظري وتضمنت ما يلي: مونوغرافية السوق النسوي أسباب ظهوره، تمثلات المرأة للسوق، السوق وعلاقته بالجنس التمايز الاجتماعي بين الجنسين، نوعية اللباس في السوق وأخيرا تفرغ المعطيات من خلال المقابلات.

وختما بحثنا بخاتمة تضع مجموعة من النتائج والاستنتاجات، وقد اقتضى البحث الاعتماد على المنهج الكيفي، كونه يخدم طبيعة بحثنا، واعتمدنا على مجموعة من المراجع والمصادر المختلفة مع إدراج الملاحق.

وفي الأخير نتقدم بالشكر إلى الله عزوجل، كما نقدم شكرنا للأستاذة المشرفة "كربية أمينة" التي ساعدتنا كثيرا ولم تبخل علينا بشي، كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إتمام هذا البحث.

1. الإشكالية

يعتبر تواجد العنصر النسوي داخل فضاء السوق كبائعات تظن واهتمام كبير بالعمل في هذا الفضاء، إلى جانب الإكراهات الاجتماعية والاقتصادية التي أضحت تحتم على قبول وتقسيم الأدوار بين الرجل والمرأة، وبالتالي أصبحت المرأة تهتم بشأن دخل الأسرة وتشرف على ميزانيتها مما سمح لها بالخروج إلى الفضاء العام كفضاء السوق حسب ما يبدو لنا. فتواجد النساء في السوق أصبح مطلباً اجتماعياً، مما نجم عنه التقسيم النوعي لفضاء السوق قديماً فكانت محاولتنا في هذا العمل هو استتطاق واقع المرأة داخل فضاء السوق ووصف الميكانيزمات وآليات ارتيادها لهذا الفضاء خارج مجال الفضاء المخصص لها وهو المنزل.

وكذا نقل وتحليل الواقع المفكر فيه أحياناً وأحياناً لا مفكر فيه من جانب المرأة لأنه دخل جانب العادة والطبيعة، بمعنى أصبح أمراً عادياً، وهذا ما يجعل المرأة تفكر أنها تفتح فضاء كان يخضع للهيمنة الذكورية، كما نود البحث عن أسباب استطاعة المرأة تملك السوق كفضاء اجتماعي ليصبح خاصاً بها، بحيث لا يمكن للرجل دخوله.

ففي خضم هذه المعطيات المتعددة والمتنوعة فإن الدراسة تحاول فهم الوضعيات التي يتمركزها الجسد الأنثوي في فضاء السوق بالمجتمع المحلي الذي نود دراسته، لهذا

مقدمة عامة

تبادر لنا أن نطرح تساؤلاً يمهد لنا البحث في هذا الموضوع الشائك والمتشعب بتشعب ممارسات وسلوكيات المرأة في هذا الفضاء وهو:

- ما هي التمثلات التي تحملها المرأة حول فضاء السوق، الذي تتحرك فيه بكل حرية، دون مشاركة الرجل وكيف استطاعت أن تملكه ليصبح سوقاً خاصاً بها دون غيرها؟

2. الفرضيات

اقتحمت المرأة فضاء السوق للعمل فيه كبائعة لأسباب مادية أو غياب الكفيل
اقتحمت المرأة فضاء السوق سواء للعمل فيه كبائعة أو مشترياً تنافس الرجل

3. أسباب اختيار الموضوع

- أسباب ذاتية:

الميول والرغبة في الموضوع

أنتمي إلى مجتمع أنثوي

إنجابي لرغبة المرأة في الاستقلالية و إثبات الذات

- أسباب موضوعية:

الموضوع في لب الاختصاص

مقدمة عامة

أهمية هذا الطرح في التنمية الاقتصادية

من أسباب الموضوعية لاختياري هذا الموضوع هي دخول السوق النسوي الأسبوعي وملاحظتي لظاهرة المرأة كتاجرة في هذا السوق لهذا أحاول الاحتكاك بالظاهرة ورصد واقعها وحقيقتها.

5. أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- معرفة تمثيلات المرأة للسوق (ماذا يمثل السوق بالنسبة لها).
- محاولة تقريب مونوغرافية السوق النسوي
- معرفة أسباب ظهور السوق النسوي.
- معرفة خروج المرأة للفضاء العام (السوق) غير من مكانتها ودورها في المجتمع.

6. أهمية الدراسة

يعتبر هذا الموضوع من المواضيع المهمة في علم الاجتماع من حيث ظهور المرأة في الفضاءات العامة ومن بينها السوق الذي تكمن أهميته في اقتحام المرأة لهذا الفضاء العام (السوق) بعدما كان فضاء ذكوري، بل و حتى أسست سوقا خاصا بها.

منهجية البحث

تعتبر الدراسة الميدانية دراسة مكملّة للدراسة المنهجية، لا يمكن الاستغناء عنها لهذا اعتمدنا عليها كقاعدة وركيزة أساسية هامة للتحقق من صحة الفرضيات المطروحة وهذا بالاعتماد على منهج خاص معين، وتقنيات مناسبة وملائمة لطبيعة الدراسة.

1. منهج الدراسة: يعتبر المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته لدراسة

ظاهرة ما قصد اكتشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، أما المنهج بمعناه الواسع يعني مجموعة الأطروحات والإجراءات والخطوات التي وضعها الباحث عند دراسته لمشكلة ما.¹

فالمنهج المتبع في دراستنا هو المنهج الكيفي الذي يتناسب مع دراستنا من خلال التفاعل المباشر مع عينة البحث، والحصول إلى المعلومات من خلال أقوالهم وسلوكياتهم وتصرفاتهم. كما يستخدم المنهج الكيفي بصفة أساسية في إنتاج بيانات حول المعاني الشخصية للفاعلين الاجتماعيين، ويعتمد هذا المنهج على لغة التفاعل الاجتماعي.²

¹. شفيق محمد ، البحث العلمي ، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 2000، ص96

². شفيق محمد، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2000، ص 96.

2. تقنية البحث: المقابلة: بما أننا استخدمنا المنهج الكيفي والمقابلة تقنية هامة من

تقنيات هذا المنهج. والتي تعني أنها وسيلة من وسائل جمع البيانات في البحث

الاجتماعي، كما تعرف أنها تقوم على حوار وحديث لفظي، مباشرين بين الباحث

والمبحوث، حيث تمكّنا من الحصول على العديد من المعلومات والآراء، بوضع

مجموعة من الأسئلة المفتوحة التي تساهم في جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات.¹

الملاحظة: استخدمنا في البداية مقابلات استكشافية والتي اعتمدنا فيها على تقنية

الملاحظة

المباشرة، وتعني عملية مشاهدة أو متابعة لسلوك ظواهر محدد أو أفراد محددین خلال

فترة معينة، وتعتبر أحد أدوات جمع البيانات، حيث يقوم الباحثين بنقل ما يحدث حولها

من ظواهر طبيعية أو اجتماعية.²

3. مجالات البحث

3.1. المجال البشري: المقصود به مجتمع البحث: أي أنه مجموع الحالات التي

تتطبق عليها خصائص معينة، تحدد وقتاً لموضوع البحث وأهدافه، أي جماعات الأفراد

¹. عبد الرزاق علي وآخرون، البحث العلمي والاجتماعي: لغته، مداخله، مناهجه وطرائقه، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 309

². شقيق محمد، نفس المرجع السابق، ص 96.

مقدمة عامة

الذين يرتبطون ارتباطا وثيقا بموضوع البحث. ففي هذه الدراسة كان مجتمع بحثنا لمجموعة من النساء، تتراوح أعمارهم ما بين 22 سنة إلى 70 سنة، لمختلف حالاتهم العائلية، فمنهن عازبات وآخر متزوجات وحتى أرملات، يشتركن في كونهن ينتمين لنفس المنطقة وهي منطقة عشعاشة بمدينة مستغانم.

3.2. المجال المكاني: أجريت الدراسة بمنطقة عشعاشة التي تقع في "مدينة

مستغانم" تعتبر من المناطق السياحية الهامة بالولاية بشواطئها المعروفة على المستوى الوطني وحتى العالمي، تقع على بعد 80 كلم شرق ولاية مستغانم، على الطريق الوطني رقم 11 الرابط بين مدينة الجزائر ووهران، الجزائر، تيبازة، الشلف (تنس، بني حواء سيدي عبد الرحمن) كثافة سكانها أكبر من 100 ألف نسمة تتوفر على شريط ساحلي يزيد طوله عن 40 كم يحوي أجمل الشواطئ على مستوى الولاية أشهرها شاطئ خاريات الموجود في بلدية أولاد بوغالم دون الحديث عن الشواطئ الأخرى (سيدي عبد القادر، سيدي العجال، الكهف لصفير....) تعد حلقة وصل بين ثلاث ولايات هي الشلف، غليزان والولاية الأم مستغانم، تحتوي على 4 بلديات (عشعاشة، أولادبوغالم، خضرة، نكمارية).

وفي سنة 1991 استقلت عشعاشة عن دائرة سيدي علي وأصبحت دائرة تضم 4 بلديات يوجد في عشعاشة - مركز - مسجدين أقدمهما "مسجد الهداية" الذي تم بناؤه

مقدمة عامة

سنة 1923، مساحتها 34 كلم مربع تبعد عن ولاية الجزائر العاصمة بحوالي 290 كلم.

وهي مدينة شيدت حسب المؤرخين من قبل العرب المضطهدين القادمين من الأندلس على ضفاف المتوسط، وسميت بهذا الاسم نسبة إلى الأعشاش الكثيرة التي كانت تبنى هنا وهناك وهي عبارة عن خيم صغيرة مصنوعة من الخشب والقش. وكان الرومان أول من استقر بأراضيها، بدليل الآثار الموجودة بشاطئ "خاربات بمنطقة أولاد زياني ببلدية أولاد بوغالم" التي تبعد عن عاصمة الولاية بأكثر من 90 كم شرقا، حيث لا يزال ميناء الرومان أو كما يعرف محليا "ببور رومان" شاهدا بالحجرة المعروفة "الشنقور"، وكذا بالشاطئ الصخري الكاف الأصفر شمال المدينة الذي أصبح يستعمله اليوم الحراقة لبلوغ الأراضي الإسبانية كونه يعد أقرب نقطة، وكأن التاريخ يعيد نفسه.

عشاشة هذه المدينة الساحلية الجميلة المعروفة ببساطة سكانها الذين يشتغلون في خدمة الأرض والتجارة، تتربع على شريط ساحلي بطول 40 كم من شاطئ البحارة ببلدية "أولاد بوغالم" مرورا بشاطئ "سيدي عبد القادر" نسبة إلى الولي الصالح "سيدي عبد القادر ببلدية عشاشة" إلى شاطئ "سيدي العجال ببلدية خضرة".

أجريت المقابلات فيها بسوق خاص بالنساء فقط المعروف "بالبلدة" الذي يقع شرق بلدية "عشعاشة"، يحده شمالا منطقة البحر تسمى "تانيسيوف" ومن الجنوب "بلدية الشرايفية"، أما شرقا دوار "أولاد عتو" وغربا طريق تؤدي إلى بحر "سيدي عبد القادر" و"أولاد بوغالم"، تبلغ مساحته 300م²

3.3. المجال الزمني لقد كانت فترة إجراء المقابلات منذ تاريخ 24 ديسمبر 2017

إلى غاية 08 فيفري 2018، حيث قمنا بإجراء مقابلات استطلاعية أولية، ثم المقابلات النهائية مع دليل المقابلة في كل أسبوع من انعقاد هذا السوق، كل من يومي "الأحد والخميس" صباحا.

تحديد الكلمات المفتاحية

1. مفهوم الفضاء العام

1.1. الفضاء لغة: يشير المعنى اللغوي الذي يقابل كلمة «Espace» هي

كلمة مجال.¹

1.2. اصطلاحا: هو الحيز أو المكان الذي يتواجد فيه مجموعة من الأشخاص

يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل، أو ما يعرف بالمجال العام

حسب هابرماس سنة 1989 الذي حدده من خلال مجموعة متنوعة من الطرق حيث

¹. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، لبنان، مجلد 14، 2003، ص1140.

مقدمة عامة

تشير إلى أن المجال العام يظهر إلى الوجود من خلال كل حوار يتجمع فيه الأفراد الخصوصيين لتشكيل هيئة عامة دون اعتبار الفروق الاجتماعية التي تكون بينهم وأهم صفاتها¹.

1.3. إجرائيا: المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

2. مفهوم السوق

1.2. لغة: مأخوذ من الفعل "سوّق"، يسوّق، تسويقا فهو مسوّقا، و هو الحيز

الذي يلتقي فيه بائعوا السلع مع المشتري.²

2.2. اصطلاحا: هو مكان يتعامل فيه المشترون و البائعون مع بعضهم البعض

ويتم فيه بيع وشراء السلع و البضائع في مكان ما. وقد تشير هذه الكلمة إلى عملية

مجردة من مكان حصولها فتدل على الظروف التي يتم فيها البيع والشراء، ويكون

السوق نتيجة لتضافر قوى العرض و الطلب.³

¹ كورتين دولافيكوتار، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة أرنت وهابرماس، استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحديثة، ترجمة نور الدين علوش، المغرب، دار المعرفة الجامعية، 2013، ص 53.

² ابن منظور، لسان العرب، ج7، مرجع سابق، ص222

³ زينب حسين عوض الله، مبادئ علم الاقتصاد، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2004، ص225.

2.3. إجرائيا: هو مكان تعرض فيه مختلف المنتجات وتبادل السلع بين البائع

والمشتري.

3. مفهوم المرأة 3.1. لغة: هي أنثى الرجل، أعطى الإسلام المرأة جميع حقوقها "

الدنيا متاع وخير متاع الدنيا المرأة الصالحة"¹

3.2. اصطلاحا: هي الشق الثاني من الإنسان المعمر لهذه الأرض و هي مشتقة

من الفعل " مرأ " ومصدرها المروءة، و تستخدم الكلمة لتمييز الفرق الحيوي البيولوجي

بين أفراد الجنسين أو للتمييز بين الدورين².

3.3. إجرائيا: المرأة لها دور أساسي ومهم في المجتمع فبصلاحها يصلح المجتمع

وبفسادها يفسد المجتمع.

4. مفهوم المجتمع الحضري

4.1. لغة: هو كلمة مشتقة من الفعل "جمع" أي اجتماع الناس على شكل

جماعة³.

¹. علي بن الحسن الهنائي الاذري ، المنجد في اللغة، دار المشرق، بيروت، الطبعة 40"طبعة منفتحة " ، 2003، ص74

².محمد عاطف غيث، معجم علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، د.ط، 2006، ص 20.

³. ابن منظور ، لسان العرب ، مرجع سبق ذكره ،ص224.

4.2. اصطلاحاً: نمط مثالي أو مجرد طوره روبرت رادفيلد كجزء من تصنيفه

المجتمعي إلى حضري شعبي، و يتميز المجتمع الحضري بعدد السكان الكبير¹.

ويحترمون بعضهم البعض و يشكلون في المدينة التي يعيشون فيها جزءاً من أجزاء الحياة الاجتماعية، فهو مجموعة من الأفراد يقطنون في بيئة حضرية وتتسم بأسلوب حياة معين يتجاوب مع خصائص الحجم و الكثافة والالتجانس.

وعرفه لويس ويرث: أنه موطن للإقامة كبير نسبياً و دائم للأفراد متباينين اجتماعياً ويؤكد أن التعريف السوسولوجي للمدينة ينبغي أن يسعى لاختيار وانتقاء عناصر حضرية التي يميزها كأسلوب لحياة الجماعة الإنسانية².

الدراسات السابقة

الدراسة التي قامت بها الأستاذة خيرة بن زيان لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان « المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية » (السوق، الحمام، الحلاقة) دراسة ميدانية لمدينة حمام بوججر بعين تموشنت الجزائر، حيث أجرت مجموعة من المقابلات مع بعض النساء بسوق السبت بمنطقة حمام بوججر، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج التي وضحت لنا أن السوق عبارة عن ظاهرة اجتماعية وليست ظاهرة اقتصادية فقط، تقوم

¹. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، قواميس النار، دار مداني للنشر، ط1، ص25.

². سعيد ناصف، علم الاجتماع الحضري المفاهيم، القضايا، المشكلات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1،

2014، ص25.

مقدمة عامة

على البيع والشراء، العرض والطلب، وإنما السوق كظاهرة اجتماعية يعتبر فضاء اجتماعي أسسه أفراد المجتمع لتلبية حاجياتهم الضرورية، فهذا الفضاء الاجتماعي العام(السوق) كان فضاء ذكوريا محضا ومع التغير الاجتماعي أصبح فضاء مختلط بمعنى اقتحمته المرأة محاولة إثبات وجودها فيه أو حتى محاولة تملكه كفضاء نسوي. وعليه نستنتج أن الدراسات التي قامت بها الأستاذة خيرة بن زيان حول السوق وضحت أنه ظاهرة سوسولوجية، وفضاء اجتماعي عام، فلقد درست السوق كفضاء اجتماعي نسوي¹.

¹.خيرة بن زيان، المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، مرجع سابق.

تمهيد

يُعتبر السوق من الأماكن المفضلة لدى الناس منذ العصور القديمة، وهذا ما يعكس المكانة التي يحتلها كمؤسسة اجتماعية، زيادة على ذلك يعد من المرافق العمومية التي كانت ولا تزال ذات أهمية بالغة في حياة الأفراد، حيث تساعدهم على اقتناء حاجاتهم الضرورية ومستلزماتهم اليومية، كما أنها فضاءات للترفيه والتعارف بين الأفراد، لذلك نجد أنها من الأماكن التي يقصدها الناس بشكل كبير، لهذا تطرقنا في هذا المبحث حول السوق كفضاء اجتماعي، إلى مجموعة من العناصر بأدناها بمفهوم فضاء السوق، ثم السوق عبر التاريخ إلى دراسة مفهوم المجتمع الحضري مع نظرياته والسوق عامة معروف أنه كان مقصد الرجال فقط دون النساء، أي فضاء رجولي، ومع التغيير الاجتماعي تحول إلى فضاء مختلط بين الجنسين المرأة والرجل، ليصبح حالياً وحسب مجتمع الدراسة فضاء خاص بالمرأة فقط وهذا ما يعني المرأة استطاعت تملك فضاء السوق ويصبح فضاء خاصا بها حسب ما وجدناه في الميدان.

1. مفهوم السوق

يُقصد بالسوق في كل من علمي الاقتصاد والاجتماع على أنه منطقة أو مساحة يتم فيها تبادل بضائع محددة بين بائعين ومشتريين، وتتقسم هذه البضائع إلى نوعين هما السلع والخدمات. كما يعتبر مكان لتبادل المعلومات والأخبار بين الأفراد والجماعات حول الاهتمامات المرتبطة بالحياة اليومية والأحداث ذات الاهتمام الجماعي المشترك.¹

وهو ترتيب أو تنظيم جماعي يتفاعل في إطاره البائعون والمشترون، لتمديد الأسعار والكميات من السلع والخدمات التي يجب إنتاجها، وتختلف هذه العملية من سوق لآخر، تبعا لنوعية السوق والمنتجين والمشتريين فيه، وتبين الأدبيات أن هناك مجموعة من التصنيفات التي تقسم على أساسها الأسواق.²

يؤكد بعض علماء الاجتماع على أن السوق يعتبر بمثابة إطار يساعد على تقابل أو تفاعل الشركات أو الأطراف سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، في عمليات السوق وبالتالي فالأسواق ليست مقصودة على عمليات اقتصادية، كالعرض والطلب والسلع والمنتجات، وقيام التبادلات الاقتصادية فقط. بل يسودها أشكال أخرى للتبادل والتفاعل الاجتماعي والثقافي والرمزي ربما يكون أكثر أهمية من التفاعل أو التبادل

¹ محمد عاطف غيث، معجم علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006 ص10.

² حسن عمر، الموسوعة الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1992، ص263.

الاقتصادي. فالسوق يعني في النظرية الاجتماعية، إطار أو ميدان للتبادل وتنسيق الأنشطة بين أفراد وجماعات المجتمع.¹

كما أنه يتكون من كافة المستهلكين الذين لديهم حاجة أو رغبة معينة ولديهم الاستقرار والقدرة لإتمام عملية التبادل التجاري، لإشباع هذه الحاجة أو الرغبة، وهناك أسس لتحديد السوق من بينها أسواق الاحتياجات، الأسواق الديمغرافية، الأسواق الجغرافية، أسواق السلع وغيرها حيث يقودنا مفهوم التبادل إلى مفهوم السوق من عدة عناصر هي:

أ- مشتري مستهلك.

ب- بائع.

ج- قدرة شرائية.

د- رغبة في الإشباع²

من خلال ما سبق نستنتج أن مفهوم السوق لا يقتصر على العمليات الاقتصادية والتبادلات بل يتعدى إلى قيام تفاعلات اجتماعية بين الأفراد.

¹ محمد عاطف غيث، نفس المرجع، ص 11 .

² علي فلاح مفلح الزغني، التسويق الاجتماعي (مدخل معاصر)، دار الكتاب الجامعي "دولة الإمارات العربية المتحدة"،

ط1، 2016، ص 47.

2. السوق عبر التاريخ

ظهر السوق منذ فجر التاريخ في كل المجتمعات، فمنذ أن بدأ الإنسان يتبادل السلع بدأ يعتاد على موقع محدد لذلك التبادل، فمن بين الملامح الرئيسية للمدن أنها ذات طابع تجاري بل إن بعض الباحثين يغزو نشأة المدن أصلاً على أنها مراكز للتبادل التجاري، كانت تنشأ عند ملتقى طرق التجارة، وتمثل الأسواق مراكز النشاط التجاري بصورة ومراحل مختلفة التي انعكست انعكاساً مباشراً على نمطية الأسواق وأنواعها، ففي الإطار الزمني وجدت الأسواق النسوية الموسمية كتلك التي كانت للعرب قبل الإسلام، والأسواق الأسبوعية كسوق الأحد في دمشق، وسوق الاثنين في مكناس وسوق الخميس في مراکش وغيرها، وفي الإطار المكاني المحدد للمساحة والموضع وجدت الأسواق الكبيرة التي كانت تقام أسبوعياً فيأتي السوق في المرتبة الثانية للمهمة التي يقوم بها مكان التجمع، وكانت الأسواق إلى جانبها كونها مراكز لتبادل السلع مراكز لتبادل الأفكار والشائعات، كما يحدث من مناقشات في الأمور السياسية والاقتصادية وغيرها مما يبرز أهميتها كمراكز الاتصال.¹

¹ انظر: بن زيان خيرة، المرأة الفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، مرجع سابق، ص 190.

2.1. السوق في الجاهلية

يعتبر السوق مكان يجتمع فيه أهل البلاد والقرى وهو المحل الذي يتسوق فيه. كان العرب يقيمون أسواقهم في أشهر السنة للبياعات والتسوق، وينقلون من بعضها إلى بعض فتدعوهم طبيعة الاجتماع إلى المفاوضة والمفاوضة بالرأي والمباهاة بالشعر والفصاحة والمفاخرة بشرف الأصل، فكان من ذلك للعرب معونة على توحيد اللسان والعادة والدين والخلف.

كما أنّ العرب في هذه الأسواق يؤمنون على دمائهم وأموالهم أثناء التقاتل بها ضمن أهل الجاهلية لاعتبار هذه الأسواق حرماً يأمن فيها الإنسان دمه وماله مادام في ضيافة السوق وحرمته، لهذا كان لكل سوق قومه يقومون بأمر السوق وبالمحافظة على الأرواح والأموال فيه فقد كان بعض العرب يستحلون المظالم يسمون بـ (المحلون) إذ كانوا لا يقيمون وزناً لحرمة هذه الأسواق.¹

إنّ هذه الأسواق كما يقصدها طالب الربح والشراء يقصدها طالب الأمن والفداء فكان يأوي إليها الخائف طلباً للإجارة وكان فيها منادون يناشدون ذوي الحاجات لتقضى حاجاتهم، ولأن أغلب هذه الأسواق حولية تقوم أياماً معلومة من كل مكان فكانت ميداناً لغير البيع والشراء، فكان فيها تناشد أشعار وكان فيها تفاخر وتناثر فيقيمون في

¹. سعيد الأفغاني، أسواق العرب في الجاهلية والإسلام، دار الفكر، بيروت، 2008، ص117.

هذا أقوام ويخسر آخرون وكان لهم محكمون يحتكم إليهم الناس في مفاخراتهم وأشعارهم.¹

ولم تكن الأسواق في تاريخ العرب فقط، بل كانت معروفة عند اليونان والرومان مع بعض الفروق بينها وبين الأسواق العربية القديمة، ثم تقلصت تلك الأسواق جميعا بل زالت بعد انتشار وسائل النقل وتطور تسويق البضائع، وشيوع ظاهرة المعارض المختلفة في هذا العصر.

ولم يتفق القدامى من المؤلفين في عدد الأسواق عند العرب في الجاهلية ولا في تحديد أزمنتها، فمنهم من يعدها ثمانية ومنهم من يعدها إحدى عشر، أما الأفغاني فقد ذكر عشرين سوقا في كتابه "أسواق العرب في الجاهلية والإسلام"، معتمدا ثمانية من المؤلفين القدامى، بالإضافة إلى وجود بعض الأسواق المتمثلة في "سوق عمان: تقصد العرب هذه الأسواق إذا انتهت من سوق هجر، ترحل إلى عمان وتقيم سوقها حتى آخر جمادى الأولى.² وكذلك سوق صحار: تقيم العرب السوق العامة في صحار، من عاشر رجب إلى الخامس منه كما أنها سوق تجارية محضة، وسوق أذرعان: تقوم هذه السوق بعد سوق البصرى بسبعين ليلة ويطول أمدها والغالب أنهم يقيمونها مدى الصيف وبقيت هذه الأسواق قائمة بعد الإسلام بكثير. كما نجد سوق عكاظ: هو المعرض

¹. إياد عبد الفتاح السنور، الأصول العلمية للتسويق الحديث، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص20.

². إياد عبد الفتاح، نفس المرجع السابق، ص.21. 20،

العربي أيام الجاهلية، وهو مجمع أدبي ولغوي رسمي، له محكومون تضرب عليهم القباب فيعرض شعراء كل قبيلة عليهم شعرهم وأدبهم، حول هذه القباب ويأتيه الشعراء من عامة الأقطار العربية.¹

كما كانت السوق تعرف نوعا من التخصص، فكل قبيلة أو بلاد تتميز بسلعة معينة تروجها في السوق، كالخمر من هجر والعراق وغزة والبصرى ويأتون بالسمن من البوادي ويرد إليها من اليمن البرود... كما يعتبر "سوق عكاظ" معرض لكثير من عادات العرب وأحوالهم الاجتماعية والثقافية، ففيها تُلقى الخطب الدينية للتحلي بالأخلاق الحميدة، الإنشاد الشعري، المصارعة عرض النساء للمزاوجة، كما أنه أيضا ندوة سياسية تُقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل، مثل إعلان الحرب، إبرام معاهدات السلم، وفض النزاعات بين القبائل.²

إن الأسواق في الجاهلية قبل مجيء الإسلام، لم تكن ميدانا لتبادل السلع بمعنى ليس للتجارة فقط، وإنما كان يقام فيها مسابقات حول الشعر، وذلك من أجل تبادل المعارف والعلاقات الاجتماعية، فكانت مكان للتواصل بين الشعوب والقبائل.

¹. فاطمة بالهوارى، التبادل التجاري بين مدن بلاد المغرب، مجلة إنسانيات، العدد 42، كراسك مركز البحث في الانثروبولوجيا، أكتوبر، ديسمبر، 2008، ص74.

². سعيد الأفغاني، مرجع سابق، 123-124.

2.2. السوق الجزائرية في العهد العثماني

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

وكان في أسواق الجزائر العاصمة التي توجد في المكان الحالي لقصر الحكومة الكثير من الحرفيين الذي يقومون ببيع بعض الأشياء، والتي تباع للقبائل المجاورة كالفخار والسراويل والأحذية... الخ. كما كانت البضائع التي تحملها القوافل من بلاد القبائل والجنوب زمن المغرب كالخضر والفواكه تباع أيضا.¹ وعليه فإن السوق في العهد العثماني في الجزائر كان يعاني من نقائص بسبب الفقر والأمراض التي كانت تسود البلاد، ونتيجة لذلك لم تكن اليد العاملة مؤهلة لوجود حرفة.

¹. درياس يمينة، السوق الجزائرية في العهد العثماني، دار الحضارة، الجزائر، ط1، 2007، ص 72-73

2.3. السوق الجزائرية في فترة الاحتلال الفرنسي

كانت الأسواق في العهد الفرنسي تعمل أولاً على التقريب في العلاقات القائمة بين المجتمعات المحلية التي تدخل أطرافاً في نسق السوق، وتعمل على تدعيم تماسك المجتمع المحلي وتضامنه، وثانيها كانت تقوم بدور رئيسي في نمو الحركة الوطنية في جبال الأطلسي في شمال إفريقيا. وكانت السوق عبارة عن مؤسسة قانونية اجتماعية سياسية وأحياناً دينية تخدم أساساً أهداف اقتصادية في بلاد القبائل، كان الذهاب إلى السوق هو بمثابة واجب على كل أفراد القبيلة، حيث تعاقب الفرد الذي لا يذهب إلى السوق بحجة أن 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.¹

مما سبق نستنتج أن السوق إبان الاحتلال الفرنسي كان يقوم على أساس الواجب بمعنى كل فرد ملزم بالذهاب إلى السوق، من خلال إعطاء أهمية كبيرة للسوق لاعتباره مكان التقاء الأفراد وتبادل الآراء...

¹. درياس يمينية، نفس المرجع السابق، ص75.

2.4. السوق في المغرب الإسلامي

فقد عرف هو الآخر حركة تجارية شكلت فيها الأسواق عصب الحياة، فكانت الأسواق اهتمام العلماء والدارسين في حقل العلوم الاجتماعية، حيث أقيمت في هذا المجال دراسات أنثروبولوجية لبعض الأسواق وأشهرها الدراسة المونوغرافية التي قام بها غيرتر لسوق سفر بالمغرب ودراسة قام بهام يشلاك لمجموعة من الأسواق التونسية.¹ فكان إنشاء الأسواق في المدن الإسلامية من محاور النهضة بعمرانها فهو من متطلبات الجماعة، وهو أحد الركائز الاقتصادية، لأن المدن تتفاضل بالأسواق وكثرة الأرزاق، ونقاط الأسواق من تفاضل عمرانها. في الكثرة والقلة، ومن ثم فإن الازدهار الاقتصادي ينعكس على ازدهار الأسواق وعمارتها.²

ترجع نشأت الأسواق في المدن الإسلامية إلى عهد "الرسول محمد صلى الله عليه وسلم" فقد أنشأت أسواقا 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

¹. ميداني قدور، التعاملات التجارية وعلاقتها بالهوية، جامعة مستغانم، 2011-2012، ص33، رسالة ماجستير غير منشورة.

². محمد عبد الستار عثمان، المدينة الإسلامية، دار عالم المعرفة، الكويت، ص253.

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

وتطورت الأسواق في عهد "عمر بن خطاب" حيث أنشأ "سوق المرید" الذي يقع في البصرة (العراق) وكان اختيار البصرة لذلك منسجماً مع الخصائص الجغرافية والبيئية الاجتماعية فهي تطل على واجهة البحر الواسعة، وبها أراضي خصبة، وموقع استراتيجي تتقاطع فيه الطرق المؤدية إلى كل الجهات، كما أن الأفراد بها يميلون إلى التجارة والزراعة "فالمبرد" معرض لكل قبيلة تعرض فيها شعرها ومفاخرها ... وهو مجتمع العرب ومتحدثهم ومنتزه (البصريين) وربما هذه إحدى العوامل الأساسية التي ساهمت في النهضة الفكرية والأدبية التي وصل إليها العرب في تلك الفترة.²

إذن لعبت الأسواق دور اجتماعيا هاما، ففيها يلتقي المسلمون وغيرهم ببعض البعض يتعارفون ويتحادثون، كما اختلطت الشعوب المختلفة من عرب وأعجم ومسلمين، وكان السوق مراكز الحياة السياسية أيضا.

¹. سعيد الأفغاني، المرجع سابق، ص 174.

². سعيد الأفغاني، المرجع سابق، ص 180-181.

2.5. السوق في المغرب العربي الكبير

تطور مفهوم السوق تدريجي حسب تطور الحضارات، وتحول من المفهوم العربي القديم الذي هو مكان تساق إليه الحيوانات المراد بيعها إلى مفهوم أحر أكثر مواكبة لتطور الحضارات كما أشرنا سابقا، فالمغرب هو الأخر عرف حركة تجارية شكلت فيها الأسواق عصب الحياة إذ أن المصادر تكشف عن وجود ثلاث أنواع من الأسواق، كان ينظمها المجال الاقتصادي في المغرب وهي " الأسواق اليومية " والتي كانت تضج بضروب السلع والمتاجر ويتقاطع عليها التجار من كل حدب وصوب. أما النوع الثاني فيمكن أن تطلق عليه "بأسواق المؤقتة أو الموسمية " والتي كانت تقعد لأيام معدودة من الأسبوع أو الشهر أو السنة، فظهرت منها " الأسواق الأسبوعية" التي كانت تقعد لأيام معينة من الأسبوع، وكثيرا ما وردت في المصادر الجغرافية معلومات في غاية الدقة عند تحديدها لليوم بعينه، على سبيل المثال سوق الأحد سوق الثلاثاء، سوق الخميس... الخ.¹

وعرف النوع الثالث باسم "السوق العسكري" الذي يقول عنه العزيز الجؤذري "إن ما يباع بالأسواق العسكرية قد خبث لارتكابهم النهي واحتياطهم على النهي.² يبدو حسب

¹. فاطمة بلهوارى، التبادل التجاري بين مدن بلاد المغرب، نفس المرجع السابق، ص74.

². العزيزي الجؤذري، سيرة الأستاذ البؤذري وتوقعات الأئمة الفاطميين، تر: محمد كامل حسين، ومحمد عبد الهادي شعيرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1354هـ، ص88.

ذلك أن الأسواق كان بها اشتباه في أموالهم، فاقرن الرابع الهجري عرف بكثرة الحروب والمعارك فلا يستبعد انتشار هذه الأسواق في مناطق متعددة من بلاد المغرب.

فأسواق المغرب العربي الإسلامي كانت محل اهتمام العلماء، الدارسون في حقل العلوم الاجتماعية. كما لعب السوق في المجتمع الجزائري دورا هاما في الاتصال السياسي فمن خلاله تمكن الشيخ المقراني من الدعاية والتعبئة لثورته الشعبية.

فالأخبار التي كانت تنتقل في المغرب العربي، وفي مناطق كثيرة ومتنوعة من خلال الأسواق، يعرف من خلالها القرويون تطورات الأخبار الأمنية، ومنع التوجه وخطورة السفر إلى بعض المناطق، بسبب سوء الأوضاع الأمنية، ومن الأسواق كذلك كانت تقرئ نداءات المواجهة ضد الاستعمار الفرنسي، ومن فضاء السوق كذلك كان يتعرف على أخبار القرى المجاورة لقريته.¹

وعليه نستنتج أنّ الأهمية التي يحتلها السوق في المجتمع المدروس باعتباره فضاء لنشر وانتقال المعلومات والرموز وهذه الفضاءات كانت تنتشر فيها أشعار المنطقة وكان فضاء ذكوري لا يسمح للمرأة باقتحامه.

¹. انظر : الطاهر أو صديق ، ثورة 1871 ترجمة مسعود جياح ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1989م، أويحيى بوعزيز ، وصايا الشيخ الحداد، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1989م، ص 57، 58.

3. مفهوم الفضاء العام

يعتبر الفضاء العام أحد أكثر الأماكن التي فيها التواصل بين مختلف الفاعلين بحيث يتم التجسيد فيه لمختلف النماذج الفكرية والعقلية. الفضاء العام أو ما يعرف بالمجال العام حسب هيرماس سنة 1989 الذي حدده من خلال مجموعة متنوعة من الطرق، حيث تشير إلى أن المجال العام يظهر إلى الوجود من خلال كل حوار يتجمع فيه الأفراد الخصوصيين لتشكيل هيئة عامة دون اعتبار للفروق الاجتماعية التي تكون بينهم.¹ فهو حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

المجال العام هو مجموعة من الأشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة: فهو يعتبر فضاء لا يمكن التحكم فيه وذلك لشاعته، كما كان يرتبط في السابق بالرجال بالدرجة الأولى لكن مع ما طرأ على المجتمع من تغيرات وجب على الأسرة مسايرة هذا التغيير وقبول فكرة تواجد المرأة في الفضاء الذكوري.² وعليه نستنتج أن الفضاء العام لا حدود له فهو لا يقتصر على الرجال فقط وإنما أصبحت المرأة جزء منه بسبب اقتحامها للسوق نظرا للتغيرات التي يعرفها المجتمع.

¹. كوينتين دو لافيكتور ، نفس المرجع السابق ، ص 54.

². أنتوني كينديز ، علم الاجتماع، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005، ص 89.

4. أهم المنظرين للفضاء العام

4.1. الفضاء العام عند هابرماس

يشير هابرماس (1966-1989)) إلى أن المجال نشأ نتيجة تطور تاريخي محدد ظهر في أواخر القرن الثامن عشر، ولقد انبثق من الانهيار الكبير للسلطة الإقطاعية وتماسك العلاقات الأسرية الرأسمالية. وسمح ذلك بالاعتراف بالأفراد بحد ذاتهم، إذ يتمتعون بهويات منفصلة عن الدولة وبعيدا عنها، ففي بعض الأماكن كالمقاهي والساحات العامة والمسارح تطور المجال العام ليصبح مساحة يلتقي فيها الناس من الطبقة الحديثة والهويات العائلية والسياسية الجديدة للانخراط في حوار عقلائي وحاسم بشأن المسائل العامة، وشكل المجال العام هذا بالنسبة إلى هابرماس مكان "البرجوازية" الناشئة حديثا من النظام الليبرالي الصاعد الذي قسم العالم الاجتماعي إلى عوالم خاصة وعامة، ويسمح المجال العام بمناقشة القيم والممارسات، ومن خلال المناقشات الجادة والقيمة التي يعتبرها " هامبرماس " فعلا تواصليا نتمكن من تحدي الممارسات القائمة والمطالبة بنظام سياسي أكثر عدلا سواء جاء ذلك عن طريق الدولة أو السوق.¹

¹. بون سبايز بونشر، جون باتون، داميان كاهيل، مجتمع السوق التاريخ، نظرية، ممارسة، ترجمة هنادي مزبودي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان ، ط1، 2013م، ص314.

وتتمثل المؤسسات هذه ما أطلق عليه فيبر صفة العقلانية المفيدة التي تشبع منطقاً "نظامياً" عقلانياً بدلاً من عقلانية واسعة تقوم على نقاش منطقي حول ما يشكل حياة جيدة. إذ عني هابرماس أنه عندما حصل ذلك استعمرت "أنظمة حياة العالم" 1987 وتشكل على سبيل المثال وسائل الإعلام التجارية ولاسيما التلفاز، مكون الحياة اليومية الأساسي في الدول الرأسمالية المتقدمة كافة، وتعد وسائل الإعلام أيضاً عملاً يدر أرباحاً بفضل الإعلانات، ما يوسع قيم نظام الربح حتى يطال عالم النقاش والحوار فتتأثر حياة العال. ولذلك طرح هابرماس إشكالية مفهوم المجتمع المدني معترفاً بأنه لا يتواجد بمعزل عن الأسواق والدولة وإنما يتداخل معها. وهذا لا يعني بالضرورة أن المجتمع المدني يفتقر قيمه الفريدة ومنطقه أو أن المجتمع المدني يعجز عن التأثير في طبيعة الدول و الأسواق.¹

يوضح هذا التفكير لنا أهمية ما يختزنه مما هو عمومي أي الأفراد في الفضاء العمومي، بالاعتماد على التميز بين الدولة والاقتصاد والمجتمع المدني، إذ يحاول الفيلسوف هابرماس التوضيح بأن الدولة والسوق لن يتغيرا عن طريق قوى داخلية، لكن على المجتمع المدني أن يتحرك في هذا الاتجاه، فينتج من هذا الموقف فكرة الديمقراطية التشاورية باعتباره التحسين الحقيقي لديمقراطية مثالية خاضعة للحدثة. فإن

¹. نفس المرجع ص 35.

الحق الاجتماعي هو الوسيلة التي وجدتتها الدولة الليبرالية لمراقبة الفضاء العمومي وبالتالي أدخلت الأفراد في دائرتهم الخاصة لقد اقترح علينا هابرماس في كتابه شيئاً فشيئاً تحليله للعلاقة بين العام والخاص في حركة التحضر التي ميزت الحداثة.¹

اتخذ هابرماس كأبرز مفكري الجيل الثاني لمدرسة فرانكفورت منحى آخر في فهم "الأنوار" الذي يعتبر الحداثة مظهره الأساسي، معتبرا هاته الأخيرة كمشروع لم ينجز وأنه أسى فهم الأنوار، مخالفا اتجاه الأيام الأوائل للمدرسة (أدورنو وهوركها يمر...)
باعتبارهم بأن ظهور الأنظمة التوتاليتانية في أوروبا النصف الأول من القرن العشرين كان من نتائج الحداثة الأنوار. إذن موضوع الفضاء العمومي "هو العموم" كحامل لرأي عام بوظيفة نقدية مسندة إليها صفة العمومية أي "عمومية النقاشات القانونية".²

يتميز هابرماس بين نموذج الفضاء العمومي، لهيكل تمثيلى الذي ارتبط في أوروبا بالسلطة الفيودالية والكنيسة والبلاط الملكي ونموذج الفضاء العمومي البرجوازي الذي ظهر بعد اختفاء الأول نتيجة للتحويلات البنوية التي عرفها، فقد دعت البرجوازية بذاتها بعد تشكلها كطبقة قائمة وعملت على تكوين استقلال خاص بها تجاه السلعة، عن

¹. كوينتين دولافيكورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند أرنست وهابرماس : استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحديثة، ترجمة نور الدين علوش، المغرب، 2013، ص 53-58.

². علاء طاهر، مدرسة فرانكفورت من هورك هايمر إلى هبرماس، منشورات الإنماء القومي، بيروت، ط 1، بدون تاريخ ص 101.

طريق تأسيس قواعد الحوار والمناقشة العامة، تتحلى ذلك بشكل واضح في إنجلترا نهاية القرن السابع عشر الميلادي وفي فرنسا نهاية القرن الثامن عشر وقد انتقل النقاش العمومي إلى الصالونات والمقاهي ثم إلى النوادي الأدبية، وما لبث أن استقر كأحد البنود الرئيسية في الدساتير الغربية.¹

رصد هابرماس في مؤلفه السابق الذكر تطور مفهومي العام والخاص منذ العصر الوسيط انطلاقاً من التعارف الواردة في القانون الروماني حتى نهاية القرن الثامن عشر الذي عرف تفكك الخيوط العريضة لتطور العام والخاص عبر سيرورة الاستقطاب أدت إلى انقسام العناصر ذات بعد عام، وأخرى ذات بعد خاص، فمع الإصلاح الديني في أوروبا تحولت مثلاً لكنيسة.² كسلطة دينية إلى قضية خاصة، فأصبحت حرية التدين لأول مرة من الحرية الشخصية وأصبحت الكنيسة كهيكل اجتماعي ضمن هياكل أخرى، تدار بواسطة القانون العام، كما فصلت الميزانية العامة عن ميزانية البلاط الملكي بعد أن كانت جزءاً من المدخرات.³

¹. حسن رمعون وعبد الحميد هنية، الفضاءات العمومية في البلدان العربية، مركز البحث في الدراسات الأنتروبولوجية الاجتماعية والثقافية، جامعة تونس، 2013، ص 142.

². علاء طاهر، نفس المرجع السابق، ص 102.

³. حسن رمعون وعبد الحميد هنية، نفس المرجع السابق، ص 143.

وعليه نستنتج أن الفضاء العام أو بمعنى المجال العام لدى هابرماس في توسيعه من أجل إتخاذ قرار جماعي، وحسبه فإن الرأي العام يساهم في بعث السياسة حتى لا يتحول الفضاء العمومي إلى فراغ عمومي.

5. مفهوم المجتمع الحضري

عموما يعرف المجتمع الحضري أو المدينة على أنه مجموعة من الأفراد تقطن في البيئة الحضرية، وتنتم بأسلوب حياة معين يتجاوب مع خصائص الحجم والكثافة والتجانس ويمكن القول أن المجتمع الحضري أصبح من الظواهر الاجتماعية المعاصرة، التي تقوم بركيزتين أساسيتين أو جانبيين أساسيين ديناميكي وبنائي حيث يشمل الجانب الديناميكي عملية التحضر والبنائي يتمثل في الحضرية التي تمثل طريقة وسبيل للانتقال من حياة الريف إلى حياة المدينة ..¹

يعرفه " لويس ويرث " على أنه موطن للإقامة كبير نسبيا ودائم لأفراد متباينين اجتماعيا ويؤكد على أن التعريف السوسولوجي للمدينة ينبغي أن يسعد لاختيار وانتقاء عناصر الحضرية التي تتميز كأسلوب لحياة الجماعة الإنسانية.² ويعرفه فريدمان

¹. سعيد ناصف، علم الاجتماع الحضري: المفاهيم، القضايا، المشكلات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1،

2014، ص 25

². سعيد ناصف، مرجع سبق ذكره، ص 27.

روبرت وولف "المدينة عالم اجتماعي صغير ومن ثم فهي ظاهرة متعددة الأبعاد تبدي خصائص طبيعية ومكانية وثقافية وتنظيمية وديمغرافية واجتماعية متنوعة ولذلك فالمدينة كنسق اجتماعي توحى بتفاعل عميق واعتماد متبادل بين سكانها، وهي كنسق فرعي للمجتمع، توحى بأنها تعمل كمكان مركزي داخل التدرج الهرمي للأماكن الحضرية على تنظيم المناطق المحيطة وأحيانا البعيدة في أمكنة اجتماعية واقتصادية وثقافية.¹

بينما يعرفه "مصطفى الخشاب" على أنها وحدة اجتماعية تمتاز بوحداتها الإدارية ويعيش فيها الأفراد متكئين متزاحمين في مساحة معينة رغبة في تبادل المنافع، وقد قدم "لويس ويرث" تعريفا سوسولوجيا للمدينة على أنها موطن للإقامة كبير نسبيا لتحقيق غاية من الاجتماع الإنساني ويقوم النشاط فيها على الصناعة والتجارة وتمتاز بسهولة المواصلات وارتفاع مستويات المعيشة واتساع نطاق تقسيم العمل وزيادة التخصص وارتفاع نسبة الكثافة السكانية، وقيام الهيئات والمؤسسات والجماعة والإدارات والمصالح الحكومية كما تمتاز أيضا بالتخصص المهني وتعدد المراكز الاجتماعية.²

¹. السيد عبد العاطي السيد ، علم الاجتماع الحضري : مدخل نظري ، درا المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، د/ط

1990، ص51

². السيد عبد العاطي السيد، نفس المرجع السابق، ص51.

ويمكن أن نجمل كل التعريفات السابقة للمدينة في تعريف واحد على أنها بنية اجتماعية يحتوي بداخلها على أنماط إنتاجية مختلفة، بعضها تقليدي يعكس أوضاعا تاريخية متباينة من حيث الخصائص ودرجة التطور والبعض الآخر حديث يعكس أوضاعا أخرى مختلفة تلك الأنماط الإنتاجية المتباينة ترتبط ببنية طبقية وأوضاع اجتماعية متناقضة من حيث المصالح و الغايات، الأمر الذي يجعل المدينة تتميز بصفة عامة بمجموعة من الخصائص مثل سيادة العلاقات الرسمية INFORMEL وRELATION واللا شخصية التي تعبر عن تباين عناصر ومكونات البيئة الثقافية كما تتميز أيضا بدرجة عالية من التباين المهني والوظيفي، وتنوع وتعدد المكانات والأدوار الاجتماعية، كما أنها تضم العديد من الخدمات الحضرية التعليمية والقضائية والثقافية والدينية والصحية...الخ.¹

6. خصائص المجتمع الحضري

إن جميع الدراسات التي قام بها الباحثون حول مجتمع المدينة عن طريق المقارنة والعلاقة بالمجتمع الريفي، أمثال لويس ويرث، أرنت برحيس، سوروكين وكارل زيمرمان وغيرهم اجتمعت على التأكيد على الخصائص التالية.

¹. السيد عبد العاطي السيد، مرجع سبق ذكره ص53.

1- الزيادة السكنية يتميز مجتمع المدينة بكبر حصته النسبي من المجتمع الريفي

وبالتالي فإن ثمة علاقات بين الحضرية وازدياد عدد السكان وارتفاع الكثافة

السكانية.

2- تأثير البيئة الاجتماعية والبشرية على المجتمع الريفي وجعله أكثر ارتباطا للبيئة

الطبيعية وعلى العكس من ذلك يعيش مجتمع المدينة عزلة نسبية للبيئة الطبيعية

الأمر الذي يجعل البيئة الاجتماعية والبشرية غلبة وسيطرة واضحة.

3- مسألة التخصيص وأثرها على البناء الاجتماعي أي الارتباط بالتخصص الدقيق

والمتمقن في مجال العمل وظهور معايير جديدة لتحديد المكانة المهنية للفرد.

4- الفردية: فحياة المدينة تتسم بالاستقلال إلى حد لا يقتصر تأكيد رواج الفردية

وحدها وإنما يمتد إلى المسؤولية وتحملها.

5- التغير الاجتماعي: أي اللاتجانس بين سكان المدن.

6- التنظيم التراكمي المعقد فحياة المدينة تشكل عملية تراكمية ومعقدة ترتبط فيها

العوامل بالمظاهر والنتائج ارتباطا وثيقا يصعب التمييز أو الفصل بينهما في

فترات الجموع السكانية وما يرافقها من تقسم العمل.

7-الدينامية: تمتاز الحياة الحضرية عن الريفية بأنها مرنة غير جامدة فيها التغيير

السريع وفيها الدينامية، لا يحدهما جموع الريف وعلاقات الناس تتسم بالمرونة

والقابلية للتغيير والتكيف للمواقف المختلفة.

8-سيطرة الطبقة الرسمي حيث تبرز التشريعات القانونية والأساليب الرسمية

للطبقات الاجتماعية في المدينة لتحل محل طاعة التقاليد.

بالإضافة إلى أنه هناك خصائص أخرى كالتسامح بين الأفراد، التفاعل

الاختياري وتغلب العلاقات عن الشخصية والفردية.¹

7.نظريات المجتمع الحضري.

1.النظرية الإيكولوجية

أطلق عليها هذا الاسم نسبة إلى المدرسة الفكرية الأمريكية "مدرسة شيكاغو"

التي اهتمت بالبحث في مجال علم الاجتماع الحضري ومن أهم روادها روبرت بارك

أرنست برحبس، وردريك ماكنزي وغيرهم من الباحثين، ولقد وضع بارك الإطار العام

لهذه النظرية على أساس أن المدينة تعتبر بمثابة المكان الطبيعي والثقافي الذي يقطنه

الإنسان المتحضر فهي وحدة على درجة كبيرة وعالية من التنظيم، بينما اهتم ماكنزي

بالقوانين الداخلية والعمليات التي تسيطر على هذا التنظيم، ونتيجة لذلك انطلق بارك

¹.السيد عبد العاطي السيد، مرجع سبق ذكره، ص 180 – 181

من حقيقة أن العالم الطبيعي وحدة تتحرك وفق قواعد منتظمة محاولاً تطبيقها على الدراسة المدنية ومن تم استهدف من خلال بحوثه الكشف عن الأنماط المنتظمة في مكان للعلاقات الاجتماعية والإيكولوجية للبحث عن العمليات والعوامل التي تؤدي إلى التوازن الحيوي في المجتمع، ولقد تحقق أكبر انجاز للنظرية الإيكولوجية في بدايتها على يد " أرنست بيجس " الذي قدم تصوراً نظرياً يعبر عن وجود عدة حلقات لها نفس المركز، أولها منطقة الأعمال، وثانيها المنطقة الإيكولوجية للمدينة، والثالثة منطقة العمال ومنطقة الفيلات، ثم الرابعة منطقة الضواحي، وذهب بيجس إلى أن " ظاهرة النمو الحضري هي نتيجة لأزمة لعمليات التنظيم و التفكك في نفس الوقت..."¹

أما هومير هويت فركز على المناطق السكنية وتوزيع الدخل وبناء على ذلك قسمها إلى ثلاث قطاعات رئيسية: الأول يضم العمال منخفضي الدخل، الثاني الأغنياء ذوي الدخل المرتفع، أما القطاع الثالث فيضم مناطق الأنشطة التجارية، ويذهب هويت معارفاً في ذلك بيجس إلى أن النمو الحضري يتم بأقصى سرعة على طول خطوط النقل الرئيسية وعلى طول الخطوط الأقل مقاومة، غير أن هذا النموذج النظري أكد أن النمو الحضري يتحدد في ضوء امتدادات النمو السائد من أنماط استخدام الأرض لذلك نجد هويت في النهاية ينظر إلى المدينة على أنها دائرة، وإلى المناطق المختلفة

¹. السيد عبد العاطي السيد، الإيكولوجية الاجتماعية مدخل لدراسة الإنسانية والبيئة والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1980، ص 130-131.

كقطاعات تشع من المركز وأن أنماط استخدام الأرض المتماثلة تتكون بالقرب من المركز إلى الخارج.¹

وعليه نستنتج أن النظرية الإيكولوجية تهتم بالبحث في مجال علم الاجتماع الحضري من خلال دراسة المدينة والمجتمع الحضري، قسمها روادها إلى قطاعات مختلفة.

2. النظرية النفسية الاجتماعية

تجسدت هذه النظرية في أعمال كل من ابن خلدون ماكس فير جورج زيمل وأوزنالد شلنجر من خلال المدرسة الألمانية حيث أكد فير على ضرورة إيجاد نظرية أكثر شمولية واتباع نموذجاً ومنهجاً مختلفاً تماماً عن ما قبله، محاولاً إبراز الظروف التي تجعل دور المدينة إيجابياً. واعتبر المدينة منطقة مستمرة وكثيفة بالسكان، كما اهتم بدراسة عقليتهم الحضرية وأعطى نموذجاً تصورياً للمدينة أو المجتمع الحضري من خلال الأفعال الاجتماعية التي اعتبرها تصرفات إنسانية متداخلة ومتبادلة للعلاقات الاجتماعية، بحيث يقول بأنها لا توجد بمعزل عن الأفعال الاجتماعية، وهي ترتيبات متخلفة للفعل على نحو مجرد بالإضافة إلى النظم الاجتماعية وتتطوي على العلاقة

¹. السيد عبد العاطي السيد، نفس المرجع السابق، ص 130-131.

القائمة بين الفعل والعلاقات الاجتماعية فالنظام الاجتماعي يفرض أنماطا أكثر نيات للسلوك.¹

ففي رأي ماكس فير فإن المدينة تحتوي على حصن وسوق ومحكمة بالإضافة إلى الاستقلال الذاتي أما جورج زيمل فركز على إدخال الجانب النفسي السيكولوجي كالتوتر والذكاء... في الأشكال الحضرية وبذلك يتفق زيمل مع فير في كون الصور الحضرية الحديثة تشير إلى إمكانية ظهور حياة حضرية جديدة ومعقدة، اعتمادا على الجوانب السيكولوجية، وأخيرا أصفى أوزنالد شلنجر على مفهوم المدينة نوعا من الروحانية وأقر بأن عدم التوازن بين الريف والمدينة من الأسباب المؤدية إلى حدوث تعارض في نظام الحياة وأن الفرق بين الريفي والحضري هو التحرر الفكري.²

كما يعتبر ابن خلدون من المفكرين العرب الأوائل الذين درسوا الظاهرة الحضرية واعتبروا المدينة بنية اجتماعية في تطور دائم، فهو يرى أن الإنسان حضري بطبعه وأن المدينة نتاج تواجد الأعداد من السكان ضمن علاقات اجتماعية، كما أنه يعتبر المدينة أو العمران الحضري هي أعلى درجات التحضر التي يمكن بلوغها، إذ يرى أنه كلما كبر حجم السكان كلما ازدادت رفاهية الأفراد، خلافا لمستوى مدينة ذات حجم

¹ علي فؤاد أحمد، علم الاجتماع الريفي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، د.ط، 1981م، ص37

² علي فؤاد أحمد، نفس المرجع، ص37

سكاني أقل، التي تكون في الغالب في وضعية تنموية ضعيفة ونفس الملاحظة يديها لسكان الأرياف، فابن خلدون يشدد على الحجم والقوة في إنتاج مدينة تجمع بين النمو والتنمية.

فعلاقة البنية الحضرية بالبنية الاجتماعية علاقة وثيقة، وبالتالي فإن التنمية الحضرية تعكس حتما على التنمية الاجتماعية، كما أنها ترتبط أيضا بالوضعية الاقتصادية والتقدم الحرفي والتكنولوجي وأن هذه العلاقة التي جاء بها ابن خلدون منذ القرن الرابع عشر أعاد تأكيدها المفكر الفرنسي "هنري لوفافر" حيث يقول "إن المدينة هي عملية توطين مجتمع بثقافته ومؤسساته وقيمه وبنيته الاقتصادية وعلاقته الاجتماعية، التي تشكل في نهاية الأمر البنية الاجتماعية بمفهومها الواسع"، ومن جهة أخرى يرى ابن خلدون أن المدينة هي فعل سياسي بالأساس، لأنها من إنتاج الطبقة الحاكمة.¹

ويرجع الفضل لابن خلدون في تحليله للمدينة والظاهرة الحضرية على اعتبار انه تحدث عن المدينة في إطارها الإقليمي ولم يقتصر حديثه عن المدينة بمحيطها الجغرافي، فهو بالتالي يطرح ضرورة التكامل بين التخطيط الإقليمي والتخطيط

¹ أنطوني غيندنز، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، فصل المدن الفضاءات الحضرية، دار للنشر والتوزيع، ط4، ص599.

العصري، كما يعود إليه الفضل أيضا في تحليله للظاهرة العمرانية من خلال بعدها التاريخي وتطورها العمراني.

وأخيرا يربط المدينة بالبادية من خلال الأبعاد التاريخية والاجتماعية والاقتصادية ومن هنا فالتنمية الحضرية عند ابن خلدون مرتبطة دائما بمركبات ايكولوجية واجتماعية واقتصادية وثقافية، وهي تشكل القاعدة الأساسية لها.¹

يتضح من ذلك أن ابن خلدون درس المدينة من خلال التنمية والتخطيط الحضري لها، وقد قام الظاهرة ببعدها التاريخي، وعليه فإن التنمية الحضرية مرتبطة دائما بالظواهر الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإيكولوجية.

3. نظرية الثقافة الحضرية

من أنصار النظرية الثقافة الحضرية "لويس ويرث" الذي يرى أن المجتمع الحضري يتميز بالحجم والكثافة واللاتجانس، وهو الحجر الأساس للتنظيم الاجتماعي لسلوكه ويؤكد أن الحضرية كأسلوب في الحياة تتميز بسيادة العلاقات الثانوية والعلمانية وبالتالي تصبح المدينة مركز العلاقات، وقابل ويرث بين المجتمعات الريفية والمراكز الحضرية واعتبر السمات التي تظهر أو تتطور في البيئة الحضرية بمثابة مصاحبات ضرورية لنمو المدينة وخاصة سمات الحجم والكثافة، وفي هذا الصدد يؤكد ويرث على

¹. أنطونيو غيدنز، علم الاجتماع، ترجمة الدكتور فايز الصباغ، المنظمة العربية للترجمة، ط4، ص 99

أن الحجم والكثافة المرتفعة للسكان وعدم التجانس في حياتهم الاجتماعية هي متغيرات أساسية وخصائص مميزة للمجتمع الحضري، تسلم بدورها إلى عدد من القضايا التي ترتبط بطبيعة الحياة الحضرية وشخصية سكانها¹.

ومن هنا يرى ويرث أنه كلما كبر حجم المدينة اتسع نطاق التنوع الفردي وارتفع معدل التمايز الاجتماع بين الأفراد وهذا الأمر الذي يكرس ظاهرة العزلة لدى الأفراد والجماعات سواء على أساس الأصل أو المهنة أو المكانة وتساهم هذه العزلة في تدهور علاقات الجوار. كما أن ضعف هذه الروابط والعلاقات يفرض بدوره إحلال العلاقات الرسمية محل الروابط والعلاقات غير الرسمية، ومن هذا المنطلق ينتقل لويس ويرث على أساس الحجم إلى عدد من القضايا التي تمس طبيعة المجتمع الحضري، ومجموعة أخرى استناد إلى الشخصية الحضرية.

إذ يرى أن كبر حجم المدن وتزايد عدد سكانها يقلص من إمكانية التعارف بين الأفراد وهذا يترتب عنه الميل نحو انتشار العلاقات الاجتماعية ذات الطابع النفعي ولهذا يكون كبر حجم المدينة سببا مباشرا في تكريس التفاعل المتميز بالعلاقات السطحية والمؤقتة، كما يساهم في إضعاف أو فقدان روح المشاركة والتطوع، يؤدي هذا

¹. السيد عبد العاطي السيد ، علم الاجتماع الحضري بين النظرية و التطبيق، مرجع سابق ، ص51.

النوع من العلاقات الحضرية إلى التخصص الوظيفي للأنشطة وتقسيم العمل، واعتماد نظام اقتصاد السوق.¹

ويتضح من خلال التصور النظري الذي قدمه لويس ويرث حول المدينة أن المجتمع الحضري المتميز بارتفاع عدد السكان والكثافة واللاتجانس يؤدي إلى ظهور بعض المشاكل كشكل التلوث وانتشار أحياء السكن العشوائي، وبالتالي التأثير على طبيعة الحياة الحضرية ومع السلوكيات والتنظيمات الاجتماعية.²

ومن هنا يتبين أن أنصار النظرية الثقافة الحضرية درسوا المجتمع الحضري من خلال ثقافتهم ومميزات المجتمع (الحجم والكثافة). وعدم التجانس في حياتهم الاجتماعية يؤدي إلى انتشار العلاقات الاجتماعية النفعية والمؤقتة.

4. اتجاهات أخرى

1. الاتجاه الاقتصادي: يستمد مبادئه من التوجيه النظري إلى التأثير بأعمال كارل ماكس أما في المجال الحضري فتجلى في أعمال كل من شفني ووبل ولاكوست حيث ذهب إلى تفسير البناء الاجتماعي والإيكولوجي الحضري على أساس النشاط الاقتصادي، وذلك بانئقال المجتمع من نمط الإنتاج البدائي إلى نمط الإنتاج الصناعي

¹. السيد عبد العاطي السيد، علم الاجتماع الحضري بين النظرية والتطبيق، مشكلات وتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، كلية الآداب جامعة الإسكندرية، د، ط 1997م ص 51.

². السيد عبد العاطي السيد، مرجع سبق ذكره، ص 52.

والأنشطة الخدمائية، التي تساهم في توسع مجال التفاعلات الاجتماعية، يرى أصحاب هذا الاتجاه أن النمو الاقتصادي يؤدي إلى التنمية الحضرية.¹

2. الاتجاه التكنولوجي: يركز هذا الاتجاه على ضرورة وأهمية التكنولوجية في

التأثير على البناء الاجتماعي والإيكولوجي للمدينة، ومن ثم على العلاقات الاجتماعية بناء على تطور وسائل الاتصال والمواصلات، ودورها في الرفع من فرص التبادل والتواصل والتقليل من فرص العزلة الاجتماعية، يمكن الإشارة هنا إلى ما جاء به مانويل كاسل من تأثير الابتكارات التكنولوجية الحديثة على البناء الإيكولوجي الحضري وتوزيع السكان، من خلال ما توفره التكنولوجيا من وسائل النقل على الأنماط المكانية والزمنية للمدن والمراكز الحضرية، وبالتالي تأثيرها في إعادة توزيع السكان، كما يلاحظ ارتفاع عدد مستعملي السيارات بالمدن الذي ينجم عنه تلوث البيئة الحضرية.²

3. الاتجاه القيمي: أكد على دور القيم التفاضلية والاجتماعية في إعطاء تفسير للبناء

الاجتماعي الحضري وفي أنماط استخدام الأرض، ومن ثمة فإن القيم تعتبر تغيرات مستقلة لتفسير الكثير من الظواهر الاجتماعية، المتعلقة ببنائها الإيكولوجي

¹. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، دور المتغيرات الاجتماعية في التنمية الحضرية، دراسة في علم الاجتماع الحضري، مؤسسة شباب الجامعة، 2006، ص79

². نوال قلاب ذبيح، المتصل الريفي الحضري في الجزائر، مدينة عين مليلة نموذجا، رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، 2008، ص4.

والاجتماعي، حيث تناول **ماكس فير** هذا الموضوع موضحا دور القيم في التباينات القائمة بين المدن التي تنتمي إلى ثقافات متنوعة، كما أن هذا الاتجاه النظري اعتمده مجموعة من العلماء والباحثين الذين أكدوا أن ما هو في الواقع نتاج ملموس لسلوكات وتصرفات سكانها، التي يحملونها فهي توجه سلوكياتهم وتصرفاتهم التي تجسد ضمن إطار معين من نسق العلاقات الاجتماعية يتضح من خلال هذا التصور أن للقيم أثرا في تفسير أنماط الإيكولوجية والاجتماعية الحضرية.¹

4. اتجاه القوة: يقوم هذا الاتجاه على دور القوة ومدى تأثيرها في اتخاذ القرارات

المرتبطة بالبيئة الحضرية، على المستوى الاجتماعي والإيكولوجي، ويعتبر **ويليام فورم** أول من اعتمد هذا الاتجاه في الإيكولوجية الحضرية لتفسير أنماط الاستخدامات الحضرية للأرض، حيث يرى أن بناء القوة لاسيما القوة السياسية يلعب دورا أساسيا في تشكيل المدن سواء من حيث التوسع أو التوطين أو البناء الإيكولوجي والاجتماعي، بل إن بناء القوة يؤثر في تحديد ما تمارسه متغيرات أخرى كالتكنولوجيا أو التصنيع كما ترتبط بها (أي القوة) على القرارات ذات الصلة بالتخطيط الاجتماعي أو الاقتصادي وكذلك بالسياسة العامة وتنفيذ برامج التحضر.²

¹ نوال قلاب، نفس المرجع 45

² نوال قلاب ذبيح، مرجع سبق ذكره، ص46

يبقى القول أن الإسهامات النظرية حول دراسة المدينة أو المجتمع الحضري وخاصة التي تتعلق بالحياة الحضرية على الرغم الانتقادات الموجهة إليها، إلا أنها ما تزال تحتل أهمية كبيرة في الدراسات الحضرية المعاصرة على كافة الأصعدة والمستويات العالمية الإقليمية والمحلية.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن دراسة السوق من المنظور الاجتماعي الحضري يعتبر فضاء عمومي اجتماعي، له أهمية كبرى في حياة الفرد، وكذلك معرفة أن السوق ليس فقط عبارة عن عمليات اقتصادية، بل أخذ أشكال أخرى للتبادل والتفاعل الاجتماعي والثقافي، أسسه أفراد المجتمع لتلبية حاجاتهم الضرورية من خلال ظاهرة البيع والشراء، فهذا الفضاء الاجتماعي العام كان فضاء ذكوري محضا ومع التغيير أصبح فضاء مختلطا بمعنى اقتحمته المرأة محاولة إثبات وجودها فيه أو تملكه كفضاء نسوي لها، وجعلته فضاء خاصا بها، حيث أصبحت تذهب إليه مثلها مثل الرجل، وتشتري مختلف مستلزماتها حيث اعتبرت فضاء السوق مكان من أجل إقامة علاقات اجتماعية مختلفة، بهدف تحقيق منافع وفوائد في حياتها اليومية.

تمهيد

يعتبر فضاء "السوق النسوي" من أبرز وأهم الأماكن المفضلة لدى النساء في مجتمع الدراسة، وذلك لاعتباره حيزاً تلتقي فيه النساء مع بعضهم البعض، ليس لغرض التسوق فقط وإنما لأغراض أخرى كالتعارف وتبادل الأخبار والترفيه أيضاً، ولهذا جعلته المرأة فضاءً خاصاً بها، وسمحت لنفسها التعود عليه سواء كانت بائعة أو مشتريّة بمعنى أنها كانت تذهب إليه من أجل بيع الأغراض المختلفة الأنواع مثلاً: الخضر والفواكه، والألبسة المتنوعة والباقوليات، الدجاج..... إلخ، وذلك لإقتناء مصاريف مالية أو من أجل شراء مستلزماتها اليومية والخاصة.

وقمنا في هذا الفصل بالتفصيل في فضاء السوق النسوي، تناولنا فيه عدة عناصر حيث بدأنا بمفهومه، ثم مونغرافية السوق، وما هي أسباب ظهوره، وماذا يمثل بالنسبة للمرأة ثم وضعنا السوق وعلاقته بالجنس، والتمايز الاجتماعي بين الجنسين، لأنه كان فضاءً ذكورياً محضاً وتطرقنا إلى نوعية اللباس، وفي الأخير قمنا بتحليل المقابلات الميدانية مع المبحوثات من خلال التمثلات.

1. مفهوم السوق النسوي

لا يوجد أي تعريف للسوق كفضاء نسوي في علم الاجتماع، ليبقى هذا المفهوم مفهومًا إجرائيًا لما لا حظناه في الميدان، حيث يعتبر السوق النسوي ظاهرة اجتماعية موجودة في المجتمعات الحضرية أو الشبه حضرية، خلقت المرأة لنفسها سواء للبيع أو الشراء فيه، حيث أن من يبيع في هذا السوق هن نساء ومن يشتري كذلك نساء فقط هذا ما يدل على أن المرأة صنعت فضاء تسويقيًا خاصًا بها لا يدخله الرجال. وبالتالي توضح على أنها قادرة على أن تتفرد بفضاء السوق مثلها مثل الرجل.

فضاء السوق النسوي إجرائيًا هو حيز أو مكان تلتقي فيه النساء، لغرض البيع والشراء ويقصدونه لغرض التسوق من أجل قضاء حاجاتهم اليومية، ولتحقيق رغبات مختلفة من طرف النساء، مثلًا: معظم النساء تذهبن إليه من أجل الترفيه عن أنفسهن وهناك من جعلت التسوق عادة لديها، وكل واحدة جعلته فضاء حسب رغبتها، وعليه فإن السوق النسوي فضاء من أكثر الأماكن التي جذبت النساء حولها من كل مكان.

2. مونوغرافية السوق النسوي

يقع السوق الذي نقوم بدراسته "بمنطقة عشعاشة"، حيث هو عبارة عن مساحة بجانب وادي تحيط به مجموعة من الأشجار المسماة بشجرة "الضرو" من كل الاتجاهات ويسمى بسوق "بلدة" نسبة لوجوده بطريق الواد، وذلك بسبب السيولة عند

نزول المطر شتاء لا تسمح بقيام السوق. كما أن هذا السوق يُقام كل أسبوع يوم "الأحد والخميس"، تأتي إليه النساء من قريب وبعيد، تجدن فيه كل المستلزمات التي يحتجنها في حياتهم اليومية، كما أنه مكان مخصص للنساء فقط سواء كبائعات وزبونات، ويمنع على أي رجل الدخول إليه، تقصدنه النسوة بغرض البيع والشراء وقضاء الحاجات اليومية، حيث يحتوي هذا السوق على وجود النساء بكثرة بمختلف الأعمار، ومعروف على أن الأسعار منخفضة ومعقولة فيه، لهذا يلجأن إليه النساء من مختلف النواحي.

3. أسباب ظهور السوق النسوي

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها وجدنا أن ظهور السوق النسوي، يعود لمجموعة من الأسباب نذكر منها:

- تريد المرأة أن تخصص فضاء لها، خاصة المرأة الشبه الحضرية فهي حسب ملاحظتنا لا تحبّ الاختلاط مع الرجال.
- اجتياح المرأة فضاء السوق لتمارس فيه التجارة وفق عادات وتقاليد المجتمع وذلك بعيدا عن الاختلاط أو ابتعادا عن فضاء السوق الذي يطغى عليه الذكور.
- إن الأسواق النسائية استجابة ملحة لحاجات المرأة إلى الخصوصية وتجنبها مخالطة الرجال في الأسواق العامة، وتقول الحالة رقم 06 عن السوق النسوي "إن الأسواق تقدم للمرأة احتياجاتها الخاصة واحتياجات أسرتها في أن واحد"

وقالت إن تجربتها مع هذه الأسواق تؤكد أن معظم مرتدات هذه الأسواق من النساء المحافظات".

- شراء الاحتياجات الخاصة من ملابس وكماليات مع المتطلبات الأخرى، قالت الحالة رقم 07 "أشتري كل شيء يخصني من ملابس بكل أنواعها، زيت الزيتون، الحلويات والدجاج العربي."

- هناك احتياجات خاصة بالمرأة لا ينبغي أن يكون البائع فيها رجلاً، كقول المبحوثة رقم 03 " لا أستطيع الشراء من رجل وخاصة الملابس الداخلية ولهذا ألتجأ للشراء من امرأة مثلي".

- وعليه فإن للمرأة خصوصيات كما هو معروف، فهي تشتري أغراضها واحتياجاتها الخاصة بها في جو نسائي كامل دون وجود الرجال، وهو ما يمكن أم نصفه " بجو خاص " ترتاح فيه ولا تشعر بأي حرج.

4. تمثيلات المرأة لفضاء السوق

تتجلى ظاهرة السوق في العالم العربي إلى حد كبير في مسالك التمدين الحضري كالتنوع الاجتماعي والتمركز وتعددية النشاطات، فالسوق كشكل حضري ومؤسسة اجتماعية واقتصادية يمثل منظومة حضرية قديمة ولكن مازالت قائمة في العديد من المدن العربية. باعتبار السوق هو عينة ممثلة لمجتمع ما تعبر عن ثقافته

المادية ومنظومة قيمة في عملية إبداعية تقوم على الدور المبدع للتاجر الذي يعرض المتوجات الجديدة. وما لاحظناه خلال إجرائنا للمقابلات كيف أن التاجرات من النساء يقمن بعرض سلع جديدة وبأسعار معقولة وبأسلوب يقنع الزبائن.

كما يعرف فرانك مارميه « **FRANK MERMIE** » السوق في الوسط الريفي أنه ساحة تجارية بسيطة في قرية أو ضيعة في سلسلة الأسواق الأسبوعية¹ وهذا ما نجده في منطقة عشعاشة باعتبارها منطقة حضرية، تتميز بوجود سوق أسبوعي يومي الأحد والخميس يتردد إليه النساء فقط ويعرف باسم "بلدة" وتقوم النساء بشراء مختلف الحاجيات من بعضهم البعض ويوجد سوق آخر كذلك اسمه "سيدي عمار" موجود في نفس المنطقة يقام يوم الأحد، بحيث يعتبر هؤلاء النساء هذا السوق مجالا أو فضاء لهن.

يمثل فضاء السوق النسوي للمرأة حسب الدراسة التي قمنا بها، مجال نسوي بعيد عن الرجال تلبى فيه المرأة حاجاتها اليومية، حيث جعلته مكانا خاصا بها، فهو يحتوي على مختلف الأعمار من النساء، وتجد فيه كل السلع والحاجيات الخاصة بالمرأة والمنزل، ومعظم النساء تذهبن إليه من أجل الترفيه، وإقامة علاقات للتبادل والتعارف

¹ أنظر: خيرة بن زيان، المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، مرجع سابق، ص113.

وبعضهن فرضت عليهن قساوة الحياة، اقتحامه لأسباب مادية، وعليه فإن المرأة تذهب للتسوق لتحقيق مختلف أغراضها اليومية.

5. السوق النسوي مكان للترفيه

تعتبر المرأة السوق النسوي فضاء للترفيه والترويح عن النفس، بحكم أن الترفيه ضرورة من ضروريات الحياة اليومية لمختلف الفئات العمرية، وهذا ما صرحت به الحالة رقم 01 "عندما أشعر بالغضب والملل أذهب إلى السوق من أجل نسيان الهم وتفريج الكرب" وأخرى رقم 02 تقول "عندما أتخاصم مع زوجي أذهب للتسوق لنسيان ما حدث بيني وبينه" كما تعتبره بعض النساء مكان للراحة بحيث تقول الحالة رقم 03 "سوف أقول لك الحقيقة ذهابي إلى سوق بلدة يشعرني براحة تامة".

وعليه يتضح أن المرأة جعلت السوق مكان للترفيه والترويح عن نفسها والهروب من الواقع والمشاكل الشخصية، التي تعيشها في حياتها اليومية.

6. السوق فضاء للتبادل والتعارف

لا يقف علماء الاجتماع في حدود التبادلات الاقتصادية لوظيفة السوق، وإنما يتعدوها لإعطائه الجانب الاجتماعي، وذلك من خلال ما يخلقه من فضاء للتبادل واللقاء الاجتماعي بين مختلف الشرائح الاجتماعية وخاصة التواصل بين النساء، فلقد

اهتم جون سبير في تعدد الوظائف الاجتماعية للسوق فيقول "السوق ليس للتجارة فحسب بل هو ... نقطة تلاقي السلمي بين مختلف علاقات وتبادل الأخبار عن الأحباب، فهو بمثابة مجال لفتح حدود القرية أو القبيلة اتجاه العالم الخارجي".¹

وفقد أصبح السوق يمثل مكانا وفضاء هاما عند المرأة في حياتها اليومية كفضاء للقاء بين الصديقات والأحباب لتبادل الأخبار والمعارف. وهذا ما قالته المبحوثة رقم 04 " عندما أذهب للسوق النساء أتلقى كل الأخبار، نتحدثن عنها النساء الزواج مرض، الموت". وتقول الحالة رقم 05 "كل الأشياء التي تحدث نجد أخبارها في سوق النساء".

فذهاب النساء إلى السوق والتعامل التجاري المتكرر بينهما نتج عنه التعارف، الذي يعتبر نوع من العلاقات الاجتماعية بين مختلف النساء البائعات والزبونات، هذا ما أكدته معظم تصريحات النساء. "البيع والشراء جعلنا نتعارف على بعضنا البعض". يعني أنه من خلال النشاط التجاري تم التعارف بينهما، ولاحظنا من خلال الميدان أن بعض النساء يتبادلن أطراف الحديث والاستفسار عن أحوال الأهل والأقارب، قبل الحديث عن

¹.Jean Silver, *tradition et civilisation Berbère les portes de l'année Menacé et de marcher*, Paris, 1985, P36

السلعة والتجارة. فقد لاحظ "غرينتز" أن السوق يتميز بنمط من العلاقات الاجتماعية بمقتضى قواعد جماعية معينة، كما يعتبر مكان للتعارف المشترك.¹

وهنا يتضح لنا أن السوق هو فضاء مهم بالنسبة للمرأة، من أجل الالتقاء لتبادل أخبار الأسبوع، وموعدا أسبوعيا لمناقشة قضاياها الاجتماعية، فيرتبط بالسوق ذلك التبادل في جميع أبعاده المتعددة الرمزي، والفردى، الاجتماعى، والاقتصادى، وحتى التاريخى كما حله "مارسال موسى" وعلماء الاجتماع الاقتصاديين من خلال تحليل الممارسات التجارية التي تضع علاقات الفاعلين.²

فالسوق فضاء منفتح على الأفراد وفيه كل الحاجات التي تبحث عنها النساء وهذا ما صرحت به الحالة رقم 05 "هناك من تذهب من أجل البيع وهناك من أجل الشراء وبعضهن للترويج وتغيير المكان والحال". وقد استنتجنا من خلال إجرائنا للمقابلات مع بعض النساء بأن السوق النسوي سوق مليء بالنساء، ومن خلاله يكون بناء العلاقات وذلك عبر إخبار كل واحدة من النساء عما يجول في خاطرها لامرأة أخرى، سواء كانت تعرفها أم لا فهنا توطد العلاقة بينهن، وإن لم تكن تعرفها وبالتالي تحدث علاقة جديدة بينهن، ومن هذا المنطلق نقول عن السوق أنه نقطة التقاء وتعارف وتبادل الأخبار.

¹ انظر: خيرة بن زيان، مرجع سابق، ص200.
² خيرة بن زيان، نفس المرجع السابق، ص200.

7. السوق وعلاقته بالجندر

تقابل كلمة جندر **Gender** بالانجليزية كلمة **Genre** بالفرنسية وتدل على النوع الاجتماعي بالعربية، ويعني المفهوم بوجود الاختلافات والتنوع، لكنه في الأدوار بين الجنسين حسب ما هو سائد في الثقافة، وهو لا يطالب بإلغاء مثل هذا التنوع ولكنه يشترط أمرين الأول وجود مساواة في قيمة الأدوار التي يقوم بها الجنسان ومساواة في مكانة كل منهما بمعنى أنه لا يكون هناك موقف معياري يقوم على القيادة والتبعية أو على التتمية والتجنيس **الشرط الثاني** أنه يجب أن ننظر إلى الواقع من زاوية الإناث والذكور معاً، لا من زاوية جنس واحد فقط لأنه قد توجد إناث يتبنين الزاوية الذكورية والموقف الذكوري أحياناً والعكس صحيح قد يوجد ذكور يتبنون الزاوية الأنثوية والموقف الأنثوي.¹

كما استخدم لفظ **الجندر** من قبل **أن أوكلي Ann Oakley** وغيرها من المهتمات في السبعينات من القرن الماضي، لوصف خصائص الرجال والنساء المحددة اجتماعياً مقابل الخصائص المحددة بيولوجياً، وقد رأت **Oakley** أن الثقافات والشعوب تختلف بشكل كبير في تحديدها لسمات الذكورة والأنوثة، وبالتالي فإن الفصل بين مفهومي

¹ عصمت محمد حسين، **الجندر الأبعاد الاجتماعية والثقافية**، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ط1، 2009، ص61.

الجنس والجندر يختلف من ثقافة إلى أخرى وعلى الرغم من وجود فروق بيولوجية بين الجنسين والأمر الذي يدخل ضمن مفهوم الجندر البيولوجي (الجنس)، إلى أنه لا يمكن الفصل بين البيولوجي والحياة الاجتماعية فهما مرتبطان، فلا يمكن النظر للجندر على أنه خصائص فردية بل على أساس أنه مجموعة من الصفات والسلوكيات التي يمتلكها الأفراد منذ الولادة بجنس معين، فالجندر يتضمن الاختلافات وعدم المساواة بين الجنسين لأن الأفراد يولدون ذكورا و إناثا.¹ وباختصار **مفهوم الجندر** يشترط أن يأخذ المعيار والبعد التحليلي لأي موضوع كان من زاوية الجنسين معا، وينظر لأدوارهما المختلفة باختلاف الثقافة والزمان والمكان من قاعدة التكامل والتكميل وليس المفاضلة.²

حاولنا في هذا العنصر توضيح دلالات الجندر لمعرفة التكامل بين الجنسين المرأة والرجل في الفضاء الاجتماعي وهو السوق، نظرا لوجود الجنسين معا كفاعلان اجتماعيان، يقومان بنفس الدور وهو التسوق، هذا ما يدل على أن هناك تغيير حيث أصبح المجتمع يعترف بخروج المرأة من فضاء البيت إلى الفضاء العام رغم بعض التحفظات وعدم تبعية المرأة للرجل.

¹. عصمت محمد حسين، نفس المرجع السابق، ص 63

². عصمت محمد حسين، نفس المرجع السابق، ص 63

8. التمايز الاجتماعي بين الجنسين في السوق

من المظاهر الدالة على التمييز بين الجنسين والكاشفة عن نظرة المجتمع إلى كل من الرجل والمرأة، وتنظيم الفضاء على أساس يتحقق فيه منع الاختلاط، إلى جانب تقسيم الأماكن العامة إلى أماكن خاصة بالنساء وأخرى للرجال، كالمقاهي والسوق عمل المجتمع على احتكار الفضاء الخارجي، ويسعى إلى حجب النساء. هذا ما يؤكد سيمون دي بوفوارد على أن الرجل من الناحية الاجتماعية مستقل وكامل، ينظر إليه قبل كل شيء كشخص منتج ووجوده مبرر بالعمل الذي يقدمه للجماعة، أما المرأة فكان دورها المحدود بإنجاب الأطفال والعمل المنزلي، حائلا دون مساواتها مع الرجل.¹

فالاختلاف بين الجنسين بناء اجتماعي تراعي فيه رؤية مركز القوة، وتوزيع الأدوار وتوزيع المعارف وتقسيم الفضاءات، حفاظا لاستقرار نظمها وأنساقها، فرغم أن خروج المرأة للسوق يساهم في دعم البيت فإنها لن تتلقى الاعتراف من الرجل ومجهودها لا يأتي به أحد.

وعليه نستنتج أن المرأة في المجتمعات الذكورية كمجتمعنا يهيمن عليها الذكر بحكم السلطة التي يمنحها له المجتمع، ورغم ذلك فإن المرأة في مجتمع بحثنا استطاعت أن

¹. سيمون دي بوفوارد، الجنس الآخر، ترجمة ندى حداد، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص122.

تخلق فضاء خاصا بها لا يدخله الرجال، وبالتالي خلقت نوعا من المساواة والتمايز في نفس الوقت بينها وبين الجنس الآخر.

9. نوعية اللباس في فضاء السوق

منذ مدة غير بعيدة كان لا يُسمح للمرأة أن تتواجد خارج بيتها في الوسط الحضري (كالسوق مثلا)، إلا إذا كانت مسنة أو برفقة أحد المحارم، وإلا فإن تواجدها وحدها يعتبر أمرا مثيرا للشك والقلق، ويترجم على أنها عديمة الحياء، ولا تنتمي إلى عائلة محترمة، أو أن عائلتها تفتقد فيها العنصر الرجالي الذي يستطيع ضبط تصرفاتها، فإن ترددها المستمر على الفضاء العام كالسوق يعتبر خرقا للتقاليد، حيث توصف بأنها متحررة من كل القيم والمعايير الاجتماعية.

ومع التحضر الذي شهده المجتمع ساهم في تغيير الذهنيات والمعتقدات فأقبلت المرأة على الخروج من البيت إلى الفضاء العام، كونه عالم الحرية والاستمرارية، مما أدى إلى تغيير دور المرأة، حيث أصبح خروجها كفاعل اجتماعي إلى جانب الرجل ضرورة حتمية اقتضتها الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أيضا، إما للعمل أو الشراء من الأسواق، فخرجها يبرر الحاجة، وأثناء خروجها إلى السوق تنتظر إليه على أنه مكان غير لائق وغير آمن، وعليه ترصد وتراقب تحركاتها فيه بكل دقة وتحدد من حريتها الذاتية داخل السوق، ولهذا فالمرأة تختار اللباس الذي يحجب أو يستر

وجهاها وجسدها عن أنظار الآخرين بدون أن يمنعها ذلك من الخروج، وعليه تلجأ النساء إلى اختيار نوع اللباس المناسب في بعض الفضاءات العامة.¹

وهذا ما أكدته الحالة رقم 08 قائلة "عندما أذهب إلى السوق ألبس نقاب لكي لا يعرفني الرجال واحتراما لزوجي، لأنه يوجد بعض النساء عندما يذهبن إلى السوق لا يحترمون ويتكلمون بصوت مرتفع، وهناك من يتخاصمن مع بعضهن البعض." وأيضا يجب على المرأة تحديد نوعية اللباس المحترم بحيث لا يكون مكشوبا لجسدها، تقول المبحوثة رقم 09 "عار على المرأة أن تذهب لبلدة بلباس غير لائق ومتبرجة مع المعطرات حتى لا تجلب الأنظار إليها، بحيث تشعر بالراحة عندما تلبس الجلابة."

ويبدو من خلال دراستنا الميدانية وتحليلنا للمقابلات أن خروج المرأة للسوق يحمل معه مجموعة من الشروط الوقائية، يضعها المجتمع على عاتق المرأة وحتى هي تحملها على نفسها، منها الحشمة وعدم التبرج والمعاملة الحسنة، والتصرفات اللائقة بها، كما لاحظنا من أن معظم النساء تلبسن " الجلابة " أو " الملاية" لأنها تعتبر اللباس الذي تتواجد به معظم النساء في السوق، وذلك باختلاف أعمارهن ومستوياتهن فنوعية اللباس تشير إلى مكانة المرأة في المجتمع الحضري، ونوعية أخلاقها هذا

¹. انظر: بن زيان خيرة، المرأة الفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، مرجع سابق، ص190.

يعطيها مكانة داخل الوسط الحضري من خلال ارتكازها على الحجاب واستغلاله كأداة لتحقيق الغاية الحقيقية في مختلف مراحل الحياة.

إذن اللباس من الوظائف الرمزية الهامة، تكمن في تجاوز المستوى البيولوجي الطبيعي إلى المستوى الاجتماعي الثقافي، يرمز كل مجتمع إلى قيمه من خلال لباس أفرادها، ويعلن عن تميزه واختلافه وخصوصيته. وعليه فإن وظيفة اللباس عبر مختلف الثقافات لم تقف أبداً عن مجرد تغطية الجسد أو وقايتها وإنما تعددت ذلك الإعلان عن هوية الفرد وانتمائيه.¹

10. اقتحام المرأة لفضاء السوق

من المعروف أن السوق ضرورة يومية متعارف عليها من قبل الجميع، خصوصاً من الجانب النسوي، وقد أدت الضرورة المحتمة بها إلى دخول عالم السوق الخاص بالنساء لأجل تلبية الحاجيات المختلفة، بحيث أخذنا عينة من النساء وكانت الإجابات متشابهة فيما بينها، وهذا كان عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة المختلفة حول دخولهن لهذا الفضاء. وقد وجدنا أن معظم النساء اقتحن عالم السوق لضرورة حتمية فالبعض منهن دخلته مرغبات حسب الظروف الخاصة، كقول المبحوثة رقم 1 "

¹. خلود السباعي، الجسد الأنثوي وهوية الجندر، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2001، ص 61.

السبب الذي جعلني أذهب إلى السوق دخول زوجي إلى السجن، ولا يوجد لدينا مال من أجل العيش، وليس لدي ولد كبير لكي أعتمد عليه..."

أما بخصوص البعض منهن فاقتحمته بغرض توفير النقص المادي كما قالت المبحوثة رقم 2 "السبب الرئيسي لذهابي إلى سوق بلدة عدم وجود مصروف من أجل البيت وكثرة احتياجاتي للأشياء الضرورية والخاصة، حيث وجدت كل نساء الدوار يذهبن ففعلت مثلهن من أجل إعادة عائلتي..." وهناك أسباب أخرى لاقتحام السوق مثل ما رأينا مع المبحوثة رقم 03 "السبب الذي جعلني أذهب إلى السوق ذهابي إليه للمرة الأولى مع أمي فأعجبني فأصبحت أذهب إليه يوم الأحد والخميس، فوجدت نفسي لا أستطيع التخلي عنه..."

نستنتج أن سبب دخول المرأة عالم السوق هي أولاً أسباب مادية والظروف المعيشية الصعبة التي تمر بها، هذا من جهة البائعات، كما يبدو من خلال تحليل المقابلات أن المرأة اقتحمت فضاء السوق النسوي المخصص له، لشعورها بالراحة النفسية وهي تدخل هذا السوق لأنها تجده مليء ببنات جنسها، ولا أحد يضايقها خاصة الرجال مثلما هو معروف في السوق المختلطة، وبالتالي فإن ذهابها يرتكز على العامل النفسي لها، وهذا حسب تصريح المبحوثات كما أن الجانب الذي ساعدها على اقتحام هذا الفضاء هو حاجتها المادية وخاصة الضرورية منها، وهناك من النساء خاصة

الكبيرات في السن يعتبرن هذا الفضاء مكان للترفيه، تعودن على اللجوء إليه من جهة لكسب المال ومن جهة أخرى ملأ الفراغ.

وزيادة على ذلك فالسوق حسب تصريحات المبحوثات، بالنسبة للمرأة هو فضاء هاماً جداً ومكان لقاء وتفاوض وعمليات تبادل السلع والخدمات، يؤدي إلى التعارف بين النساء فيما بينهن وحتى مع البائعات التي تربطهن إما علاقات القرابة أو الجوار أو الصداقة. كما يعتبر مكان لتبادل الأخبار بين النساء في مختلف المجالات. نلاحظ أن تفرغ غايات النساء التي انبثقت من هذا الفضاء على أنها من أهم سمات السوق النسوي المتميز بها، والظروف التي أدت بانطلاق النساء حول هذا الفضاء محاكية للواقع ومعبرة عنه، ونجد هذه النبذات موجودة في المقابلات التي أنطلقنا منها والمعبرة عن الحاجات المادية والاجتماعية، خصوصا وقبل كل حاجة أخرى، فمثلا نجد عند البعض منهن أن السبب الرئيسي لاقتحامها هذا الفضاء كانت في غياب الكفيل، ونقاط مهمة أخرى تتمثل في الظروف المعيشية والأسباب المادية التي أصبحت في حياتهن هاجسا، لا يمكن الهروب منه إلا بخلق حيز يراعي هذه الظروف والمتمثل في السوق النسوي.

11. دخول المرأة السوق كبائعة منافسة الرجل

لقد كانت اللامساواة بين الرجل والمرأة منذ الأزل، بل واعتبرت بمثابة قاعدة ثابتة ومحددة للعلاقة بينهما، لهذا كانت المطالبة بالمساواة هي الشعار المركزي لكل حركة نسوية فان رغبة المرأة بان تصبح مساوية مع الرجل، معناه أن الرجل يتمتع بمجموعة من الحقوق ولا زالت هي محرومة منها. لهذا فكرت معظم النساء في اقتحام السوق بعدما كان فضاء ذكوريا، بل وأصبح لها سوقا خاصا بها تذهب إليه إما للبيع أو للشراء وهذا ما صرحت به الحالة رقم 06 "فكرت وقلت لماذا لا اذهب إلى سوق نساء أبيع وأشتري مثل الرجل" نلاحظ أن المرأة ترغب في المساواة مع الرجل، حتى في الذهاب إلى الأسواق من خلال البيع والشراء.

كما أصبحت المرأة تتنافس الرجل من خلال ذهابها، إلى السوق النسوي كبائعة ومساهمتها في مصروف البيت وتوفير حاجيات أولادها، بحيث تقول الحالة رقم 07 "عندما أصبحت أبيع الملابس في سوق النساء، فعندها أصبح لدى مصروف البيت مثل زوجي" كما أن دخول المرأة للسوق النسوي، كبائعة يشعرها بالحرية والراحة وتصبح مساوية للرجل، من خلال منافستها له، كما أنها جعلت لنفسها مكانة وقيمة في المجتمع، وهذا ما أكدت عليه الحالة رقم 08 "أنا عندما أذهب لسوق النساء أبيع أحس بأنني أنافس الرجال وأصبحت مثلهم، ولدى مكانة في المجتمع".

وأيضاً حسب بعض أقوال الحالات، خروج المرأة إلى السوق ومساهمتها في مدخول البيت يقضي على المشاكل الزوجية، كقول الحالة رقم 09 "عملي في السوق لا يؤدي إلى متاعب بالعكس بعدما أصبحت أذهب إلى السوق من أجل البيع، أدخرت بعض الأموال قلت المشاكل بيني وبين زوجي وخاصة أن السوق يذهب إليه النساء فقط، ولا يدخل الرجال إليه".

وكذلك صرحت الحالة رقم 10 "انا عندما بدأت أذهب إلى السوق أصبحت متفاهمة مع زوجي، وزالت كل المشاكل اللتي كنا نواجهها".

نستخلص من خلال المقابلات أن المرأة قامت باقتحام السوق كبائعة منافسة للرجل بعدما كان فضاء ذكورياً، بل وحتى أنها قامت بتأسيس سوقاً خاصاً بها، فهي ترغب بالمساواة مع الرجل في كل شيء، ونلاحظ أنها أصبحت تساهم في مدخول البيت مثل زوجها فهي من خلال هذا تتنافس الرجل، فهذه المنافسة تشعرها بالراحة والحرية وتحس بأنها لها قيمة ومكانة في المجتمع مثل الرجل، كما أصبحت لها حقوقاً مثله بعدما كان المجتمع لا يعطي لها أي أهمية.

كما نستنتج من خلال أقوال المبحوثات أن دخول المرأة لفضاء السوق كبائعة قضى على المشاكل بين الأزواج، بحيث أصبحت المرأة لتلتقي مع زوجها إلا في المساء فقط وخاصة أن هذا السوق فضاء خاصاً بالنساء فقط، فهو لا يرضى بذهابها

إلى السوق المختلط، فنستنتج من هذا أن المرأة أصبحت حرة لكن في حدود الفضاءات الخاصة بها في مختلف فئاتها العمرية. فالهدف من وراء اقتحام المرأة لفضاء السوق كبائعة ومنافستها للرجل والمساواة معه وفرض نفسها في المجتمع الذي كان لا يعطي لها أي قيمة أو أهمية.

فالمراة اليوم أصبحت تحتل مكانة كبيرة ومهمة في المجتمع صنعتها بنفسها بفضل قدراتها وإمكانية تواصلها مع الآخرين، فيتضح أن المرأة رسمت بصمتها الخاصة في عالم الرجال حيث احتسبت مختلف طموحاتها وحريتها الشخصية في نتاج هذا العالم أو الفضاء النسوي بمعنى السوق النسوي كما صنعت لنفسها مقاما يليق بشخصيتها الأنثوية واعتبرت السوق مرجعا هاما تلجا إليه لتلبية مختلف رغباتها من الخاصة حتى العامة.

خلاصة الفصل الثاني

موضوع الدراسة بعنوان فضاء السوق النسوي في المجتمع الحضري (دراسة ميدانية بسوق أسبوعي بعشعاشة مستغانم)، حيث تهدف إلى معرفة التمثلات التي تحملها المرأة لفضاء السوق (ماذا يمثل بالنسبة لها)، ومعرفة كيف استطاعت أن تمتلكه ليصبح فضاء خاصا بها دون مشاركة الرجل، وقد اتبعنا في هذه الدراسة المنهج الكيفي وتقنية الملاحظة والمقابلة لملاءمتها مع الموضوع المدروس، بالإضافة إلى الجانب النظري والدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع المدروس والتحليل الميداني، التي كانت عينته تشمل مبحوثات من مختلفة الحالات الاجتماعية، وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- لقد شهد المجتمع الحضري تغيرا في العلاقات الاجتماعية وبذلك تحول دور المرأة من القيام بالأعمال المنزلية إلى القيام بالتسوق وشراء لوازم البيت.
- يعتبر السوق بالنسبة للمرأة مكانا للترفيه وذلك لافتقادها لفضاءات تذهب إليها فوجدت أمامها السوق كفضاء للراحة وتمضية الوقت، كما أنها تعتبره مكانا للتبادل والتعارف الذي يعتبر نوعا من العلاقات الاجتماعية.
- أصبح هناك نوع من ضعف سلطة الرجل على المرأة وظهور مفهوم الشراكة بين الزوجين.

- المرأة اقتحمت فضاء السوق وجعلته فضاء خاصا بها إما لتوفير المال نتيجة لغياب الكفيل، أو من أجل المنافسة مع الرجل.

خاتمة

نظرا للتغير الاجتماعي الذي عرف مجتمع الدراسة، تغيرت معه الأدوار والمكانة خاصة في مجال الفضاءات الاجتماعية، حيث كان من المعروف أن فضاء المرأة هو المنزل فقط والآن أصبح للمرأة فضاءات أخرى مثل فضاء السوق دخلته سواء كبائعة أو مشترية بعدما كان مخصصا للرجل، وهنا أصبحت المرأة فاعلا رئيسيا فيه حسب مجتمع الدراسة، وهذا ما جعلها تدخل فضاء الذكور، وتحقق نوعا من الشراكة بين الزوجين في اتخاذ القرارات والمساهمة في ميزانية البيت والدخل الأسري، إضافة إلى تطور وسائل الاتصال والتكنولوجيا ومؤسسات التعليم التي لعبت دورا كبيرا في نوعية المرأة وخروجها إلى الفضاء العام.

- لقد استطاعت المرأة أن تمتلك فضاء السوق ليصبح فضاء خاصا بها وحدها لا يدخله الرجل، فهي تحمل عدة تمثيلات لهذا الفضاء العام، حيث تعتبره مكانا للترفيه والترويح عن النفس، لأنها تمضي فيه وقتا يجعلها تشعر بالراحة وتحقيق الذات، وذلك لافتقارها لأماكن تذهب إليها على عكس الرجل، الذي لديه عدة أماكن يقصدها كالمقاهي مثلا، كما يمثل لها مكانا للتبادل والتعارف وكسب المال أيضا، نتيجة لغياب الكفيل أو الأسباب المادية، كما أن ذهابها إلى السوق تجد فيه نوع من المنافسة مع الرجل والمساواة معه من خلال شراء مختلف لوازم البيت ومساهمتها في ميزانية الأسرة.

الخاتمة

-المجتمع أصبح يضع على عاتق المرأة مجموعة من الشروط الوقائية وحتى هي تحملها على نفسها وهي اللباس المحتشم (الجلابة مثلا) عدم التبرج، التصرفات اللائقة..... فنوعية اللباس تشير إلى مكانة قيمة المرأة في المجتمع .

-إضافة إلى هذا، فإن المجتمع أصبح يتعود على خروج المرأة ودخولها فضاء السوق، كما أصبح خروجها للفضاءات العامة أمرا طبيعيا دون نقاش أو حوار، على عكس ما كان عليه في السابق. وهنا يمكن ذكر مدى مساهمة الجندر في تحقيق المساواة بين الجنسين باعتبار أن هذا الأخير (الجندر) الذي يعني بدوره العلاقة المتداخلة بين الرجل والمرأة إذ اتسعت هذه العلاقة من علاقة داخلية بين الزوجين إلى علاقة خارجية بينهما.

ومن هذا المنطلق وكإجابة على السؤال المطروح يمكن القول أن المرأة اقتحمت فضاء السوق، وجعلته فضاء خاصا بها إما لتوفير المال بسبب حاجتها المادية وخاصة الضرورية منها، وتحسين الظروف المعيشية ذلك نتيجة لغياب الكفيل. أو من أجل المنافسة مع الرجل والمساواة معه، بحيث كانت هذه المساواة تغيب في مجتمعاتنا المغربية أما الآن فتعززت مكانتها وأصبحت عضوا فعلا سواء في الأسرة أو في المجتمع.

قائمة المراجع

1. المعاجم والموسوعات

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، لبنان، مجلد 14، 2003
2. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، قواميس النار، دار مداني للنشر، ط1.
3. محمد عاطف غيث، معجم علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
4. علي بن الحسن الهنائي الاذري، المنجد في اللغة، دار المشرق، بيروت، الطبعة 40 "طبعة منفتحة"، 2003
5. فاروق مداس، قاموس مصطلحات علم الاجتماع، قواميس النار، دار مداني للنشر، ط1

2. الكتب

1. السيد عبد العاطي السيد، الإيكولوجية الاجتماعية مدخل لدراسة الإنسانية والبيئة والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1980.
2. السيد عبد العاطي السيد، علم الاجتماع الحضري بين النظرية والتطبيق، مشكلات وتطبيقات، دار المعرفة الجامعية، كلية الآداب جامعة الإسكندرية، 1997.

3. السيد عبد العاطي السيد، علم الاجتماع الحضري، مدخل نظري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
4. الطاهر أو صديق ، ثورة 1871 ترجمة مسعود جياح ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1989.
5. العزيزي الجؤذري، سيرة الأستاذ البؤذري وتوقعات الأئمة الفاطميين، تر: محمد كامل حسين، ومحمد عبد الهادي شعيرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1354هـ.
7. أنتوني كينديز، علم الاجتماع، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، 2005.
8. أنطوني غيندنز، علم الاجتماع، ترجمة فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، دار للنشر والتوزيع، ط4.
9. أويحيى بوعزيز، وصايا الشيخ الحداد، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1989.
10. إياد عبد الفتاح السنور، الأصول العلمية للتسويق الحديث، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
11. بون سبايز بونشر، جون باتون، داميان كاهيل، مجتمع السوق التاريخ، نظرية، ممارسة، ترجمة هنادي مزبودي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان ، ط1، 2013.

12. حسن رمعون وعبد الحميد هنية، **الفضاءات العمومية في البلدان العربية**، مركز البحث في الدراسات الأنتروبولوجية الاجتماعية والثقافية، جامعة تونس، 2013.
13. حسين عبد الحميد أحمد رشوان، **دور المتغيرات الاجتماعية في التنمية الحضرية**، دراسة في علم الاجتماع الحضري، مؤسسة شباب الجامعة، 2006.
14. خلود السباعي، **الجسد الأنثوي وهوية الجندر**، جداول للنشر والتوزيع، لبنان، 2001.
15. درياس يمينة، **السوق الجزائرية في العهد العثماني**، دار الحضارة، الجزائر، ط1، 2007.
16. سعيد ناصف، **علم الاجتماع الحضري المفاهيم، القضايا، المشكلات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
17. سعيد الأفغاني، **أسواق العرب في الجاهلية والإسلام**، دار الفكر، بيروت، 2008.
18. سعيد ناصف، **علم الاجتماع الحضري: المفاهيم، القضايا، المشكلات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.
19. سيمون دي بوفوار، **الجنس الآخر**، ترجمة ندى حداد، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.

20. شفيق محمد، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2000.

21. كورتين دولافيكوتوار، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة أرنت وهابرماس، استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحديثة، ترجمة نور الدين علوش، المغرب، 2013.

22. محمد عاطف غيث، معجم علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، د.ط، 2006.

23. عبد الرزاق علي وآخرون، البحث العلمي والاجتماعي: لغته، مداخله، مناهجه وطرائقه، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

24. علي فلاح مفلح الزغني، التسويق الاجتماعي (مدخل معاصر)، دار الكتاب الجامعي "دولة الإمارات العربية المتحدة"، ط1، 2016.

25. علاء طاهر، مدرسة فرانكفورت من هورك هايمر إلى هبرماس، منشورات الإنماء القومي، بيروت، ط1.

26. علي فؤاد أحمد، علم الاجتماع الريفي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، د.ط، 1981.

27. عصمت محمد حسين، الجندر الأبعاد الاجتماعية والثقافية، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ط2009، 1.

28. كوينتين دولافيكورا، مفاهيم المواطنة والفضاء العمومي عند حنة أرنت وهابرماس: استمرارية السياسي من العصور القديمة إلى الحديثة، ترجمة نور الدين علوش، المغرب، 2013.

29. محمد عبد الستار عثمان، المدينة الإسلامية، دار عالم المعرفة، الكويت.

3. المجالات

1. فاطمة بالهوارى، التبادل التجاري بين مدن بلاد المغرب، مجلة إنسانيات، العدد 42، كراسك مركز البحث في الانثروبولوجيا، أكتوبر، ديسمبر، 2008، ص 74.

4. مذكرات ورسائل جامعية

1. خيرة بن زيان، المرأة والفضاءات الاجتماعية المحلية (السوق، الحمام، الحلاقة)، دراسة ميدانية لمدينة حمام بوحجر، وهران، 2017، رسالة دكتوراه (بدون نشر).

2. نوال قلاب ذبيح، المتصل الريفي الحضري في الجزائر، مدينة عين مليلة نموذجا، رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، 2008 .

3. ميداني قدور، **التعاملات التجارية وعلاقتها بالهوية**، جامعة مستغانم، 2011-

2012، ص33، رسالة ماجستير غير منشورة.

مراجع بالفرنسية

1. Jean Silvère, **tradition et civilisation Berbère les portes de**

l'année Menacé et de marcher, Pris, 1985, P36

دليل المقابلة

البيانات الشخصية للمبحوثات

- السن

- المستوى التعليمي

- نوع السكن

- نوع البيئة

- نوع العمل

- الحالة العائلية.

المحور الأول: اقتحام المرأة لفضاء السوق

1- كيف دخلت السوق النسوي؟

2- ما هي الأسباب التي أدت بك إلى دخول السوق النسوي؟

3- هل الأسباب المادية ضعيفة؟

4- هل غياب الكفيل هو الذي أدى بك إلى العمل في السوق؟

5- لماذا اخترت بيع الخضر مثلاً؟

المحور الثاني: دخول المرأة السوق كبائعة منافسة للرجل:

1- ماذا يعني لك السوق؟

2- متى بدأت تذهبين إلى السوق؟

3- لماذا تذهبين إلى السوق؟

4- هل عمالك في السوق يؤدي إلى متاعب؟

5- من الشخص الذي يحضر لك المواد للبيع؟

6- هل تعتمدين على نفسك أم لديك معين ما؟

الجدول 01: يوضح المقابلات الخاصة بفضاء السوق النسوي .

الحالات	السن	المستوى التعليمي	نوع السكن	المهنة	الحالة
الحالة 1	40	أمية	حوش	لا تعمل	متزوجة
الحالة 2	19	جامعي	تقليدي	لا تعمل	عزباء
الحالة 3	36	ابتدائي	شقة	عاملة	عزباء
الحالة 4	70	أمية	حوش	لا تعمل	أرملة
الحالة 5	42	ثانوي	شقة	عاملة	متزوجة
الحالة 6	48	أمية	حوش	عاملة	متزوجة
الحالة 7	54	جامعي	شقة	عاملة	متزوجة

عزباء	لا تعمل	تقليدي	ثانوي	25	الحالة 8
مطلقة	لا تعمل	حوش	ابتدائي	30	الحالة 9
متزوجة	لا تعمل	حوش	أمية	63	الحالة 10



صور لفضاء السوق النسوي بمدينة عشعاشة مستغانم



الفهرس

01	- مقدمة عامة
07	- منهجية البحث
10	- الكلمات المفتاحية
13	- الدراسات السابقة
الفصل الأول : السوق كفضاء اجتماعي حضري	
17	- تمهيد
18	1. مفهوم السوق
20	2. السوق عبر التاريخ
21	2.1. السوق في الجاهلية
24	2.2. السوق الجزائرية في العهد العثماني
26	2.4. السوق في المغرب الإسلامي
28	2.5. السوق في المغرب العربي الكبير
30	3. مفهوم الفضاء العام
31	4. أهم المنظرين للفضاء العام
31	4.1. الفضاء العام عند هابرماس
35	5. مفهوم المجتمع الحضري
37	6. خصائص المجتمع الحضري
39	7. نظريات المجتمع الحضري
39	1. النظرية الإيكولوجية
41	2. النظرية النفسية الاجتماعية
44	3. نظرية الثقافة الحضرية
46	4. اتجاهات أخرى
50	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: فضاء السوق النسوي بعشعاشة

52	تمهيد
53	1. مفهوم السوق النسوي
53	2. مونغرافية السوق النسوي
54	3. أسباب ظهور السوق النسوي
55	4. تمثلات المرأة لفضاء السوق
57	5. السوق النسوي مكان للترفيه
57	6. السوق فضاء للتبادل والتعارف
60	7. السوق وعلاقته بالجندر
62	8. التمايز الاجتماعي بين الجنسين
63	9. نوعية اللباس في فضاء السوق
65	10. اقتحام المرأة لفضاء السوق
68	11. دخول المرأة السوق كبائعة منافسة الرجل
71	- خلاصة الفصل الثاني
74	الخاتمة
77	قائمة المراجع
83	الملاحق