

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

The role of the Souk in consolidating the values of identity in Algerian society

ميداني قدور¹

¹ المركز الوطني للبحوث في عصور ما قبل التاريخ، علم الإنسان والتاريخ (الجزائر):

kmidani@yahoo.fr

تاريخ الإرسال: 03-08-2021 تاريخ القبول: 12-12-2021 تاريخ النشر: 30-12-2021

ملخص:

إن الهدف من هذا المقال هو تقديم قراءة تحليلية سوسيو أنثروبولوجية لعلاقة السوق بهوية المجتمع، فالسوق ساهم منذ القدم بشكل مباشر أو غير مباشر في الحفاظ على الموروث الثقافي للمجتمعات. لذا يتوجب علينا إبراز مدى الدور الذي قام به السوق في ترسيخ قيم الهوية في أوساط المجتمع الجزائري عبر طرح الإشكالية التالية: كيف ساهم السوق في ترسيخ قيم الهوية للمجتمع الجزائري قديما وحاضرا؟.

الكلمات المفتاحية: القيم، الثقافة، السوق، الهوية.

Abstract : The aim of this article is to provide an analytical socio-anthropological reading of the relationship of the the “Souk” to the identity of society. The market has since ancient times contributed directly or indirectly to the preservation of the cultural heritage of the societies. Therefore, in this article we must highlight the extent of the role that the Souk, plays in consolidating the values of Identity among Algerian society by asking the following problem: How did the Souk contribute to the consolidation of the identity values of the Algerian society, in the past and the present?

Keywords: Values,Culture , the Souk , Identity

المؤلف المرسل: ميداني قدور: kmidani@yahoo.fr

ميداني قـدور

1- مقدمة:

لقد أصبح اليوم موضوع الهوية يثير نقاشا و جدلا واسعا في الأوساط العلمية والثقافية والسياسية والأكاديمية، في ظل التغيرات المتسارعة التي أصبحت تشهدها المجتمعات العالمية، على وقع وتأثير تيار العولمة الجارف على الهوية والخصوصية الثقافية للمجتمعات، وفي سياق هذه النقاشات المستفيضة، لم يتم الحديث عن الفضاءات الاجتماعية المشتركة التي قد تساهم في تكوين هوية الفرد والجماعة ومنها فضاء السوق، الذي نرى أنه جدير بالدراسة، لأن هذا الفضاء كان له دورا تاريخيا في المحافظة على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري في اصعب المراحل وأحلك الظروف. 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، كيف ساهم السوق في ترسيخ قيم الهوية للمجتمع الجزائري في الماضي والحاضر؟.

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

2. تحديد المفاهيم الأساسية:

1.2 مفهوم القيم:

تعرف القيم عند علماء الأنثروبولوجيا بأنها "معيار عام، ضمني أو صريح، فردي أو جماعي، يتخذ الأفراد والجماعات القرارات وفقا له للحكم على السلوك الاجتماعي رفضا أو قبولا" (شاكر مصطفى، 1981، ص1013)، ولعل الدراسة الميدانية التي أجراها "مالينوفسكي" وذكرها في كتابه بعنوان "مغامرو المحيط الغربي"، تشير بوضوح الى القيم السائدة في مجتمع جزيرة "تروبرياندا" والتي تركز على ممارسة ما يعرف بنظام "الكولا" والذي هو "شكل من التبادل بين القبائل على نطاق واسع، يقام بين مجموعة من الجزر، في شكل دائرة مغلقة، ويمر في هذا المسار

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

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 " (Malinowski, 1963, p140)، وتكمن قيمة "الكولا" في أن الأشياء (منتوجات بحرية) محل التبادل لها قيمة اجتماعية وليست لغرض الربح، وعليه فإن الغاية من القيم في نظر السكان هي المحافظة على التماسك الاجتماعي، المرهون باقامة تبادل دائم بين الأفراد.

لقد تناول الكثير من علماء الاجتماع موضوع القيم، إعتقاداً منهم بوجود علاقة وظيفية بين القيمة باعتبارها ظاهرة اجتماعية أو عنصر مشترك في تركيب البناء الاجتماعي وسائر الظواهر الاجتماعية الأخرى السائدة داخل هذا البناء الاجتماعي للمجتمع، في حين اعتبرها آخرون، أنها من محددات السلوك ومفتاح فهم الثقافة الإنسانية، وتنشأ هذه الموجهات بين الشخصية والواقع الاجتماعي، الإقتصادي والثقافي، وتفصح القيم عن نفسها في المواقف والإتجاهات والسلوك اللفظي والسلوك الفعلي والعواطف التي يكونها الأفراد نحو موضوعات معينة" (محمد أحمد بيومي، 2000، ص89). وبالرغم من وحدة المنظور لدى هؤلاء العلماء في معالجتهم للقيم، إلا أنهم يختلفون في تفسير طبيعتها و أسباب تغييرها، لذلك ظهرت عدة إتجاهات في المنظور السوسولوجي، محاولة تفسير القيم من حيث نشأتها و مصدرها و اكتسابها، و علاقتها بالظواهر الاجتماعية الأخرى. ومن بين هؤلاء "أوكست كونت"، الذي يعتبر "القيم والحقائق والظواهر الأخلاقية عنده نسبة وليست مطلقة كما يرى أصحاب الإتجاه المثالي، بل هي حقائق واقعية يتفاعل معها إنسان موجود بالفعل وليس إنسان نتخيله" (طاهر بوشلوش، 2008، ص34)، أما دوركايم فيرى أن "المجتمع أساس القيم ومصدرها، بل هو الحارس للقيم الإنسانية، ومن ثم فهو نتاج اجتماعي لعوامل اجتماعية (طاهر بوشلوش، 2118، ص59).

أما في الدراسات النفسية والتربوية، تكتسي القيمة أهمية كبيرة، نظراً لما لها من صلة مع الشخصية، وقد عرفت "بأنها الأمور التي يعتبرها الفرد جيدة، وذات أهمية ظاهرة في الحياة والتي

ميداني قـدور

ينسب إليها الإنسان وزنا معنويا، وهي بهذا المعنى دلالة على الشخصية" (أحمد كنعان، 1990، ص98). ومن التعريفات الواردة، أن "القيم عبارة عن تنظيمات معقدة لأحكام عقلية وانفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء أو المعاني سواء كان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات المتفاوتة صريحا أو ضمنيا" (مساعد بن عبد الله الحيا، 1414هـ، ص39)، وهناك تعريف للقيم، بأنها " مجموعة من المقاييس تنبثق من جماعة ما و تتخذها معايير للحكم على الاعمال والافعال والتصرفات ويكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام والضرورة العمومية وأي خروج عنها أو انحراف عن اتجاهاتها يصبح خروجا عن مبادئ الجماعة وأهدافها ومثلها العليا" (مساعد بن عبد الله الحيا ، 1414 هـ ، ص 39).

وعليه فان القيم هي مجموع التصورات والمفاهيم التي تحدد وتضبط السلوك الفردي والجماعي وفق معايير ومرجعيات اجتماعية ودينية، وعلى أساسها ترسم هوية الفرد والجماعة.

2.2 خصائص القيم:

نسبية: تمتاز بعدم الديمومة وهي تختلف من فرد لآخر، باختلاف البيئة الثقافية والاجتماعية والجغرافية لكل فرد. فالقيم مسألة نسبية ومعبرة عن ميول ورغبات الإنسان، فالفرد هو الذي يضيف على الأشياء قيمتها بحسب أهوائه.

متغيرة: أي أنها ليست ثابتة نتيجة التفاعل المستمر بين الفرد و بيئته المتأثرة بعوامل ثقافية واجتماعية معينة، وهذا نتيجة للدينامكية الاجتماعية في المجتمع. ومن تجليات التغير القيمي صراع القيم بين جيلين مختلفين، مثل الصراع القائم بين الشباب الحالي والجيل القديم حول مسألة التعامل مع المستجدات التي تحدث في المجتمع.

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

مكتسبة: أي أنها مكتسبة من البيئة التي يعيش فيها الفرد، وليست معطى فطري، فهي عملية تتم من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، المسجد، الأسرة..)، وعلى قاعدة ذلك يتعلم الفرد كيف يقوم الأشياء وكيف يصدر الأحكام على الأعمال.

معيارية: بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام تقيس وتقيم وتفسر.

3. مفهوم 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" (بلمختار قويدر، 2003)، 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" (محمد إبراهيم، سنة 2001، ص110).

1.3 الطرح الأنثروبولوجي للهوية:

تنظر الأنثروبولوجيا الى الهوية كانعكاس للتفاعل بين الأفراد والمجموعات المختلفة من حيث الانتساب الثقافي والاثني، ويظهر ذلك جليا في التعاملات الاقتصادية من خلال التمايز بين الأفراد في الأماط 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

ميداني قـدور

الإنتماء الى طبقة رأسمالية" (فليب لآبورت، تولرا جان، بيار فارنييه، 2004، ص370)، 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" (فليب لآبورت، تولرا جان، بيار فارنييه، 2004، ص370).

ويمكن تحديد الهوية بصفة عامة بناء على مؤشرات معينة تميز الفرد عن الآخرين، "وهي على سبيل العد: مكان الولادة...والارتباط بمكان ما، اللغة، القيم..." (غسان منير حمزة سنو، بدون سنة، ص69).

2.3 الهوية الوطنية:

تسمى بهذا الإسم نسبة الى الوطن أو الأمة، وكتعريف إجرائي للهوية الوطنية أو القومية، فإننا 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" (محمد مسلم، 2009، ص23).

وإذا قمنا بمقارنة الهوية الوطنية بالهوية الفردية، فإن 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 نميز فرد عن آخر وجماعة عن أخرى.

3.3 الثقافة و الهوية:

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" (أحمد بن نعمان، 1996، ص29)، وهذا التمييز 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 الهوياتية في الأماكن والمساحات التي يلتقي فيها الأفراد، مثل فضاء السوق الذي تلتقي فيه مجموعات بشرية تمثيلية للمجتمع الكبير.

4. تعريف السوق:

يعرف السوق على "أنه المكان الذي يلتقي فيه عرض سلع أو خدمات من جهة، وطلب قادر على التسديد بالمال من جهة أخرى (فليب لا بورت- تولرا جان- بيار فانييه، 305) ومن حيث الاصطلاح، "تجد كلمة سوق أصولها في اللغة الأكاديمية(*) "سوقو" والمقصود بها بصورة عامة الشوارع وجملة الطرق العامة، وقد استخدمت العبارة في العربية، في الأصل، بمعنى الخلل الذي تساق إليه الحيوانات التي يرغب في بيعها، وفي اللغة العربية ما قبل الإسلام تعني المعرض أو الأعياد الشعبية الموسمية المتنقلة التي تقام أحيانا على نحو عفوي خلال الأشهر الحرم في مواسم الحج" (فرانك مرميه، 2009، ص10.)، وبتعريف آخر "هو معرض يقام في مساحة مفتوحة في الهواء الطلق وغير ثابت، وعادة ما ينعقد اسبوعيا" (Mohamed Diouri, 2012, P.12).

1.4 تصنيف الأسواق:

إن إقدامنا على تصنيف السوق، نسعى من خلاله إلى توسيع دائرة الإستثمار للمعلومات النظرية، من حيث الإلمام بكل العناصر والمفاهيم التي تمكننا لاحقا من تحليل موضوعنا تحليلا

ميداني قـدور

دقيقا، وأيضاً يمكن بموجبها التمييز بين الاسواق في الواقع الإقتصادي المعاش، فهي تختلف باختلاف الأزمنة، ومستوى التطور الحضاري للمجتمعات، وعليه يمكن وضع التصنيفات الأتية:

التصنيف الزمني:

ويقصد به الزمن الذي يعقد فيه السوق، أي دائم أو موسمي.

أ) الأسواق الموسمية:

"يمكن أن نطلق عليها الاسواق المؤقتة أو الموسمية التي تعقد لأيام معدودة من الأسبوع أو الشهر أو السنة" (فاطمة بلهوارى، 2008، ص. 74).

و كان هذا النوع منتشر في المجتمعات العربية القديمة ومازال سائدا الى اليوم في الجزائر مثل الأسواق الاسبوعية للخضر والماشية التي تقام في المدن، وبعض الأسواق الوطنية المتخصصة مثل أسواق بيع السيارات وغيرها، وكذلك الأسواق التي تعقد في المناطق الريفية والمناطق شبه الحضرية.

ب) الأسواق اليومية:

هي الأسواق التي تعقد بشكل يومي في أماكنها المحددة، قد تكون عبارة عن محلات أو أراضي مفتوحة تنشط صباحا وتزول مساء، وغالبا ما تقع هذه الأسواق داخل أو بجوار المدن والتجمعات السكانية المستقرة.

التصنيف التطوري:

أ) أسواق تقليدية: وهي تعرف بانواع المنتوجات التي كانت تجلب اليها في شكل مواد غذائية، ومواد مصنعة بسيطة كما رأينا في سوق عكاظ، وطبيعة المكان الذي يكون مفتوحا أو محاطا بسور في أحسن الأحوال.

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

ب) أسواق عصرية: وهي تعكس التطور الحضاري لمجتمع ما، فهي عبارة عن معارض أو محلات شاسعة مغلقة، تباع فيها مختلف المنتوجات الصناعية والفلاحية، وقد تكون ذات طابع محلي أو دولي مثل معرض الجزائر للكتاب، معرض الجزائر للسيارات وغيرها .

التصنيف الجغرافي:

أ/ أسواق وطنية أو اقليمية: هي الأسواق التي تعقد في أماكن معينة من جهة أو ولاية، يتوافد إليها الناس من كل المناطق داخل نفس البلد، ومثال على ذلك سوق ماسرة لبيع السيارات الواقع ببلدية ماسرة ولاية مستغانم، السوق الوطني لبيع السيارات بحاسي فدلول ولاية الجلفة... الخ.

ب/ أسواق محلية (المدينة أو القرية): هي التي تقام في مدينة أو قرية في أحد ايام الأسبوع وتسمى باسمها مثل سوق السبت، سوق الخميس، ومنها ما يقام يوميا كسوق الخضر والفواكه.

التصنيف حسب التخصص:

ويقصد به تصنيف الوظيفة التجارية للسوق أو السلع المتخصصة فيها، بعض الأسواق العصرية تميل الى التخصص مثل الأسواق الوطنية الكبرى لبيع السيارات، مثل سوق ماسرة ولاية مستغانم، سوق حاسي فدلول ولاية الجلفة، سوق الحراش والأسواق المتخصصة في بيع الألبسة مثل سوق "تاجنت" بميلة، سوق المدينة الجديدة بوهران، سوق سيدي خطاب بولاية غليزان، وأسواق مختصة في الماشية.

2.4 السوق وقيم المجتمع:

إن الحديث عن السوق وعلاقته بقيم المجتمع، هو البحث عن تأثير السوق ببيئة المجتمع ، ولمعرفة ذلك يتوجب عرض نماذج من المجتمعات التي نرى أن حياتها تعلق كثيرا بالسوق، وعليه أرتأينا اعطاء لمحة تاريخية عن دور السوق في المجتمعات العربية، التي ينتمي إليها المجتمع الجزائري.

ميداني قـدور

-السوق 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، أشقت اسمه من اسم المعاظنة، وهي المحاجة والمفاخرة التي كانت إحدى نشاطات السوق، ولم يكن اختيار هذه التسمية عفويا، 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 وممارسات الأفراد في فضاء السوق، فكان سوق "عكاظ" يعتبر "المعرض العام أيام الجاهلية. فهو مجمع أدبي لغوي رسمي" (سعيد الأفغاني، 1993، ص123) تعرض فيه مسابقات شعرية ولا يقتصر على النشاط التجاري فحسب، بل أنه فضاء للاحتكاك بين أفراد القبائل وهذا عامل هام في التفاعل بين الثقافات والعادات المختلفة، فيمكن تصنيف سوق "عكاظ" ضمن ما نسميه في وقتنا الحالي بالسوق الإقليمي، لأنه يجمع أفراد من مناطق مختلفة من الجزيرة العربية"التهامي والحجازي والنحدي والعراقي واليمامي واليماني" (سعيد الأفغاني، 1993، ص123)، وهي معرض لكثير من عادات العرب وأحوالهم الاجتماعية... وهي أيضا ندوة سياسية عامة تقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل" (سعيد الأفغاني، 1993، ص124). ومن هنا يتبين أن فضاء السوق في المجتمع العربي القديم لم يكن مقتصرًا على الإلتقاء وتلبية الحاجيات الغذائية البسيطة بل أنه كان محتضنا ومحافظا على القيم العربية في جانبها المادي واللامادي، وضامنا لإستمرارية المجتمع العربي الى غاية المرحلة الإسلامية.

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

-السوق في المجتمع الإسلامي:

في فترة ظهور الديانة الإسلامية، طرأت تغيرات ثقافية كانت تهدف الى إعطاء قيم جديدة مستنبطة من التعاليم الدينية، ولذلك فان فضاء السوق واصل دوره في المجتمع الإسلامي، وفي مقدمتها أنه مكان للمعاملات التجارية بين الأفراد، كما كان سابقا، لكن مع اضافة قيم جديدة، التي هي الحرص على تطبيق مجموعة من القواعد الأخلاقية الدينية في التعامل التجاري مع الآخرين، لتحقيق على ما يبدو نوع من التوازن بين ماهو مادي ومعنوي أخلاقي، ولقد تم التركيز على الأسواق الدائمة التي تعقد يوميا أو أسبوعيا، والتي تتناسب مع حياة التمدن . ويستمد مشروعية اهتمام المجتمع الإسلامي بالتجارة والأسواق من النصوص الدينية، حيث "أهتم القرآن الكريم بموضوع تنمية التجارة وتنظيم السوق وذلك لأثرهما البالغ في الحياة الإقتصادية" (فؤاد عبدالله العمر، 2003، ص271)، ولقد صحح الدين الإسلامي بعض المعتقدات السائدة لدى شريحة اجتماعية واسعة من المجتمع العربي، التي تعتبر أن السوق مكان لممارسة التبادل التجاري بين عامة الناس، ولا يليق بمقام النخب الثقافية والدينية ، بل أن السوق مكان متاح ومباح لكل الافراد بما فيهم الرسل، كما جاء في قول الله تعالى "وما أرسلنا من قبلك من المرسلين إلا ليأكلوا الطعام ويمشون في الأسواق" (القرآن الكريم، سورة الفرقان، الآية 20)، ونظرا لما للأسواق من ثقل في الحياة الإجتماعية للمجتمع، فقد حرص الزعماء الدينيون على تنمية الأسواق" من خلال تنظيم العلاقات التجارية بها وممارسة الرقابة عليها في اطار القيم الدينية، حيث كان النبي (ص)، يطوف الأسواق، يتفقد أوضاعها ويوجهه الى ما فيه صلاحها" (فؤاد عبدالله العمر، 2003، ص 273).

ولذا، فان فضاء السوق ساهم في تجسيد المبادئ والقيم الإسلامية من خلال الممارسة التجارية في الأسواق، فقد كان محك حقيقي لإختبار مدى التزام المسلمين بالتعاليم الدينية الجديدة في واقع العلاقات الإقتصادية مع بعضهم البعض.

5. السوق في الجزائر وعلاقته بقيم الهوية:

ميداني قـدور

يمكن تقسيم دور السوق في تجسيد قيم الهوية للمجتمع الجزائري الى ثلاث مراحل:

1.5 في الفترة الإستعمارية :

لقد تعرض القطر الجزائري الى حملة كولونيالية، أستهدفت وجود المجتمع ،بالاعتماد على إستراتيجية وسياسة ممنهجة لطمس الهوية، منها عزل السكان في تجمعات متباعدة عن بعضها البعض ومحاولة بث روح التفرقة فيما بينهم، وأمام هذا الوضع كان يلجأ الأفراد الى السوق لعلهم يجدون ما يعزز تماسكهم ويحفظ هويتهم التي أصبحت في خطر داهم، ومن أوجه ما قام به السوق، مايلي:

- تعزيز الوحدة الوطنية:

كان يعتبر مناسبة تجمع الأفراد والجماعات من قرى وأحياء مختلفة بشكل منتظم أسبوعيا، وهذا في حد ذاته عامل لوحدة المجتمع، بحكم الإحتكاك بين الأفراد الذي ينمي الشعور بالوجود و المصير المشترك، مما ساعد على احباط محاولات التفرقة التي كانت تحاول السلطة الإستعمارية زرعها في أوساط المجتمع ،حيث وصف الأنثروبولوجيان الفرنسيان "هانوتو" و"لوتورنو"، أنه "مكان التقاء رجال منطقة القبائل، إذ يحدث لديهم انجذاب لايمكن مقاومته.يعتبر هؤلاء الناس أنه جد مهم في حياتهم كأهمية الهواء الذي يستنشقونه، فالسوق يلبي كل حاجياتهم اليومية ويحجب عن كل تساؤلاتهم المألوفة"، (HANOTEAU et LETOURNEUX ,p 1889,77)، فهو إذن يعتبر لدى السكان مجال حيوي لايمكن الإستغناء عنه، لأنه المصدر الوحيد المتاح في تلبية حاجياتهم المختلفة، والتعبير عن انشغالاتهم، وبين هذا وذاك يعتبر السوق حصن ساهم في ارساء الوحدة الوطنية.

-مرجعية دينية: 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

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

الأمر المتعلق بالثقافة، للتعرف على تاريخ الأعياد الدينية، بداية ونهاية رمضان، أيام الأعياد (HANOTEAU et LETOURNEU, 1889, p78)، أي أن السوق أصبح مرجعية للإستفسار عن المسائل الدينية للمجتمع، وهي إستراتيجية بديلة عن الإجراءات الإستعمارية التي كانت تضيق على عمل المؤسسات الدينية مثل المساجد والزوايا.

-التوجيه الإعلامي: في ظل التعتيم الإعلامي وحجب المعلومات عن السكان، أصبح السوق يقوم بتلبية هذه النقص، بحيث أضحي فضاء السوق "فرصة للبحث عن أخبار العائد من السفر وأخبار الغرباء، جمع المعلومات والأخبار السائرة حول الحياة السياسية العامة.... مع الاطلاع على الآراء المختلفة حول ما آلت إليه الفلاحة... التعرف على أحوال الآقارب والأصدقاء من القرى والقبائل المجاورة" (HANOTEAU et LETOURNEU, 1889, p78)، وقد أدى ذلك الى تنمية الوعي لدى الأفراد بالأوضاع الحقيقية التي يعيشونها.

-الضبط الإجتماعي: كان السوق بمثابة محكمة شعبية، يحتكم اليها الأفراد في تسوية النزاعات وتسييل العقوبات على المخالفين، إذ كان الناس ينتظرون فرصة انعقاده " ليجلب المتواطئين في نسج شبكة الأحقاد والمؤامرات من جهة ومن جهة أخرى لإسقاط الثأر والإنتقام..." (HANOTEAU et LETOURNEU, 1889, p79)، لأن السوق يتوفر على نخبة من الحكماء والأعيان الذين لهم كلمتهم العليا في فرض النظام والإنضباط، لما يتمتعون به من احترام في اوساط مجتمع السوق، وفي نظرنا هذه الطريقة كان لها أثرها في الحفاظ على التماسك الإجتماعي.

إذكاء الوعي الثوري: قبل انطلاق الثورة، سبقتها حملة توعية في المجتمع، بضرورة رفع التحدى و الثورة على الأوضاع المزرية المعاشة من جراء استيلاء الإستعمار على الأرض منذ مدة طويلة، ولذلك كان السوق احدى الفضاءات التي كان يستند عليها في الدعوة للثورة ضمينا، من خلال

ميداني قـدور

تنظيم حلقات الغناء الشعبي والأشعار، ومن ذلك ما يرويه احد المجاهدين "كان في السوق تندار حلقات القوال يفوت بها الميساج" (*).

2.5 بعد الإستقلال:

فمن البديهي، أن يلعب السوق بعد فترة الإستقلال، كما كان في السابق، دورا هاما في اعادة بناء العلاقات الإجتماعية والثقافية المتضررة، لمواكبة التغييرات الإجتماعية والإقتصادية التي أنهجتها السلطة الحاكمة، وبذلك لم يعد مجرد فضاء يلتقي فيه الناس من أجل الشراء والبيع، بل يبدو أنه اصبح فضاء مفتوحا معبرا عن هوية المجتمع ككل، حيث واكب كل الفترات التي مرت بها الجزائر بعد الإستقلال، والتي كان له فيها دورا فعلا في تنمية قيم الهوية بأشكال مختلفة، حسب طبيعة كل مرحلة:

مرحلة اعادة البناء:

هي الفترة التي أعقبت مباشرة، توقف الحرب، والتفرغ لإعادة بناء مادمرته، ومن النتائج الوخيمة، أن الجزائر المحررة ورثت "وضعا اقتصاديا واجتماعيا كارثيا، كنتيجة منطقية للإستعمار الإستيطاني الطويل وسنوات الحرب المدمرة، فلقد أنتجت الحالة الإستعمارية الإستيطانية الطويلة في الجزائر مجتمعا جديدا من سماته الأساسية الفقر والحرمان الإقتصادي والثقافي(عبد الناصر جابي، 2005، ص1)، وفي سياق هذه الظروف، وضعت الدولة برنامجا استعجاليا لإعادة بناء الجزائر في كل المجالات، ولاسيما وضع منظومة ثقافية شاملة، التي هي عبارة عن مجموعة قيم تهدف الى اعادة بناء هوية الشعب الجزائري التي تعرضت للتدمير من طرف الإستعمار الفرنسي، وكان للسوق دورا في هذه العملية، بالأشكال التالية:

- التثقيف:

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

لقد كان يعتمد في هذه الفترة على السوق التقليدية، التي كانت تعقد أسبوعيا، حيث كان روادها خليط من سكان الريف وسكان المدينة، أي أن السوق أصبح فضاء للتشاقف بين أفراد من بيئات مختلفة، وتجسد ذلك عبر القيام بعدة نشاطات ثقافية داخل السوق منها تنظيم بعض الممارسات الثقافية والفنية النابعة من أعماق المجتمع، ويتجلى ذلك في الممارسات الثقافية الشعبية مثل مظاهر التداوي الشعبي، وإقامة حلقات الغناء التقليدي التي ينشطها ما يسمى "القول" أو "المداح". إذن فالسوق ساهم في هذه المرحلة بشكل مباشر في تفعيل القيم الثقافية النابعة من أصالة المجتمع الجزائري في أبعادها المختلفة.

-الترويج الإيديولوجي:

مواكبة الإصلاحات السياسية التي أنتهجتها السلطة، والمتمثلة في تطبيق ما يسمى بسياسة الإصلاح الزراعي "الثورة الزراعية"، حيث أصبح السوق يعكس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة الأولويات الاقتصادية للجزائر التي تنطوي على قيم ثقافية منها مكان لترويج ايدولوجية النظام الإشتراكي، حيث كانت السلطة مطالبة أنذاك بخوض "معركة تكوين.. الطبقات الشعبية سياسيا وايدولوجيا وثقافيا" (عبد الله شريط، 1986، ص235).

مرحلة الإنفتاح على الإقتصادي:

وفي خضم التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي عرفها المجتمع الجزائري في أواخر الثمانينات من القرن 20م نتيجة انفتاحه على القيم العالمية والمشاركة في سيرورة العصرية التي فرضتها حركة العولمة، ظهرت تغيرات جديدة، باحداث قطيعة مع النظام الإشتراكي الذي كان يتميز بمركزية التسيير الإقتصادي الذي تقوده الدولة مباشرة الى نظام اقتصاد حر الذي يعكس توجهات سياسية جديدة للدولة الجزائرية، ومن الطبيعي أن تحدث تغيرات في وظيفة السوق من جراء ظهور أنواع جديدة من الأنشطة التجارية التي أدت الى ظهور أسواق جديدة عابرة للأوطان لها امتداداتها الإقتصادية والثقافية خارج الحدود التقليدية للوطن، وهي عبارة عن أسواق متخصصة في بيع السلع

ميداني قـدور

الأجنبية، مثل: سوق تجنانت بميلة بالقرب من الحدود مع تونس، سوق سيدي خطاب بولاية غليزان.

لكن رغم هذا فان السوق لم يتغير دوره ومكانته في المجتمع. واجمالا يمكن تلخيص دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في هذه المرحلة في النقاط التالية:

- التواصل المجتمعي:

مكان إلتقاء الأفراد من مناطق مختلفة على المستوى الوطني مشكلة "فسيفساء ثقافية" بمفهوم (غيرتزي)، حيث اصبح سوق سيدي خطاب مثلا يستقطب فئات من أصول جغرافية وثقافية متنوعة من كل ربوع الجزائر، وما يترتب عنه من تواصل واحتكاك بين الأفراد الذي يشكل ارضية خصبة لتحقيق أهداف التماسك الإجتماعي.

-نبذ النزعة الجهوية:

العمل على التقليل من حدة النزعة الجهوية بين الأفراد المنحدرين من أماكن وبيئات اجتماعية وثقافية متباينة عبر الوطن، لكون السوق أنتج قيم مشتركة ساعدت في تقارب الأفراد مع بعضهم البعض، ومن هنا أضحي السوق مكان للتجارة وفي نفس الوقت فضاء تثقيف.

-بعث ثقافة الحوار والإنتفاح:

التأسيس لقيم ثقافية وطنية جامعة، من ذلك بعث روح الحوار والإنتفاح بين الأفراد، التي أدت بدورها الى تنمية قيم الأخوة والشعور بالإنتماء المشترك لوطن واحد، حيث اضحي التجار يقيمون علاقات تتعدى حدود العلاقات التجارية العادية الى تبادل الزيارات شرقا وغربا، وتبادل المعلومات والأراء وفتح النقاشات داخل السوق وخارجه، حيث تتميز الفئة التجارية المعروفة باسم "الشاوية" التي

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

تنتقل لمسافات بعيدة عبر التراب الوطني، يربطها علاقات مع المتسوقين من كل جهات الوطن، مما نتج عنه انفتاح ثقافي وتواصل متبادل.

- توحيد المضامين التواصلية:

حيث تم وضع وتوحيد لغة التواصل بين الأفراد، بشكل يتيح لكل الأفراد التكلم بألفاظ موحدة، رغم اختلاف اللهجات بين المتسوقين.

-إرساء مبدأ الأصالة والمعاصرة في الممارسة التجارية:

وضع نظام توافقي تستعين فيه الممارسة التجارية العصرية بادوات تقليدية (مهنة الحماله- العربات المقطورة بالحيوانات..)، انطلاقا من مبدأ "الأصالة والمعاصرة"، ويتميز بهذه القيمة السوق الوطني لبيع المنتجات العصرية المستوردة .

6.فضاء السوق في ظل التباعد الإجتماعي:

إن السوق لم يكن بعيدا عن تأثير جائحة كورونا على المجتمعات الإنسانية، فقد كان من بين الأماكن التي تعرضت لإجراء الغلق المؤقت باعتباره مكان تجمع الأفراد، مما قد يؤدي الى تفشي الفيروس التاجي، فقد اغلقت الأسواق مؤقتا كاجراء وقائي للحماية من الفيروس، أي تحول السوق من مكان للإلتقاء وتجمع الأفراد الى مكان فارغ من رواده، لكن هذا الإجراء لم يؤثر على مكانة ودور السوق في المجتمع، بحيث اضحى يقوم بدوره بوجه آخر، إذ أن الأفراد لجأوا الى طريقة التواصل عن بعد بواسطة وسائل تكنولوجية، وهذا للحفاظ على سلامتهم الصحية، ولذلك فان السوق تأقلم مع هذه الظرفية الإستثنائية، وتحولت معه بعض القيم، حيث تحول من أولوية التركيز على تلبية الحاجات المعيشية والإلتقاء والتعامل المباشر الى أولوية الحفاظ على صحة الفرد عن طريق التباعد الجسدي، لأن حماية الفرد من المرض في مثل هذه الظرفية هو قيمة مستجدة تصب في خانة الحفاظ على كيان وهوية المجتمع.

ميداني قـدور

7. خاتمة:

ما يمكن استنتاجه أن السوق أرتبط وجوده بالمجتمعات الإنسانية منذ القدم، فهو ليس مكانا عاديا كما يتصوره الأفراد العاديين، من أجل الشراء والبيع، وليس مجرد كلمة بسيطة تنطق هنا وهناك أو معنى مرادف للفوضى، أو اختصار مفهومه كمكان لالتقاء مجموعة أفراد في فترة معينة من أجل تلبية الحاجيات المعيشية فقط، بل تؤكد الشواهد التاريخية والوقائع الحالية، أنه لعب فعلا دورا مهما في ترسيخ قيم الهوية للمجتمع الجزائري في الماضي والحاضر، حيث واكب كل الفترات التاريخية، وكان في كل تلك المراحل يحظى بمكانة كبيرة في المجتمع لأنه كان الملجأ الوحيد للناس في تلبية حاجياتهم المختلفة كما أنه كان الحصن المنيع الذي ساهم في الحفاظ على قيم الهوية المجتمعية وترسيخها كممارسة في الحياة العملية.

قائمة المراجع:

- 1- شاكر مصطفى (1981): قاموس الأنثروبولوجيا، جامعة الكويت، الكويت
- 2-Malinowski,B(1963), les argonautes du pacifique occidental ,Editions Gallimard ,France.
- 2- محمد أحمد بيومي (2000)، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، ط 1، الإسكندرية، مصر.
- 3- طاهر بوشلوش (2008)، التحولات الاجتماعية والاقتصادية وآثارها على القيم في المجتمع الجزائري، بن مرابط للنشر والطباعة، ط 1، الجزائر.
- 4- أحمد كنعان (1990)، القيم التربوية السائدة في شعر الأطفال (رسالة دكتوراه)، قسم المناهج وطرائق التدريس، كلية التربية، جامعة دمشق.

دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري.

- 5- مساعد بن عبدالله الحيا(1414هـ):القيم في المسلسلات التلفازية،دار العاصمة للنشر والتوزيع،الرياض،السعودية.
- 6-بلمختار قويدر(2003)،"الجزائري ورحلة البحث عن الهوية"، نشر ابن خلدون،المركز الجامعي مصطفى اسطنبولي (معسكر) الجزائر.
- 7- محمد إبراهيم عيد(2001)،الهوية الثقافية العربية في عالم متغير،مجلة الطفولة والتنمية،مج1،العدد03،ص ص 109-126،مصر.
- 8- فليب لابورت، تولرا جان،بيار فارنيه(2004)، ترجمة مصباح محمد، إثنولوجيا أنثروبولوجيا،المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،ط1، لبنان.
- 9- غسان منير حمزة سنو،علي أحمد الطراح: الهويات الوطنيةوالمجتمع العالمي والإعلام،دارالنهضةالعربية،ط1،لبنان.
- 10- محمد مسلم(2009)، الهوية في مواجهة الاندماج عند الجيل المغاربي الثاني فرنسا،دار قرطبة للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر.
- 11- أحمد بن نعمان (1996)،الهوية الوطنية-الحقائق والمغلطات-،دارالأمة،الجزائر.
- (* تعد اللغة الأكادية،أقدم لغة في مجموعة لغات المشرق العربي القديم المعروفة باللغات السامية(عيد مرعي (2012)،اللسان الأكادي، الهيئة العامة السورية للكتاب،دمشق،سوريا).
- 12 - فرانك مرميه(2009)، السوق والتمدن في العالم العربي، ترجمة جميل قاسم،المجلة العربية لعلم الاجتماع،العدد5،بيروت،لبنان
- 13) Mohamed Diouri(2012), chroniques de souk, l'Harmattan, Paris, France.
- 14- فاطمة بلهوارى(2008)،التبادل التجاري بين مدن بلاد المغرب،مجلة انسانيات،العدد 42، منشورات كراسك،ص ص 61-82
- 15- سعيد الأفغاني(1993)،أسواق العرب في الجاهلية و الإسلام،دار الكتاب الإسلامي،مصر.

ميداني قـدور

16- فؤاد عبدالله العمر(2003)،مقدمة في تاريخ الإقتصاد الإسلامي وتطوره،مكتبة الملك فهد الوطنية،السعودية.

17- القرآن الكريم،رواية ورش، سورة الفرقان.

18- HANOTEAU et LETOURNEUX (1889), la Kabylie et les coutumes kabyles-T2, Ed. Augustin Challamel.

(*) تحقيق ميداني لجرد التراث الثقافي اللامادي بولاية النعامة لفائدة مركز CNRPAH،جانفي 2015 .

19- عبد الناصر جابي (2005)،الحركات الإجتماعية في الجزائر بين أزمة الدولة الوطنية وشروح المجتمع، مركز البحوث

في الإقتصاد التطبيقي من أجل التنمية،الجزائر.

20- عبد الله شريط(1986)،مع الفكر السياسي الحديث والمجهود الإيديولوجي في الجزائر،المؤسسة الوطنية للكتاب،الجزائر.