



فضاء السوق وحدود تأثير الهوية في الممارسة الاقتصادية

ميداني قدور

دكتوراه في العلوم، أنثروبولوجيا، الجزائر

البريد الإلكتروني: kmidani@yahoo.fr

الملخص

السوق ليس فضاء للتبادل التجاري فقط كما هو معروف لدى عامة الناس، أو مكان تتم فيه لقاءات روتينية بين الأفراد في أوقات معينة، بل يعكس هوية المجتمع ككل، ذلك ما نحاول إثارته في هذا المقال من خلال قراءة تاريخية أنثروبولوجية لنماذج من الأسواق لدى بعض المجتمعات في مراحل تاريخية مختلفة. هل يجسد السوق فعلا هوية المجتمع؟ وكيف يتم ذلك؟

الكلمات المفتاحية: فضاء السوق، تأثير الهوية الاقتصادية.

Market Space and the Limits of the Impact of Identity in Economic Practice

Maidani Qaddour

Doctorate in Science, Anthropology, Algeria

Email: kmidani@yahoo.fr

ABSTRACT

The market is not only a trading space as it is known to the public, or a place where people meet at certain times, but reflects the identity of society as a whole. This is what we are trying to raise in this article through an anthropological historical reading of market models in some societies in Different historical stages. Does the market actually embody the identity of society?

Keywords: market space, the impact of economic identity.



1- مقدمة:

لقد أصبح اليوم تطرح إشكالية الهوية والمجتمع بشكل واضح و تطرح جدلا واسعا في الأوساط العلمية والثقافية والسياسية والأكاديمية، في ظل التغيرات المتسارعة التي أصبحت تشهدها المجتمعات العالمية، على وقع وتأثير تيار العولمة، وفي سياق هذه النقاشات المستفيضة، نرى أنه تم إغفال، إلى حد ما، الحديث عن دور السوق في المحافظة على هوية المجتمع، الذي مازال يؤخذ بتلك النظرة الشعبية التي لا ترى في السوق إلا مكانا لالتقاء الأفراد من أجل الشراء والبيع. وعليه سنحاول في هذا المقال، إثارة علاقة السوق بالهوية، متجاوزين النظرة التقليدية التي تحصر وظيفته في مجال النشاط التجاري ليس إلا، ومنه نطرح الإشكالية التالية، هل يجسد السوق هوية المجتمع؟ وكيف ذلك؟

في البداية نستحضر فيما يأتي بعض التعريفات التي تتناول مفهوم الهوية التي من خلالها نضبط بعض المنطلقات المفاهيمية التي تمكننا من معالجة موضوع السوق وعلاقته بمكون الهوية.

2-تعريف الهوية:

لعل في بعض الأحيان يجد الفرد نفسه يطرح، بشكل مفاجئ، تساؤلات عن هويته، عندما يقع في أزمة نفسية أو يجد نفسه مغتربا في وسط مجتمع متعدد الأعراق أو مختلف الأصول الجغرافية والاجتماعية، لكن الثابت أن هناك اختلافات في النظر الى الهوية من حيث مقوماتها، فالبعض يرى هويته في الجنس أو الأصل ومنها من يراها في مقومات أخرى كالدين، اللغة والجغرافيا.

لكن حقيقة الهوية، تكمن في كونها مشروعا غير نهائي ومفتوحا بشكل دائم على المستقبل، فهي مرتبطة بمستجدات الحياة الاجتماعية والثقافية، فيقول ابن رشد "ان الهوية تطلق بالرادف للمعنى الذي يطلق على إسم الموجود"⁽¹⁾، أي أن الهوية هي المميزات والصفات الجوهرية والمورفولوجية العامة للفرد، كما تعرف بكونها "ادراك شعب ما لذاته وكيفية تميزه عن الآخرين، وهي تستند الى مسلمات ثقافية عامة مرتبطة تاريخيا بقيمة اجتماعية وسياسية واقتصادية للمجتمع"⁽²⁾.

1-2: الطرح الأنثروبولوجي:

تنظر الأنثروبولوجيا الى الهوية كانعكاس للتفاعل بين الأفراد والمجموعات المختلفة من حيث الانتساب الثقافي والإثني، ويظهر ذلك جليا في التعاملات الاقتصادية من خلال التمايز بين الأفراد في الأنماط الثقافية والسلوكية التي تعكس انتماءاتهم، "فقد أنساق (كارل ماركس) الى الربط بقوة بين الهوية والتنظيم الاجتماعي للإنتاج، فقد كانت الهوية البورجوازية مبنية في نظره على أسس الإنتماء الى طبقة رأسمالية"⁽³⁾، كما كان في المجتمعات البدائية عامل الهوية حاضرا في عملية المبادلة، حيث "يدعو مارسال موس الى إرساء التمايز والهوية على قواعد التبادل، فالمساهمون في الإنتاج يتميزون عن بعضهم من خلال كونهم مبادلين، تلك هي حالة سكان كل واحدة من جزر "تروبرياندا"... الذين يطورون بانتمائهم الى جماعات مبادلة، تماسكا داخليا وهوية خاصة بهم"⁽⁴⁾.

ويمكن بصفة عامة تحديد الهوية بناء على مؤشرات معينة تميز الفرد عن الآخرين، "وهي على سبيل العد: مكان الولادة... والارتباط بمكان ما، اللغة، القيم..."⁽⁵⁾.

3-الهوية الوطنية:

تسمى بهذا الإسم نسبة الى الوطن أو الأمة، وكتعريف إجرائي للهوية الوطنية أو القومية، فاننا نقول "إن هوية أية أمة من الأمم، هي مجموعة الصفات أو السمات الثقافية العامة، التي تمثل الحد الأدنى المشترك بين جميع الأفراد الذين ينتمون إليها والتي تجعلهم يعرفون ويتميزون بصفاتهم تلك عما سواهم من أفراد الأمم الأخرى"⁽⁶⁾.

وإذا قارنا الهوية الوطنية بالهوية الفردية، فان الاختلاف بينهما يقتصر على النوع، حيث نجد أن الهوية الفردية هي عبارة عن سمات جسدية في الأساس، أما الهوية الوطنية فهي ذات سمات ثقافية، لكن هذا التصنيف لا ينفي



الترابط الموجود بين النوعين، باعتبار أن مكون الهوية الوطنية يضم في جوهره مجموعة من الأفراد يتميزون بخصائص ثقافية تميزهم عن جماعات أخرى. ولذلك فإن الهوية تبدو متلازمة مع الثقافة، من حيث أنهما مجموعة من الصفات والسمات التي بها يميز فرد عن آخر وجماعة عن أخرى.

4- علاقة الثقافة بالهوية:

الثقافة هي "جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات، وإن الثقافة هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته والتي تجعل منا كائنات تتميز بالإنسانية"⁽⁷⁾، وهذا التميز الثقافي من مجموعة إنسانية إلى أخرى يعني وجود تباين في الهوية، ولذلك فإن البعض يعتبر أن "الهوية بنت الثقافة"، أي أنهما مرتبطتان أشد الارتباط بينهما، وتتجسد أكثر التفاعلات الهويةية في الأماكن والمساحات التي يلتقي فيها الأفراد، مثل فضاء السوق الذي تلتقي مجموعات بشرية تمثيلية للمجتمع الكبير، وذلك ما سنخرج عليه عبر الغوص في أعماق التاريخ لتقديم إطلالة عن مدى ارتكاز بعض المجتمعات العربية على السوق في إثبات وجودها.

5- لمحة تاريخية عن السوق في الوطن العربي:

1-5 : لسوق في المجتمع العربي القديم:

لقد عرف المجتمع العربي في الفترة ما قبل ظهور الديانة الإسلامية حركة تجارية واسعة سواء على المستوى المحلي بين القبائل العربية أو على المستوى الدولي، وقد ظهر نتيجة ذلك أسواق من أهمها، سوق "عكاظ"، الذي نشأ بين مكة والطائف واستمر لمدة قرنين، أشتق اسمه من اسم المعاظة، وهي المعاظة والمفاخرة التي كانت إحدى نشاطات السوق، ولم يكن اختيار هذه التسمية اعتباطيا بل له دلالاته في التقاليد وأدبيات المجتمع العربي، فهي تعبر عن الخصائص الشخصية التي يتميز بها الفرد العربي الذي كان مولعا بحب التفاخر بما يملكه من جاه ونسب ومال، ويتم التعبير عن ذلك ببعض الإبداعات الأدبية والفنية مثل تنظيم قصائد شعرية لأغراض الافتخار.... الخ . وبالنسبة لوظيفة سوق عكاظ، فإنه كان يجسد كل الخصائص الاجتماعية والثقافية التي يتميز بها المجتمع العربي عن غيره من المجتمعات التي تتقاسم معه الفضاء الجغرافي، فيكفي التعرف على تفاصيل الحياة العامة للمجتمعات العربية من خلال تتبع أشكال العلاقات والممارسات بين الأفراد في السوق، فكان سوق "عكاظ" يعتبر "المعرض العام أيام الجاهلية فهو مجمع أدبي لغوي رسمي"⁽⁸⁾ تعرض فيه مسابقات شعرية ولا يقتصر على النشاط التجاري فحسب، بل أنه فضاء للاحتكاك بين أفراد القبائل وهذا عامل هام في تذليل الفوارق الثقافية والسلوكية، فيمكن تصنيف سوق "عكاظ" ضمن ما نسميه في وقتنا الحالي بالسوق الإقليمي، لأنه يجمع أفراد من مناطق مختلفة من الجزيرة العربية "التهامي والحجازي والنجدية والعراقي واليمامي والعماني"⁽⁹⁾، وهي معرض لكثير من عادات العرب وأحوالهم الاجتماعية... وهي أيضا ندوة سياسية عامة تقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل "⁽¹⁰⁾ وليس غريبا أن ينعكس التنوع الإثني والثقافي في البيئة الجغرافية التي يعيش فيها العنصر العربي، على التبادل التجاري بين هذه الجماعات، حيث تم انشاء أسواق تراعي على ما يبدو هذا التنوع الإثني، وهي على ثلاثة أقسام"⁽¹¹⁾:

1/ أسواق خاضعة للنفوذ الأجنبي، تدار بنظم خاصة وتتضاءل فيها الصبغة العربية كما هو في الحيرة وهجر البحرين وعمان وغيرها من المواطن التي تظهر عليها السيطرة الفارسية، وفي بصرى و أدرعات وغزة وأيلة وغيرها تدار بالإدارة الرومانية، وعمال عرب يعينهم ولاية الفرس وولاية الرومان.

2/ أسواق أنشأها العرب أنفسهم بحكم الحاجة فهي تمثل عاداتهم في البيع والشراء ولا يشرف عليها إلا أهلها، ولا أثر فيها للنفوذ الأجنبي عليها، مثل سوق عكاظ، فهو يعتبر منطقة حرة يتبايعون فيها العرب بطرقهم الخاصة.

3/ أسواق مختلطة (تنوع إثني) نظرا لموقعها الجغرافي، وهي التي تكون على البحر كعدن وصحار وديبي، وفي



هذا يجتمع تجار الحبشة والهند والصين وفارس، فيغلب عليها الطابع التجاري المحض على الطابع القومي.

ولذا فإن السوق كان يعتبر فضاء يعكس الحياة العامة للمجتمعات العربية القديمة ومحددا لهويتها، وليس مركزا أو مكانا عاديا، لالتقاء أفراد في فترة زمنية معينة.

5-2/ السوق في العهد الإسلامي:

في فترة ظهور الديانة الإسلامية، طرأت تغيرات ثقافية كانت تهدف إلى إعطاء عناصر هوية جديدة من خلال تلقين القيم المستنبطة من التعاليم الدينية، ولذلك فإنه من الطبيعي أن يخضع النشاط الاقتصادي لهذه التغيرات، حيث تواصلت المعاملات التجارية على مستوى الأسواق، كما كانت سابقا، لكن في إطار الالتزام بمجموعة من القواعد الأخلاقية الدينية في التعامل التجاري مع الآخرين، لتحقيق على ما يبدو نوع من التوازن بين ما هو مادي ومعنوي أخلاقي، ولقد تم التركيز على الأسواق الدائمة التي تعقد يوميا أو أسبوعيا، والتي تتناسب مع حياة التمدن، بالموازاة مع استمرار نشاط بعض الأسواق الموسمية وأبرزها سوق المربد^(*) بالبصرة (العراق). ويستمد مشروعية اهتمام المجتمع الإسلامي بالتجارة والأسواق من النصوص الدينية، حيث "أهتم القرآن الكريم بموضوع تنمية التجارة وتنظيم السوق وذلك لأثرهما البالغ في الحياة الاقتصادية"⁽¹²⁾، ولقد أحدث الدين الإسلامي قطعية مع بعض المعتقدات السائدة لدى شريحة اجتماعية واسعة ممن كانوا في طور الاندماج الديني، بأن السوق يختص بمنافع مادية بحتة تتنافى مع السمات الروحية للدعوة الدينية، إذن فمن غير اللائق، حسب زعمهم، أن يدخل إلى السوق، زعماء الدين مثل الرسل، وقد جاء هذا الرد في قول الله تعالى "وما أرسلنا من قبلك من المرسلين إلا ليأكلوا الطعام ويمشون في الأسواق"⁽¹³⁾، ونظرا لما للأسواق من ثقل في الحياة الاجتماعية للمجتمع، فقد حرص الزعماء الدينيين على تنمية الأسواق "من خلال تنظيم العلاقات التجارية بها وممارسة الرقابة عليها في إطار القيم الدينية، حيث كان النبي (ص)، يطوف الأسواق، يتفقد أوضاعها ويوجه إلى ما فيه صلاحها"⁽¹⁴⁾.

ولذا، فإن فضاء السوق لم يبق في منأى عن التغيرات التي عرفها المجتمع العربي من جراء الحركة الدينية التي أثرت في أفكاره ووظائفه وهويته، وإذا كانت الأفكار الدينية قد أثرت على أولويات وأخلاقيات الممارسة الاقتصادية والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد في فضاء السوق، فإن ذلك يعني تغييرا في الهوية بفعل دخول عنصر الدين.

6- السوق والهوية من منظور أنثروبولوجي:

1/ دراسة مالينوفسكي:

لقد قام "مالينوفسكي" بدراسة أنثروبولوجية ميدانية طويلة "خلال أربعة أعوام ما بين 1915 إلى 1918، عاش بين أفراد جزيرة تروبرياند والتي تتكون من سلسلة من الجزر الصغيرة على ساحل غينيا الجديدة، واصفا وشارحا ملامح مختلفة للحياة على هذه الجزيرة..."⁽¹⁵⁾، حيث اكتشف أن مجتمعات أرخبيل "التروبرياندي"، كانت لهم حضارة وهوية خاصة بهم كغيرهم من المجتمعات التي تنعت بالمتحضرة، فهم "لم يكونوا منطويين على أنفسهم- كما كان يعتقد في ذلك العصر- بل كانوا يزاولون نشاطا كبيرا يربطهم بعلاقات خارجية مع شعوب أخرى ينحدرون وإياها من أصل واحد ولكنها تقيم في جزر مجاورة لجزرهم"⁽¹⁶⁾. ولعل هذا النشاط الاقتصادي هو ما يسميه "نظام الكولا" الذي يشبه فضاء السوق، ليس لكونه فضاء جغرافي محدد، وإنما من حيث طريقة التبادل التي تأخذ شكل الدورة المنظمة، التي تتطلب انخراط عناصر بشرية أو مجموعة من الأفراد منحدرين من مناطق جغرافية مختلفة، إنه على وجه التحديد "شكل من التبادل بين القبائل على نطاق واسع، يقام بين مجموعة من الجزر، في شكل دائرة مغلقة، ويمر في هذا المسار بشكل مستمر نوعين من المواد، في اتجاهين متعاكسين، النوع الأول عقود طويلة من الصدف الأحمر تسمى (soulava) تنتقل في اتجاه عقارب الساعة، والنوع الثاني أساور يدوية من الصدف الأبيض تسمى (mwali) تنتقل في اتجاه معاكس"⁽¹⁷⁾، إن هذا الشكل من التبادل الدائري، وكذلك العطايا المصنوعة من مواد بحرية (الأصداف) هي تعبير عن هوية تلك القبائل.



2/ دراسة كليفورد غيرتز:

لقد دخل السوق في منطقة المغرب الإسلامي في حقل الدراسة الأنثروبولوجية من طرف أنثروبولوجيين من خارج هذه المجتمعات، ومن أبرزها الدراسة التي قام بها "كليفورد غيرتز"، لأحد الأسواق الأسبوعية بمنطقة "سفرو" بالمغرب الأقصى، التي ضمنها في كتابه "سوق سفرو على إقتصاد البزار" الذي يشمل جانب من البحث الميداني الجماعي، الذي تم من خلاله جمع مجموعة من المعارف، التي لا توجد في سائر المدن العالمية، حيث أدخل رؤية أصيلة في مجال البحوث التي أنجزت في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط، فهي تمثل دراسة رائدة في مجال الأنثروبولوجيا الإقتصادية في تلاحمها مع الأنثروبولوجيا الإجتماعية والأنثروبولوجيا الثقافية⁽¹⁸⁾. كما راهن "غيرتز" في التحقيق الميداني على الإستعمال المكثف للتحليل الثقافي⁽¹⁹⁾.

لكن ما يهمننا أن "هذه الدراسة تقحم مفهوم الهوية والعلاقات الإجتماعية في سياق تعاملات معينة"⁽²⁰⁾، ففي سياق تحليله لعلاقة التجارة بالهوية داخل فضاء سوق "سفرو"، ينطلق "غيرتز" من حقيقة عاينها ميدانيا في السوق، بقوله أنه عند "الحديث عن تكوين إقتصاد البزار، فإنه يشير الى أن الطبقة التجارية، ليست متجانسة، لادينيا ولا لغويا ولا ثقافيا"⁽²¹⁾ وهذا ما يتجلى في بنية مجتمع السوق، إذ يوجد "تنوع كبير للأفراد داخل السوق (يهود متقلبين، يهود مستقرين، رؤساء القبائل البربرية، أعيان عرب).." ⁽²²⁾ وتعكس هذه الفسيفساء الثقافية المتفاعلة داخل سوق سفرو، طبيعة المجتمع المغربي الذي يتميز بتنوع ثقافي وإثني على غرار مجتمعات شمال إفريقيا بصفة عامة، وبالرؤجوع الى تاريخ المجتمعات العربية الإسلامية سواء في المغرب أو المشرق، فإنه رغم سيادة الديانة الإسلامية، فإنها كانت تتشكل من فئات إثنية وثقافية ودينية، غير متجانسة في انتماءاتها لكنها متعايشة في جو من السلام والتسامح.

ولذلك فإن الدراسة المنوغرافية التي قام بها "كليفورد غيرتز" لسوق سفرو، فإن كانت تبحث في تفاصيل الدلالات والمعاني الثقافية التي يبدونها الفاعلين ضمن تعاملاتهم التجارية مع بعضهم البعض، فإنها كذلك أبرزت مكانة السوق كفضاء يعبر عن هوية المجتمع الكلي.

3/ الدراسات الكولونيالية:

لقد تعرض القطر الجزائري الى حملة كولونيالية، كانت تستهدف وجود المجتمع، بالاعتماد على إستراتيجية و آليات لطمس الهوية، ومنها عزل السكان في تجمعات متباعدة عن بعضها البعض ومحاولة بث روح التفرة فيما بينها، فكان السوق هو الملاذ المناسب لهم، للتواصل بينهم بما يحفظ كياناتهم في مواجهة مشاريع ومخططات الحركة الكولونيالية، ولذلك فهو مناسبة لالتقاء الأفراد والجماعات من قرى مختلفة بشكل منتظم أسبوعيا، من أجل قضاء الحاجات الإستهلاكية الضرورية بالدرجة الأولى، ومن ثمة توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم، وفيه تظهر سلوكياتهم وممارساتهم، المنبثقة عن النظام الاجتماعي والثقافي للمجتمع المحلي، الذي يختلف كلية عن النظام الجديد الذي تريد تكريسه على أرض الواقع السلطة الاستعمارية الفرنسية، ولقد أبرزت الدراسات الاثنوغرافية الكولونيالية مدى ارتباط أفراد المجتمع الجزائري بفضاء السوق، إذ في هذا السياق وصف الأنثروبولوجيان الفرنسيان "هانوتو" و"لوتورنو"، جانب من مما يمثله فضاء السوق عند السكان، فهو يعتبر "مكان التقاء رجال منطقة القبائل، إذ يحدث لديهم انجذاب لا يمكن مقاومته يعتبر هؤلاء الناس أنه جد مهم في حياتهم كأهمية الهواء الذي يستنشقونه، فالسوق يلبي كل حاجياتهم اليومية ويجب عن كل تساؤلاتهم المألوفة"⁽²³⁾، وأيضا السوق لا يقتصر فقط على اقتناء الحاجيات من غذاء وملبس وغيرها من الحاجيات المادية، بل كذلك " يعد مناسبة للاستفسار عند المرابط (رجل الدين أو الإمام) في الأمور المتعلقة بالعقيدة، للتعرف على تاريخ الأعياد الدينية، بداية ونهاية رمضان، أيام الأعياد.

بالإضافة الى أنه يعد أيضا، فرصة للبحث عن أخبار العائد من السفر وأخبار الغرباء، جمع المعلومات والأخبار السائرة حول الحياة السياسية العامة.... مع الإطلاع على الآراء المختلفة حول ما آلت إليه الفلاحة... التعرف على أحوال الأقارب والأصدقاء من القرى والقبائل المجاورة، كما يغتنم الناس أيضا الفرصة ليجلب المتوطنين في



نسج شبكة الأحقاد والمؤامرات من جهة ومن جهة أخرى لإسقاط الثأر والإنقام... (24).

ولذا، فإن فضاء السوق لم يكن فقط مكاناً للالتقاء الروتيني بين أفراد من أماكن جغرافية مختلفة، بل يعبر عن أوجه الحياة العامة للمجتمع في أبعادها المختلفة، بما تحمله من عناصر تثبت هوية المجتمع.

4/ فضاء السوق في ظل تغيرات الجزائر المستقلة:

ليس غريباً أن يلعب السوق بعد فترة الاستقلال دوراً مهماً في الحفاظ على التوازن الاجتماعي للمجتمع الجزائري، فهو ليس فقط مجرد تلك الوظيفة التقليدية التي طالما تميز بها السوق كفضاء يلتقي فيه الناس من أجل الشراء والبيع، بل أنه يعبر عن هوية المجتمع ككل، فإذا نظرنا إليه من ناحية مسيرته لواقع الحياة العامة في السنوات الأولى من استقلال القطر الجزائري، فإن أحد المعايير المعتمدة في إقامة السوق، كانت تراعي طبيعة التوزيع الجغرافي للسكان الذي أفرزته السنوات الطويلة من السيطرة الكولونيالية، حيث كان التصنيف المكاني للمجتمع الجزائري يقوم على ثنائية الريف والمدينة، ولذلك فإن توزيع الأسواق كان يراعي نسبياً هذه الثنائية، حيث كانت أغلب الأسواق تتم على المستوى المحلي في المدينة أو القرية، وهي عبارة عن أسواق ماشية، خضر وفواكه والبعض أسواق مختلطة تباع فيها مواد متنوعة. إذن كان السوق يمثل مؤسسة هامة في الحياة الريفية، بحيث لعب دور المنظم للعلاقات بين الريف والمدينة، ومكان للتواصل بين سكان الريف وسكان المدينة، كما أن السوق كان يجسد بعض الممارسات الثقافية والفنية التي هي نابعة من أعماق المجتمع، ويتجلى ذلك في الممارسات الشعبية مثل مظاهر التداوي الشعبي، وإقامة حلقات الغناء التقليدي التي ينشطها ما يسمى "القول" أو "المداح". إذن فالسوق كان في هذا المرحلة يعكس هوية المجتمع الجزائري بكل أبعادها.

وفي خضم التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي عرفها المجتمع الجزائري في أواخر الثمانينات من القرن 20 نتيجة انفتاحه على القيم العالمية والمشاركة في سيرورة العصرية التي فرضتها حركة العولمة، ظهرت أسواق عابرة للأوطان لها امتداداتها الاقتصادية والثقافية خارج الحدود التقليدية للوطن، وهي عبارة عن أسواق متخصصة في بيع السلع الأجنبية، مثل: سوق تجنانت بميلة بالقرب من الحدود مع تونس، سوق سيدي خطاب بولاية غليزان، وأهم ما يميز السوق العابر للأوطان (Transnational)، أنه "يتجاهل الحدود الوطنية، غير خاضع للمراقبة وغير مقيد من الدول" (25)، وما يمكن الإشارة إليه أن هذا النوع من الأسواق في الجزائر، ما كان يظهر لولا التحولات العميقة التي شهدتها المجتمع المحلي، المتأثر بالأفكار والتوجهات الثقافية العالمية المشتركة والموحدة للمجتمعات العالمية، لكن على مستوى المجتمع المحلي، أصبحت تشكل هذه الأسواق (فسيفساء ثقافية) بمفهوم غيرت، حيث سوق سيدي خطاب مثلاً يستقطب إليه فئات من أصول جغرافية وثقافية لكل مكونات المجتمع الجزائري، فنجد فئات تجارية يطلق عليها أسماء شعبية مستوحاة من الثقافة السائدة في المجتمع الكلي، مثل تسمية "الشاوية" التي تعرف بشهرتها في التنقل عبر الأسواق الوطنية لبيع الألبسة المستوردة، وغيرها من التسميات الشعبية التي تطلق على فئات تجارية بحسب انتماءاتها الجغرافية مثل: "الوهرانة" نسبة إلى منطقة وهران، "الذيريين" نسبة إلى الجزائر العاصمة وغيرها من التسميات، مما يدل على أن مثل هذه الأسواق، تعكس على ما يبدو، الثقافة السائدة في المجتمع الكلي أو بالأحرى جانباً من هويته.

الاستنتاجات

وما يمكن استنتاجه أن السوق ليس مفهوماً مجرداً تتداوله الألسن في أحاديث الناس في جلساتهم الحميمية، أو اختصار مفهومه كمكان للالتقاء مجموعة أفراد في فترة معينة من أجل تلبية الحاجيات المعيشية، بل تؤكد الشواهد التاريخية عبر المحطات التاريخية، إلى جانب الدراسات الأنثروبولوجية، أن السوق كان دائماً ملازماً وعاكساً في نفس الوقت لما يجري في المجتمع في شتى المجالات، واختصاراً فهو يعبر عن هوية المجتمع ككل.



الهوامش والمصادر

- 1- فعاليات اليوم الدراسي: "الجزائري ورحلة البحث عن الهوية"، المركز الجامعي مصطفى اسطنبولي (معسكر) الجزائر، نشر ابن خلدون 2003، ص.30
- 2- محمد إبراهيم عيد، الهوية الثقافية العربية في عالم متغير، مجلة الطفولة والتنمية، سنة 2001، ص.110.
- 3- فليب لابورت، تولرا جان، بيار فارنييه، ترجمة مصباح محمد، إثنولوجيا أنثروبولوجيا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 2004، ص.370.
- 4- نفس المرجع والصفحة.
- 5- غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطراح: الهويات الوطنية والمجتمع العالمي الإعلام، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، ص.69.
- 6- محمد مسلم، الهوية في مواجهة الاندماج عند الجيل المغربي الثاني فرنسا، دار قرطبة للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2009، ص.23.
- 7- أحمد بن نعمان، الهوية الوطنية- الحقائق والمغطات-، دار الأمة، الجزائر، 1996، ص.29.
- 8- سعيد الأفغاني، أسواق العرب في الجاهلية و الإسلام، القاهرة، دار الكتاب الإسلامي، ط2-1993، ص.123.
- 9- نفس المرجع والصفحة.
- 10- نفس المرجع، ص.124.
- 11- نفس المرجع، ص ص 93-94.
- 12- (*)- محبس الإبل ومربطها، أي أن السوق كان مخصصا للإبل.
- 12- فؤاد عبدالله العمر، مقدمة في تاريخ الاقتصاد الإسلامي وتطوره، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2003، ص.271.
- 13- القرآن الكريم، رواية ورش، سورة الفرقان، الآية 20.
- 14- فؤاد عبدالله العمر، مرجع سابق، ص.273.
- 15- فليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية، ترجمة محمد ياسر الخواجة، مصر العربية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2010، ص ص 81-82.
- 16- جاك لومبار، "مدخل إلى الأنثروبولوجيا"، ترجمة حسن قبيسي، دار النشر المركز الثقافي العربي، الطبعة 01، 1997، ص.189.
- 17- Malinowski, B, les argonautes du pacifique occidental Editions Gallimard, 1963, p 140
- 18- C. Geertz , le souk de Sefrou sur l'économie du Bazar, éditions , Bouchene, 2003, p.07.
- 19- Ibid, P, 08
- 20- Ibid, P, 80.
- 21- Ibid, P, 80
- 22- .Ibid, P, 80
- 23- آيت مولود ناصر، "السوق الأسبوعي في منطقة القبائل"، مجلة "دراسات اجتماعية"، العدد الأول، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، أبريل 2009، ص.44.
- 24 - آيت مولود ناصر، مرجع سابق، ص.44-45.
- 25 - Omer Kambale Mirembe, Echanges transnationaux, réseaux informels et développement local, presses universitaires de Louvain, Belgique, 2005, P31.