



جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر الطور الثاني ل.م.د.
في علم الاجتماع الإتصال الموسومة بـ:

العلاقات الاجتماعية داخل الاسواق الأسبوعية
دراسة ميدانية لعينة من الباعة بالسوق الاسبوعية بمدينة تيارت

تحت إشراف:

أ.سوسن بوزبرة

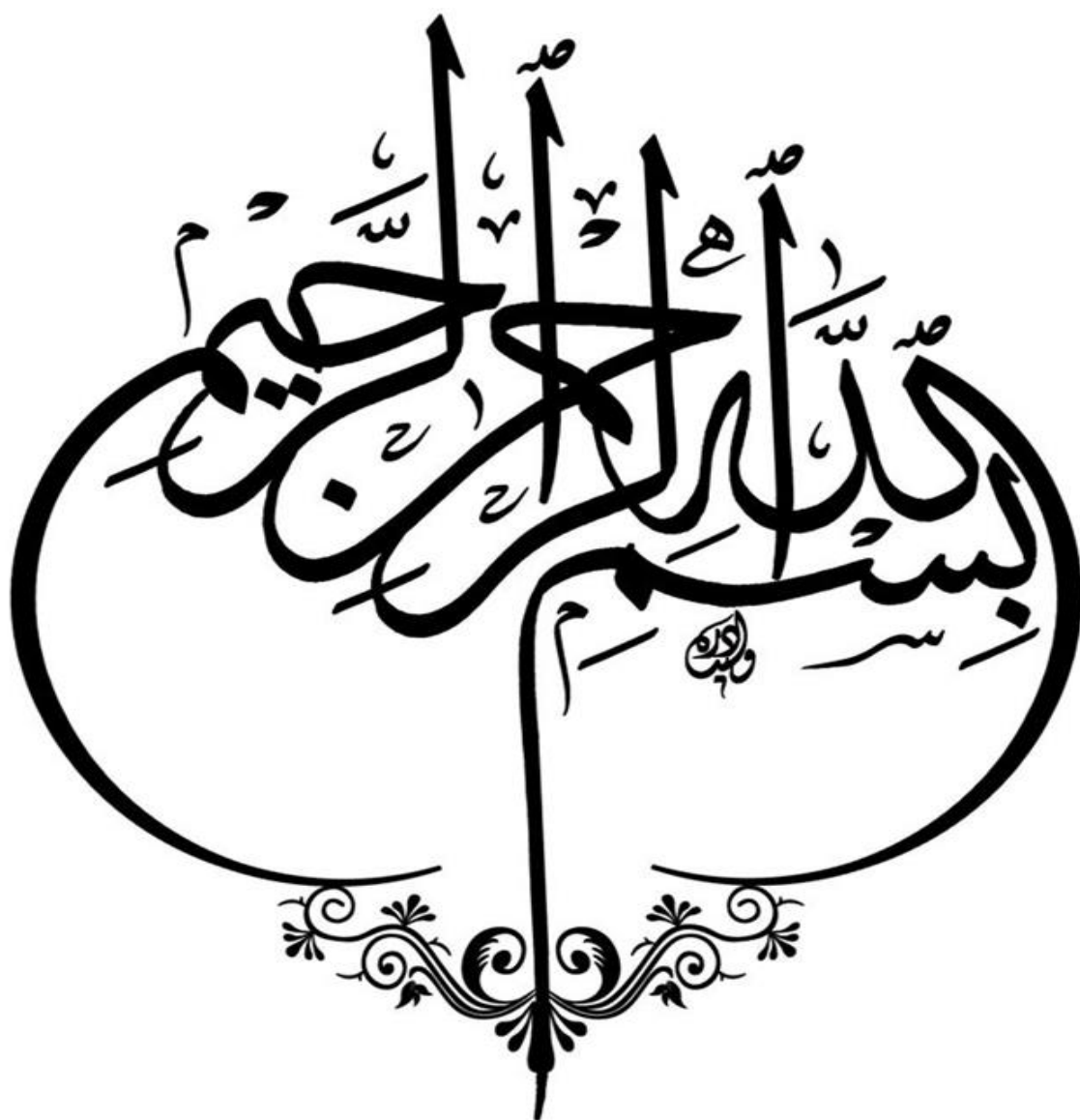
من إعداد الطلبة:

- عبد الله محمد

- قوان ساعد

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	الأستاذ (ة)
رئيس	أستاذ محاضر -أ-	زهواني عمر
مشرفا ومقررا	أستاذة مساعد -أ-	سوسن بوزبرة
مناقش	أستاذ محاضر -أ-	بودواية مختار



شكر وعرافان

يقول الله تعالى "وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم، ولئن كفرتم إن عذابي لشديد" سورة

إبراهيم الآية "7"

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله، سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

الحمد والشكر لله كثيرا، الذي ألهمنا الصحة والعافية، ووفقنا على إنجاز هذا العمل

المتواضع، فاللهم لك الشكر والثناء بما يليق بعظمتك وجلالك على طاعتك أن هديتنا

لطريق العلم.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للدكتور المشرفة "سوسن بوزبرة" على كل ما قدمته لنا من

توجيهات ومعلومات ونصائح قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا على جوانبها

المختلفة، كذلك الشكر موصول إلى الأخ والصديق قوان ساعد

كذلك الشكر موصول إلى كل الأساتذة قسم العلوم الاجتماعية عامة والذين تم تكويني

من طرفهم خاصة.

كما أوجه كثيرا جزيل الشكر والتقدير والعرافان إلى الأساتذة الأفاضل "طروش بلقاسم"،

"بوداوية مخطار"، "سعادة ياسين"، على كل ما قدمه لي من تعليمات وموضوعات هامة

حول موضوع بحثنا.

شكر وعرfan

يقول الله تعالى: وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم، ولئن كفرتم ان عذابي لشديد "

إبراهيم الآية 7

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فان لم تستطيعوا فادعوه " أول من يشكر ويحمد آناء الليل وأطراف النهار، هو القهار الأول والآخر والظاهر والباطن، الذي أغرقنا بنعمه التي لا تحصى، وأغدق علينا برزقه الذي لا يفنى، وأنار دروبنا فله جزيل الحمد والثناء العظيم، هو الذي أنعم علينا إذ أرسل فينا عبده ورسوله محمد ابن عبد الله - عليه أزكى الصلوات وأظهر التسليم، أرسله بقرآنه المبين فعلمنا ما لم نعلم، وحثنا على طلب العلم أينما وجد.

لله الحمد والشكر كله أن وفقنا وألهمنا الصبر على المشاق التي واجهتنا لانجاز هذا العمل المتواضع.

والشكر موصول إلى كل معلم أفادنا بعلمه، من أولى المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة كما نرفع كلمة الشكر إلى الدكتورة المشرفة بوزيرة سوسن التي ساعدتنا على إنجاز بحثنا.

كذلك الشكر موصول الى كل أساتذة قسم العلوم الاجتماعية عامة الذين تم تكويني من طرفهم خاصة، كما نشكر كل من مد لنا يد العون من قريبا أو بعيد، ومن بينهم "بودوايه مختار، سعادة ياسين، لطروش بلقاسم"، كما لا أنسى أن أشكر صديقي العزيز والاخ الوفي الذي وقف بجابني طوال هذه المرحلة مقدما لي الدعم والمحبة بلا حدود "عبد الله محمد".

الإهداء

"وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين"

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى أعلى ما عندي في الوجود والذي كان سببا في

وجودي بكل غنى وافتخار، الولدان العزيزان، أُمي الغالية "ديبوش سعدية"، وأبي "عبد

الله الطيب"، حفظهما الله وأطال في عمرهما.

دون أن أنسى ذكر روح أجدادي الطاهرة رحمهما الله وجعلهم من أصحاب الجنة إن

شاء الله.

إلى زوجة الغالية التي كانت تساندني كثيرا وإلى قرة أعيني أبنائي "إسحاق، جهين،

بيجاد"

إلى إخوتي وأخواتي كل واحد بإسمه حتى أولادهم كثيرا وصغيرا إلى جميع الأهل

والأقارب وبالأخص عائلة وقصى بما فيهم الوالدان "وقصى عمر" و"مكاب خيرة"

أخوكم عبد الله

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى " وقل رب زدني علما " طه الآية 114

وعن أنس، قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"من خرج في طلب العلم، كان في سبيل الله حتى يرجع" رواه الترمذي.

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتتميم هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية

لمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى، مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما

الله وأدامهما نورا لدربي، إلى الذي وهبني كل ما يملك، إلى الإنسان الذي إمتلك

الإنسانية بكل قوة، إلى الذي ضحى من أجلنا حتى نصل إلى هذا المكان، إلى أبي

الغالي - فؤان الحاج "، إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي

صبرت على كل شيء التي رعنتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد، إلى أمي

الغالية والحنونة جزاها الله عني خير الجزاء في الدارين : عبة خيرة " إلى جدتي وأمي

التي كانت دعواتها لي بالتوفيق، تتبني خطوة خطوة في عملي، إلى نبع الحنان

والأمان " ككون تركية"، إلى الزوجة الغالية التي كانت سندي في مشواري هذا، إلى

إخوتي كلا بإسمه وفعله، إلى أخواتي - رحمة وإيمان حفظهم الله و بلغ مقصدهما.

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي، وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم

قلمي.

أخوكم فؤان ساعد

ملخص الدراسة:

الهدف من هذه الدراسة السوسولوجية هو معرفة واقع العلاقات الإجتماعية داخل السوق الأسبوعي المدينة - تيارت - باعتبارها العامل الأساسي الذي يلجأ إليها الناس في حياتهم، وتكون من خلال تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض داخل فضاء معين كفضاء السوق الذي يعد موروثا ثقافيا يحتل مكانة بارزة في المجتمع المحلي وهذا من حيث مختلف الأنشطة التجارية والتجمعات الشعبية وتبادل الأخبار والمنافع.

تقوم هذه الدراسة على فهم العلاقات الإجتماعية بين التجار في مجتمع السوق والكشف عن مختلف الرموز والكلمات واللغات المستخدمة داخل السوق مع تحديد أنماط التفاعل بين التجار داخل السوق الاسبوعي لمدينة تيارت.

كما إعتدنا في هذه الدراسة على إستخدام المنهج الكيفي الذي يهدف إلى فهم الظاهرة وتفسيرها بالإضافة إلى إستخدام الملاحظة كأداة ثانوية في المرحلة الإستطلاعية والإستكشافية للحصول على بعض المعلومات والتعرف على مجتمع البحث الذي يتكون من التجار داخل السوق الأسبوعي، كما تم توظيف المقابلة كأداة رئيسي. الكلمات المفتاحية: العلاقات الإجتماعية - السوق الأسبوعي- التفاعلات - التضامن.

Study summary:

The aim of this sociological study is to find out the reality of social relations within the weekly market of the city – Tiaret – as it is the main factor that people resort to in their lives, as it is one of the important bases in the interaction of individuals with each other within a certain space such as the market space, which is a cultural heritage that occupies a prominent place in the local community in terms of various commercial activities, popular gatherings and the exchange of news and benefits.

This study is based on understanding the social relations between traders in the market community and revealing the various symbols, words and languages used within the market while identifying the patterns of interaction between actors within the weekly market of Tiaret city.

In this study, we also touched on the use of qualitative methodology aimed at understanding and interpreting the phenomenon, in addition to using observation as a secondary tool in the exploratory and exploratory phase to obtain some information and get to know the research community consisting of traders within the weekly market, and the interview was employed as the main tool.

Keywords: social relations–weekly market–interactions–solidarity.

فهرس المحتويات

الإهداء .

شكر وتقدير .

فهرس المحتويات .

قائمة الجداول .

ملخص الدراسة .

مقدمة.....أ

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد.....5

1. أسباب اختيار الموضوع.....5

2. أهمية الموضوع.....6

3. أهداف الدراسة.....6

4. الإشكالية.....7

5. تحديد مفاهيم الدراسة.....8

6. الدراسات السابقة.....18

7. النظريات السوسولوجية.....28

خلاصة.....36

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تمهيد.....39

المبحث الاول: ماهية العلاقات الإجتماعية في الأسواق الأسبوعية لمدينة -تيارت-

1...نشأة العلاقات الاجتماعية.....40

2. أنواع العلاقات الإجتماعية.....41
3. مستويات العلاقات الإجتماعية.....46
4. أهمية العلاقات الإجتماعية.....48
- 5.العوامل المتحكمة في العلاقات الإجتماعية.....49

المبحث الثاني: ماهية الأسواق الأسبوعية

1. عوامل نشأة الأسواق الأسبوعية.....52
- * نبذة تاريخية عن سوق -تيارت-.....55
2. أهمية الأسواق الأسبوعية.....56
3. المراحل التاريخية للأسواق الأسبوعية في الجزائر.....57
- أ. قبل فترة الأستعمار.....58
- ب. خلال فترة الإستعمار.....61
- ت. بعد الإستقلال.....63
4. الحياة الإجتماعية الأسواق الأسبوعية من المنظور.....64
- أ. الإجتماعي.....65
- ب. الإقتصادي.....66
- ت. الثقافي.....68
- ث. السياسي.....71
- خلاصة.....73

الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

- تمهيد:75

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- مجالات الدراسة (مكانية - بشرية - زمانية)80
- أ: المكانية80

80.....	ب: البشرية:
80.....	ج: زمانية:
81.....	1- منهج الدراسة
81.....	2- أدوات الدراسة
82	3- مجتمع البحث
83.....	4- عينة البحث

المبحث الثاني: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

88.....	أولاً: تحليل الجداول الخاصة بالبيانات الشخصية
89.....	ثانياً: تحليل الجدول الخاص بالأمثال الشعبية
89.....	ثالثاً: مناقشة وتحليل المقابلات
101.....	رابعاً: تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة
103.....	خامساً: تحليل النتائج في ضوء النظريات السوسيولوجية
105.....	سادساً: النتائج العامة للدراسة
111.....	خاتمة
112.....	قائمة المصادر والمراجع
121.....	الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	أسماء الجداول	الرقم
100	خصائص عينة المبحوثين	01
138	الأمثال الشعبية المتداولة داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت	02
141	بعض أساتذة التخصص في عملية التحكيم	03

"مقدمة"

تشكل الأسواق الأسبوعية جانبا مهما من البيئة الإجتماعية، إذ ترتبط بشكل مباشر بحياة الافراد والمجتمع على حد سواء، وتتصل بشكل حيوي بحاجاتهم ومتطلباتهم الأساسية والضرورية منها والكمالية كما انها مساحة مهم لتفاعلهم اليومي الذي يؤدي الى خلق علاقات اجتماعية متنوعة، حيث ان هذه الأسواق تجلب السكان من مناطق متباينة رغم اختلاف احتياجاتهم وانماط عيشهم، كما تحدث فيها عمليات البيع والشراء والحوار الاجتماعي بينهم.

لم تكن الأسواق الأسبوعية مؤسسات اقتصادية بحت، وانما مجالات اجتماعية وثقافية وسياسية، تختزل تاريخا من حياة الانسان ترهن الى قيم مؤطرة تحدد أدوارها وامتدادها، وكانت مكانتها وأهميتها تتوقف على عوامل يمكن تحديدها في قوتها التجارية ومدى استقطابها للقبائل المجاورة، وكذا توفر المنطقة التي اقيمت فيها على كثافة سكانية تحقق روجا اقتصاديا مهما، وبالتالي بعدها او قربها من المراكز الحضارية تجعل منها ملتقى التدفقات التي تعطي لهذا المجال المفتوح غناه، ومكانا للتبادلات التجارية والخدمات أيضا.

فالسوق الأسبوعي نتاجا اجتماعيا بالدرجة الأولى، حيث يلعب دورا هاما في تنظيم المعاملات بين التجار والجماعات الاجتماعية داخله، ومن خلاله نلجا الى تفاصيل محتوى هذه المعاملات والتبادلات والتفاعلات الاجتماعية والانتاجات الرمزية واللغوية والمادية والمعنوية الذي يحددها الحس المشترك داخله.

فاذا كانت الأسواق الأسبوعية تتميز بكثرة عددها وانتشارها المجالي وانعقادها، طيلة أيام الأسبوع، فان هذا الامر لم يكن يتم بمحض الصدفة، وانما يخضع لعدة ظوابط، حيث يكون اختيار السوق الأسبوعية وفق شروط ومحددات جغرافية واجتماعية وسياسية، كتوفر المياه "عين او وادي" وانبساط مساحته وتواجد ضريح ل احد الاولياء ووجود زوايا كما للقائد دورا كبيرا في تحديد هذا الموقع، اذ كان جعله بالقرب من مسكن زعماء القبائل امرا

متكررا، وفي القرن 19 عشر ميلادي حسب (توران) كان هناك (فواد) يملكون أسواق (كموحا او حمو الزيانى)، وكان يتم انشاء السوق الأسبوعي، اما بموزع مركزي يتم أساسا بوحدة وتجانس القبائل او هامشي على حدود القبيلة المجاورة ليكون نقطة اتصال بين قبيلتين او اكثر، كما كانت بعض الأسواق متنقلة وتخضع لنفس حركية القبيلة، وهو امر كان ضروريا بالنسبة للقبائل الرحل.

وعلى هذا الأساس سنحاول في هذه الدراسة ان نسلط الضوء على بعض التفاعلات الاجتماعية التي تحدث في السوق الأسبوعي لمدينة تيارت بغية التعرف على طبيعة الحياة اليومية وشبكة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين التجار داخل هذا الفضاء. يكون ذلك عبرمبحثين مهمين الأول يركز على معرفة العلاقات الاجتماعية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت فيما يركز الثاني على معرفة السوق الأسبوعي لهذه المنطقة. وعلاقته بهذه التفاعلات لاثراء هذا الموضوع تحت عنوان "واقع العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية".

حيث تمت هذه الدراسة وفق خطة منهجية قسمت فيها إلى ثلاثة فصول وهي كما مايلي:

الفصل الأول: يتضمن الإطار المنهجي للدراسة وحددنا فيه:

(أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهدافها، الإشكالية، تحديد مفاهيم الدراسة، ثم الدراسات السابقة وفي الأخير النظريات السوسولوجية)

أما الفصل الثاني: يتضمن الإطار النظري للدراسة حيث قسم إلى مبحثين هما.

المبحث الأول: ماهية العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية بمدينة تيارت. حيث يتطرق إلى نشأة العلاقات الاجتماعية، أنواع العلاقات الاجتماعية، مستوياتها، ثم أهميتها، وفي الأخير العوامل المتحكمة في العلاقات الاجتماعية)

أما المبحث الثاني: يتحدث عن ماهية الأسواق الأسبوعية بمدينة تيارت ويتضمن مايلي:
(عوامل نشأة الأسواق الأسبوعية، أهمية الأسواق الأسبوعية، المراحل التاريخية التي مرّة بها هذه الأسواق الأسبوعية وفي الأخير الحياة الجماعية داخل الأسواق الأسبوعية وذلك من خلال المنظور، الإجتماعي، الاقتصادي، الثقافي والسياسي)

وفي الاخير الفصل الثالث: والذي يتعلق بالإطار الميداني للدراسة وقسم أيضا إلى مبحثين هما:

المبحث الأول: يخص الإجراءات المنهجية للدراسة ويتضمن مايلي:

(المجال المكاني والبشري والزمني ثم منهج الدراسة ثم أدوات جمع البيانات)

أما المبحث الثاني: يتناول فيه عرض حالات المقابلات وتحليلها ثم تحليل نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة وكذلك في ضوء النظريات السوسولوجية ثم في الأخير النتائج العامة لهذه الدراسة.

الفصل الأول

"الإطار المنهجي"

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يشكل الإطار المنهجي للدراسة جانبا مهما، إذا أنه يتضمن عناصر أساسية تحوي عرض تقديمي للدراسة، وذلك بدأ من:

أسباب إختيار الموضوع والأهداف المراد الوصول إليها، مع تحديد مشكلة الدراسة، ومن ثم ضبط المفاهيم المتعلقة بالدراسة، بالإضافة إلى عرض بعض الدراسات السابقة، وصولا إلى تحديد المدخل النظري لدراسة.

1. أسباب إختيار الموضوع:

إختيارنا لموضوع الدراسة يرجع إلى أسباب التالية:

1.1. أسباب الذاتية:

➤ إختيار موضوع السوق الأسبوعي لمدينة تيارت لأنه جزء من ثقافة سكان مدينة تيارت.

➤ الإهتمام الشخصي الذي يرجع إلى نقص الدراسات المتعلقة بالأسواق الأسبوعية.

➤ إرتباط موضوع الدراسة بميدان التخصص.

➤ نيل شهادة الماستر في علم الإجتماع الإتصال بعد إعداد مذكرة التخرج حول موضوع الأسواق الأسبوعية.

2.1. أسباب الموضوعية:

- البحث عن حقيقة العلاقات الإجتماعية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.
- الإطلاع على أنماط التفاعل بين الافراد داخل الأسواق الأسبوعية لمدينة تيارت.
- التعرف على الرموز والكلمات واللغات المتداولة والمستخدمه بين التجار في السوق الأسبوعية لمدينة تيارت.
- الكشف عن القيم الثقافية والإجتماعية لمدينة تيارت من خلال الأسواق الأسبوعية.
- إثراء المكتبة الجامعية بهذا الموضوع.

2. أهمية الدراسة:

تتجلى الأهمية الأساسية لهذه الدراسة المتعلقة بطبيعة العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية لمدينة تيارت على واقع علاقات التبادل وأنماط التفاعل بين الأفراد داخل هذا الفضاء الذي يعتبر موروث ثقافي هام لما يحمله من أصالة ومعاصرة في جميع مجالات الحياة الاجتماعية، إضافة إلى الأدوار المتعددة والمختلفة لاسيما الإرتباط الإجتماعي التفاعلي بين التجار.

حيث تعد أيضا الأسواق الأسبوعية من الحضارات الشعبية بإعتبارها إرثا ثقافيا وحضاريا بامتياز، خلفته الأجيال السابقة وهذا ما يعطي لنا بعدا إرتباطيا كبيرا وقيمة جوهرية مهمة، كما تعتبر ظاهرة من الظواهر الاجتماعية وفضاء اللقاءات ورافعة للإقتصاد المحلي وفرصة لتعزيز الموارد الضريبية للجماعات الترابية المحلية المحتضنة لها، فهي عبارة عن مجتمع مصغر في الهواء الطلق تقصده جميع الشرائح دون إشتناء بغرض تبادلات التجارية وإتصالية ورمزية مشكلة بذلك شبكة من العلاقات التفاعلية داخل هذا المجال.

3. أهداف الدراسة:

الغاية من هذه الدراسة هو الكشف عن العلاقات الاجتماعية التي تحدث داخل السوق الأسبوعي لمدينة -تيارت- وذلك من خلال مايلي:

- فهم العلاقات الاجتماعية بين الافراد في مجتمع السوق.
- الكشف عن مختلف الرموز والكلمات واللغات المستخدمة داخل السوق.
- تحديد أنماط التفاعل بين التجار داخل السوق.
- التعرف على التعاملات الاجتماعية والتجارية بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة-تيارت.
- إعطاء صورة عن الأسواق الأسبوعية لمدينة-تيارت-.

4. الإشكالية:

الإنسان كائن إجتماعي بطبعه وطبيعته يولد ويعيش في جماعة إجتماعية فلا يستطيع أن يعيش منعزلاً عنهم، إذا أنه يتأثر بهم وتتوثر فيهم فهو يحتاج إليهم من أجل تبادل الأفكار والمعلومات والمشاعر وبالتالي إنشاء علاقات مختلفة.

يعبر من خلالها عن قدراته العقلية والحسية ليحقق طموحاته وإشباع رغباته وقد تقيم هذه الصورة على أنها جزء مهم من مساحة التفاعل القائم بين الأفراد في المجتمع الواحد. تنشأ هذه العلاقات الاجتماعية من طبيعة اجتماع البشر عن طريق الإحتكاك والتفاعل والإلتقاء مع بعضهم البعض داخل فضاء معين حيث أن هذه العلاقات تتطور بتطور المجتمعات وتختلف باختلافهم كما انها أيضا تختلف من منطقة إلى أخرى، فهي مبنية على مبدأ التنوع والتعدد لإرتباطها بمختلف الرموز واللغات الخاصة بها إضافة إلى مختلف الأنشطة والممارسات التي تحدث في هذا الفضاء.

إن البحث عن دلالة هذه العلاقات الاجتماعية القائمة بين الأفراد هو البحث عن التفاعلات التي تحدث في حد ذاتها، وذلك في حدود معينة تقتضيها وضعية المناطق بذلك في حدود معينة تقتضيها وضعية المناطق بذلك المجال.

تتيح هذه الفضاءات مجالا مفتوحا من الروابط والعلاقات الاجتماعية المختلفة، فهي ليست جامدة بل حيوية ونشطة إنعكاسا لنشاط الأفراد وحيويتهم في التفاعل الذي يحدث بينهم كما أن هذه العلاقات تحتكم إلى سلطة القوة والصراع أو إلى التبادل والتفاوض بين التجار وقد تتباين وفقا للأدوار التي يقوم بها الأفراد مما ينتج أنماطا مختلفة من السلوكيات داخل هذا الفضاء.

ومن بين هذه الفضاءات التي تكثر فيها التعاملات والتفاعلات بين التجار فضاء السوق الذي تختلف تسميته من مكان إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى، كما يعتبر أحد الفضاءات التجارية المشهورة لدى الأوساط الشعبية يأتي إليه التجار من مختلف المناطق،

تتجلى فيه الكثير من التعاملات التجارية، كما تضبطه مجموعة من المبادئ والقواعد الأساسية متفقا عليها من طرف التجار ولا سيما التجار.

أين يتمثل ذلك في السوق الأسبوعي الذي يقام مرة واحدة في الأسبوع تقام من خلالها العمليات البيع والشراء لمختلف السلع والمنتجات المحلية والأجنبية منها وهذا ما يعطي الطابع الاقتصادي والتجاري في حركية وإنتعاش المدينة بالإضافة إلى الدور الثقافي والإجتماعي الذي يظهر من خلال التفاعلات بين التجار وآلية التواصل بينهم هو ما يسمح بتشكيل حياة إجتماعية تنتج ويعاد إنتاجها بطريقة آلية تعطي معنى للسوق الأسبوعي خاصة لما يرتبط بمنطقة تتميز بإرث ثقافي وشعبي مميز كمدينة تيارت، ومن هنا يتم تسليط الضوء على تساؤل حول إشكالية الدراسة:

ما هية طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية؟

4. التساؤلات الفرعية:

➤ ما دلالة الرموز واللغات المستخدمة بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة- تيارت؟

➤ ماهي أنماط التفاعل داخل الأسواق الأسبوعية؟

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

أولا: المفاهيم الرئيسية:

1.5 العلاقات الاجتماعية: مصطلح العلاقات الاجتماعية يمكن تقسيمه إلى قسمان:

مفهوم العلاقة:

لغة: يشير هذا التعريف إلى أن العلاقة جمعها علاقات وعلائق ويقابلها في اللغتين " الفرنسية والإنجليزية"، مصطلح -relation " وحسب ما يشار فإن العلاقة مصدرها علق أو إرتباط أو صداقة".¹

إصطلاحا:

يعرفها مصطفى الخشاب: العلاقات هي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة للنشاط أو السلوك، مقابل والاستجابة شرط أساسي لتكون علاقة اجتماعية.²

أما الإجتماعية:

مصدرها إجتماع وهو الاجتماع البشري ويقابله باللغة الفرنسية والإنجليزية مصطلح " social" وكذلك منه علم الاجتماع الذي يعتبر علم لدراسة العلاقات الاجتماعية القائمة بين البشر".³

تعريف العلاقة الإجتماعية les relation social :

"أية صلة بين فردين أو جماعتين أو أكثر أو بين فرد وجماعة وقد تقوم هذه الصلة على التعاون أو عدم التعاون، وقد تكون مباشرة أو غير مباشرة وقد تكون فورية أو آجلة وهذه العلاقة الاجتماعية هي الأساس الأول لجميع العمليات الاجتماعية".⁴

* وهذا ما يتضح لنا بأن العلاقات الاجتماعية هي في الأصل علاقات تتميز بطابع إنساني مبنية إما على أساس المصلحة العامة أو على المصلحة الفردية، ورغم ذلك يبقى الطابع الإنساني هو الأساس في بناء العلاقات الاجتماعية.

¹ أحمد هداجي، التحضر أثاره في تغيير العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2023، ص 102.

² أمينة كرايبة، طبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2017، ص 63.

³ مسعود جبران، رائد الطلاب، ط1، دار الملايين بيروت، لبنان، 1978، ص31.

⁴ أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات في العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان ساحة رياض الصلح، بيروت، 1982، ص352.

ويعرفها **موريس جينبرغ** بأنها:

أي إتصال أو تفاعل أو تجاوب بين شخصين أو أكثر بغية سد أو إشباع حاجات الأفراد الذين يكونون هذه أو تلك العلاقة الاجتماعية".¹
ويعرفها أيضا **إحسان محمد الحسن** على انها:

"إتصال أو تفاعل يقع بين شخصيين أو أكثر من أجل إشباع حاجات الأفراد الذين يكونون هذا الإتصال أو التفاعل كإتصال البائع بالمشتري".²
* أين يبرز هذا الإتصال والتفاعل والتعامل الذي يحدث بين الباعة في فضاء السوق الأسبوعي لمدينة تيارت من أجل إشباع الحاجات المتبادلة مما يشكل بذلك علاقة إجتماعية.

ويعرفها البعض بانها: " تلك العلاقات التي تنشأ بين الناس بفضل إشراكهم وإرتباطهم معا في عملية الإنتاج التعاوني".³

ويرى آخرون: " أن العلاقة الاجتماعية هي التفاعل الذي يحدث بين الأطراف الفاعلة والتي على أساسها يتشكل نمط معين من العلاقات، بحسب طبيعة العمليات الاجتماعية المكونة له سواء كانت إيجابية أو سلبية".⁴
التعريف الإجرائي للعلاقات الإجتماعية:

"هي مجموعة من التعاملات والتفاعلات والإتصالات التي تقع بين التجار داخل السوق الأسبوعي في مدينة تيارت من خلال توفير السلع أو الخدمات قد تكون إيجابية

¹ أحمد هداجي، المرجع السابق، ص 106.

² رابح بن عيسى، إنعكاسات نحو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2011، ص 168.

³ رم محمد رسمي أبو الريش، واقع العلاقات الاجتماعية بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية-بمحافظة غزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين، 2016، ص 13.

⁴ سامية معاوية، الثقافة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009، ص 15.

تؤدي إلى إنشاء علاقات إجتماعية تخلق جو من التماسك والترابط والاندماج بينهم وقد تكون سلبية تؤدي إلى الصراع ومختلف أشكال التنافس وعد الإحترام بين الفاعلين".

2.5 تعريف الأسواق:

لغة: "السوق هو موضع المبيعات والسلع والأمتعة والعروض التي يتبايع الناس، وقد سمي موضع البياعات سوقا لأن البضائع تجلب إليه أي إتساق نحوه، ويقال تسوق القوم إذا باعو واشتروا وابتغوا الرزق أو طلبوا المعاش".

ويقال: "إنعقدت السوق، أي إنتضمت وتأكد فتحها وبدا فيها البيع والشراء".¹

إصطلاحا:

السوق في أبسط معانيه هو: "تلاقي البائعين والمشتريين حول عمليات البيع والشراء يكون فيها الثمن هو العنصر الأساسي الذي يحكم الموقف".

وتعرف أيضا: "بأنها الأماكن خاصة لتلاقي الباعة لبيع وشراء المواد الأساسية للحياة اليومية".²

* وبهذا فهو المكان المخصص الذي يلتقي فيه البائعون من اجل عملية البيع والشراء وتقديم الخدمات وهذا ما يؤدي إلى تبادل وتلبية الحاجات اليومية للحياة. ويعرفها الدكتور علي حافظ منصور: "هو وسيلة للمقارنة بين العرض والطلب لتحقيق تبادل الخدمات والسلع أو ر أسمال".

ويعرفه أيضا: "أنه حيز أو المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لسلة أو خدمات معينة في فترة زمنية محددة وفي منطقة معينة".³

¹ عرفان محمد حمور، مواسم العرب الكرى، ط1، ج1، مؤسسة الرحاب الحديثة للطبع والنشر، بيروت، 1999، ص33.

² بشير ضيفي، القيم التربوية والدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة غرداية، الجزائر، 2013، ص62.

³ منصور محمد، مقاصد أحكام السوق، رسالة ماجستير، قسم الإقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد درارية، جامعة أدرار، 2010، ص 10/09.

ويعرفها أيضا: هو معرض يقام في مساحة مفتوحة في الهواء الطلق وغير ثابت وعادة ما ينعقد أسبوعيا".¹

3.5. الأسواق الأسبوعية: هي الأسواق التي تعقد في أماكن أو أراضي مفتوحة تنشط صباحا وتزول مساء وغالبا ما تقع هذه الأسواق داخل أو بجوار المدن والتجمعات السكانية المستقرة".²

كما يعرف: " بأنه المرآة التي نرى من خلالها تاريخ المنطقة في العصر التي بنيت فيه وهو مصدر للتفاعل الإجتماعي كما يعتبر كيان ثقافي إجتماعي يؤدي إلى تنمية شاملة للمجتمع".³

كما تعرف أيضا: هي الأسواق التي تقام في يوم محدد من أيام الأسبوع، يأتي إليها الناس من عدة قرى منتشرة، يتم فيها بيع وشراء السلع الشعبية والتي تتيح للمواطنين الحصول على إحتياجاتهم بأسعار بسيطة".⁴

التعريف الإجرائي للأسواق الأسبوعية:

هو سوق شعبي مفتوح على الهواء الطلق يقع في المخرج الجنوبي لمدينة تيارت يقصده جميع الشرائح ومن مناطق مختلفة يتم فيه بيع مختلف السلع والمنتجات المتنوعة بأسعار بسيطة، يغلب عليه طابع ثقافي يعكس أهل مدينة تيارت.

¹ ميداني قدور، الخصوصية الاقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق، أطروحة دكتوراه، قسم علم الإجتماع، كلية الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد بوضياف - وهران، 2، 2018، ص59.

² ميداني قدور، دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري، مجلة الفكر المتوسطي، مج2، ع12، 2021، ص 272.

³ أحمد محمد فاروق احمد، إعادة تأهيل الأسواق التراثية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، مصر، 2015، ص 22.

⁴ سعد الله حورية، ظاهرة إمتلاك غير الرسمي للمجال داخل الأسواق الشعبية، رسالة ماجستير، قسم علم الإجتماع، كلية الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2013، ص12.

المفاهيم الثانوية:

تعريف اللغة:

لغة: جاء في لسان العرب أن اللغة: "هي أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم وهي على وزن فعلة عن الفعل لغوت أي تكلمت".

ويقال: "هذه لغتهم التي يلغون بها أي ينطقون بها".

ويقال أيضا: "سمعته لغاتهم، أي إختلاف كلامهم".

إصطلاحا:

هي ذلك النظام المتشكل من الأصوات اللفظية الإتفاقية تستخدم في الإتصال المبادل بين جماعة من الناس".¹

ويعرفها الكاتب السويسري فيردناند دي سوسير: بأنها ظاهرة إجتماعية كونها نظام إشارات ورموز يستخدمها الإنسان للتعبير عن مجمل أفكاره".²

وتعرف أيضا: "هي نظام من الرموز المتعارف عليها، وهي رموز صوتية يتفاعل بواسطتها أفراد مجتمع ما في ضوء الأشكال الثقافية الكلية عندهم".³

* "وهو ما يشار بأنها الحوار والتواصل الذي يحدث بين الافراد ويكون عن طريق الرموز أو الإشارات أو الكلمات والتي يفهم معناها التجار داخل فضاء السوق كنظام متفق عليه في ضوء الأشكال الثقافية الكلية عندهم.

¹ راتب قاسم عاشور، فنون اللغة العربية وآساليب تدريسها بين النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 11/10.

² أوريد قرح، مستوى التحصيل اللغوي عند الطلبة من خلال مذكرات التخرج، رسالة الماجستير، قسم علم الإجتماع، كلية الإنسانية والإجتماعية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2013، ص 18.

³ محمد بن سعيد بن سنان، سر الفصاحة، مكتبة لسان العرب للنشر والتوزيع، دار الكتب العلمية، بيروت، 1982.

وتعرف اللغة أيضا، هي القدرة على الإتصال مع الآخرين، والتي يتم فيها التعبير عن الأفكار والمشاعر في شكل رموز بحيث يمكن لتلك الرموز أن تنقل المعاني للآخرين، كما تشمل أشكالا مختلفة ومتنوعة للإتصال".¹

" وهذا يعني أنها مجموعة من الكلمات المتعارف عليها بين الأفراد يتم من خلالها التعبير عن الأفكار كما أنها أيضا تحمل ألفاظا مختلفة تساهم في عملية الإتصال".

التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن ألفاظ ومعاني ولهجات مختلفة يرددها أصحابها من تجار داخل مجال السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، قصد تلبية حاجاتهم ورغباتهم.

4.5 التفاعل الاجتماعي (*interaction social*):

لغة: "تفاعل الشئان، أثر كل منهما في الآخر تفاعل مع الحدث أي تأثر به وآثره".²
 "هو التأثير المتبادل بين الأفراد من خلال عملية الإتصال أو الإستجابة المتبادلة للأفراد في موقف العلاقة الاجتماعية، والفرد ثقافته في عملية التفاعل مستمرة مع الآخرين الذين يتواصل معهم في المواقف الاجتماعية المختلفة".³

إصطلاحا:

يعرفه العربي فرحات، من الجانب السوسولوجي هو ظاهرة إجتماعية يحدث فيها التأثير المتبادل بين فرديين أو جماعتين أو هيئتين فأكثر، ويتم هذا التفاعل عن طريق الإتصال المادي المباشر وغير المباشر.⁴

¹ محمد بن سعيد بن سنان، سر الفصاحة، المرجع السابق.

² محمد حمراوي، التفاعل والتخاطب في اللسانيات الحديثة، مح25، العدد01، جامعة الجزائر، 2018.

³ هناء قطوشة، التفاعل الاجتماعي ضمن الأنشطة الثقافية والرياضية والمدرسية في مرحلة التعليم المتوسط، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة، 2016، ص18.

⁴ العربي فرحات، أنماط التفاعل وعلاقات التواصل في جماعة القسم الدراسي وطرق قياسها، مذكرة منشورة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2010، ص 19.

التفاعل (*interaction*): يشكل مفهوم التفاعل أحد أهم المفاهيم في التفاعلية الرمزية ويعرف بأنه: "سلسلة متبادلة ومستمرة من الإتصالات بين فرد وفرد آخر أو بين فرد مع جماعة، أو جماعة مع جماعة أخرى".¹

الرموز (*symbole*): تشكل الرموز والعلامات جوهرية النظرية التفاعلية الرمزية، وهي: "مجموعة من الإشارات المصطنعة يستخدمها الناس فيما بينهم، لتسهيل عملية التواصل وهي سمة خاصة في الإنسان".

تشمل عند "جورج ميد" اللغة وعند "بلومر" المعاني وعند "خوفمان" الإنطباعات والصور الذهنية.²

المعاني (*le senses*): تمثل الأفعال نظاماً من الدلالات التي تعتمد في تأويل الرموز والأشياء والعالم، وهي التي تعطي للرموز دلالاتها، وتجعلها مقصورة في الأذهان على مقاصد محددة، وهي صور ذهنية ترتبط بالرموز والأشياء، وهي أيضاً نسق من الأفكار التي ترتبط بالإشارات والعلامات والرموز.³

مفهوم الإتصال:

لغة: كلمة إتصال، الأصل فيها على المدلول اللفظي لكلمة الإتصال، والأصل في اللغة العربية "وصل": وصل فلان الشيء، وإلى الشيء وصولاً: بمعنى بلغه وإنتهى إليه، فنقول "وصلني الخبر ووصل إلي الخبر".⁴

أيضاً في القاموس (أوكسفورد): يعرف الإتصال بأنه "نقل وتوصيل وتبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة أو الإشارة".⁵

¹ مؤمن بكوش، التفاعل ومختلف صورته، مرجع سابق، ص 308-309.

² السيد حافظ الأسود، الانترولوجيا الرمزية، ط 1، مرجع سابق، ص 26-27.

³ محمد سعيد فاطمة الزهراء، العناصر الرمزية، القصة القصيرة، ط 2، مرجع سابق، ص 19-20.

⁴ هادي نعمان الهبيقي، الإتصال والتغير الثقافي، سلسلة الموسوعة الصغيرة، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1978م، ص 233.

⁵ فضيل دليو، "إتصال المؤسسة"، إشعار علاقات مع الصحافة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 34.

إصطلاحًا:

الإتصال (Communication) كلمة مشتقة من أصلها اللاتيني comman ومعناها المشترك فنقوم بعمليات الاتصال:

نحن نحاول أن نفهم الرسالة المشتركة مع شخص أو جماعة أي أننا نحاول أن نشترك معا في المعلومات والأفكار.¹

ويعرف أيضا:

« أنه عملية تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس ، داخل نسق اجتماعي معين ويتم تبادل المفاهيم بين الأفراد بإستخدام نظام من الرموز».²

ويعرفه "تشارلز كولي":

أنه ذلك الميكانيزم الذي يمكن من خلاله ربط العلاقات الإجتماعية حيث أنها تقوم وتتطور وتترابط وتنتقل عبر الزمان والمكان.³

وهذا ما يحدث داخل السوق الأسبوعي من حوار وكلام بين التجار وذلك من أجل تبادل الأراء والحاجات والمنافع مما يؤدي إلى ربط العلاقات الإجتماعية فيما بينهم.

مفهوم الرمز:

لغة: إتفقت المعاجم العربية على أن مادة الرمز تفي لغة الإشارة والإيماء غير أن الإختلاف فيها يقع في وسيلة الإشارة والإيماء غير أن الإختلاف فيها يقع في وسيلة الإشارة والإيماء وللرمز تصويت خفي باللسان كالهمس، ويكون بتحريك الشفتين بكلام غير مفهوم من غير إبانة بالصوت أي هو الإشارة بالشففتين.

" والرمز في اللغة كل ما أشرت إليه من إشارات سواءً باليد أو بالعين"⁴

¹ محمد جمال. «المعجم الإعلامي». ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان، الأردن، 2006 م، ص07.

² محمد عبد الحميد. «نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير». ط1. عالم الكتب، القاهرة، 1997.

³ صلاح فلاق شرة. «الإتصال علاقات عامة داخل المؤسسة». تكنولوجيا الإتصال المؤسسة، جامعة مستغانم، الجزائر.

⁴ ابن منظور. لسان العرب. ط1. مادة الرمز، بيروت. 1990.

وفي قوله تعالى: " قَالَ رَبِّ اجْعَلْ لِي آيَةً قَالَ آيَتُكَ أَلْ تُكَلِّمُ النَّاسَ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ إِلَّا رَمَزًا «¹ فالرموز يمكن أن تصنف بأنها دلالات أو علامات أو إشارات تمثل الأشياء والموضوعات أو بإختصار كل ما يحل محله.

"الرمز هو الذي يصنع موضوع التفكير، بمعنى أنه يحل محل أو يمثل الشيء المرموز إليه ويحصله متاحًا للحواس"².

إِصْطِلَاحًا:

نستطيع ان نقول أن الرّمز في لغة العرب هو الإشارة وفي كلام العرب ما يدل على أنه: للإشارة طريق من طرق الدلالة فقد يصعب الكلام فيساعده على البيان والإيضاح لأن حسن الإشارة باليد أو الرأس من تمام حسن البيان.³

ويعرف أيضا:

"الرمز والفعل الرمزي لا ينحصر في الدال والمدلول أو الشيء، الرّمز والمرموز إليه وحسب، بل يتطلب عنصرًا ثالثًا مهمًا وهو المؤول أو المفسر أو الشخص الذي يستخدم الرّمز ويقوم بتأويله وشرحه"⁴.

كما يعرف أيضًا: " أنه نوع من التصفية الذهنية وهي الجوهر المركز لمفهوم ما"⁵

¹ القرآن الكريم. سورة آل عمران. الآية 41.

² السيد حافظ الأسود. الأنثروبولوجية الرمزية. ط1. دراسة نقدية مقارنة للإتجاهات الحديثة في فهم الثقافة وتأويلها. منشأة المعارف الإسكندرية، مصر، 2002، ص26.

³ الحافظ، البيان والتبيين. ترجمة: محمد الدين الخطيب، القاهرة، 1332م، ص80.

⁴ الحافظ. نفس المرجع، ص27.

⁵ محمد السعيد فاطمة الزهراء. العناصر الرمزية، القصة القصيرة. ط2. دار النهضة، مصر، 1984م، ص19.

6. الدراسات السابقة:

1.6 الدراسات المحلية:

1.1.6 (بعلي محمد السعيد، الحياة الإجتماعية وأماكن العيش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والإجتماعية، جامعة وهران2، 2017/2018).

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى إرتباط حياة الإنسان وتفاعله وإتصاله مع الآخرين ضمن فضاءات التبادل وأنماط التفاوض والتفاعل الاجتماعي في فضاء تجاري، يجسد ويعطي المشاهد وصور ثقافية محلية ذات أبعاد رمزية مختلفة الأشكال، داخل فضاء السوق الأسبوعي.

بالإضافة إلى رصد كل التغيرات الاجتماعية والتصورات والممارسات والتبادلات التجارية وشبكة العلاقات التفاعلية التي تحدث في مجتمع السوق، إعتد البحث في دراسته الميدانية على إستخدام المنهج الأنثربولوجي ليقوم فترة من الوقت ليدرس البيئة العامة والنظم الاجتماعية وكذلك لدراسة الجماعات والمجتمعات صغيرة الأحجام.

كما إعتد أيضا على الملاحظة بالمشاركة لمعايشة مجتمع البحث الميداني كأدوات منهجية أساسية كأداة لجمع البيانات والمعلومات، بالإضافة لإختياره العينة العشوائية والتي تتكون من 40 مفردة وتضم فئة من البائعون.

وصل الباحث إلى مجموعة من النتائج:

- مظاهر شبكة العلاقات الاجتماعية والتبادلات التجارية تعطي صورة مميزة للسوق على أنه حقل للتفاعل والتعايش الاجتماعي.
- ممارسة السوق الأسبوعي للأدوار والوظائف التي يضمن ويحافظ على بقائها تعطي قيمة للحياة الجماعية رغم التغيرات الاجتماعية.

التعليق:

من خلال إستعراض هذه الدراسة والتي إعتمدنا عليها كدراسة سابقة، يتبين أنه يوجد تشابه في متغير السوق الأسبوعي، كما نلمس أيضا تشابه آخر يتمثل في عينة الدراسة والتي شملت فية والبائعون.

إلا أن هناك إختلاف من حيث أن الدراسة السابقة تناولت الحياة الجماعية والتغيرات التي مست شبكة العلاقات الاجتماعية التي تحدث في السوق، أما دراستنا فقد كانت مركزة على العلاقات الاجتماعية داخل السوق الأسبوعي كمجتمع مصغر.

2.1.6 الدراسة الثانية: محلية:

(ميداني قدور، الخصوصية الاقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق، أطروحة دكتوراه، قسم علم الإجتماع، كلية الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد بوضياف - وهران، 2018-2019)

جاءت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة البنية الاقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق بسيدي الخطاب بولاية غليزان، الذي يعتبر أحد الأسواق الوطنية الكبرى بالإضافة إلى التعرف أيضا على علاقات التبادل التي تتم بين أطراف محلية من داخل الوطن وفاعلين خارج الوطن في إطار نمط العلاقات الاقتصادية إلى جانب معرفة أشكال العلاقات الاجتماعية والممارسات الثقافية من خلال هذه التعاملات داخل الفضاء.

إعتد الباحث في دراسته على إستخدام المنهج الوظيفي البنيوي من خلال رؤيته للسوق الذي يعتبر جزء من الكل والذي يشكل بناءا إجتماعيا له علاقات مع الأجزاء الأخرى.

كما إعتد على أسلوب التحليل التاريخي بهدف الرجوع إلى الماضي لتعقب هذه الظاهرة منذ نشأتها والوقوف على العوامل التي أدت إلى تغييره.

بالإضافة إلى اعتماد على تقنية المقابلة كأداة رئيسية والملاحظة المباشرة كأداة ثانوية وذلك لجمع المعلومات البيانات الشاملة، كما استخدم في بحثه العينة العشوائية والتي تتكون من 100 مفردة وتنتمي إلى فئتي " تجار الجملة والتجزئة".

ومن النتائج التي توصل إليها:

- روابط التعاون والتعارف بين الأفراد في السوق هي أبرز الدلائل على الاندماج الاجتماعي داخل هذا الفضاء.

- عامل الثقافة في السوق هو فعلا الموجه والمحدد الأساسي للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات.

التعقيب:

أظهرت الدراسة والتي إعتدنا عليها كدراسة سابقة على أنه يوجد تشابه على مستوى السوق الأسبوعي كمتغير لكن هناك إختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة التي نحن بصددنا وذلك من حيث:

أن الدراسة السابقة تناولت طبيعة البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسوق، أما دراستنا فكانت متعلقة حول طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل هذا السوق الأسبوعي، أما العينة التابعة للدراسة السابقة فكانت تتمثل في عينة تجار الجملة وتجار التجزئة وأما دراستنا فكانت العينة تشمل " والبائعون".

3.1.6 الدراسات العربية:

(أحمد محمد فاروق احمد، إعادة تأهيل الأسواق التراثية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة القاهرة، مصر، 2015)

أجريت هذه الدراسة لتلقي الضوء على الأسواق التراثية وكيفية الحفاظ عليها مع التطوير، ومعرفة أهم المشاكل التي تواجهها وكيفية معالجة وملائمة هذه الأسواق وحل مشكلاتها بالإضافة إلى إعادة التشغيل والتأهيل والإستفادة الوظيفية والإقتصادية منها:

إعتمد الباحث في دراسته على إستخدام المناهج التالية (المنهج التحليلي والمنهج الوصفي والمنهج التطبيقي) وذلك من أجل تحقيق أهداف الدراسة التالية:

- إستخلاص المعايير الدولية لإعادة تأهيل الأسواق التراثية بعمل مقارنة تحليلية وبين عدة نماذج دولية مختلفة.

- وضع مقترح لإعادة تأهيل أحد الأسواق التراثية المحلية بمصر في ضوء تلك المعايير بما يحقق لمثل هذه الأسواق سبل الإستدامة ومواكبة متطلبات العصر.

أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

➤ معظم عمليات إعادة توظيف وتأهيل الأسواق التراثية التي تتم في دول العالم المتخلفة تحافظ على المعطيات الأصلية للمبني القائم.

➤ المعالجة الإجهادية لشاغلي الأسواق التراثية هي من منطلق إعتبارت إقتصادية بحة وتؤدي غالبا لمزيد من التدهور المادي والقيمي للسوق.

➤ إن جميع الأسواق التي يمكن إعتبارها بالأسواق التراثية لابد أن تتوافر بما بها عدة مقومات تاريخية وإقتصادية وثقافية.

➤ تلعب الأسواق التراثية دورا مميذا في قراءة ورصد القيم التراثية والإنسانية الثابتة التي تتميز بها هذه المنطقة.

➤ يتم إسناد عمليات إعادة التوظيف لفريق العمل متعدد التخصصات يقوده المعماري وهو المسؤول عن تنسيق الأعمال لضمان تحقيق البرنامج التنفيذي للتصميم المقترح.

التعليق:

أظهرت هذه الدراسة والتي إعتمدنا عليها كدراسة سابقة، على وجود تشابه على مستوى متغير السوق الأسبوعي التراثي إلا أن ذلك لم يمنع من وجود إختلاف بين الدراستين: حيث تناولت هذه الدراسة السوق الأسبوعي من الجانب الشكلي والهيكلي الخارجي للسوق.

أما دراستنا فكانت متمحورة داخل السوق الأسبوعي من خلال العلاقات والتفاعلات الإجتماعية بين التجار.

4.1.6 (خالد حسين أغليلب وعليم محمد اليتيم ومحمد مخزوم الشحومي، التحليل المكاني للأسواق الأسبوعية، مجلة كلية الاداب، العدد 15، جامعة مصراتة، يونيو 2020)

جاءت هذه الدراسة حول التحليل المكاني والجغرافي للأسواق الدورية الأسبوعية الدورية (زليتين)، مع الوقوف على واقع هذه الأسواق من حيث توزيعها وتنوع مستوى الخدمة التي تقدمها لروادها، بالإضافة إلى التعرف على الدور الإقليمي الذي تلعبه هذه الأسواق على منطقتها.

إعتمد هذا البحث على المنهج التحليلي الكمي، من خلال تحليل بيانات إستمارة الدراسة على العينة العشوائية المختارة في مجتمع الدراسة، إعتمد الباحث على أداة الإستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات وتحليلها إذا تم توزيعه على المترددين على الأسواق الأسبوعية لبلدية زليتين مثلت 5% من مجتمع الدراسة لتغطية البيانات المتعلقة بالموضوع البحث.

أهم النتائج:

- تتوع هذه الأسواق الاسبوعية من حيث أيام، إنعقادها وهي موزعة على مدار أيام الأسبوع وكذلك من حيث المساحة التي تشغلها هذه الأسواق ومن حيث الكثافة ونشاط الحركة التجارية داخلها بالإضافة إلى أصناف البضائع المعروضة فيها.
- يمثل سوق الثلاثاء الواقع في محل آزبو الشمالية أهم الأسواق الدورية الأسبوعية في منطقة الدراسة من حيث كثافة ونشاط الحركة التجارية وتتنوع البضائع المعروضة وحجم المترددين عليها من داخل وخارج البلدية.

- أظهرت هذه الدراسة أن معظم الباعة المترددين على الأسواق الدورية الأسبوعية داخل بلدية زليتين من سكان المنطقة إذ تصل نسبتهم إلى 75% من مجموع الباعة المتجولين.
- أوضحت الدراسة أيضا أن السيارة الخاصة هي الوسيلة الأكثر إستخداما في رحلة التسوق للمترددين على الأسواق الأسبوعية.

التعليق:

من خلال إستعراضنا لهذه الدراسة والتي إعتمدنا عليها كدراسة سابقة تبين لنا أنه يوجد تشابه من حي متغير السوق الأسبوعي كما أنه يوجد تشابه من حيث المترددين على هذا السوق والذي شمل فئة التجار.

لكن يوجد إختلاف من حيث أن هذه الدراسة تناولت الدور الإقليمي والمكاني الذي تلعبه هذه الأسواق الأسبوعية خلال إقامتها بالإضافة إلى مستوى الخدمة التي تقدمها إلى روادها. إلا أن دراستنا كانت مركزة على واقع العلاقات الإجتماعية بين المترددين من تجاوز زبائن داخل السوق الأسبوعي.

الدراسات السابقة الأجنبية:

الدراسة الأولى: كارين جريجول، الأسواق الأسبوعية: عامل أساسي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في السنغال - سوق نديوم.

Karine Grijol, Les marchés hebdomadaires : un facteur essentiel du développement économique et social au Sénégal.

L'exemple du marché de Ndioum, Les Cahiers d'Outre-Mer,

Université Paris IV–Sorbonne, Année 1996, N° 49. pp. 297–316

وبعد مسح سريع لنشأة الأسواق الأسبوعية في وادي نهر السنغال، يتم تقديم وصف للأكشاك والتجار المتجولين، والحياة الاجتماعية التي نشأت حولهم، ومصادر ووسائل جمع وإمداد السوق. سوق نديوم، إن دور طريق الحصباء الجديد، الذي لا يمكن غمره بالمياه، والذي يمتد بموازاة النهر، هو المسؤول عن التطور الاجتماعي والاقتصادي للمنطقة - فهو يقرب السكان من بعضهم البعض ويصلح عدة أماكن، لقد تم إثبات تكامل نديوم وسوقها في مخطط المراكز الرئيسية "في كريستالر ولوسل".

إن تنوع الاحتياجات وزيادة عدد المستهلكين وزيادة جاذبية سكان البلد يفسر انتشار السوق على مدار الأسبوع. وفي نديوم، أدى ذلك إلى تعزيز النواة التجارية والحرفية الدائمة، والتي ستجد نفسها قريباً معوقاً بسبب وجود هذا التجمع الأسبوعي الكبير. وربما يتم تفكيك المنشآت، أو حتى الطرد من السوق. سيحافظ المركز بعد ذلك على أعماله النبيلة، تلك التي تعتبر ضرورية للحياة الحضرية ويرفض على الأطراف سوق الأشياء غير الضرورية، ومبيعات المواد الغذائية الشعبية بأسعار منخفضة، والبائعين العرضيين. تعتبر طبقة أصحاب المتاجر الحضرية بشكل عام هي الأكثر نشاطاً في صد مؤسسات أرض المعارض، وفي سوق نديوم، تتوسع هذه الفئة من التجار.

إن الأسواق، وهي مؤسسة حية، راسخة بقوة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية لمزارعي الوادي السفلي لنهر السنغال، لا تزال في مهدها، محكوم عليها بمستقبل واعد، سوق نديوم، إذا استمر في الاستفادة من الديناميكية الاقتصادية التي توفرها له مشاريع زراعة الأرز المختلفة المقامة حوله، سيتم تجهيزه ببنية تحتية متينة تساعد على استقرار تجارته. ومع وجود متاجر دائمة وسوق دائمة وطريق يربطها ببقية السنغال، ستمكن نديوم أخيراً من استبدال اسم قرينتها باسمه، أكثر طموحا المدينة، ولكن دعونا نترك نديوم وأحلامه

بالعظمة هناك لنستنتج أن السوق الريفية السنغالية، باعتبارها الوريث المباشر لسوق أفريقيا القديمة، تحمل إمكانات عديدة. فهو مكان للالتقاء والحوار بامتياز، فهو يعزز الاتصالات والتعاون بين المجموعات العرقية، وبالتالي، يعد اختلاطهم داخل العالم الريفي نفسه ". ومن خلال التجمع المتعدد الأعراق في السوق، "سيصبح الفلاحون أكثر وعياً بأنهم جزء من الأمة السنغالية وأنهم سوف يستعدون، بشكل عفوي وحر، لاندماجهم في كيان إقليمي ووطني."

الدراسة الثانية: جيل سان بول: "الصلابة كنموذج اجتماعي سياسي للعلاقات الاجتماعية بفضل صلابة السوق"، عضو في مؤتمر الجمعية الكندية للعلوم الاقتصادية، أوتاوا، 14-16 مايو 2014"

Gilles Saint-Paul : "La rigidité comme paradigme socio-politique—Les relations sociales favorisent la rigidité du marché", À paraître dans, Congrès de la Société Canadienne de Sciences économique, Ottawa, 14-16 mai 2014.

يستنكر العديد من المحللين لجمود المجتمع الفرنسي، ويشيرون إلى التنظيم المفرط للسوق الذي يؤثر على عدة قطاعات مثل سوق العمل أو الإسكان، وتتنضح أوجه الجمود هذه من خلال قرارات سياسية مختلفة تتعلق بتشريعات حماية العمالة وتتميز بمؤشر مرتفع على سيطرة الدولة على الاقتصاد. على الرغم من أن لها عواقب سلبية على الاقتصاد، إلا أن الرأي العام ليس في صالح هذه التدخلات وبشكل عام فإن موقف السكان الفرنسيين تجاه اقتصاد السوق سلبي بشكل خاص.

في هذا المقال يقترح جيل سان بول نموذجًا يحل تفضيل المواطنين لسوق أكثر أو أقل مرونة اعتمادًا على وزن شبكتهم العلائقية، في بلد تؤدي فيه جمود السوق إلى التقنين، يتم دفع الأفراد إلى تطوير الشبكات الاجتماعية (بمعنى الشبكات العلائقية أو رأس المال

الاجتماعي) التي تلعب دورًا مهمًا في الوصول إلى الموارد من خلال تسهيل الوصول إلى المعاملات. يشير رأس المال الاجتماعي إلى جميع علاقات الفرد والأسرة والأصدقاء والزملاء والمعارف التي يمكن أن يستمد منها الموارد المالية أو غير الملموسة مثل الوصول إلى المعلومات.

ويرى المؤلف أنه بمثابة معاش سنوي يسمح للأفراد بالاستفادة من المزايا الكامنة في السوق المقننة، إذا كان الأفراد أكثر أو أقل "شعبية" ولديهم موهبة أكثر أو أقل لزيادة حجم شبكتهم الاجتماعية، فإن حقيقة وجودهم في مجتمع جامد يمكن أن تؤدي إلى ظهور مجموعة اجتماعية تستفيد من الجمود، بفضل علاقاتها المميزة، وتتجلى هذه الظاهرة عندما يتم إصدار فاتورة للسلعة بسعر أقل مما يخصصه لها السوق المرن، كما نرى في حالة تخصيص السكن الاجتماعي أو حتى أماكن الحضانة، فضلا عن الشبكة العنقودية، التي السماح بامتياز الوصول إلى هذا النوع من السلع دون دفع سعر السوق. من السوق.

وبالتالي فإن هذا الدخل سيسمح لهذه الطبقة المتوسطة بالارتقاء بفضل الاختلالات الوظيفية في السوق والتي يغذيها الاستثمار المفرط من قبل وكلاء القطاع الخاص في هذه الشبكات، على سبيل المثال، يقيد العمال حركتهم خوفا من فقدان رأس المال الاجتماعي المتراكم في منطقة جغرافية ما، إذا كانت مجموعة المصالح هذه عديدة بما فيه الكفاية، فإن المجتمع الصارم يديم نفسه على الرغم من أن المجتمع الأكثر مرونة من شأنه أن يخدم المصلحة الجماعية.

التعقيب على الدراسة:

ما ميز هذه الدراسة هو توضيح أهمية الأسواق الأسبوعية والدور الأساسي الذي تلعبه وهذا من خلال التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع السنغالي إضافة إلى ما تقدمه من إحتياجات للمستهلكين، ما جعلها تدخل في مخطط المراكز الرئيسية في

كريستالروولوسل، هذا ما يؤكد على مكانة السوق نوديوم ودورها الفعال في الوادي السفلي لنهر السنغال.

أهم النتائج الدراسة:

- أن السوق الريفية السنيغالية هو السوق الوريث المباشر لسوق إفريقيا القديمة.
- يعتبر سوق نوديم مكان للإلتقاء والحوار بإمتياز.
- يعتبر سوق نوديم مكان للتعاون بين المجموعات العرقية.
- يعتبر مكان لدمج مختلف الأعراق من أجل توحيدهم في كتاب إقليمي ووطني.

التعليق:

من خلال إستعراضنا لهذه الدراسة والتي إعتدنا عليها كدراسة سابقة يتضح لنا انه يوجد تشابه من حيث متغير السوق، كما يوجد تشابه من حيث عينة الدراسة والمتمثلة في التجار أيضا.

لكن الإختلاف يكمن بأن هذه الدراسة تناولت أهمية السوق من حيث التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المجتمع السنغالي.
اما دراستنا فتمحور حول واقع العلاقات الاجتماعية داخل السوق.

7. النظريات السوسولوجية:

1. النظرية البنائية الوظيفية:

بما أنه لا يخلو أي بحث أو دراسة علمية وبالأخص الدراسات السوسولوجية على التطرق إلى المدخل النظري وذلك من خلال إبراز النظرية المعمول بها في الدراسة، وهذا لما تتضمنه في حد ذاتها من مفاهيم ودلالات علمية حول الموضوع الذي يتم إختياره. فبناءً على ذلك ومن خلال دراستنا التي تتمحور حول موضوع الأسواق الأسبوعية، رأينا بأن هذه النظرية البنائية الوظيفية هي النظرية الأقرب والأنسب على غرار باقي النظريات الأخرى. حيث كان توظيفها من خلال التطرق لبعض المفاهيم المرتبطة بالعناصر الأساسية التي تخص موضوعنا، وعلى سبيل الذكر نجد هذا في "صياغة الإشكالية" وكذلك في "شرح وتحليل نتائج الدراسة".

يرى الباحث " نصر الدين العياضي" أن أصحاب المدرسة البنائية ينطلقون من المسالمة القائلة بأن كل شيء ممثل وكل تمثيل هو بناء ويرون أن الطابع البنائي للواقع والعالم هو الشرط الأساسي للمعرفة.¹

حيث أن هذه النظرية ترى بأن المجتمع عبارة عن بناء متكامل الوظائف وأن هذا البناء يتكون من مجموعة الأنساق الفرعية، ولكل نسق وظيفة يقوم بها، فوظيفة كل نسق تكون في نفس الوقت مكملة لوظيفة النسق الآخر، وهذا ما يعطي إنسجام وترابط وتكامل بين كل الأنساق الأخرى، مما يؤدي ذلك على بقاء واستمرار النسق الإجتماعي أو النسق الكلي.²

هذا ما يمكن إعتباره بأن السوق الأسبوعي لمدينة تيارت هو أيضا بناء مكون من أجزاء مختلفة الوظائف وهذا من حيث المبيعات والمشتريات، إذ نجد فيه جزء مخصص

¹ عائشة ناتيا صغير. "تمثلات حرية التعبير والتدوين الإلكتروني في الجزائر". أطروحة الدكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2022، ص 40.

² أحمد زايد. "علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية والنقدية". ط 1، نضمة مصر للطباعة والنشر، مصر، 2006، ص ص 111-112.

لبيع الخضر والفواكه وجزء مخصص لبيع الملابس وجزء آخر مخصص لبيع الأواني وغيرها من الأجزاء الأخرى المتعددة الوظائف.

وبالتالي تكون هذه الأجزاء في حالة تبادل وظيفي حيث أن كل جزء هو مكمل للجزء الأخر مما يساعد ذلك على تكامل وبناء السوق الأسبوعي.

مفهوم البنائية الوظيفية:

تستند البنائية الوظيفية إلى مفهومي:

البناء " structure "، والوظيفة - " Fonction ".

في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها وفي تحليلها للظواهر الاجتماعية، وترابط الوظائف المتولدة من ذلك.

فيشير مفهوم البناء إلى الجزء أو العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء اجتماعي.

أمّا: مفهوم الوظيفة: فهو الدور والإسهام الذي يقدمه كل جزء ضمن البناء الكلي.¹ إذ نجد مفهوم الوظيفة في علم الاجتماع مرتبطة بالدور والمهنة والمكانة وهذا ما أشار إليه "ماكس فيبر".

كما ترى البنائية الوظيفية أيضا أن:

- التركيز على تحليل العلاقات القائمة بين العناصر والأجزاء المكونة للبناء الاجتماعي.
- استخدام مفهومي البناء والوظيفة، بحيث تتكامل الأجزاء مع الكل من منطلق أن الكل مركب من أجزاء وكل جزء يؤدي وظيفة منوطة به، وهذه الوظائف في إتساق وتكامل ما يحقق توازن النظام الاجتماعي وإستقراره وبقائه.²

¹ منال أبو الحسن. "أساسيات علم الاجتماع العلمي". النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر الجامعات، القاهرة، 2007، ص55.

² محمد غربي. "النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية". مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 18:

(أكتوبر 2010): ص185.

حيث تقدم النظرية البنائية الوظيفية مجموعة من المفاهيم الرئيسية تشرح وتفسر فيها تحليل الظاهرة الإجتماعية والتي تتمثل فيما يلي:

1. **البناء الإجتماعي:** يشير إلى مجموع العلاقات الإجتماعية المترابطة والمتساندة بين الأفراد ويتميز بخصائص أهمها التحديد أي إمكانية تحديد العناصر الداخلية والمكونة للنسق.
2. **النسق الإجتماعي:** يتكون المجتمع من أجزاء لها أدوار ووظائف بشكل منظم وليس عشوائي، يجب أن تقوم بأدوارها في إطار الكل المتسق، وكل جزء يجب أن يقوم بدوره حتى لا يحدث الخلل الوظيفي الكلي.
3. **الوظيفة الاجتماعية:** هي مجمل النشاطات التي يقوم بها الفرد أو الجماعة أو أي بنية جزئية في المجتمع والمرتبطة بمكانته ودوره ضمن النظام الإجتماعي.
4. **التوازن الاجتماعي:** يعتبر كعامل رئيسي يساعد المجتمع على أداء وظائفه واستمراره، ويتحقق الإنسجام بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية يحيطها جميعاً برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعته وهي ذات طابع إلزامي كقواعد الضبط والتنظيم.¹

أهم المبادئ التي تركز عليها النظرية البنائية الوظيفية:

- ترى النظرية البنائية الوظيفية أن هناك مبادئ أساسية متكاملة حيث أن كل مبدأ يكمل المبدأ الآخر وهذه المبادئ هي على النحو الآتي:
1. يتكون المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء ووحدات مختلفة بعضها على بعض وعلى الرغم من إختلافها إلى أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة وحدتها مع الأخرى.

¹ محمد غربي، مرجع سابق، مجلة التمكين الإجتماعي، العدد 162، 2019، ص 169-171.

2. المجتمع أو الجماعة أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلاً بنويًا وظيفيًا إلى أجزاء وعناصر أولية ولكل منها وظائفها الأساسية.¹
3. إن الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو المجتمع أو الظاهرة الاجتماعية إنما هي أجزاء متكاملة، فكل جزء يكمل الجزء الآخر وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء الأخرى لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء وبالتالي يحدث ما يسمى بعملية التغير الاجتماعي.
4. إن كل جزء من أجزاء المجتمع أو النسق له وظائف بنيوية نابعة من طبيعة الأجزاء. وهذه الوظائف مختلفة نتيجة إختلاف الأجزاء أو الوحدات التركيبية وعلى الرغم من إختلاف الوظائف فإن هناك درجة من التكامل بينها.
5. لوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة إنما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات المؤسسات الأخرها، والحاجات التي تشبعها المؤسسات، قد تكون حاجات أساسية أو حاجات اجتماعية أو حاجات روحية.
6. الوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو وظائف بناءة أو هدامة.
7. وجود نظام قيمي أو معياري تسيير البني الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله، فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه، كما يحدد أساليب اتصاله وتفاعله مع الآخرين.
- بناءً على المبادئ التي تركز عليها هذه النظرية يمكن إدراج السوق الأسبوعي لمدينة تيارت والتفاعلات التي تحدث داخله ضمن العناصر المكونة للبناء الاجتماعي.
- وهذا ما يعطي أيضًا القدرة والفعالية الكاملة على خلق مجموعة من العلاقات الاجتماعية المتباينة من خلال الأدوار التي يقوم بها التجار داخل هذا الفضاء، إضافة إلى إشباع حاجيات الأفراد المختلفة وهذا ما يمكن معرفته عن الآثار المترتبة من تلك التفاعلات.

¹ عذراء صليوا رفو. "مبادئ علم الاجتماع". المحاضرة السادسة، كلية الأدب، الجامعة المستنصرية.

ولقد عرف "بارسونز" النسق الإجتماعي على أنه "مجموعة من التجار الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض ويكونون من خلاله شبكة من العلاقات الاجتماعية بينهم".
كما أن هذه العلاقات الاجتماعية الناتجة عن التفاعلات تحكمها مجموعة من العناصر هي :

- التعاملات المتبادلة بين التجار تجعل كل منهم يضع على اعتباره سلوك الآخر.
- التعاون والتضامن الذي يحكم التفاعل يحدد شكل التساند بين التجار مما يؤدي إلى خلق مختلف العلاقات الموجودة داخل السوق .
- يعتبر التاجر جزء مهم في بناء هذا النسقا لذا يجب عليه الاهتمام بمختلف علاقاته المتبادلة مع الآخرين داخل هذا الفضاء.¹

مفهوم نظرية التفاعلية الرمزية:

تعتبر التفاعلية الرمزية من المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في التحليل الأنساق الاجتماعية بمعنى انها تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل للفهم النسق الاجتماعي، فافعال الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الادوار، ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من خلال توقعات البشر بعضهم تجاه بعض من حيث المعاني والرموز.
تعرف على انها عملية تفاعل إجتماعي التي يكون الفرد على علاقة وإتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم، يتم استخدامها لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أوضاع مجتمعه.
يأخذ مفهوم التفاعل الرمزي صورة تواصل إجتماعي يقوم على تبادل تفاعلي للرموز والدلالات والمعاني بالطريقة التي يتأثر بها الفرد، ويؤثر في عقول الآخرين وتصوراتهم، فهي تركز على تفاعل إجتماعي بإعتباره إطار منهجي في تناول الظواهر الاجتماعية، فالرموز والمعاني والتصورات والدلالات والكلمات تشكل في مجموعها أدوات التفاعل

¹ الحسن، إحسان محمد. "النظريات الاجتماعية المتقدمة". ط1. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 1990. ص ص 159-161.

الاجتماعي، كما تشكل في الوقت نفسه موضوع البحث والدراسة والتقضي في مجال النشاط السوسولوجي لتفاعلية الرمزية.

يعرف هيربرت بلومر: التفاعل الرمزي بأنه صيغة فريدة للتفاعل الاجتماعي بين الافراد في المجتمع، والأفراد في سياق تفاعلهم يفسرون أفعالهم، ويؤولونها تأسيساً على المعنى الذي يصبغونه عليها، ومن الواضح ان التفاعل الرمزي يشكل أرومة التفاعل الاجتماعي ومضمونه، وهو نمط من التفاعل الذي يتحقق بالوسائط الرمزية التي تمكن الأفراد من تحقيق التواصل الاجتماعي في معترك الحياة الاجتماعية، الذي ينتهي بتحقيق التكامل والتفاعل والاندماج الاجتماعي.¹

ترجع جذور هذا المنظور إلى السلوكية الاجتماعية التي تركز على السلوك كوحدة أساسية للتحليل ضمن ثلاث قضايا إنسانية إجتماعية كبرى هي: طبيعة الإنسان-الواقع الاجتماعي-طبيعة المجتمع.

ومن أهم فرضيات التي يمكن أن يطرحها هذا المنظور:²

- تربط التفاعلية الرمزية بين الحياة الداخلية أو النفسية للفرد، وبين طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه وما يحتويه من لغة ورموز وحضارة.
- تركز التفاعلية الرمزية على أهمية اللغة في التفاعل الرمزي، كما تؤكد على دور المعاني والدلالات التي تأخذ صبغة لغوية في عملية التفاعل، ويتميز التفاعل الرمزي بأنه تفاعل مستمر ومتغير.
- يتفاعل الناس بينهم فيما بينهم على أساس المعاني التي يضعونها على الأشياء، والرموز التي تحيط بهم.
- إن معاني الأشياء تولد في معترك التفاعل الرمزي الاجتماعي الذي يحكم علاقته بالآخرين والأشياء.

¹ ألان كولون، معجم العلوم الإنسانية، ط1، ترجمة مروان بطش، الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2012، ص21.

² علي أسعد وطفة، التفاعلية الرمزية بنية ومفهوما وإشكالية، شبكة النبا المعلوماتية، كلية التربية، جامعة الكويت، 2022، ص27.

- النظر إلى المجتمع بوصفه نظاماً من الأفراد والدلالات والرموز والمعاني والإشارات والإيماءات التي تشكل مجموع تفاعلاتها بنية المجتمع ونسيجه الحيوي.
- فالمجتمع وفق التفاعلية الرمزية بوتقة يتفاعل فيها الأفراد فيما بينهم وبين الوسط الي يحتضنهم، وهو المدار الذي تتفاعل فيه الذوات الإنسانية والإطار الذي يتدفق بالدلالات الاجتماعية تلك الدلالات والرموز والمعاني التي يسبغها الأفراد على عالمهم الاجتماعي الذي يعيشون فيه، وإذا كان الفعل الإنساني ينتج الرموز ويبدع المعاني ويستقطب الدلالات فإن أصحاً هذا الإتجاه يميزون بين نمطين من الأفعال الإنسانية:

* أحدهما إنساني إجتماعي متشعب بالدلالة.

* والأخر عفوي يقع خارج المعاني، ويفتقر إلى الدلالات.

مبادئ النظرية التفاعلية الرمزية:

تعتقد النظرية التفاعلية الرمزية بان الحياة الاجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ماهي إلا شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع.

فالحياة الاجتماعية يمكن فهمها واستيعابها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين الأفراد ومن أهم المبادئ التي تتبناها النظرية حول محددات عملية التفاعل الرمزي كون المجتمع ينشأ ويتمتع ويستمر وجوده في توصيل الرموز الدالة على الأفراد.

- إن الإنسان ينشأ الرموز الدالة التي يتعلمها في الإتصال بإعتبارها عاملاً هاماً في العملية الإتصالية.

- يتم التعبير عن النظام الاجتماعي من خلال نظام التسلسل الذي يضيف الأفراد إلى طبقات إجتماعية.

- إن النظام الاجتماعي يمثل دائماً حل عملية القبول أو الشك أو رفض المبادئ التي تعتقد أنها تضمن النظام.

- أن الرموز تؤثر على الدوافع الاجتماعية عندما تتحدد الأشكال.

- تحليل المواقف والأحداث المختلفة من خلال معالجة ذاتية للمعاني التي يقوم الأشخاص بفرضها على الأحدا والسلوكيات من حولهم.

- تهتم التفاعلية الرمزية أساساً بطرق تشكيل المعاني أثناء عملية التفاعل.¹

بناءً على هذه المبادئ نرى بأن التفاعلية الرمزية تستند إلى مجموعة من المفاهيم الأساسية وهي:

الرموز والمعنى: أن النوع الإنساني فقط هو الذي سرعان ما يحول تعبيرات الوجه أو الإشارات إلى رموز وأصوات تتطوي على معنى وتكتسب الرموز أهميتها وتصبح ذلت دلالة.

التوقعات والسلوك: إن المجتمع هو في نهاية الأمر كمية أو حجم معين من التفاعلات التي تجرى بين أعضائه ويتم تنظيم السلوك داخل الجماعات بين بعضهم البعض وتنسيقه من خلال التوقعات.

الأدوار والتفاعل: يؤدي المجتمع مهامه ويستمر في البقاء بسبب قدرة الناس على استخدام السلوك الرمزي ويستمر المجتمع على أداء مهامه في البقاء بسبب التنشئة الاجتماعية للناس حتى يصبحوا قادرين على مواجهة التوقعات، ومن ثم فالأفراد يستجدون متطلبات أداء الأدوار ويتطلع كل منهم إلى إنجاز الأدوار المتوقعة منهم.²

وهو ما يبرزه لنا السوق الأسبوعي لمدينة تيارت من خلال الكلمات التي يتداولها التجار فيما بينهم أو من خلال عرضهم للسلع وتكون مصحوبة بإشارات أو رموز يفهمها

¹ فرانسوا دورتيه، معجم العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة: جورج كتورة، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص248.

² محمودة العودة، أسس علم الاجتماع، درار النهضة العربية للطباعة النشر، بيروت، ص98.

القليل يدل ذلك على عملية الإتصال والتواصل بين التجار وهو ما يعطي صورة عن واقع العلاقات داخل هذا الفضاء.

الفصل الثاني

"الإطار النظري"

تمهيد

المبحث الأول: "ماهية العلاقات الإجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية" -
بمدينة تيارت-

1. نشأة العلاقات الإجتماعية
2. أنواع العلاقات الإجتماعية
3. مستويات العلاقات الإجتماعية
4. أهمية العلاقات الإجتماعية.
5. العوامل المتحركة في العلاقات الإجتماعية.

المبحث الثاني: "ماهية الأسواق الأسبوعية"

1. نشأة الأسواق الأسبوعية.
- نبذة تاريخية عن منطقة تيارت وكيفية بداية السوق بها
2. أهمية الأسواق الأسبوعية.
3. المراحل التاريخية للأسواق الأسبوعية في الجزائر.
- أ. قبل الفترة الإستعمارية.
- ب. خلال الفترة الإستعمارية الإستقلال.
- ت. بعد الإستقلال.
4. الحياة الجماعية داخل الأسواق الأسبوعية من المنظور.
- أ. الإجتماعي.
- ب. الإقتصادي.
- ت. الثقافي.
- ث. السياسي.

تمهيد

أينما يعيش الناس فإنهم يوجدون في جماعات وكل سلوكياتنا اليومية تتوجه في الأصل نحو الآخرين الذين تكون لنا معهم علاقات إجتماعية. لذلك فالحياة الاجتماعية تنشأ من التفاعل بين الأفراد ويتم الإتصال بينهم، تتكون الجماعات البشرية ويتشكل المجتمع البشري، ويعتبر العديد من علماء الاجتماع أن العلاقات الاجتماعية المحور الأساسي في دراسات علم الاجتماع، ويحاولون دراسة المجتمع من خلال دراستهم لها وكذلك أنماط التفاعل الاجتماعي، وبما أن الأفراد لا يعيشون منعزلين عن بعضهم بل يتصلون ببعضهم بوسائل متعددة مما يجعلهم يؤثرون ويتأثرون ببعضهم ومن ذلك تنشأ العلاقة الاجتماعية.

1. نشأة العلاقات الاجتماعية:

تم تناول موضوع نشأة العلاقات الاجتماعية بشكل واسع من قبل العلماء، وتتنوع الآراء والمفاهيم المتعلقة به، فمن بعض العلماء والكتب يركزون على أنواع العلاقات الإيجابية والسلبية مثل التجاذب والتنافر، في حين يقسم البعض الآخر العلاقات إلى أولية في الجماعات الأولية وثانوية في المجتمعات الكبيرة.

فالآراء تختلف بسبب إهتمامات ومداخل كل فرد، ولكن العديد من الباحثين يؤكدون على طبيعة الإنسان الاجتماعية، حيث يعتمد الإنسان على الآخرين في حياته، وبالتالي يجب عليه العيش في بيئة إجتماعية مع الآخرين وبناء علاقات إجتماعية معهم.

ولقد أرجح البعض تكون العلاقات الاجتماعية إلى "إنفاق المشارب والميول والصفات ورأي الآخرين، أن هذه العلاقات تتكون على أساس التكامل بمعنى أن الإنسان يميل إلى تكوين علاقة إجتماعية مع شخص فيه من الصفات والخصائص ما يكمل بها صفاته وخصائصه فالفرد الذي يحتاج إلى الأمومة يربط نفسه بشخص آخر تتوفر فيه هذه الأمومة، والشخص الضعيف يجب ان يربط نفسه بالقوي".¹

إذ تعتبر العلاقات الاجتماعية أساس الحياة الاجتماعية، لأن حدوث هذه العلاقات صفة أولية من صفات التجمع البشري، فالعلاقات الاجتماعية إذن عبارة عن نواة أساسية في حياة الأفراد الاجتماعية.

ويمكن لهذه العلاقات الاجتماعية أساس الحياة الاجتماعية، لأن حدوث هذه العلاقات صفة أولية من صفات التجمع البشري، فالعلاقات الاجتماعية إذن عبارة عن نواة أساسية في حياة الأفراد الاجتماعية.

¹ رابع بن عيسى، إنعكاسات نحو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011، نقلا عن: فهمي سليم غزوي، المدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 158.

ويمكن لهذه العلاقات أن تتجاوز عناصر أخرى كما بينها بعض العلماء فمثلا صالح الشبكشي يرى في نشأة العلاقات الاجتماعية أساسين هامين في الإنسان هما الغذاء ثم إستغلال الطاقة التي تتولد عن هذا الغذاء، وغذاء الإنسان معقد ولا يقتصر على العناصر المادية كالطعام والراب والهواء، وإنما يتعدده إلى عناصر أخرى معنوية مثل: الدين، الحب، العطف، الثقافة والفنون وغيرها.

ومهما يكون من أمر هذه الإتجاهات المختلفة في تفسير أسباب نشأة وتكوين العلاقات الاجتماعية، فإنها تعتمد على أساس أن الإنسان إجتماعي يعيش في جماعات يتبادل معها الأخذ والعطاء¹.

وعموما فإن العلاقات الاجتماعية لا تخرج عن النمطين التاليين:

العلاقات الاجتماعية الثانوية:

وتسود داخل الجماعات الثانوية، وهي تلك الجماعات التي تتسم بكونها ضعف العلاقات الشخصية المباشرة وسيادة العلاقات الرسمية والتعاقدية، كالعلاقات التي تحكم المؤسسات والجمعيات وغيرها، ومن الملاحظ أن العلاقات الثانوية عند شارلز كولي هي العلاقات الرسمية التي تنشأ بين الرئيس والمرؤوس في إطار العمل الرسمي، بحيث تكون علاقات لا شخصية قائمة على القيام بمهام وأدوار وظيفية رسمية تنتهي بمجرد تحقيق أهداف معين².

العلاقات الاجتماعية الأولية:

هي علاقة تنشأ مباشرة عن طريق الإتصال المباشر بين عدد محدود بين الأفراد، أو هي عبارة عن العلاقة بين أفراد الجماعة الأولية كجماعة الأصدقاء والعائلة، وغالبا ما

¹ راجع بن عيسى: إنعكاسات محو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-

2011، نقلا عن: أحمد كمال أحمد: قرارات في علم الاجتماع، مكتبة الجانحي، القاهرة، ص 115.

² فنيش وسيم: واقع العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، 2015-2016. نقلا

عن: خالد حامد: مدخل إلى علم الاجتماع، جسر للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2008، ص 35.

تكون قوية ومتماسكة، ويغلب عليها الطابع غير رسمي تسود هذه العلاقات داخل الجماعات الصغيرة وهي الجماعات الموجهة، ويؤكد تشارلز كولي أنها توجد في الجماعات الأولية التي يجد الفرد نفسه فيها يتفاعل مع غيره بحب وإحترام متبادل، وتكون بداخله درجة الغفناق أكبر درجة إذا ما قورنت بالجماعات الأخرى، حيث يلبي الفرد داخلها حاجاته النفسية، والإجتماعية والروحية كما أن هذه العلاقات الأولية توجد عندما يزوب الفرد في الكل.

وبالتالي يصبح التركيز على عبارة (نحن) وليس على عبارة (أنا)، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على قوة الإلتناء إلى الجماعة والإرتباط بها والولاء لها، والفرد من خلالها يجد نفسه جزءا لا يتجزأ من تلك الجماعة.¹

أنواع العلاقات الإجتماعية:

1. علاقات إجتماعية طويلة الأجل وقصيرة الأمد:

أ. علاقات إجتماعية طويلة الأجل:

هي نموذج التفاعل المتبادل الذي يستمر لفترة معينة من الزمن، تؤدي إلى ظهور مجموعة توقعات إجتماعية ثابتة وتعتبر علاقة الدور المتبادل بين الزوج والزوجة من العلاقات الإجتماعية طويلة الأجل.²

* ويمكن لهذه العلاقات أن تستمر وأن تتماسك مع بعضها البعض بالإحكام والثبات ويكون فيها الدور متبادل بين الطرفين.

¹ أحمد هداجي: التحضر وأثره في تغيير العلاقات الاجتماعية، جامعة احمد دراية، أدرار، 2022-2023، نقلا عن: محمد نبيل توفيق السمالوطي: المنهج الإسلامي في دراسة علم الاجتماع الإسلامي، ط 4، دار الشروق، الرياض، السعودية، 2006، ص 229.

² بن سهيل مفيدة وبن حمدان سمية: أثر الإتصال التنظيمي على العلاقات الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2016-2017، نقلا عن: جابر عوض السيد: تكنولوجيا العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص 144.

ب. علاقات إجتماعية قصيرة الأمد:

هي نموذج التفاعل المتبادل الذي لا يستمر إلا فترة قصيرة من الزمن، كما هو الحال بالنسبة إلى قائد السيارة الذي يريد إقناع رجل الشرطة بأنه لم يكن مخطأ.¹ وهذه العلاقات لا تستمر لفترة طويلة وإنما تكون نسبية ويمكن لأي عامل أن يؤثر عليها ويعرقل حركتها وإستمرارها لهذه تكون العلاقة المتبادلة بين الطرفين نسبية وقصيرة الأمد.

ج. العلاقات الإجتماعية المباشرة وغير مباشرة:

إن تواجد العلاقات الاجتماعية بين الناس لا يعني بالضرورة دخولهم في مواجهة مباشرة سوية، وإنما يمكن أن تتم هذه العلاقات بطريقة غير مباشرة، بشكل المؤسسات التنظيمية العامة التي تشمل المجتمع ككل.

وبالتالي فإن الواجبات المتبادلة تتم بدون اللجوء إلى الإحساس الذاتي بالواجب نحو الطرق الأخرى، وأيضاً بدون أن يكون الهدف هو الحفاظ على إستمرارية على هذه العلاقة، وإنما يتم في إطار المؤسسات التنظيمية العامة.²

د. العلاقات الاجتماعية الداخلية والخارجية:

وتتمثل العلاقات الاجتماعية الداخلية في علاقات الأعضاء داخل الجماعة والعواطف التي بينهم وتتمثل العلاقات الخارجية في علاقات الجماعة مع البيئة المحيطة بها.³

* ويمكن لهذ العلاقات الاجتماعية أن تجعل الجماعة مترابطة مع بعضها البعض في إطار البيئة التي يعيشون فيها عن طريق العواطف والتبادلات التي تحدث بينهم.

4. العلاقات الاجتماعية الإيجابية والسلبية:

¹ جابر عوض السيد: المرجع السابق.

² المرجع السابق، ص 147.

³ جابر عوض السيد: المرجع السابق، ص 147.

العلاقات الاجتماعية الإيجابية تؤدي إلى الاتفاق أو الإجماع، وهذا النوع من العلاقات يساهم في تماسك ووحدة وتكامل المجتمع.¹

ويضمن إستمرارية وترابط العلاقات بين كل أفراد المجتمع حتى يحافظ على الوحدة الاجتماعية.

بينما العلاقات الاجتماعية السلبية هي التي تؤدي إلى عدم الإتفاق وعدم الإجماع، وهذا النوع من العلاقات يساهم في عدم التماسك والتفكك في المجتمع، ومن أمثلتها: التنافس والصراع.²

* ويمكن لمثل هذه العلاقات أن تؤدي إلى توجيه البنية الاجتماعية إلى الخراب والزوال وإلى الإنحطاط في كل المستويات وعدم التماسك والتفكك في المجتمع.

وفقا لإحسان محمد حسن يمكن وصف العلاقات الاجتماعية التي تحدث على مستوى الأفراد والجماعات الصغيرة والمنظمات الاجتماعية الوظيفية بعده أنواع وأشكال متنوعة وهي كالتالي:

- العلاقات الاجتماعية العمودية:

هي إتصال او تفاعل يقع بين شخصين يحتلان مراكز متباينة من حيث الجاه، السمعة، والمكانة كالإتصال بين الطبيب والمريض..

ولأن الطبيب يحتل مراكز أعلى من المركز الاجتماعي الذي يحتله المريض ونفس الشيء بالنسبة للطبيب والمرضة، فهي علاقة عمودية لأن الطبيب يحتل موقعا وظيفيا اعلى من الموقع الوظيفي الذي تحتله الممرضة.

¹ المرجع السابق، ص 153.

² المرجع نفسه، ص 154.

- العلاقات الاجتماعية الأفقية:

هي الإتصال أو التفاعل الذي يقع بين شخصين أو أكثر يتساوون في المكانة والمنزلة الاجتماعية كالإتصال بين الطبيب والطبيب أو الإتصال بين المريض والمريض...

وهكذا تكون العلاقة افقية لأن كلا الشخصين المتفاعلين يحتلان مراكز متكافئة ومتساوية في الجاه والمنزلة والترف الاجتماعي وتتسم العلاقة الأفقية بالديمقراطية والحرية والشفافية وغالبا ما تنتهي هذه العلاقة بالفعالية والقوة عكس العمودية التي تنتهي بضعف العلاقة وإنقطاعها.¹

* وهذه العلاقات يمكن القول أنها متعكسة أو مختلفة مع بعضها البعض فواحدة من المراكز والمنزلة وطبيعة العمل والأخرى من حيث المستويات والمكافئات.

- العلاقات الاجتماعية الرسمية:

وهي العلاقات التي تحدد أساسها ومفاهيمها القوانين والإجراءات الرسمية (النظام الداخلي)، الخاص بالمؤسسة.

لكن العلاقات الاجتماعية الرسمية في المؤسسة تتأثر بثلاث عوامل أساسية هي:

- طبيعة الأدوار الوظيفية للعاملين داخل المؤسسة.
- القنوات الرسمية لإتصالات بين مراكز وأقسام المؤسسة.
- ميول وإتجاهات ومصالح وظروف الإدارة للعمال.²

¹ شاشوة نورة، نظام الإتصال والعلاقات الاجتماعية المهنية التنظيمات الإستشفائية، جامعة العقيد آكلي، محند أولحاج، البويرة، 2011-2012، نقلا عن: إحسان محمد حسن، علم الاجتماع الطبي، دراسة تحليلية في طب المجتمع، وائل للنشر، ط 1، 2008، ص ص 82-83.

² فنيش وسيم، واقع العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، 2015-2016. نقلا عن: إحسان محمد حسن، علم الاجتماع الصناعي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2005، ص 91.

فمثلا العلاقة بين العامل والمشرف أو بين المشرف ورئيس لقسم، أو بين رئيس القسم والمدير العام، تخضع للإتصالات الصاعدة والنازلة أما العلاقة بين عامل وآخر مثلا تخضع للإتصال الأفقي.

وهذه العلاقة تسمى بالعلاقات الرسمية الرأسية أو العمودية، أما العلاقات الرسمية الأفقية فهي الإتصالات بين شخصين أو أكثر يحتلون مراكز وظيفية متكافئة وهي تخضع لقانون الرسمي بالمؤسسة ويلزم طرفي العلاقة بالإلتزام بها، اما العلاقات الرسمية العمودية فهي كما أوردنا سابقا تتمثل في العلاقة بين المسيرين والعمال، مدير المؤسسة ونائبه مثلا¹.

* ولهذا يلجأ العمال في المؤسسات بتكوين علاقات غير رسمية حتى تلعب دورا في تلبية إحتياجات العمال الاجتماعية والنفسية التي قد لا تكون متاحة بشكل كافي من خلال الهياكل الرسمية، وغالبا ما تساهم هذه العلاقات في بناء الروح الجماعية وتعزيز الإلتزام الجماعي.

- العلاقات الاجتماعية غير رسمية:

هي العلاقات التي تقع بين أعضاء المؤسسة ولا ينظمها إطار قانوني رسمي بل تنظمها وتحكمها غالبا القيم والعادات والتقاليد وميولات وإتجاهات ومصالح الأفراد الذي يكونون ويدخلون في إطارها وهي ليست ثابتة بل تتغير بفعل العوامل الاجتماعية التي تحدث بالمجتمع.²

¹ فنيش وسيم، واقع العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، 2015-2016، نقلا عن: سليم العمودي: علم اجتماع الصناعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2006، ص 101.

² أحمد هداجي: التحضر وأثره في تغيير العلاقات الاجتماعية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022-2023، نقلا عن: إحسان محمد حسن: موسوعة علم الاجتماع، ط 3، الدار العربية للموسوعات، بيروت، لبنان، 2006، ص 409.

3. مستويات العلاقات الاجتماعية:

العلاقات الاجتماعية تشكل جزءاً أساسياً من حياة الإنسان، وتتطور هذه العلاقات مع مرور الوقت وتغير ظروف الحياة.

إن مستويات العلاقات الاجتماعية حسب دور الفرد في الجماعة وسلوك الأفراد إتجاه بعضهم البعض، وأبرز هذه المستويات:

علاقة الأبناء بالأباء: وتجسدها بوضوح علاقة الطفل بأمه.

علاقات زوجية: تقوم على التجاوب والتكامل والإنجاب.

علاقة تجارية: في مناشط الحياة بيعة وشراء.

علاقة إجتماعية داخلية: تتم بإتصال الفرد بالمجتمع العام الكبير عن طريق جماعته الصغرى، أسرة، مدرسة، نقابة.

علاقات دولية: تتم بين المجتمعات الدولية الكبرى عن طريق إتصال رسمي سياسي، أو عن طريق الندوات والمؤتمرات والمسابقات العالمية أو الدولية.

علاقات إدارية: في نظام التشابك الإداري.¹

والأساس في هذه العلاقات الاجتماعية هو تبادل للتأثير والتأثر ويعد التبادل بهذا المعنى أعلى مستويات التبادل الاجتماعي، حيث تتطور العلاقات في مستويات متتابعة ومن أهمها ما يلي:

العلاقات المتوازنة: يتوازن في هذا السياق وجود (أ) مع وجود (ب)، ويجمع بينهما موقف واحد، حيث يتحدث (أ) إلى (ب)، وهذا الآخر لا ينصت إليه، وكذلك الحال بالنسبة لـ (ب)، حيث يتحدثان في نفس الوقت ولا ينصت الواحد إلى الآخر.²

¹ بن سهيل مفيدة وبن حمدان سمية: أثر الإتصال التنظيمي على العلاقات الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2016-2017، نقلا عن: جابر عوض السيد: تكنولوجيا العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص 149.

² سامية معاوية: الثقافة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008-2009، نقلا عن: فؤاد باهي السيد وسعيد عبد الرحمان: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1999، ص 149.

العلاقات بين الفرد والجماعة:

الفرد يؤثر بالجماعة ويتأثر بها، ويختلف دور الفرد في تأثيره تبعاً لكونه عضواً بالجماعة.

فالفرد ليس عضواً في الجماعة ولذا لا يقيم بينه وبين كل فرد من الجماعة الثنائية علاقات متبادلة لأن معنى وجود علاقات إجتماعية هو تكوين جماعات ثنائية أخرى بين: (أ) و(ب)، وبين (أ) و(ج).

وهذا يعني عضوية الفرد (أ)، في الجماعة التي تصبح بعضويته جماعة ثلاثية، والجماعة الثلاثية هي جماعات مكونة من ثلاث أفراد والتي تقوم بينهم علاقات متبادلة.¹ * وبما أن العلاقات الاجتماعية هي التي تقوم عليها تفاعلات الفرد والجماعة فإنها تمثل الصرح الذي يساهم في الاتفاق والتماسك للمجتمع.

- العلاقات المتبادلة غير المتناسقة:

وفيها يوجد فردان في مكان محدد وزمان معين، وتعتمد إستجابات أحدهما على سلوك الآخر، يجوز العكس كما يحدث في مقابلة البحث الاجتماعي لفرد في عينة البحث الاجتماعي الميداني.²

- العلاقات المتبادلة وفيها يوجد فردان بمكان محدد وزمان معين، وتتكون علاقات إجتماعية بينهما وهي علاقات تأثير وتأثر، كعلاقة المعلم بالمتعلم، فسلوك المتعلم يعتمد على إستجابة المعلم والعكس صحيح، وهناك من يقول أنها العلاقات الاجتماعية الحقيقية التي تعكس مفهوم التفاعل الاجتماعي.³

¹ سامية معاوية: الثقافة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008-2009، نقلا عن: عبد الرحمن محمد عيسوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 1995، ص 409.

² سلاطنية كريمة: التفاعل الاجتماعي في ظل الأزمات "جائحة كورونا نموذجاً"، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، 2020-2021، نقلا عن: حلمي خضر ساري: ثقافة الانترنت، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 97.

³ سلاطنية كريمة: التفاعل الاجتماعي في ظل الأزمات "جائحة كورونا نموذجاً"، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، 2020-2021، نقلا عن: فؤاد البهي السيد، الأسس النفسية للنمو من الطفولة إلى الشيخوخة، ط 2، دار النشر الفكر العربي، مصر، 1988، ص 21.

4. أهمية العلاقات الاجتماعية:

- يلخص ماركن أولسن أهمية العلاقات الاجتماعية في خمس نقاط أساسية:
- يسعى الفرد على خلق علاقات مع الآخرين لأنها تشبع رغبات النفس وحدودها حتى يشعر بالمتعة والسعادة.
- عن العلاقات الاجتماعية تمتد الأفراد بالأساس الاجتماعي والذي بدوره من الإهتمامات المشتركة بين الجماعات.

المعتقدات: فالدين يطالب الفرد بالتعاون شريطة أن يكون إيجابيا.

القوة: وتتمثل في حاجة الأفراد على القوة باعتبارها عملية إيجابية ضابطة لسلوك الأفراد، وذلك لسيادة علاقات إجتماعية سوية.

الإعتماد المتبادل: إن الحياة الاجتماعية تقوم على مبدأ تبادل مجموعة من العمليات لتتنشأ العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من أجل تحقيق تنظيم إجتماعي.¹

* للعلاقات الاجتماعية أهمية كبيرة في حياة الفرد والجماعة إذ تسعى إلى تحقيق مبدأ التكامل والتبادل بين الأفراد داخل المجتمع.

إن العلاقات الاجتماعية تضطلع بأهمية بالغة سواء في حياة الفرد كفرد، أو المجتمع أيا كان حجم هذا المجتمع وهي في الأخير محصلة لعديد من العوامل المتبلورة، منها ما يتعلق بالفرد نفسه وبطبيعته التي تنزع نحو الاجتماعية، ومنا ما يتعلق بمكونات المجتمع من دين وثقافة وغيرها.²

¹ بن سهيل مفيدة وبن حمدان سمية: أثر الإتصال التنظيمي على العلاقات الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2016-2017، نقلا عن: جابر عوض السيد: تكنولوجيا العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص 146.

² رابح بن عيسى إنعكاسات محور الامية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2012، نقلا عن: عبد الحميد محمد الهاشمي، المرشد في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 85.

5. العوامل المتحكمة في العلاقات الاجتماعية:

تنشأ بين الأفراد علاقات إجتماعية وهذه الأخيرة تتقدم فيها عدة عوامل ومنها:

القيم والمعايير:

تنشأ العلاقات الرسمية والغير رسمية داخل المؤسسة وفق قيم ومعايير معينة يضعها أطراف العلاقة وتساهم في تنظيم سلوكهم وتحديد أدوارهم الوظيفية والإجتماعية والتنسيق بينها، حيث تظهر مجموعة من القواعد الموجهة للسلوك تبين الثواب والعقاب للإمتثال أو الخروج عن هذه القواعد والقيم والمشاركة بين الأفراد والجماعات الرسمية والغير رسمية.

حيث أن إحترام القيم والمعايير المشتركة يؤدي إلى بناء علاقات إجتماعية متماسكة ومتكاملة تساهم في تقوية هذه العلاقة وإستمرارها، وتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها، فلا يمكن أن تكون علاقة بين فردي أو أكثر دون وجود معايير وقيم مشتركة تنظم العلاقة بين أطرافها وتحدد سلوكيات أفرادها وفق الأهداف المسطرة.¹

¹ فنيش وسيم، واقع العلاقات الاجتماعية داخل مؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة محمد صديق بن يحيى، جيجل، 2015-2016، نقلا عن: محمد عبد المولى القدس: علم الاجتماع الصناعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2005، ص 145.

خلاصة:

يعتبر مجال العلاقات الإجتماعية من أهم المجالات التي تأثرت بشكل مباشر سواء على مستوى العام أو على مستوى علاقات الأفراد فيما بينهم، ويمكن القول أن ما يتحكم في العلاقات الاجتماعية هي شخصيات الفرد ومجموعة الخبرات والثقافات الخاصة به التي تكون مكتسبة من الحياة الاجتماعية حسب طبيعتها وذلك من خلال درجة التقدم العلمي الذي شمل هذه المجتمعات وانعكاساتها سواء الإيجابية منها أو السلبية، ومختلف التأثيرات التي تملئها هذه الأخيرة على المجتمع وكيف تبت مختلف المعايير الثقافية في كل مجتمع وكيفية إستغلال كل فرد ذلك حسب طبيعة ثقافته وخبراته وأراءه وأفكاره وإستغلالها الإستغلال الأمثل في تكوين العلاقات الاجتماعية إذا كانت إيجابية والعكس صحيح إذا كانت سلبية.

وأيضاً الأفراد لا يستطيعون العيش في معزل عن الحياة الاجتماعية، لذلك قطيعة المجتمع تفرض تكامل مختلف التفاعلات، والإتصالات التي وجودها يظهر بشكل تلقائي لأجل سيرورة الحياة الاجتماعية وإنشاء مختلف العلاقات الاجتماعية التي تتعدد وتختلف حسب طبيعة الحياة الاجتماعية.

المبحث الثاني: ماهية الأسواق الأسبوعية.

تعتبر الأسواق أحد الخلايا المهمة والمكونة للهيكـل الحضري للمدينة، إذ تعكس جانباً مهماً من جوانب الحياة الاجتماعية فهي ترتبط بشكل مباشر بحياة الأفراد والمجتمع على حد سواء .

بالإضافة لما تضيفه من قيم اقتصادية واجتماعية وثقافية وغيرها كما تعد أحد وسائل الجذب والإستثمار، والجدير بالذكر أنها تمثل موروثاً ثقافياً محلياً وحضارياً يعطي صورة على أهل المدينة.

وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا المبحث ونحاول أن نسلط الضوء على عدة عناصر تتعلق بعوامل نشأة هذه الأسواق الأسبوعية وما هي أهميتها مع المراحل التاريخية التي مرت بها وغيرها من العناصر الأخرى.

عوامل نشأة الأسواق الأسبوعية:

تتشابك العوامل التي تقف وراء نشأة الأسواق موسمية كانت أو دائمة ولكن تتفق في عامل طرق المواصلات التجارية الذي شكل دوماً عنصراً مهماً وأساسياً، من عناصر إزدهار التجارة ونشوء الأسواق في مرحلة ثانية.

حيث أن الحالة التجارية في السابق كان يغلب عليها طابع الإستقرار ومبنية على أساس التبادل السلعي بين سلع من مكان ومكان آخر، فقد كان هؤلاء يختلفون في بلاد الشام والحجاز والعراق في الجاهلية، وكان أكثر ما يحملون من بضائع ك (الزيت -والدّمرك) دقيق القمح الأبيض، يحملونها من الشام إلى الحجاز والعراق، ويرجعون بالتمر والأدم وغيرها من المحاصيل.

كانوا يشاركون القوافل العربية في كافة ما تحمله معها من تجارات و يقيمون لأنفسهم أسواقا في البلاد العربية ذاتها.¹

* تعطينا هذه الصورة التاريخية المصغرة فكرة موجزة عن الحالة التجارية التي كانت قائمة في بيئة جغرافية (جزيرة العرب- بلاد الشام- بلاد العراق) على اعتبارها بيئة قريبة من المعطى التاريخي الثقافي لبيئتنا المحلية.

* وهذا ما يمكننا من التعرف على بعض العوامل التي ساهمت في نشوء هذه الأسواق مركزين على عاملين مهمين هما: "الموقع الإستراتيجي - طرق المواصلات"

أ- الموقع الإستراتيجي:

غالبا ما شكل نقطة بداية أي حاضرة والتي تنعكس على التطور الاقتصاد المبني أساسا على فضاءات التبادل التجاري والإقتصادي.

ب- طرق المواصلات:

شكلت دائما أحد العناصر المهمة في تطور أي بناء حضاري أو نمو إقتصادي.² أما فيما يخص الشمال الإفريقي فيمكن إستنتاج وجود أسواق أسبوعية وأخرى موسمية في شكل معارض كبرى، رغم قلة الوثائق التي تلقي الضوء على التجارة الداخلية في المدن وخاصة الأرياف النوميديّة، ولعل تلك التجارة الداخلية هي التي لعبت دورا هاما في ازدهار العاصمة "سرتا" ذاتها لأنها ملتقى سلع الشمال بسلع الجنوب، إذ أن الأسواق التي تحمل أسماء الأيام التي تقام فيها في أيامنا هذه هي إمتداد لذلك النظام القديم ويكون الكثير من تلك الأسواق قد تحول إلى قرى.

¹ بعلي محمد سعيد. «الحياة الجماعية وأماكن التعايش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأوراق الأسبوعية». أطروحة دكتوراه

جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 21.

² المرجع نفسه، 2018، ص 22.

فقد كانت تنشأ المدن والقرى عند ملتقى طرق التجارة، وتمثل الأسواق مركز النشاط التجاري بصوره ومراحله المختلفة التي إنعكست إنعكاسًا مباشرًا على نمطية الأسواق وأنواعها، فالأسواق الموسمية أو السنوية خير مثال عليها:

كسوق الخريف بـ "تكوت" - "باتنة": الذي ظل يقام إلى عهد قريب وأغلب المدن النوميديّة كانت أماكن تقام فيها أسواق مثل: "ماكو"، "ماداس" بلقرب" من أم بواقي.¹

* من خلال ذلك يتضح لنا أن تاريخ هذه الأسواق يعود إلى زمن بعيد حيث شكلت عبر الزمن مفترق طرق تجاري من جهة، في حين تحول في مراحل لاحقة إلى تجمع ديمغرافي على شكل مدن وقرى من جهة أخرى وهو ما أرجع بين التجار في السوق الأسبوعي لمدينة -تيارت- ما جعله بعدًا رمزي موروث من ثقافة الأجداد والقيم التقليدية. فمن المعروف تاريخيًا أن تجارة القوافل كانت لها طرقة خاصة بها وهي التي كانت وراء ظهور الحواضر لاحقًا، فقبل دخول الإستعمار الفرنسي إلى الصحراء الجزائرية، فإن دور التجارة المحلية في المدينة كان أقل أهمية من دور تجارة القوافل التي تعتمد على التواصل مكاني طويل المسافة، فخطوط تجارة القوافل من الشمال إلى الجنوب والعكس هي التي ساهمت في ظهور الأسواق الجهوية والمحلية والتي لم تكن في السابق سوى حلقات ربط بين نقاط تجارية ومراكز متباعدة جدا.

يشير "كليفورد جيتز" في دراسته حول سوق "سفرو" حيث يقول: تحولت "سفرو" إلى سوق جهوي وإلى مكان يلتقي فيه الناس قبائل وجهات مختلفة، تجار من جهات وقبائل أخرى يمتنون هذه الحرفة الوضع لم يكن على هذه الحال دائما عبر التاريخ.²

¹ بشير ضيف. «القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية». شهادة الماجستير. جامعة غرداية، الجزائر، 2013م، ص 65.

² بعلي محمد سعيد. «الحياة الجماعية وأماكن التعايش الاجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية». أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، الجزائر، 2018، ص 22.

نبذة تاريخية عن منطقة تيارت وكيفية بداية السوق بها:

تعتبر منطقة تيارت ذات عمق تاريخي، تعود إلى إلى فجر التاريخ، فقد أكدت الحفريات على وجود الإنسان بها، الذي مارس الرعي والصيد والزراعة، كما عرفت وصول الرومان إليها.

إشتهرت بعدد هائل من الاطلال مثل: عين دزاريت، عين القصور، وخرجة بن سارة، ورأس فج الله، الرمشية والتي هي بقايا لتجمعات سكانية أو قرى، تدل على وجود الإستعمار الروماني بها السنوات (428-533) ق.م.

لقد حظيت منطقة تيارت بتجمع وتمركز البربر في جبال لواتيه وتاجوين، كما صارت بعدها مركزا لدولة عرفت بالدولة الرسمتية وكان ذلك ما بين (776-908م) وكانت مقرا لقبائل صحراوية وغيرها.

كما حظيت تيهرت بإهتمام الرحالة الجغرافين وهذا راجع لموقعها الملائم، فقد كونتها عناصر بدوية حيث بنيت على المنحدرات الجنوبية للتلال الجزائري في السفح الجنوبي لجبل غزول وعلى الطريق المؤدي إلى أسفل وادي شلف ماجعلها تقاطعا لخطوط مواصلات من الجنوب إلى الشمال ومن الشرق إلى الغرب.

يشير اليعقوبي إلى قصر الطريق بينها وبين سجماسة بوابة تجارة الذهب عبر الصحراء، مما جعل المدينة "سوقا" وجعل أهلها يشاركون في التجارة.

فكانت ثورة هذا الإقليم وتجارته سببا في جذب الناس إلى تيهرت من فارس ومن عرب إفريقيا ومن جهات مختلفة من بلاد البربر ومن قبائل زناتة بتونس والمغرب الأوسط. فلقد ترددت هذا القبائل كثيرا على أسواق هذا الإقليم مما جعلها تزدهر بعامل التجارة.¹

¹ شمس الدين أبو عبد الله المقديسي، أحسن التقاسيم في معرفة الأقاليم، ط2، مطبعة بريل ليدن، 1906، ص228.

أهمية الأسواق الأسبوعية:

تعد الأسواق معلما للتراث وذاكرة للوطن، حيث لا يمكن إختصارها في النشاط التجاري فقط بل ترتبط أيضا بالقيم والمبادئ التي توارثها الأبناء عن الآباء كبارا عن الكبار، وتذكر بالمواقف والأحداث الكبرى لسنوات الرجال الذين تركوا بصمات واضحة في هذه الأسواق.

كما أن للأسواق الأسبوعية أهمية كبيرة داخل المدينة يمكن توضيحه فيمايلي:

- الأسواق الأسبوعية أكسبت المدن الصبغة التاريخية والوظيفة المميزة، حيث تعتبر من البؤر التاريخية التي تسجل فترات محددة من مراحل المدينة.
- الأسواق الأسبوعية أهمية متميزة في قراءة ورصد بعض القيم التراثية والإنسانية الثابتة التي تتميز بها المنطقة والتعبير عنها من خلال المردود المرئي للقيم التراثية والإنسانية بصفة عامة.
- تعتبر الأسواق الأسبوعية من أنجح أساليب التسوق وأكثرها متعة وجذبا فهي مرآة الأحداث التاريخية حيث أنها تعكس روح المجتمع كله بعاداته وتقاليده وتشعر الزائر بالألفة أو النفور منها.¹
- للأسواق الأسبوعية أهمية إقتصادية وإجتماعية كبرى من حيث أن العوامل والأنشطة الإقتصادية هي مقياس النمو والتطور الحضري في أي مجتمع حضري أو ريفي.
- لها أثر بالغ في إحداث الترابط والتماسك بين أبناء المنطقة الواحدة وذلك من خلال ترويج وتبادل تجارتهم وتوثيق أواصر العلاقة بينهم.

¹ أحمد فاروق محمد أحمد. "إعادة تأهيل الأسواق التراثية" دراسة تحليلية راسلة مجيستر، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، جمهورية مصر، 2015،

- يقول "TouBig" بأن الأسواق الشعبية تعكس العادات والتقاليد والثقافة المحلية وتقوم على الحفاظ التراث الثقافي وتعزيزه، حيث تعد مكانا للتواصل الاجتماعي وتبادل الثقافات وبناء علاقات إجتماعية وتجارية.¹

- للأسواق الأسبوعية أهمية ملحوظة في الكثير من القرى فهي عبارة عن تجمعات دورية يجد فيها الفلاحون والرعاة والحرفيون منافذ تجارية لتسويق منتجاتهم الزراعية والرعية والحرفية وبيّتاعون من حاجاتهم الشخصية والمنزلية والحقلية.

- لا تقتصر الأسواق الشعبية على كونها مكاناً تباع فيه أغراض قديمة يصعب إيجادها في البلاد، فهي تعكس صورة شعب وتحكي قصصاً عن تراث البلاد وأسرارها في كل زاوية منها.²

* ومن هذا المنطلق تزداد أهمية السوق الأسبوعي لمدينة تيارت على وجه الخصوص حيث أصبح قبلة للكثير من التجار من جميع النواحي وكذلك لما تتميز به المنطقة بتاريخها الحافل في مجال الزراعة والرعي وتربية الخيول والمواشي وصلاحيه أراضيها الخصبة في زراعة القمح، حيث إحتلت المراتب الأولى وطنيا، ومن ثم التسوق والتواصل الإجتماعي المباشرة بين أبناء منطقة تيارت هذا ما جعلها تعمل في السنوات الأخيرة على تقديم خدمات بهدف الحفاظ على هذا الموروث الثقافي.

المراحل التاريخية للأسواق الأسبوعية في الجزائر:

لقد عرفت الجزائر عبر تاريخها الطويل تطورات على شتى الأصعدة، منها الصعيد الاقتصادي والذي تقتصر فيه على تقديم صورة عامة عن دور الأسواق في حياة المجتمعات التي تعاقبت على الجزائر، حيث تؤكد الشواهد التاريخية والوقائع الحالية أن هذه الأسواق لعبت دورا مهما في ترسيخ قيم الهوية للمجتمع الجزائري في الماضي والحاضر حيث أنها

¹ د. عبد اللام مفتاح محمد العجيلي. «الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة»، دراسة في الجغرافية الإقتصادية، مجلة العلوم الإنسامية والإجتماعية». عدد 09، جوان 2020، ص 84.

² ياسر بن يوسف. «الأسواق الشعبية تقاوم الإندثار». مجلة البلاد. العدد 10، (5 سبتمبر 2020): 26.

واكبت كل الفترات التاريخية الثلاثة، كما أن كل مرحلة من المراحل التاريخية تحظى بمكانة كبيرة ومهمة للمجتمع الجزائري.

ومنها:

الأسواق الأسبوعية في الجزائر قبل فترة الإستعمار الفرنسي:

- في العصر العثماني:

أصبحت الجزائر تابعة للإمبراطورية العثمانية في أواخر القرن (14م) حكمها مجموعة من البايات تحت السلطة المركزية للأناضول في إسطنبول لكن تلك السيطرة كانت نسبية ولم تشمل جميع الربوع بدليل ان المناطق الريفية والجبلية كانت دائما ترفض الخضوع لهذه السلطة، كما كان حالها في جميع العصور، حيث إستمرت فترة الحكم العثماني حوالي 3 قرون، قبل دخول الإستعمار الفرنسي سنة 1832.¹

نظام فرص الضريبة المطبق في السوق الأسبوعي هو نظام عثماني الأصل، وكان يطلق عليه نظام "الإلتزام" لغرض ضريبة غير مباشرة، حيث يكون حق دفع الضريبة لصاحب السوق "القومارقي" أو ما يعرف ب"شيخ البلد" وقد يتولى هذه السلطة شخص واحد يدعى شيخ البلد كما كان عليه الحال في الحواضر والمدن الجزائرية أثناء العهد العثماني. تمتد صلاحية هذا الشخص بمراقبة كل الحرف والبضائع حيث سانه في عمله شخص يدعى "شواش".

كما يذكر حمدان خوجة: "بأنه وجدت في مدينة الجزائر جماعة مساندة لشيخ البلد تدعى مجلس بلدي ومن المحتمل أنها كانت ممثلة من أعيان المدينة وأمناء الجماعة الحرفية ودورها كان إستشاري".

¹ بعلي محمد سعيد. "الحياة الجماعية وأماكن التعايش الاجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية". أطروحة دكتوراه

بعدها ألغى الحكومة العثمانية العمل بهذا النظام في بعض المناطق خلال إصلاحاتها التي بشارتها خلال القرن (19م) بعد ارتفاع أصوات تضررت من الجزية والضرائب.¹

للإشارة فإن شيخ البلد كان يمثل تقريبا مع نوع الإستثناء شخصية "المحتسب" الذي نجد له حضورا متميزا في أدبيات التاريخ الإجتماع والإقتصادي في الحضارة الإسلامية. تعززت سلطة حضور "المحتسب" واتسعت صلاحيته في الدولة الإسلامية بوجود الأسواق.

إن السوق بما يتضمنه من بضائع وأسعار ومعاملات يدخل في دائرة مسؤولية المحتسب، فهو صاحب السوق والمهمة الموكلة له هي مراقبة المكاييل والموازين والنشاط التجاري والحرفي، فعمله ميداني لذلك تراه يجوب الشوارع حيث تقام الأسواق بل إن إحدى المهام المسندة إليه هي تنظيم الأسواق.

وفي هذا الصدد ينفرد مخطوط (قانون أسواق مدينة الجزائر) بالتعرض لتفاصيل صلاحية المحتسب الذي قد يعرف لدى العامة بصاحب السوق أو مول الرحبة إذ أنه يعتبر حق من الشخصيات الإدارية المهمة، وذات المكانة المرموقة فقد ارتبط نشاطه بنظام القضاء والإفتاء خاصة فيما يعرض عليه من شكاوي ومنازعات بين المتعاملين، وهذا ما يتوجب عليه سن القوانين الخاصة إلزام المتعاملون لإحترامها في أسواق الجزائر في الفترة العثمانية. خلال العصر العثماني لم يقتصر القضاء الإقتصادي على الأسواق الأسبوعية فقط وإنما كانت هناك بعض الأسواق الموسمية (الفصلية) التي تنظم خلال المواسم وبالمناسبات معينة، يستغلها الجيش التركي لتحصيل الضرائب على محاصل القمح في مكان غالبا ما

¹ بعلي محمد سعيد، المرجع السابق.

يكون المركز الرئيسي لتجمع مجموعة من القبائل في شكل سوق موسمي قد يدوم عدة أيام كما أشار إليه ذلك. «**Bonniazd** -1934»¹.

إشتهرت الجزائر بعلاقاتها التجارية مع مختاذلف الدول في المغرب الإسلامي وإفريقيا ودول أوروبا، وهذا بفضل موقعها الإستراتيجي باعتبارها بوابة إفريقيا من الجهة الشمالية وتوفرها على طريق بحري يربطها مع دول الضفة الشمالية للبحر المتوسط.

إن المكانة التجارية للجزائر هي واقع ملموس متجسد في وجود موافع تجارية رئيسية حيث: تعد القصبة المركز التجاري الكبير وهي تتألف من أحياء تجارية واقعة وسط مدينة الجزائر، هذه المدينة كانت نقطة عبور للقوافل التجارية القادمة من المغرب وتونس أو الصحراء، ومن نتيجة الحركة التجارية ظهور أسواق متنوعة في شكل أسواق جهوية، حيث أقيمت مثلا في الشوق الجزائري: سوق أولاد عبد النور شلغوم العيد حاليا.

سوق حراكته ← عين البيضاء، سوق سكيكينة عين الفكرون

حيث أن هذه الأسواق تغطي المنطقة الشرقية للجزائر ويمتد تأثيرها ونشاطها إلى الدول المتجاورة بالإضافة إلى السوق العادي.

من الطبيعي أن تكون هذه الأسواق تحمل أسماء الأماكن التي تحتضنها أو أسماء شخصيات لها مكانة في التراتبية الإجتماعية وهو حال بعض الأسواق في العهد التركي، حيث أن هذه الأسواق تعكس التركيبة المعقدة للمجتمعات المحلية آنذاك والغرض من التسمية أو الإنتساب إلى القبيلة هو محاولة إضفاء شرعية على (إنشاء سلطة محلية تتكلف بالحفاظ على النظام داخل السوق) وهذا ما يبرر تعيين شيخ عربي يتولى حل النزاعات بين الناس في حدود جصلاحياته.

¹ بعلي محمد سعيد المرجع السابق ص 26- 27- 28.

وكان الناس يعتمدون على نظام التبادل القائم على طريقة المقايضة والتي تبدو لهم أفضل طريقة لأن النقود الذهبية لم تكن منتشرة بكثرة ولأن المستهلك يفضل الحصول على ما يحتاج إليه مباشرة دون المرور بعملية التحويل المعقدة.¹

الأسواق الأسبوعية خلال فترة الإستعمار الفرنسي:

لقد عملت السلطة الإستعمارية عقب إحتلالها الجزائر على تغيير الواقع الإقتصادي، بما يخدم مخططاتها وقد مس ذلك القطاع التجاري والأسواق على وجه التحديد، التي أعيد تشكيلها وتوزيعها، حيث أصبحت الأسواق الأسبوعية خلال فترة الاستعمار الفرنسي خاضعة لترخيص مسبق من الإدارة العسكرية الفرنسية، مع خضوعها لتحصيل جبائي يقوم به "الباي" أو "القائد" في المنطقة مع أن بعض الأسواق كانت مصدر لتموين الجيش الفرنسي وهذا ما تم إستثناؤها من دفع الضرائب.

ويعد السوق الأسبوعي ركيزة أساسية في الحياة الإقتصادية والإجتماعية للمجتمع المحلي، لذلك تقطنت السلطات الفرنسية إلى أهمية تلك الأسواق كموضع لتجمع الناس يمثل تهديداً للأمن العام والنظام الإستعماري، ما جعلهم يقومون بإنشاء شرطة الأسواق مهمتها منح قرارات وإجازة تأسيس الأسواق الأسبوعية الجديدة وحفظ النظام بي داخلها، وهذا من أجل فهم خبايا المجتمع المحلي.

فكانت هناك دراسات أنثروبولوجية شاملة قام بها كل من الأنثروبولوجيان "هانوتو"، "لتورنو" لمنطقة القبائل، بصفتها دراسات دقيقة عن مجريات السوق وخصائصه الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والدينية.

وبهذا تمكنت الخبرة الإستعمارية التي غدتها الدراسات الأثنوغرافية من ملاحظة عمق التنظيم الإجتماعي والإقتصادي للبلاد، فإستطاعت تحليل قطاعات الإنتاج والتوزيع وتحويلها إلى مواد أولية ومنتجات لفائدة فرنسا.

¹ ميداني قدور، مرجع سابق، ص ص 77-78-79

أشار «Berques» أنه في بداية العقد الأول للاحتلال الفرنسي جربت فرنسا سياسة نمو إقتصادي بإدخالها تقنيات زراعة جديدة وتوسيع مجالها التجاري بالإعتماد على الأسواق الأسبوعية واليومية، لكن أرباح هذا النمو الإقتصاد قسم بطريقة غير عادلة بين العرب والأوروبيين.¹

إهتمت هذه الدراسات الأثنوغرافية بأن هذه الأسواق الأسبوعية أماكن غير عادية، إذ رأت فيها أنها أماكن للإلتقاء تتجذب إليه القبائل إنجذباً لا يمكن مقاومته، كما يعتبر ضروري في حياتهم فهو الملجأ الوحيد الذي يقصده كل الناس من أجل سماع أخبار العائد من السفر وأخبار الغرباء والتعرف على أحوال الأقارب والأصدقاء.

وكذلك الإطلاع على المعلومات والأنباء الجديدة حول الحياة السياسية، حيث يعتبر فرصة لجلب المتواطئين في نسيج شبكة الأحقاد والمؤامرات من جهة ومن جهة أخرى لإسقاط الثأر والإنقام.

وبالتالي حافظت هذه الأسواق على هوية المجتمع الجزائري عن طريق التماسك وتقوية الروابط الإجتماعية، ضد المحاولات الإستعمارية التي أرادت طمس الهوية وزرع بذور التفرقة بين أفراد المجتمع الجزائري، مما أدت إلى عرقلت كل المخططات الإستئنصالية، لذلك فإن فضاء السوق كان يجمع الناس بشكل يسمح لهم بالتواصل مع بعضهم البعض وطرح إنشغالاتهم. وهذا ما يقوله لنا أحد المجاهدين عن السوق:

" كان في السوق تَنَدَارُ فيه حلقات الثَوال يُفَوِّتُ بِهَا الميساج " بمعنى أن السوق كانت تبلغ عبره رسائل سياسية لتوعية الناس بالثورة كما كان مركزاً لتوعية الناس سياسياً، وهذا ما كان يقلق السلطة الإستعمارية التي لم تتوان في مهاجمة مثل هذه الأسواق أو الأماكن بوحشية.

¹ بعلي محمد سعيد. «الحياة الجماعية وأماكن التعايش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية». أطروحة

دكتوراه. جامعة وهران 2، الجزائر، 2018 م، من 29-30-31.

ومن الشواهد التاريخية على إستهداف الأسواق: الهجوم على «سوق ساقية سيدي يوسف» في الحدود بين الجزائر وتونس وذلك بتاريخ 08 فيفري 1958م وهي ذكرى ما زالت يحتفل بها إلى اليوم.¹

ج- الأسواق الأسبوعية في الجزائر بعد الاستقلال:

لقد تحرر المجتمع الجزائري من القيود الإستعمارية، ولكنه ورث وضعاً إقتصادياً وإجتماعياً كارثياً كنتيجة منطقية للإستعمار الإستاناني الطويل وسنوات الحرب المدمرة، مما أنتج مجتمعاً جديداً من سماته الأساسية الفقر والحرمان الإقتصادي والثقافي، ونتيجة لذلك أصبح من الضروري رفع التحدي لإزالة تلك المخلفات التي تركها الإستعمار الفرنسي والتي بدت آثارها جلية في شتى مجالات الحياة.

ولذلك حاولت السلطة الحاكمة تدارك الأوضاع الإقتصادية الصعبة والقيام بإصلاحات لتحقيق ما يسمى بمشروع "التممية الشاملة".

بوضع نظام إقتصادي انتهجت فيه سياسة التخطيط المركزي وتأميم المؤسسات الإنتاجية كما تم أيضا في المجال التجاري تأميم التجارة الخارجية، والمسعى من ذلك هو ضمان التوزيع العادل للسلع ومنع احتكار فئة التجار الكبار للأسواق التي كانت جزء من الإصلاحات الاقتصادية التي إتخذت شكلين هما:

- مؤسسات عمومية: عبارة عن فضاءات مغلقة تختص بتخزين السلع وتوزيعها وتسويقها.
- أسواق مفتوحة (شعبية): وهي في الغالب أسواق أسبوعية يقصدها التجار المتقلبين، تجلب إليها منتوجات الفلاحين، يلتقى فيها متسوقين من الريف والمدينة.²

¹ ميداني قدور. «الخصوصية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق». أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 80-81.

² ميداني قداور. «الخصوصية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق أطروحة وكتم مراه». أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، من 82 - 83.

وبهذا تطورت حركية الأسواق الأسبوعية وأصبحت فضاءات عامرة ونمت من خلالها مداخل ضريبية الأسواق بشكل مذهل وتحولت إلى موارد مالية مهمة للبلديات التي تحتضنها في إقليمها.

يعتقد "ميتشالاك" أن السياسة الحكومية ساهمت في إرتفاع عدد الأسواق الأسبوعية ونمو نشاطها، فالسوق الأسبوعي لم يعد حكراً على الشعبية والريفية فقط وإنما حتى ساكنة الحضارة والمدينة التي أصبحت تسجل حضورها في هذا الفضاء.¹

* وبناء على ما سبق يمكن القول بأنه رغم الظروف التي عاشتها الجزائر خلال المراحل الثلاثة إلى أن الأسواق الأسبوعية في الجزائر إستطاعت أن تواكب الوضع وتتخطى في التغيرات الإقتصادية والإجتماعية. والسياسية مما أدى إلى تحقيق توازن إقتصادي وإجتماعي لسكان. وبالتالي حافظت هذه الأسواق على مكانتها في تلبية الحاجيات المادية للمجتمع المحلي وأثبتت دورها في التواصل والإحتكاك بين الريف والمدينة كالسوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

الحياة الجماعية داخل الأسواق الأسبوعية من منظور الإجتماعي - الإقتصادي - الثقافي - السياسي:

يتغير السوق الأسبوعي إلى مجتمع محلي مصغر مبني على آسس وقواعد أساسية متفق عليها بين التجار مما تعطي صورة منظمة للحياة الإجتماعية تكون مرتبطة بأشكال التفاعل والعلاقات الإجتماعية وذلك من أجل حفظ التوازن والإستقرار حيث تسير هذه الحياة الإجتماعية بين التجار والمستهلكين وغيرهم.

¹ بعلي محمد سعيد ود، الحياة الجماعية وأماكن التعايش الاجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية، أطروحة

دكتوراه جامعة وهران 62 الجزائر، 2018 م، ص 32.

كما تعكس صورة هذا التفاعل مختلف أنماط الحياة الإجتماعية في شتى الجوانب الإجتماعية والإقتصادية والثقافية والسياسية ومن هذا المنطلق سنحاول عرضها وتحليلها كالتالي:

أ- الحياة الجماعية داخل السوق الأسبوعي من المنظور الإجتماعي:

إن التفاعلات القائمة داخل السوق الأسبوعي تتميز بطابع تواصلية تظهر من خلال سلوكيات وممارسات التجار والمستهلكين مما قد تتشكل بينهم علاقات إجتماعية تتحده بطبيعة التفاوض والتواصل الشفوي تعطي لنا مجموعة من الصور الواضحة عن هذه الحياة ومن بين هذه الصور التي يمكن أن نراها في السوق.

* **المناداة على السلع:** تظهر المناداة أو "التعياط" كما تسمى في المجتمع المحلي سمة مميزة تترجم سلوك الممارسات الإجتماعية للبائعين في السوق، والهدف منها هو الترويج والتعريف بالسلعة، وقد تأخذ منحى الحضور الرمزي الذي يعتبر مبدأ أساسى موروث عن العرف.

ومنهم من التجار من يستعمل مكبرات الصوت ما يعرف بـ "البارلور" عوضا عن الصوت الإنساني حيث أصبحت هذه الظاهرة منتشرة لدى العديد من البائعين خصوصا أصحاب "الأعشاب والمستحضرات الطبية أصحاب الأدوية الزراعية - المبيدات الفلاحية"¹. ومن الصور التي نراها أيضا في السوق الأسبوعي القيام ببعض النشاطات الفنية. كتنظيم بعض الممارسات مثل لعبة العصى النابغة من أعماق المجتمع المحلي وهناك مظهر من مظاهر الحياة الجماعية داخل السوق وهو إقامة حلقات حول الغناء التقليدي الذي ينشطها ما يسمى بـ "القول" أو المداح إذ يلتف الناس حوله للمشاهدة و الإستمتاع بعروضه وحكاياته.²

¹ بعلى محمد سعيد. "الحياة الجماعية وأماكن التعايش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية". أطروحة دكتوراه. جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 59.

² ميداني قدور. "دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري". مجلة الفكر المتوسطي. العدد 02، (2021/12/30): ص 279.

إلى جانب ذلك تظهر في السوق الأسبوعي بعض القيم الإجتماعية أو الصفات المتفق يتداولها " الباعة أو التجار " تعكس طبيعة وتراث المجتمع المحلي ترتبط هذه القيم مباشرة بصورة الحياة الجماعية داخل هذا الفضاء مما تشكل بناء إجتماعي متماسك.¹

* هذا ما ينطبق على السوق الأسبوعي لمدينة تيارت وما نراه من خلال طريقة عرض السلع وبيعها من طرف التجار إلى جانب مظاهر أخرى كبناء الخيم التي تباع فيها المأكولات السريعة أو الخيم المعروفة ببيع "قهوة الدار" مما تعقد في هذه الخيم عمليات البيع والشراء - عمليات التفاوض - حل النزاعات حتى الشخصية منها. حساب الأموال".

(ب) : الحياة الجماعية داخل السوق الأسبوعي من المنظور الإقتصادي:

تتجلى مظاهر الحياة الإقتصادية داخل السوق الأسبوعي من خلال مجموعة من العمليات كتسويق المنتجات المحلية أو الأجنبية مع تداول كل السلع المتنوعة ومن مناطق مختلفة. كما تتم فيه عمليات التبادل والتفاوض والتوزيع من خلال التواصل التجاري المباشر للبايع، وهذا ما يعطي معنى إقتصادي للسوق.

إذ تشكل الحياة الإقتصادية في السوق من حيث بنية ووظائف الأنشطة التجارية والبضائع المعروضة للبيع بطريقة تأخذ طابع الفوضى المنظمة فالمجال في السوق مقسم ومنظم حسب طبيعة كل نشاط بدون ملاحظة الإنسجام عام وتماهي عرض السلع والبضائع. ومن أبرز السمات المميزة لعمليات التبادل التجاري والعملية التسويقية التي تتم في فضاء السوق الأسبوعي أنها تشكل أجزاء متداخلة ومتكاملة مع بعضها البعض تشكل في مجموعها نسق إقتصادي.²

* وهذا ما يعرضه لنا السوق الأسبوعي لمدينة تيارت عن الحياة الإقتصادية داخله وعن كيفية عرض الباعة لسلعتهم والتي تختلف من تاجر إلى آخر فمنهم من يعرض

¹ بعلي محمد سعيد. "الحياة الجماعية وأماكن التعايش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية". أطروحة

دكتوراه. جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 72.

² المرجع نفسه، ص 75-76-105.

السلعة في الشاحنات المختلفة، ومنهم من يعرض سلعته فوق الطاولات ومنهم يفترشها على حصيرة فوق الأرض إضافة إلى طريقة البيع الخاصة بكل تاجر وكيفية تعامله مع الزبائن، فمنهم من التجار من يصعد فوق السيارات ويقوم بعملية "التعايط" ومنهم من يرفع نوع جيد من المنتج وكل ذلك من أجل جذب الناس إليهم.

يعتقد " جيرترز" أن دراسته حول السوق تحاكي مثل هذه الفضاءات الإقتصادية وأشكال الحضور الإجتماعي هي بمثابة إغتراب أولي ومدخل للأنثروبولوجيا الإقتصادية والتي يعرفها "ماننج ناش" أن الأنثروبولوج الإقتصادية تعني تحليل الحياة الإقتصادية باعتبارها نسفاً فرعياً للمجتمع".

إن التعاملات الإقتصادية التي تتم بين الفئات التجارية في أماكن محددة ينجم عنها تفاعلات بين البائعين والحافز على ذلك هو تحقيق منافع مالية وتلبية الإحتياجات المادية من السلع لكن في المقابل فإن العلاقات الإقتصادية بين هؤلاء الأفراد، ينجم عنها آثار إجتماعية وهذا ما ينطبق على الحياة الإقتصادية داخل السوق¹ كذلك من التعاملات والممارسات التي تقع بين البائع والمشتري ظاهرة "المساومة" أو ما تسمى "المقاشحة" كما يناديها الناس في المجتمع المحلي كنموذج قوي لهذا النمط من التبادل والتفاوض عند شراء أي شيء، هذا التجارب بين رغبة ملحة للمشتري وبين قبول للتنازل عند البائع تظهر في التبادل الكلامي وهي سمة من سمات الحياة الجماعية داخل السوق ..

في حين تكون هذه الممارسات سببا في حدوث مناوشات ونزاعات بين التاجر والمستهلك، أو عدم إهتمام التاجر بالزبون وتفضيل زبون آخر عليه وبالتالي لا يشتمل السوق على التبادل والتفاهم فقط وإنما تحدث فيه أشكال المنافسة والصراع بين التجار أو المستهلكين.²

¹ ميداني قدور. "الخصوصية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية للسوق". أطروحة دكتوراه. جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 161.

² بعلی محمد سعيد. الحياة الجماعية وأماكن التعايش الإجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية". أطروحة دكتوراه.

جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م، ص 66-115.

* كما يوفر أيضا السوق الأسبوعي للشباب البطال سواء من أهل المدينة أو الذين يأتون من مناطق مختلفة فرص عمل وهذا أجل كسب القوت إن أنهم يشتغلون في بيع مثلا المواد البسيطة "كالصابون أو العطور أو مواد التنظيف"

الحياة الجماعية داخل السوق الأسبوعي من المنظور الثقافي:

السوق الأسبوعي هو أكثر مجال يلتقي فيه الناس دوريا أي مرة واحدة في الأسبوع لتفصيل عمليات التبادل المادي أو الرمزي مما يسمح بظهور أشكال تحمل سمات ثقافية متنوعة تعيد إنتاج معنى جديد للنسق العام مبني على أساس إقتصادي.

وعليه يظهر السوق كمركز للتفاعل الاجتماعي والاقتصادي وكنوع من أنواع التأثير الثقافي في المجتمع المحلي حيث أن إنتاج السلع وتبادلها يخضع إلى منظومة إجتماعية تحمل الكثير من العوامل الثقافية وتعمل على تداولها وتبادل الكثير من سماتها وعناصرها في عملية عضوية تتداخل فيها المجال الاجتماعي مع المجال الثقافي.¹

فالعلاقة بين الثقافة والإقتصاد هي علاقة تأثير متبادل، فلا يمكن فهم نمط إقتصادي لجماعة أو مجتمع معين إلا بوضعه في سياق البيئة الثقافية لذلك المجتمع، فطريقة البيع والشراء والإنتاج والتوزيع تتم وفقا لطريقة مستمدة من القيم والعادات والتقاليد السائدة، كما أن النشاط الإقتصادي هو الآخر يتحدد بالشروط الثقافية اللائمة.²

تتمظهر الثقافية حسب التعريف التقليدي لـ "تايلور" وأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل كل من المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق، والقانون والعادات والتقاليد والأعراف وأية قدرات أخرى يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع.³

¹ بعلي محمد سعيد، مرجع سابق، ص 105.

² ميداني قدور. مرجع سابق، ص 180-183.

³ بعلي محمد سعيد، مرجع سابق، ص 105.

وبالنسبة للأنثروبولوجي كليفورد جيترز يعرف الثقافة بكونها "نظاما منسقا من المعالي والرموز يعرف الأفراد من خلالها عالمهم ويعبرون عن شعورهم ويصنعون أحكامهم".¹

إن الهدف من إستعراض هذه التعاريف والمفاهيم يسمح لنا بتكوين رصيد علمي نظري يمكننا من الوقوف حول تتبع وتحليل كل ما هو ثقافي في فضاء السوق.

فمن خلال نشاط التجار وممارستهم في السوق تظهر بعض أشكال التعبير الثقافي والرمزي التي تتجاوز إنتاج التفكير الذهني والمخالي إلى أشياء مرئية ذات معنى واضح وممارسات إجتماعية ظاهرة بين الناس تترجمه خطابات لفظية وتبادلات رمزية لغوية وسلوكية تحتاج إلى تحليل ثقافي لتفكيك بنيتها الداخلية وإظهار إنتاج المعنى في هذا الفضاء والذي يجعل من العلاقة وثيقة بينا التجار.²

من بين هذه الأشكال التي تحدث في السوق "ثقافة المشتريين" حيث لا يمكن التمييز بين المشتريين على أساس تكوينهم أو مستوياتهم العلمية لأن بيئة السوق لا تهتم بالفروق التعليمية والمهنية، بل يظهر نوع من التجانس بينهم فيما يبدو من سلوكيات لها معانٍ ثقافية.³

إلى جانب ذلك حلقات المداح التي كانت في السابق تشكل جزء مهم من الحضور الإجتماعي في فضاء المدينة باعتبارها مسرحاً مفتوحاً في المجال العام، فلم بمقدورنا رؤية تلك الحلقات التي كان شكلها المداح وفرقته في المدينة إلا في فضاء السوق الأسبوعي مما تلقي هذه الحلقات تجاوبا كبيرا من طرف الناس الذين يلتقون حوله بكثرة للإستماع ومتابعة ما يقدمه من خطاب يحمل الكثير من القيم الثقافية والإجتماعية، تحمل الكثير من المعاني

¹ ميداني قدور، مرجع سابق، ص 180-183.

² بعلي محمد سعيد، المرجع نفسه، ص 110-112.

³ ميداني قدور، المرجع نفسه، ص 183-187.

متعلقة بالحياة الزوجية - أو علاقة الإنسان بوالديه - أو الواقع السياسي والاجتماعي للبلاد.¹

يتجه البعض إلى السوق بإعتباره كفسحة للراحة النفسية، ربما يرجع ذلك إلى كون هذا الفضاء يقع في منطقة خارج المدينة مما ينعكس إيجابياً على نفسية الفرد على عكس موقع السوق داخل المدينة، مما قد يعود ذلك إلى كون هذا الفضاء يعبر عن فال خير أو بركة تعودوا على الربح التجاري فيه.²

كما أن الأمثال الشعبية تعتبر كذلك وجها من وجوه التواصل بين أفراد المجتمع المحلي وصورة من صور الثقافة السائدة داخل السوق ورمزا من رموز تميزها من حيث الدلالة والتعبير عن التجارب الاجتماعية الناتجة عن تفاعل الأفراد، ولعل الأسواق الأسبوعية أكثر الأماكن تداولاً لها من حيث طابعها الشعبي الذي يتيح للجميع طرح أفكارهم وتوجهاتهم، كما أنها تحدد نوعاً من الاجتماعي إن أنها تحمل دلالة سواء كانت مقبولة أو مرفوضة وتكون لديها تصورات عن الطرف الآخر تدعوا إلى التجاذب أو التنافر.³

فالسوق لم يكن فقط مكان للتجارة واللقاءات الروتينية بين الناس مثلما تؤكد بعض الدراسات التاريخية والأنثروبولوجية، فهو زيادة عن ذلك يكتسب نوع من القداسة من حيث إنتمائه إلى شخصية مقدسة مثل بعض الأسواق التقليدية التي يحكى أنها كانت "توضع تحت حماية ولي صالح صاحب مقبرة تقع بجانب السوق، ينقش إسمه على صخرة توضع في وسط ذات السوق" يقصدها الرجال للقسم أمامها كلما كان هناك إختلاف أو خصام حول عملية تجارية.⁴

¹ بعلي محمد سعيد، المرجع نفسه، ص 110-112.

² ميداني قدور. مرجع سابق، ص 183-187.

³ ضيفي بشير، "دراسة سوسولوجية للأمثال الشعبية المتداولة في أسواق المواشي"، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 1 (2022/09/15)، ص 204.

⁴ ميداني قدور، مرجع سابق، ص 188.

هذه الأشكال التعبيرية والرمزية ذات المؤشرات المعيارية لبعض السمات والعناصر الثقافية على غرار (الكلام المتداول بين الناس في مقهى السوق التفاوض على الأسعار بين البائع والمشتري - الأخبار المتداولة وطريقة نقلها القيم الإجتماعية والثقافية المتعارف عليها - الزحام - الإلتفاف في الحلقات حول المدايح، كل هذا رصد من المجتمع المحلي المصاحب لمجموعة من المعتقدات التراثية والثقافية الحاضرة في السوق).¹

* ما يبرز من خلال ذلك أن كل الممارسات والسلوكيات الثقافية التي تقع داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت هي واقع ملموس ترى ملامحه جلية في التعاملات والتفاعلات بين التجار في إطار العلاقات الإقتصادية والإجتماعية والتجارية وبالتالي يبقى سوق مدينة تيارت مقصد للفرجة والمتعة والتنفيس ومعرفة العادات وتقاليد أهل المنطقة.

الحياة الجماعية داخل السوق الأسبوعي من المنظور السياسي:

لم تكن الأسواق الشعبية مؤسسات إقتصادية بحتة وإنما مجالات إجتماعية وثقافية وسياسية أيضا، وهذا ما أثبتته الدراسات الأثنوغرافية حول هذه الأسواق من خلال إنجذاب الأفراد نحوها بشكل كبير بالإضافة إلى التفاعل الذي يحدث بينهم. فكان السوق الأسبوعي هو الملجأ الوحيد الذي يقصده جميع وهذا لعدة أغراض، كسماع الأخبار البعيدة والقريبة وكذلك التعرف والإطلاع على المعلومات الجديدة، فيما يخص الحياة السياسية.

لذلك يعتبر السوق كفضاء للتوعية السياسية إذ ساهم من خلالها بشكل مباشر في تقوية الروابط الإجتماعية خاصة في الفترة الإستعمارية مما سمح للأفراد بالتواصل مع بعضهم البعض وطرح إنشغالاتهم خاصة في الأمور قيصرية السياسية.²

¹ بعلي محمد سعيد، مرجع سابق، ص 111.

² ميداني قدور، مرجع سابق، ص 188.

ومع مواكبة أيضا الإصلاحات السياسية التي إنتهجتها السلطة والمتمثلة في تطبيق ما يسمى بسياسة الإصلاح الزراعي "الثورة الزراعية" حيث أصبح السوق يعكس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة الأولويات الإقتصادية للجزائر التي تنطوي على قيم ثقافية منها مكان لترويج إيديولوجي النظام الإشتراكي.¹

* فالسوق له منبر سياسي يستعين به المجتمع من أجل ما يعرف بالدعاية السياسية وذلك من أجل تغيير الأوضاع الإجتماعية ويكون ذلك عن طريق الحملات التي تقوم بها النخب السياسية، حيث يدور فيه الحوار السياسي داخل الخيام الموجودة في هذا الفضاء وبالتالي أصبح للسوق الأسبوعي وزن سياسي في تشكيل العلاقات بين المجتمعات.

¹ ميداني قدور. " دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري". مجلة الفكر المتوسطي. العدد2 (2021/12/30): ص 279.

خلاصة:

تعتبر الاسواق الأسبوعية شريانا إقتصاديًا نابضًا، ومصدر دخل للعديد من التجار، وكذلك عامل رئيس بالنسبة للبلديات الكبرى فبالرغم من تطور نمط المعيشة وظهور المجمعات التجارية الكبرى وانتشار فضاءات التسوق العصرية (*les superette*) و"المول" و"المنتجعات" وغيرها لا تزال الأسواق الأسبوعية بمفهومها التقليدي قبلة للمواطنين من مختلف الشرائح الاجتماعية ومن أغلب الولايات إذ أنها تشكل أفضل الفرص للتجار وحتى الباعة الفوضويون وهذا نظرا لطبيعتها الشعبية وملائمة أسعار المنتجات والسلع التي تعرض فيها.

كما أنها تعكس كل أنما الحياة الاجتماعية السائدة في المجتمع الكلي أين تتميز بعلاقات وقيم إجتماعية مختلفة فالأفراد المندمجين في مجتمع السوق يتعاملون مع بعضهم البعض بناء على آليات مختلفة ومتنوعة حسب المواقف فروابط التعاون والتضامن التي تظهر في السوق الاسبوعي هي أبرز الدلائل على الاندماج الإجتماعي داخل هذا الفضاء كما تبرز أيضا المصالح والمنافع الفردية والجزء الميداني هو الذي يكشف تلك المعطيات في السوق الأسبوعية لمدينة تيارت.

الفصل الثالث

"الإطار الميداني"

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

تمهيد:

تعد الإجراءات المنهجية للدراسة في جانبها الميداني همزة وصل بين ما تم دراسته في الجانب النظري وما سيتم التطرق إليه في الجانب الميداني الذي له دور مهم في البحث السوسيوولوجي، إذ من خلاله يتمكن الباحث من جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة الميدانية وذلك للوصول إلى أهم النتائج، حيث يتم ذلك وفق مجموعة من الخطوات المنهجية العلمية المتبعة، وهذا ابتداءً من إختيار المنهج المناسب للدراسة إضافة إلى الأدوات العلمية المناسبة وعليه سنتطرق في هذا الفصل لتوضيح هذه الإجراءات الميدانية المتعلقة بدراستنا.

1- المنهج:

يعتبر إختيار المنهج خطوة مهمة وأساسية في السير الصحيح لدراسة البحث العلمي، لذلك يجب على الباحث إختيار المنهج الذي يتناسب مع طبيعة الموضوع: وذلك من أجل الوصول إلى نتائج حقيقية ونسبية.

ويقصد بالمنهج « أنه مجموعة الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتائج ما، فهو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة»¹

ويعرفه أيضا عبدالباسط « أنه مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه، فالمنهج ضروري للبحث، إن الذي نير الطريق ويساعد الباحث في ضبط ابعاد وأسئلة وفروض البحث »².

¹ موريس انجريس. "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية". ط 02. تر يزيد صحراوي و اخرون، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 36.

² عبد الباسط محمد محسن . "أصول البحث الاجتماعي". ط 05. مكتبة وهبة، مصر، القاهرة، 1976، ص 210.

لذلك فالمنهج يعني مجموعة من القواعد التي يتم وضعها قصد الوصول إلى الحقيقة في العلم.

حيث أن طبيعة الدراسة هي التي تحدد المنهج المستخدم ووفقا لما تطرقنا إليه فإن المنهج المستخدم في دراستنا هذه هو المنهج الكيفي "باعتباره مناسب مع طبيعة البحث ... مما يندرج هذا البحث ضمن الدراسات الكيفية التي تهدف إلى تحديد خصائص الظاهرة، فهو ينطلق من متغيرات كيفية، معطيات كيفية، مرورا بتحليل كيفي، ليصل إلى إستنتاجات سوسيولوجية تكون قابلة للتعميم على الظواهر والموضوعات المشابهة.

تعريف المنهج الكيفي:

يهدف المنهج الكيفي في الأساس الى فهم الظاهرة موضوع الدراسة وعليه ينصب الاهتمام أكثر على حصر معنى الاقواء، ولهذا يركز الباحث على دراسة عدد قليل¹. تبحث الدراسات الكيفية في اطارها العام على تفسير الحياة الاجتماعية المشتقة من الثقافة و المتوضعة في التاريخ، وهي تعود الى أفكار ماكس فيبر و نجد أساسها في الفلسفة الدلتي الفينومولوجيا و التي تنطلق بدورها من مسلمة، تفيد بان الظاهرة الاجتماعية تتميز بالخصوصية و تتمثل الغاية النهائية للفهم في إيضاح الطريقة التي يتبعها الناس في بناء المعاني والدلالات التي يحملونها للأشياء داخل عالمهم المعاش.² ترتكز على مفهومين رئيسيين هما:

الفهم: يتضمن موقفاً تفسيرياً في مقابل الشرح الذي يركز على السببية.

التفسير: هو التشديد على عملية توليد المعاني.

يرتبط الفهم بوجهات نظر البشر ويكون الباحث الكيفي مهتما بالمعنى الذاتي ومن الطرائق التي يستخدمها: المقابلات المكثفة والسردية وتحليل المحتوى.

¹ مورييس انجلوس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية "تر: سعيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2016، ص 101.

² حسان احجيج وجمال فزة: البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية. دار توبقال، المغرب، 2020، ص 129.

العناصر الأساسية للبحث الكيفي:

(أ) إدراك الواقع: ذاتي في عقول الناس، متنوع يدركه الناس بطرق مختلفة، بشكل بنى غير موجودة.

(ب) إدراك البشر: يشكلون عالمهم الخاص، يضيفون المعنى، ولا تقيدهم قوانين خارجية، يجيدون أنظمة المعاني.

(ج) طبيعة العلم: يرتكز على الحس المشترك، استقرائي يعتمد على التفسير، ذاتي ومتحيز

البحث: يستخدم الطرائق النوعية، يهدف إلى تأويل الحياة الاجتماعية، يهدف إلى الفهم واكتشاف المعاني¹

مميزات البحث الكيفي:

- هو عملية بحث تجري في وضع طبيعي.
- يركز على العمليات الجارية والخصائص النبوية ويحاول أن يدرك الواقع في حال تفاعل.
- يقدم معلومات مفصلة ودقيقة، يسمح بدخول البناءات الذاتية للناس، بشكل مفصل لا في صيغ رقمية وإحصاءات وهو بإختصار " معياري"، إنعكاسي بنائي، يتأثر بالسياق، منفتح².

هناك العديد من الأدوات التي تستخدم في البحوث العلمية للحصول على المعلومات والبيانات، فرغم تعدد هذه الأدوات واختلافها إلا أن طبيعة الموضوع، هي التي تحدد نوعية هذه الأدوات التي يجب على الباحث أن يستخدمها، حيث في دراستنا إعتدنا على الأدوات الضرورية التالية:

¹ ستيريوس سرانتاكوس. "البحث الاجتماعي" شحده فارغ، المركز العربي للأبحاث والدراسات، بيروت، 2017، ص 122.

² ستيريوس سرانتاكوس. مرجع سابق، ص 124.

ادوات جمع البيانات:

هناك العديد من الأدوات التي تستخدم في البحوث العلمية للحصول على المعلومات والبيانات، فرغم تعدد هذه الأدوات وإختلافها إلى أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوعية هذه الأداة التي يجب على الباحث أن يستخدمها، حيث في دراستنا إعتدنا على الأدوات الضرورية التالية

أ- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة اداة من الأدوات العامة لجمع المعطيات والمعلومات في البحث العلمي، حيث تسمح بالحصول على الكثير من البيانات ، فهي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة لسلوك معين أو ظاهرة معينة، مع تسجيل جوانب ذلك السلوك وخصائصه¹.

فهناك ظواهر لا يتمكن الباحث من دراستها ، إذ يتطلب منه ان يعيشها بملاحظة واعية. وعليه إعتدنا في دراستنا الإستطلاعية على الملاحظة البسيطة وهذا من خلال الحضور إلى السوق كل أسبوع لمراقبة وملاحظة مختلف ممارسات وسلوكات وتصرفات التجار في هذا الفضاء. مع تسجيل مظاهر تلك السلوكات في هذا المجتمع المصغر. ويعرفها **Kaplan** « أنها تهدف إلى التصنيف الكيفي للمضمون، ومنه الإهتمام بالتقنية، ذلك في ضوء نظام للفئات ليعطي بيانات مناسبة لفروض محددة خاصة بهذا المضمون².

كما قد تفيدنا هذه الأداة على معرفة أفعال وتحركات التجار الباعة والمشتريين الذين يقصدون السوق الأسبوعي لمدينة " تيارت وكيفية معرفة المعاملات التي تتم بينهم وذلك من خلال عملية البيع والشراء.

¹ بخوش عمار . "منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية". المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية الاقتصادية والسياسية ، برلين ، ألمانيا ، 2019، ص 68.

² المرجع نفسه، ص 68.

المقابلة:

تماشياً مع المنهج المستخدم في دراستنا، قمنا بإختيار تقنية المقابلة كونها الأنسب لدراسة الموضوع بحيث تعتبر المقابلة كأداة أساسية منهجية تفاعلية تتيح للباحث جمع بيانات ومعلومات حقيقية وميدانية، إذ تعد من الأدوات الأكثر إستعمالاً في الدراسات الإمبريقية، كما لها فعالية في الحصول على البيانات الضرورية، فالمقابلة ليست بسيطة بل هي مسألة فنية. لذلك يحتاج الباحث إلى إجراء مقابلات مع أفراد مجتمع البحث الذي يقوم بدراسته، فيضع خطة تتضمن مجموعة من الأسئلة والمحاور التي تتماشى مع موضوع بحثه، وذلك قصد الحصول على المعلومات المطلوبة.

ولقد عرف أنجريس المقابلة على أنها " محادثة موجهة يقوم بها فرد مع الآخر أو مع افراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لإستخدامها في بحث علمي أو للإستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج"¹.

بما أن للمقابلة عدة أنواع فإن إختيارنا كان للمقابلة النصف الموجهة: في هذا النوع من المقابلة يقوم الباحث بتحديد مجموعة من الأسئلة بغرض طرحها على المبحوث، مع إحتفاظ الباحث بحقه على طرح أسئلة من حين إلى آخر دون خروجه عن الموضوع.

فهي عبارة عن دليل يشمل مجموعة من الأسئلة المحددة والمرتبة ترتيباً منهجياً، يتضمن عناصر فرعية معينة ومقصودة تتعلق بموضوع البحث.

هذه الأسئلة توجه إلى المبحوثين بهدف الحصول على المعلومات والبيانات وهذا ما يتعلق بموضوع بحثنا عندما نقوم بإجراء مقابلات مع عدد من التجار والمستهلكين في السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

¹ بخوش عمار. "مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث". ط 04. ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2007، ص 76.

مجالات الدراسة:

للقيام بأي دراسة علمية يجب أن نقوم بتحديد مجالاتها، حيث تتمثل في ثلاث مجالات رئيسية وهي:

المجال المكاني - المجال الزمني - المجال البشري فعملية تحديد مجالات الدراسة تساعد الباحث على مواجهة المشكلة القائمة بالبحث بكل موضوعية وعلمية.

أ- المجال المكاني:

يعتبر ميدان الدراسة المجال الإمبريقي الذي يربط الباحث بالواقع، ولقد أجريت هذه الدراسة بالسوق الأسبوعي لمدينة تيارت والذي يقام بيوم الإثنين وبيوم الجمعة، حيث أن سوق يوم الإثنين معروف بسوق المشية، أما سوق يوم الجمعة معروف بسوق السيارات. بإعتبار أن هذان السوقان يقامان في نفس المكان الذي يقع بالمخرج الجنوبي لمدينة تيارت بجانب المحطة البرية لنقل المسافرين والمعروفة بمحطة حين قاسمة.

ب- المجال البشري:

يتكون مجتمع بحثنا من التجار الاجتماعيين الذين يقصدون السوق الأسبوعي وهم تجار وهذا من اجل مقابلتهم والحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة.

المجال الزمني:

هي الفترة الممتدة لجمع المعلومات والبيانات وتحليلها، فبعد الموافقة على موضوع دراستنا من طرف إدارة العلوم الإجتماعية في يوم 22/10/2023 قمنا بزيارة أولية إلى عدة مكاتب مختلفة بجامعة ابن خلدون تيارت ، قصد جمع بعض المعلومات النظرية التي قد تساعدنا بحثنا وكذلك بغرض إثراء الدراسة بالمصادر والمراجع العلمية، ليتم بعد ذلك النزول إلى الميدان أي الذهاب إلى السوق الأسبوعي لمدينة تيارت لاجراء مقابلات إستطلاعية إستكشافية

خلال عدة فترات متقاطعة إبتداء من يوم 06/11/2023م إلى غاية 22/12/2023 مع بعض التجار لأخذ فكرة عن عينة البحث والتي سيتم مقابلتهم في النهاية من جهة و من جهة أخرى الحصول على بعض المعلومات التي قد تفيدنا في إعداد دليل المقابلة.

ومع استمرار دراستنا في البحث والوصول إلى الإطار الميداني كان لا بد من إعداد دليل المقابلة ."

حيث تم تصميم أولي للمقابلة بناءا على التحليل المفاهيمي بترجمة لمؤشرات أبعاد الدراسة.

ومن ثم عرض هذه المقابلة الأولية على بعض الأساتذة من أجل التحكيم وكان ذلك في يوم (23-01-2024):

وبعد التعديل من طرف الأساتذة تم القيام بمقابلات أولية للتحقق من ثبات محتوى الأداة ومدى فهم صياغة الأسئلة المطروحة وقد تم التأكد من ذلك، حيث قمنا بصياغة النسخة النهائية من دليل المقابلة للدراسة المتكونة من ثلاثة محاور رئيسية وهي على الشكل التالي:

المحور الأول:

تتضمن 8 أسئلة حيث أن هذه الأسئلة تتعلق "بالرموز واللغات المستعملة بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت ."

المحور الثاني:

يتضمن 9 أسئلة حيث أن هذه الأسئلة تتعلق "بأنماط التفاعل داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت".

المحور الثالث:

يشمل البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين وذلك من حيث " السن - المهنة - مكان الإقامة - المستوى التعليمي - الحالة الإجتماعية - نوع النشاط التجاري - مدة ممارسة هذا النشاط التجاري " .

ومن ثم كان لا بد من النزول إلى الميدان للشرع في مقابلة المبحوثين حيث دامت هذه الفترة من "2024/04/26 الى 2024/05/11 " وهذا من أجل جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بأسئلة الدراسة.

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث على أنه جميع الأفراد الذين يضمهم مجتمع الدراسة أو الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، حيث كلما كان تحديد مجتمع البحث دقيقاً، كلما ساعد ذلك على دقة النتائج .

ولهذا فإن الباحث يسعى إلى إشراك جميع أفراد المجتمع. لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيراً وبالتالي لا يستطيع الباحث إشراكهم جميعاً. لذلك يلجأ في هذه الحالة إلى إختيار مجموعة جزئية تمثل مجتمع البحث والتي تسمى بعينة البحث.

يعرف مجتمع البحث على أنه " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات، لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تتميز عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي"¹.

وبهذا يتمثل مجتمع بحثنا في التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

¹ فرج المبروك ، عمر عامر . "خطوات كتابة البحث العلمي" . ط 01 . دار حميثارا للنشر والتوزيع ، مصر ، القاهرة ، 2020 ، ص 66.

عينة البحث:

تعتبر العينة من اهم الخطوات المنهجية التي تساعد الباحث في الحصول على معلومات دقيقة، حيث يجب أن تكون هذه العينة ممثلة تمثيلاً صحيحاً لمجتمع الدراسة إذ يجب أن تحمل جميع خصائص ومميزات مجتمع البحث كي تكون نموذجاً صحيحاً. كما أن توظيف الباحث للعينة واستخدامها يختصر عليه الوقت والجهد والمال مما يسهل عليه الوصول إلى النتائج بالسرعة الممكنة.

يعرف موريس آنجلس العينية «أنها مجموعة فرعية عناصر مجتمع بحث معين¹.

وبما أن العينة لا تدرس جميع وحدات مجتمع البحث، حيث أنها تدرس جزء اصغيراً منه وبما ان مجتمع بحثنا كبير يتمثل فيما التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، فقد قمنا بإختيار عينة قصدية غير عشوائية وكان نوعها عرضية صدفية» وهذا تماشياً مع موضوع دراستنا من جهة، ومن جهة أخرى أن مجتمع بحثنا غير معروف. لذلك يتم اللجوء إلى هذا النوع من العينات، عندما لا يتوفر للباحث أي إختيار لسحب العينة، تعرف هذه العينة على أنها « نوع من أنواع العينات الغير الإحتمالية التي يتم سحب مفرداتها بشكل غير عشوائي لكن عرضياً.

كما أن هذه العينة العرضية لا تمثل المجتمع الأصلي، وإنما تمثل العينة نفسها فقط ، وبالتالي يأخذ الباحث العينات عن طريق الصدفة ، حيث تكون نتيجة هذه العينات لا تعكس الواقع للمجتمع الأصلي، وإنما تعطي فكرة عن مجموعة الأفراد الذين الباحث المعلومات المتجمعة لديه².

بعد إختيارنا لعينة الدراسة قمنا بتحديد خصائصها والمتمثلة في البيانات الشخصية:

السن - المهنة - مكان الإقامة - الحالة الإجتماعية - المستوى التعليمي - مدة ممارسة

النشاط التجاري.

¹ موريس انجريس ، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية" مرجع سابق ، ص298.

² عامر إبراهيم قنديلجي . "منهجية البحث العلمي" . مطبعة عصام، دار اليازوري ، بغداد ، 1979، ص 144.

الجدول رقم (01): المتعلق بخصائص العينة:

الرقم	الإسم المستعار	السن	مكان الإقامة	المستوى التعليمي	الحالة الاجتماعية	مدة ممارسة النشاط	نوع النشاط
01	المبحوث 01	45	تيارت	2 ثانوي	أعزب	20 سنة	ملابس رجالية
02	المبحوث 02	41	مدرسة	2 ثانوي	متزوج	16 سنة	أواني منزلية
03	المبحوث 03	38	فرندة	2 متوسط	متزوج	18 سنة	مواد التجميل
04	المبحوث 04	42	مهديّة	2 ماستر	أعزب	17 سنة	قطع غيار الدراجات
05	المبحوث 05	35	تيارت	أولى ثانوي	متزوج	13 سنة	خضر وفواكه
06	المبحوث 06	35	تسمسيلات	3 متوسط	أعزب	10 سنوات	التمور
07	المبحوث 07	43	تيارت	4 متوسط	متزوج	15 سنة	خضر وفواكه
08	المبحوث 08	29	الرحوية	4 متوسط	متزوج	8 سنوات	اللحوم

أغلب المبحوثين داخل السوق الأسبوعي هم من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (37- 45) سنة، وهذا راجع إلى الأقدمية نظرا لدخولهم السوق في سن مبكر وخروجهم من مقاعد الدراسة منذ الصغر وهو ما يوضحه لنا مستواهم التعليمي من جهة، ومدة ممارستهم للنشاط التجاري من جهة أخرى.

أما بالنسبة لمكان الإقامة الخاص بالمبحوثين فإن أغلب تجار السوق الأسبوعي ينتمون إلى مختلف البلديات كبلدية مديسة وبلدية فرندة ومهدية والرحوية وهما نظرا لثقافتهم وعقليتهم تجاه السوق مقارنة بأهل منطقة تيارت.

وفيما يتبين لنا من خلال المستوى التعليمي نجد أن معظم المبحوثين يتراوح مستواهم التعليمي ما بين المتوسط والثانوي مقارنة بالفئات الأخرى، وهذا يعود إلى تركهم مقاعد الدراسة منذ الصغر والتوجه نحو التجارة داخل السوق مباشرة، وهو ما تثبته الفئة العمرية الحالية لديهم، وما يظهر كذلك من خلال مدة ممارستهم للنشاط التجاري.

أما فيما يخص الحالة الاجتماعية للمبحوثين فإن أغلبية التجار متزوجين مقارنة بالفئة العزاب وهذا راجح للإستقرار المادي والمعنوي داخل السوق.

ومن خلال مدة ممارسة النشاط داخل السوق الأسبوعي فكانت أغلبية المبحوثين تتراوح ما بين (14- 20) سنة، ويرجع ذلك إلى عامل الخروج المبكر من الدراسة ودخولهم عالم التجارة في سن مبكرة وصغيرا إبتداءا من 21 سنة تقريبا، وهو ما بينه مستواهم التعليمي.

أما من حيث نوع النشاط التجاري الممارس داخل السوق نجد أن أغلب الفئات يمارسون نشاط الخضر والفواكه أو التمور أو اللحوم مقارنة مع الأنشطة الأخرى ويعود ذلك إلى أكثرية الطلب على هذه المواد الإستهلاكية، أكثر منها على المواد الكمالية الأخرى.

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة النتائج.

في هذا الجزء الميداني سيتم تسليط الضوء على مدينة مهمة من مدن الجزائر ألا وهي مدينة تيارت وذلك من خلال تقديم لمحة عن هذه الولاية مع اللجوء خاصة إلى دراسة أهم ظواهر هذه المنطقة وهي ظاهرة السوق الأسبوعي الذي يعد جزءا من موروثها الثقافي.

تعريف ولاية تيارت:**التسمية:**

تستمد تيارت تسميتها من تيهرت أو تاهرت وهي كلمة بربرية معناها (اللبوءة) حيث يشرح ياقوت الحموي كلمة تاهرت قائلا: " تاهرت بفتح الهاء وسكون الراء وتاء فوقها نقطتان إسم لمدينتين متقابلتين بأقصى المغرب يقال لإحدهما تاهرت القديمة وللأخرى تاهرت المحدثه، بينهما وبين المسلية ستة مراحل وهي بين تلمسان وقلعة بني حماد، كانت قديما تسمى عراق المغرب ..."¹

وهذا لا ينعنا من ذكر ان مدينة تيارت عرفت بإسم تاهرت وعدة أسماء أخرى منها: " المعصومة، عراق المغرب تاهرت العليا، تاهرت السفلى، وتاهرت تاقدمت..) حيث تأسست دولة تاهرت 765م وكانت دولة الرستميين.

الموقع الجغرافي:

تقع ولاية تيارت في الشمال الغربي من التل الجزائري، تحتل موقعا إستراتيجيا هاما وتعتبر إحدى عواصم الهضاب العليا، حيث انها تشكل حلقة وصل بين عدة ولايات كما تعد منطقة إتصال بين الجنوب والشمال إذ تبعد عن الجزائر العاصمة بحوالي 280 كلم تمتاز بوجود سلسلة جبلية تعرف بإسم مرتفعات تيارتوهي محصورة ما بين 1000 و1200م على مستوى البحر وأما فلكيا فتقع في الإقليم الرابع، على دائرة عرضها 38°.

¹ ياقوت الحموي، معجم البلدان، ج2، دار الصادر، لبنان، بيروت، 1997م، ص 88.

تبلغ مساحتها حوالي 20.673.50 كم² يحدها شمالا ولاية غليزان وتسمسيات ومن الجنوب ولاية الأغواط والبيض ومن الغرب معسكر وسعيدة ومن الشرق ولاية الجلفة والمدية.¹

الجانب السكاني:

يبلغ عدد سكان تيارت حوالي (1مليون نسمة)* كما انهم يمثلون العديد من المجموعات العرقية من العرب والامازيغ، إذ انها تحتل المرتبة 14 وطنيا من حيث التعداد السكاني تتوزع إداريا على 14 دائرة و42 بلدية، وبالرجوع إلى تاريخها نجد أن ولاية تيارت كانت مخصصة لان تكون منطقة فلاحية بإمتياز حيث يعتمد سكانها على الفلاحة الموسمية بشكل كبير القمح والشعير إلى جانب تربية المواشي، نظرا للطابع السهبي الرعوي الذي تتميز به وكذلك زراعة بعض الأشجار والخضروات الموسمية الأخرى.

وبالرغم من موقعها الإستراتيجي وتوسطها للمدن المجاورة جعل السلطات تفكر في إنشاء سوق أسبوعي في المدينة ليكون همزة وصل بين جميع المدن، وهو ما عليه الآن.²

السوق الأسبوعي لمدينة تيارت:

يقع السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، داخل إقليم البلدية بالمكان المسمى طريق عين قاسمة، بجانب المحطة البرية لنقل المسافرين، يحده شمالا مساحة شاغرة مع طريق مزدوج، وغربا مديرية الجمارك مع طريق مزدوج وجنوبا أرض فلاحية وشرقا أرض فلاحية يتربع على مساحة قدرها تقريبا (75099.4m²)³ وبه 3 مداخل، مدخل من الجهة الشمالية، ومدخلين من الجهة الغربية مساحته الداخلية مقسمة إلى نصفين النصف الأول مخصص لبيع الالسبة والاولاني والخضر وغيرها أما النصف الثاني مخصص لبيع السيارات مع قطع غيار السيارات.

¹ خاتمي مصطفى، إسهامات الكتابات اللاتينية في معرفة التاريخ القديم لمنطقة تيارت، مجلة العبر للدراسات التاريخية والأثرية في شمال إفريقيا، العدد 02، 2022، ص 127.

² فوزية سعاد بوجلابة، تاريخ مدينة تيارت الأثرية، محاضرات علم الآثار جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016.

³ www.Google+earth.com time : 19:06 date 30/05/2024

يتم كراء هذا السوق الأسبوعي سنويا من طرف البلدية إلى أحد المستثمرين الذي يجني منه أرباحا معتبرة، بعد ان يدفع له التجار كل أسبوع من أجل عرض سلعتهم ومنتجاتهم من خلال المساحة المخصصة لهم للكرء.

يقام السوق الأسبوعي لمدينة تيارت يومي الإثنين والجمعة، حيث أن يوم الإثنين مخصص لبيع الأغنام أما يوم الجمعة فهو مخصص لبيع السيارات.

خلال هذا اليومين يسود المدينة نشاطا غير مسبوق يعج بحركة كثيفة من طرف التجار الذين يقصدونه من كل النواحي إضافة إلى إزدحام السيارات وهذا ما يعطي نكهة خاصة لهذا الفضاء.

عرض وتحليل المقابلات:

المحور الأول: الرموز واللغات المستعملة بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت. فيما يخص إجابة المبحوثين حول أهمية السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، فقد كانت أغلب إجاباتهم متقاربة، حيث اعتبروه بأنه سوق مهم، وهو ما أظهرته إجابة المبحوثين من الفئة الأولى، على أن سوق تيارت هو فعلا مصدر دخل ورزق. وهو ما يؤكد عليه المبحوث (1) "أنا نقارع السوق غير وينتا يجي" إن ارتباط التجارب، بهذا الفضاء علاقتهم به، تظهر من خلال التزامهم على الحضور الدائم له، وهو ما يصرح به المبحوث (6) بأن سوق تيارت مهم لدى التجار الذين يقصدونه، سواء من بعيد أو من قريب، إذ يشير في كلامه "سوق تيارت، سوق ناشط وفيه الحركة". وهو أيضا حال المبحوث (8): يقول لنا: "أنا قاع ما نخطيش السوق" وهذا ما يدل على مواظبة واهتمام هذه الفئة الأولى من المبحوثين بهذا الفضاء.

في مقابل ذلك نجد بعض المبحوثين من الفئة الثانية. كانت اهتماماتهم متباينة بشأن السوق والأماكن المفضلة التي يقصدونها داخله، إذ يرون بأن السوق فضاء للراحة أيضا، يلتقي فيه الناس في إحدى المقاهي؟ من أجل التنفيس أو لشرب كما يقولون "قهوة السوق" التي تشهد إقبالا واسعا ومتميزا، حيث تشغل "قهوة السوق" حيزا، معتبرا في مخيال الإنسان المحلي وهو ما يقوله المبحوث (3): "القهوة تاع السوق، مليحة وعندها ذوق خاص كي طيب على الحطب"، وكذلك منهم من يأتي إلى السوق لمعرفة الأخبار وغيرها، إلا أن هذه الفئة قليلة مقارنة مع الآخرين داخل السوق.

وفيما يخص أفضلية الأسواق الأخرى لدى التجار والتي يعرضون فيها سلعتهم فكانت إجابة المبحوثين للفئة الأولى تتجه إلى نوع النشاط الممارس داخل السوق، حيث كانت أغلب إجاباتهم مركزة كثيرا على سوق السوقر وسوق الحمادية هو ما أشار إليه المبحوث (1) في كلامه "أنا أذهب إلى سوق السوقر والحمادية بزاف" حيث أن سوق سوقر معروف وطنيا ويقصدونه الناس كثيرا، كما أن المبحوث (5) و (7) يقول عن سوق تيارت "أفضل يوم الجمعة أحسن من يوم الإثنين" لأن يوم الجمعة "الناس قاعدة ماكش لي خدام" ولهذا يقصده الكثير من الناس عكس يوم الإثنين، كذلك صرح المبحوث (4) بأنه يفضل سوق بوقادير وحاسي فدل، لأن النشاط الذي يمارسه يتماشى مع هذه الأسواق، وهناك من المبحوثين أيضا من فضلوا أسواق أخرى تتماشى مع نشاطهم التجاري ويتمثل ذلك في المبحوث (5) و (7) و (8) الذين تحدثوا عن سوق مديسة وعين ذهب واد ليلي.

أما في مقابل ذلك نجد فئة ثانية تتحدث عن الفئة العمرية التي تقصد الأسواق، وهو ما صرح به المبحوث (2) في حديثه لنا "سوق تيارت يجوليه بزاف الشباب" عكس سوق السوقر أو الحمادية يجوليهم بزاف الموالاة" وهو ما يعرف بالكهول والشيوخ.

وبالتالي نكهة الأسواق وأفضليتها تختلف من سوق إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى، وهو ما أكده المبحوث (7) في قوله بأن: "كل سوق وماليه وكل سوق وسلعته".

أما الطريقة التي يعتمد عليها التجار في عملية البيع مقارنة مع الآخرين، فكانت أغلب إجابات المبحوثين تتمحور حول عملية الصدق والنوعية الجيدة للسلعة، إضافة إلى المعاملة الحسنة، فهي أكثر الطرق استخداما داخل السوق، وهو ما تصرح به أغلبية الفئة الأولى من المبحوثين، حيث يقول المبحوث (1): "باش تكون باين ومعروف لازم تكون صادق في كلامك وعندك سلعة شابة ومليحة" إضافة إلى المعاملة الحسنة، وهذا ما يجعلك مميز عن الآخرين، وهو ما أكد عليه المبحوث (3): "بالصدق تفتح أبواب الخير والبركة" وهو ما يدل به أيضا المبحوث (5) "ربي يطرح البركة في القليل ولي بغا يربح العام طويل" إلا أن هناك فئة ثانية من المبحوثين يعتمدون على طريقة السعر، كأفضل طريقة في عملية البيع، وهو ما يصرح به المبحوث (6): "السومة هي لي تخلي الناس يجوا عندك" وهو ما يدخلك في إطار المنافسة داخل السوق، وهذا ما يؤكد لنا المبحوث (7): "كي تنقص في السعر تكسب قاع الناس ويولوا يعرفوك".

ومن خلال تصريحات المبحوثين حول الإشارات أو الرموز المتداولة داخل السوق، فهناك الكثير من العبر والمعاني التي يرددونها، سواء فيما بينهم أو بين التاجر أو الزبون، وهي ما أكدته الفئة الأولى من المبحوثين حول هذه العبارات، حيث يقول مبحوث (1) عن بعض منها «السوق عوام والصغر دوام» وهذا ما يعني بأن هذا السوق ما هو دائم لحتى واحد، ويقول أيضا: "السوق لي دخلت فيه انت انا بايت فيه" وهو ما يدل على أن هذا السوق أعرفه أكثر منك.

ما يلاحظ على هذه الأمثلة أنها تحمل دلالة تتعلق بالسوق وبالتجار أنفسهم أيضا، كما يقول أيضا المبحوث (2) عن بعض الإشارات والرموز تستخدم كمعنى أمني للتنبه فيما بينهم ومن بينها "التصفار" "هاك الصرف" أو "رفع العصا في السماء، ويبقى يروح بيها" وكذلك المبحوث (4)، يقول عنها "حرز البال وكون على بال" حيث أن هذه الأمثلة تحمل معنى سلبي يتعلق بالتجار اتجاه السراق.

وفي مقابل ذلك، نجد فئة ثانيه من المبحوثين تتحدث عن بعض العبارات التي يرددونها أثناء طريقتهم في بيع السلع. هو في خمسة. حيث يقول. أما المبحوث سبعة. يقول أيضا المبحوث ستة. في طريقة بيعه للسلع وهو ما دلنا عليها المبحوث (5) حيث يقول "دي ولا خلي" او "هذا الحاضر" او "ما فيهاش" ، اما المبحوث(7) يقول: **عينك هي ميزانك** ، ويقول أيضا المبحوث (6) في طريقة بيعه للسلعة **"سلعة شابة تباع روحها"** ومن خلال مقابلتنا للمبحوث (8) دلنا على بعض منها كذلك وهو يقول **"جدي طري شري وشوي خير ملي تفليكسي"** و يقول أيضا **"تعجت القليل ترعى من الطرف"** كل هذه الأمثلة تدعو إلى الليونة في البيع حيث انها تتعلق بالسلعة وطريقة البيع بين التاجر والزبون.

وفيما يخص هذه العبارات واللغات المتداولة بين التجار فكانت أغلبية المبحوثين يعتبرونها غير عادية، وبإمكانها أن تخلق الزبائن أو التجار الذين يقصدون السوق من مناطق مختلفة وبعيدة هذه الفئة التي يكون الاختلاف معهم من حيث اللغة والثقافة وهو ما يؤكد لنا المبحوث (1) بأن هذه العبارات **"كاين لي يتحسس منها نفسيا"** لذلك يجب المحافظة على فئة الزبائن التي تعتبر كما يقول **"راية في وسط السوق"** اما المبحوث (3) يؤكد بأن هناك عبارات بين التجار لا يمكن التلفظ بها، حيث يقول **"تهرب المشتري"**، أما المبحوث (4) يقول في حديثه لنا يجب الاحترام لهذه الزبائن التي تقصد السوق **"كاين لي جي مع ابيه او عمه"** لذلك تقادي كل هذه الأمور المحرجة التي لا أصل لها في طريقة البيع، إلا أن هناك فئة ثانية من المبحوثين يقولون بأن هذه العبارات عادية ويمكن سماعها داخل السوق، وهو ما صرح به المبحوث (2) **"هذي الهدرة دور في السوق بصح المهم ما يكونش فيها كلام ناقص او زايد"** أما الاحترام فواجب على الجميع داخل السوق.

أما إجابة المبحوثين حول العلامات التي توضع فوق السلع أو على الحيوانات فكانت أغلب الإجابات في اتجاه واحد حيث ان هذه العلامات ترمز لهذه السلعة على أنها بيعت وهي لأصحابها.

اما الاختلاف فيبقى حول نوعية العلامة التي توضع فوق السلعة، وهو ما يؤكد المبعوث (3): أنا أضع علامة "رمز X" فوق العلبة لأخبر كل من هو معي بأن هذه العلبة قد بيعت وهي لصاحبها، أما المبعوث (5) يقول في كلامه أنا أضع "الحشيش فوق الصندوق" وهو ما يعني أيضا بان هذا الصندوق قد بيع وهو لصاحبه، أما المبعوث (8) يقول بأنه يستخدم علامة "الحجم" فوق الحيوان وهذا للدلالة على أن هذا الحيوان "سلكت" او "ربحت" أو تباعت" وهو ما يؤكد في كلامه بأن كل تاجر "وطريقته" في وضع هذا الرمز أو وضع هذه الإشارة، وبالتالي تبقى هذه العلامات والرموز متفق عليها داخل السوق على أنها طريقة من طرق البيع.

وفيما يتعلق باختلاف الأسواق عن بعضهم البعض، وهذا من حيث طريقة البيع أو عرض السلع أو اللغات والعبارات المتداولة داخله، فلقد كانت إجابة المبعوثين مختلفة. حيث صرحت الفئة الأولى بأن الأسواق الأسبوعية تختلف من منطقة إلى أخرى. وهذا ما أكد عليه المبعوث (1) في كلامه لنا عن اختلاف هذه الأسواق والذي يتمثل في نوع الفئات العمرية التي تقصد هذه الأسواق، حيث يقول: "سوق تيارت يقصدوه بزاف الشيبية" وخاصة "يوم الجمعة" إذا يمثلون نسبة كبيرة من فئات الشباب المثقفين، أما سوق السوق أو الحمادية. فيقول "يقصدوه بزاف الموالة" أي فئة الكهول والشيوخ أما من حيث التنظيم، فنجد سوق تيارت منظم على باقي الأسواق الأخرى، وهذا ما يؤكد أيضا المبعوث (3) في كلامه "كل سوق والمعنى التاعوا وكل سوق وماليه"، أما المبعوث (5) يقول: بأن نسبة الكثافة السكانية تلعب دورا هاما في إنتعاش وحركية السوق خاصة أن سوق تيارت يقع بجانب المدينة وبالتالي يقصده الكثير من الناس، حيث أنه كبير وشاسع مقارنة مع الأسواق الأخرى التي تقع في مختلف البلديات أما الكلام يختلف لدى الفئة الثانية من المبعوثين، الذين يعتبرون بان كل الاسواق متشابهة ولا يوجد اختلاف بينهما، وهو ما صرح به المبعوث (4): بأنه لا يوجد اختلاف بين الأسواق فكل ما نراه في سوق تيارت نراه أيضا في أسواق أخرى، حيث يؤكد في كلامه: "سواق قاع تاع الغرب كيف كيف" لهم طريقة واحدة في عرض السلع، ولهم في طريقة الكلام والمعاملة، وهذا ما يدل

على ثقافة الجهة الغربية للوطن، حيث يقول مبحوث (8) بأن: "أسواق الغرب 90% كيف كيف" ويقول أيضا بأن الأسواق الأسبوعية كلها متشابهة خاصة من جهة كما يقول: "الموالة الي بيعو الأغنام" لهم نفس طريقة البيع والكلام، وكذلك نفس طريقة عرض سلع الأغنام فكل ما تراه في سوق تيارت، تراه في سوق السوقر أو الحمادية "الموالة عندهم نفس العقلية" أما الإختلاف يكون عند فئة الزبائن التي تقصد السوق.

أما فيما يخص الإجابات المتعلقة حول إذا ما كان هناك تغيير في معالم السوق الأسبوعي فكانت كل إجابات المبحوثين متقاربة، إلا أنها تختلف من حيث العوامل التي أدت إلى تغيير السوق، حيث تؤكد الفئة الأولى من المبحوثين بأن معالم السوق تغيرت من حيث عامل التجارة، يقول المبحوث (1): نشاط التجارة داخل السوق تغير كثيرا مقارنة بالسنوات الماضية. حيث يؤكد في كلامه "التجارة نقصت بزاف من حيث البيع والشراء"، أما المبحوث (2): يرجع ذلك إلى التغير "غلاء الأسعار" أما الفئة الثانية من المبحوثين ترجع تغير السوق الأسبوعي إلى نوع الامراض المستعصية وهو ما يؤكد المبحوث (3) حيث يقول "ملي دخل المرض تاع كورونا غير كلشي" وهذا ما إتفق عليه المبحوث (4) أما المبحوث (5) فيرجع ذلك التغير إلى "مرض سلالة الابقار والأغنام" وهو ما جعل السلطات الجزائرية تقرر غلق الأسواق الأسبوعية إلى إشعار آخر وهذا ما يعود بالضرر على الكثير من التجار الذين توقفوا عن السوق وغيروا نشاطهم التجاري، نجد في مقابل ذلك فئة ثالثة ترجع عامل هذا التغير إلى ظهور وتطور "وسائل تكنولوجيا الإنترنت والاتصال" حيث يؤثر ذلك على عامل التجارة داخل السوق، وهو ما يصرح به المبحوث (6): حيث يقول أصبح الكثير من التجار يتعاملون بالتجارة الإلكترونية لذلك نقص البيع داخل السوق، أما هناك فئة رابعة ترجع عامل التغير إلى التاجر بذاته، وهذا من ناحية المعاملة وطريقة البيع، حيث يؤكد المبحوث (7) بأن "كل من هب ودب أصبح تاجرا" أما المبحوث (8) يقول: قاع الناس ولات تجار" كما أن سوق تيارت يحتاج إلى الكثير من

الأشياء ومن بينها الإنارة والمراحيض، تهيئة أرضية السوق وهو ما اتفقت عليه هذه الفئات بأن السوق الأسبوعية اتجه من الأحسن إلى السيئ.

المحور الثاني. أنماط التفاعل داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

فيما يخص علاقة التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت مع بعضهم البعض وهذا حسب ما اتفقنا عليه الفئة الأولى من المبحوثين أنها حسنة وطيبة وهذا تمشيا مع نوع النشاط التجاري داخل السوق، حيث يقول المبحوث (1) بأن علاقتي مبنية مع الذين يزاولون نفس نفس النشاط ونفس المهنة كما ان هذه العلاقة جيدة منذ مدة فهو يؤكد في كلامه "حنا صاحب الألبسة من بكري ملاح مع بعضنا ومتفقين" وهو ما يصرح به المبحوث (4) أيضا حيث يقول بأن علاقتي مرتبطة مع أصحاب الأواني في مقابل ذلك نجد فئة ثانية من المبحوثين تربطهم علاقات حسنة و جيدة وهذا تماشيا مع الاقدمية داخل السوق وهو ما يؤكد المبحوث (5) في كلامه حيث يقول ان علاقتي داخل السوق جيدة و حسنة حيث انني تعاملت مع الذين لديهم مدة طويلة في داخله "حنا صاحب الخضر قدم في السوق و عدنا علاقة مليحة مع بعضنا" وهو ما صرح به المبحوث (7) نحن هنا داخل السوق كما يقول "كي الخاوة"، اما المبحوث (8) يقول: بان علاقتي طيبة مع كل التجار، حيث يصرح في كلامه "ان كل واحد و نعطيوا قوسطوه" لان السوق يقصدونه مختلف الفئات و مختلف الطبقات الاجتماعية .

بالنسبة للطريقة التي يستخدمها التجار في كسب العلاقات مع الاخرين داخل السوق، فكانت إجابة المبحوثين من الفئة الأولى تتمثل في الإحترام و التقدير وطيب اللسان وهو ما يدخل في طريقة كسب العلاقات وهذا تا يصرح به المبحوث (3) في كلامه "بالقدم و الحشمة، تكون عندك سلوك مليحة" وهذا ما يجعلك تكسب كل الناس ويصبح لديك علاقات كثيرة مع التجار، وهو ما يؤكد المبحوث (4) حيث يقول: "حتى و تغلي في السلعة بصح كي تكون تعرف تهدر ولسانك حلو تريح قاع الناس" وفي مقابل ذلك نجد فئة ثانية من المبحوثين يستخدمون طريقة أخرى لكسب العلاقات، كالاتسامة وهو ما يترجمه المبحوث رقم (5) حيث

يقول "الابتسامة والضحك مع الزبون" تجعل المستهلك يقصدك مباشرة لأنه يجد نفسه مرتاح عنداكما المبحوث (7) فقد أكد في كلامه انه يستخدم الصدق و المعاملة الحسنة واحترام الغير حيث يقول "إذا كنت لا تحترم نفسك فكيف يحترمك الاخرين".

من خلال مقابلتنا مع المبحوثين حول الزبائن الأكثر تعاملًا معهم داخل السوق، فكانت إجاباتهم مختلفة وهو ما إتفقت عليه الفئة الأولى من المبحوثين التي تتعامل مع أصحاب الدخل الضعيف المتمثلة في الطبقات الاجتماعية الفقيرة والمتوسطة وهو ما يقوله المبحوث (3) في حديثه لنا انا اتعامل مع هذه الفئة الاجتماعية لانها هي الأكثر مقصدا للسوق، حيث ان السوق الأسبوعي يتعامل مع هذا النوع كثيرا وهو ما يؤكد أيضا المبحوث (5) في كلامه "الفقير يهرب للسوق باش يلقي السلعة الرخيصة وانا لازم عليا باش نعاونوا" ويقول أيضا المبحوث (7) "انا القليل بزاف يغيضني" وهذا ما يجعلني اشفق عليهم و اقدر أوضاعهم واحوالهم، وفي المقابل نجد فئة ثانية من المبحوثين تتعامل مع الفئة العمرية وهذا حسب نوع النشاط التجاري داخل السوق وهو ما يدل به المبحوث (4) عند مقابلتنا له حيث قال: انا اتعامل مع الأطفال بكثرة لان نشاطي مرتبط بهم فهم يقصدونني دائما في السوق

غير ذلك نجد المبحوث (8) عند مقابلتنا له كان له رأي اخر حيث صرح لنا بانه يتعامل أكثر مع فئة "الشهارة" لانه يستخدم طريقة "الكريدي" في عملية البيع والشراء، حيث يقول "انا عندي محل خارج السوق ويعرفوني قاع الناس يجو عندي للسوق وللحانوت أيضا"، مما يجعلني استقطب الكثير من الزبائن.

وفيما يخص المعايير التي يبني عليها التجار تعاملاتهم داخل السوق، فكانت معظم إجابة المبحوثين متقاربة حيث صرحت الفئة الأولى من المبحوثين بأنه لا يوجد معايير داخل السوق، يقول المبحوث (1) في كلامه السوق يفرض عليك أن تتعامل مع كل الفئات ومع كل الطبقات ولا دخل لعامل السن أو الانتماء الجغرافي في ذلك، وهو ما يؤكد المبحوث (3) حيث يقول أنت "ماكش وحدك راك في وسط السوق" وبالتالي لا يمكنك أن تدعم ان تضع معايير

لوحده، اما المبحوث (6) يقول بأن هذه المعايير يمكنها أن تؤثر عليك وتؤثر على طريقة بيعك وبالتالي هو يقول "تخسر كل شيء" وهذا ما يدخلك في عامل العنصرية أو الجهوية لكن في مقابل ذلك نجد فئة ثانية لها رأي آخر في المعاملات داخل السوق، وهو مايب يبينه لنا المبحوث (7) حيث يقول: انا ابني تعاملاتي مع من لديهم مدة طويلة داخل السوق لانهم يتميزون بالخبرة التجارية، وبالتالي هذه الفئة تتجه نحو الأقدمية والخبرة في المعاملة.

أما المبحوث (8) يقول في كلامه: "انا جيت للسوق باش نشترى ونبيع ماشي باش نسقي الناس ولا نضع شروط في المعاملة".

وبالتالي يبقى السوق هو الذي يتحكم في التاجر، ويفرض عليه أن يتعامل مع كل الناس، ومن مختلف طبقات.

وبالنسبة لعلاقات التضامن والتساند بين التجار فكانت إجابة المبحوثين كلها تصب في اتجاه واحد إلا أنها تختلف من حيث مستوى الحالات وهذا ما تشير إليه الفئة الأولى من المبحوثين التي تتعامل مع حالات المرض. حيث يقول المبحوث (1) بأن هناك علاقات تضامنية بيننا، وهذا خاصة في حالة المرض كما أنها مادية حيث نقوم بجمع الأموال لمساعدة المريض وهو ما يقوله أيضا المبحوث (2) بأن هذا التضامن والتعاون بين التجار متفق عليه، حيث يحكي المبحوث لنا عن بعض الأحداث التي عاشها في السوق، فيقول: "ابن تاجر طلبوا منه أطبا إجراء عملية في الخارج ولما سمع به التجار اتفقوا كلهم لمساعدته" وهو ما يؤكد المبحوث (5) "حنا في السوق كي الخاوة لازم نتعاونوا مع بعضنا" ويقول المبحوث (7) أيضا بأننا نتعاون في الأمور الإيجابية والسلبية "اليوم عندي وغدوة عندو"، وفي مقابل ذلك نجد حالات أخرى من التضامن والتساند داخل السوق وخارجه وهو ما أشارت اليه الفئة الثانية من المبحوثين و التي تتعلق بحالات الافراح أو المناسبات حيث يصرح لنا المبحوث (4) في كلامه بأن التجار يقومون بمساعدة التاجر الذي يريد أن يتزوج هو أو لمن أراد أن يزوج ابنه وهذا

ماديا أو عن طريق تقديم (الخضار أو الفواكه أو اللحم وغيرها) وهذا حسب نوع النشاط التاجر الذي يقدم المساعدة له يقول مبحوث (8) "ناس تيارت معروفين بالكرم والجود".

أما عن العلاقات القائمة داخل السوق الأسبوعي بين التجار فبإمكانها ان تتطور وتتجاوز الجانب المادي إلى جوانب أخرى مختلفة وهذا ما صرحت به الفئة الأولى من المبحوثين. على أن هذه العلاقات الاجتماعية التي تنشأ داخل السوق غالبا ما تتجاوزه لتصبح علاقة مصاهرة وهو ما قاله المبحوث (5) في حديثه لنا "أعرف تاجر من غليزان، وتاجر من تيارت لقي بيناتهم السوق والتجارة ولاو أصحاب وبعد مدة طويلة اليوم راهم عايلة واحدة" وهو ما أكد عليه المبحوث (6) في كلامه حيث يقول وهو يمازحنا "أبناء التجار للبنات التجار حنا في حنا والبراني يخطينا" حيث أن هذه الأمور تدخل في ثقافة وعقلية التجار، وهي منتشرة في الكثير من الأسواق إلا أن هناك في المقابل نجد بعض المبحوثين من الفئة الثانية يصرحون على أن هذه العلاقات التي تنشأ داخل السوق بإمكانها أن تتطور لكن تبقى محصورة في المجال التجاري فقط وهو ما دلنا عليه المبحوث (2) يقول أعرف بعض التجار كل واحد من منطقة مختلفة تعارفوا داخل السوق، أصبحوا يمارسون نفس النشاط، وبعد مدة طويلة، وسعوا من مشروعهم التجاري، وأصبحوا شركاء مع بعضهم" وهي ميزة من ميزات التجار داخل السوق.

وفيما يخص الحالات الحرجة التي يتعامل فيها تجار مع بعضهم البعض، فلقد أكد الكثير من المبحوثين على أنه يوجد تعاون وتضامن بين التجار وهو ما أظهرته إجابة المبحوثين من الفئة الأولى التي تتكلم عن الحالات الصعبة والحرجة، كالمرض أو السرقة، وهذا ما قاله المبحوث (1) بأن التجار يتعاونون فيما بينهم خاصة في حالات المرض أو السرقة حيث يقول: "نتعاونوا مع بعض باش يروح التاجر يدير العملية الجراحية"، وإذا كانت سرقة "نتعاونوا قاع وردولوا واش ضاع منوا" وفي مقابل ذلك نجد حالات أخرى تحدث داخل السوق كثيرا كالصراع والنزاع الذي يحدث بين التجار، فلقد تباينت إجابة المبحوثين من الفئة الثانية بان هذه الحالات تحدث كثيرا إلا أننا نتدخل ونتعامل معها بطريقة إيجابية. وهو ما صرح به المبحوث (3) حيث

يقول عندما يحدث شجار بيننا فنقوم بحل هذا الشجار ولا ندع الأمور تخرج عن نطاقها أما فيما يتعلق عن المنافسة بين التجار في عملية البيع والشراء، فلقد كانت إجابة المبحوثين من الفئة الثالثة متقاربة حيث اعتبروها أنها عادية وهو ما أكد عليه المبحوث (5) في كلامه لنا، حيث يقول هذه المنافسة لا يمكنها أن تتدخل في الشجار أو النزاع إنما هي حالة عادية يقول أيضا "هذه شطارت التاجر وذكائه".

ويقول أيضا مبحوث (6) أن اعتبرها "قفوزية التاجر" لكن فيما يخص المنافسة عن الأماكن، فلقد أكد لنا المبحوث (7) عن ذلك وقال: بأنها تحدث دائما بين تجار الخضر والفواكه حيث تكون مناقشات كلامية في الصباح الباكر، رغم أنهم يعرفون بعضهم البعض، ثم بعد ذلك تعود الأمور الى حالتها الطبيعية والعادية آلياتها الطبيعية والعادية وهو ما قاله لنا أيضا المبحوث (5) في كلامه "حنا صاحب الخضر دايمن كيما هاك مولفين مع بعضنا"، "نتشاجر بصح مانفوتوش بعضنا" وهذه هي حالة وحياتة تجار الخضر والفواكه داخل السوق.

وبالنسبة لدور الأقدمية في تحديد معالم العلاقات داخل السوق الأسبوعي، فلقد كانت إجابة المبحوثين من الفئة الأولى تؤكد على أن الأقدمية لها دورا هاما داخل السوق خاصة عندما يكون التاجر متوارث نشاطه من الأهل، وهو ما أكده لنا المبحوث (5) حيث يقول بأن نشاطه متوارث عن الأب وان عائلته كلها تمارس نشاط الخضر والفواكه داخل السوق الأسبوعي، وهو ما جعلني أكسب علاقات وروابط قوية مع كل التجار، حيث يصرح في كلامه أيضا "قاع التجار يعرفونا، وحنا من بكري نخدموا في السوق، ابي الله يرحمه علمنا التجارة وحنا صغار" أما المبحوث رقم (3) يقول أيضا بأن النشاط الذي أمارسه متوارث جدا عن أب، ولهذا لدي علاقات كبيرة داخل السوق وخارجة أيضا حيث أن الكثير من التجار ينادونني "بولد السوق" غير أن المبحوث (4) يقول بأن النشاط الذي أمارسه ليس متوارث، وإنما هو من خيارى فقط، أنا أحب هذا العمل "أنا من بكري نبغي خدمت السوق"، أما فيما يخص القرارات المتعلقة بأصحاب أهل المدينة، فنجد أن إجابة المبحوثين من الفئة الثانية تقول بأن هذه القرارات

تبقى محصورة بين أصحابها فقط، وهو ما يقوله المبحوث (6) هناك بعض المناطق تسيطر عليها هذه الفئة من أهل المدينة وتتمثل في أماكن ركن السيارات "parking" أو الواجهة الامامية لمدخل السوق، حيث يعتبرون أنفسهم بأصحاب هذه الأماكن وهو ما يقوله لنا المبحوث (8) بان هذه الفئة ما زالت تمارس الجهوية، أو ما تسمى بالعنصرية داخل السوق إذ يقول البعض منهم "انا ولد تيارت مي جيش البراني قبلي"، وبالتالي فان السوق يتطلب من التاجر، الصبر والمقاومة و المداومة لكي يكون جزء من هذا الفضاء. ومن حيث فكرة الاستغناء عن فضاء السوق الاسبوعي ومزاولة نشاط آخر نحو فضاء مغلق، تظهر لنا إجابة المبحوثين من الفئة الأولى عن تقبل هذه الفكرة والتوجه نحو عمل آخر، وهو ما يصرح به المبحوث (1) الذي يقول بانه يريد الخروج من فضاء السوق لأن السوق في كثير من الأعمال الشاقة، وأن عامل السن لا يسمح لك بهذا، حيث يقول "تخسر كل شيء، ومتخسرش صحتك" وهو ما يؤكد لنا المبحوث (2) حيث يتكلم بأن السوق لم يعد كما كان سابقا، لقد تغير كثيرا، لذلك أنا أفكر دائما في تغيير هذا النشاط "لو كان نصيب حانوت مليح نخدم وريح فيه بزاف عليه أما المبحوث (3) يقول أيضا "كرهت هذه الخدمة لو كان يعطوني فيزا نروح" وهو ما اتفق عليه المبحوث (4) و (6) بأن السوق الاسبوعي نقص من ناحية البيع والشراء حيث يقول المبحوث (4): " التجارة ما بقاتش كيما بكري"، ويقول أيضا المبحوث (5) بأن السوق في أعمال شاقة، حيث يقول: "السوق يعيي بزاف ومكانش الوقت باش تريح اشترى لذلك أنا أفكر في محل تجاري أعمل فيه واستقر أحسن من السوق.

وفي مقابل ذلك، نجد فئة ثانية من المبحوثين كان لهم رأي آخر حول فكرة الاستغناء عن فضاء السوق الاسبوعي، حيث تم رفض هذه الفكرة إطلاقا، وهو ما يخبرنا به المبحوث (3) في حديثه إذ يقول لا أفكر في الخروج من السوق، حيث يقول أيضا: "انا من بكري نخدم السوق" لذلك لا أستطيع التوقف عنه، أما المبحوث (7) فلقد تحدث عن هذه الفكرة متبسما وهو يقول

"تموت هنا في السوق ومنحبسش" فهو مصدر رزقي، فلا أستطيع أن أغير نشاطي التجاري من السوق واحصر نفسي في محل آخر.

اما المبحوث (8) يقول في كلامه لنا لا أريد التوقف عن السوق لأن نصف أموالني، كما يقول "راهي كريدي في السوق" إن نشاط تجاري يتطلب مني العمل كثيرا في الأسواق، حيث أنه لدي الكثير من الزبائن أتعامل معهم وهم يعرفونني كثيرا وبالتالي لا أستطيع أن أغير نشاطي التجاري.

نتائج المقابلات:

من خلال عرض وتحليل هذه المقابلات يمكننا استنتاج مايلي:

إن هناك علاقات اجتماعية واضحة بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، حيث ان هذه العلاقات مبنية على أساس التفاعل الذي يحدث بينهم وذلك من خلال عمليات التضامن والتساند والتعاون، فكلما زادة اقدمية البائع في نشاطه التجاري داخل السوق كلما زادت خبرته في عمله مايجعله يكتسب علاقات اجتماعية كبيرة ومختلفة سواء داخل هذا السوق او في أسواق أخرى، وهذا ماينعكس على رغبة التاجر في استمرار نشاطه التجاري وتثبته بالسوق الأسبوعي وهي كلها مؤشرات توحى على وجود علاقات اجتماعية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت، وهو ما اثبتته بعض نتائج الدراسات السابقة وربطها بهذه الدراسة.

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

توصلت دراسنا الراهنة إلى العديد من النتائج التي تقترب في جوانب عديدة مع نتائج دراسات الأخرى أجريت في بيئة إجتماعية مختلفة بأن السوق الأسبوعي له دور فعال في بناء العلاقات الاجتماعية، وهذا ما توصلت إليه دراسة بعلي محمد السعيد، حيث أن هذه الدراسة أسفرت على أن السوق هو حقل للتفاعل والتعايش الاجتماعي ومن خلاله تتشكل شبكة العلاقات الاجتماعية، والتي تعطي صورة مميزة داخله، وهذا ما يحقق وظيفة من وظائف السوق

الأسبوعي، وهو ما اتفق مع نتائج دراستنا الراهنة والتي تؤكد على أن التعاون والتضامن داخل السوق هي سمة من سمات حياة التجار.

بالإضافة إلى الدراسة التي قام بها ميداني قدور عن خصوصيات السوق والتي تشترك في إحدى نتائج دراستنا، حيث توصل من خلالها إلا أن روابط التعاون والتعارف بين التجار في السوق هي أبرز الدلائل على الاندماج الاجتماعي، داخل هذا الفضاء، وهذا ما يشترك مع نتائج موضوع دراستنا حول خصوصية التضامن والتساند القائم بين التجار على أنها واقعية ومنطقية مبنية على التفاعل والتعاون المادي والمعنوي داخل السوق وخارجه أيضا، وبالتالي الدراساتان تشتركان في تحديد علاقات التعاون والتضامن داخل السوق الأسبوعي.

كما ان هناك دراسة أخرى قام بها كارين جريجول حول الأسواق الأسبوعية عن أنها عامل أساسي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في السنغال بالتحديد سوق نديوم حيث توصل من خلال هذه الدراسة على أن السوق هو مكان الالتقاء والحوار والتفاعل بامتياز كما يعتبر أيضا مكانة تعاون بين المجموعات العرقية إضافية على ذلك أن السوق مكان لدمج مختلف الأعراق من أجل توحيدهم وهو ما توصلت إليه نتائج دراستنا أيضا على أن السوق هو مكان للتفاعل والتساند والتعاون بين التجار ما يؤدي إلى دمج مختلف الثقافات والأعراف ما يشكل بذلك علاقات اجتماعية

كما تبينت دراسة أخرى أجراها كل من خالد حسين اغلييب وعلي محمد التير ومعمار مخروم الشحومي، حول التحليل المكاني للأسواق الدورية الأسبوعية، ودراسة جغرافية للسوق الأسبوعي لبلدية "زليتتين" في ليبيا ومن بين النتائج التي تم الوصول إليها أن تنوع واختلاف هذه الأسواق الأسبوعية من حيث أيام انعقادها، وكذلك من حيث المساحة التي تشغلها هذه الأسواق، ومن حيث كثافة ونشاط الحركة التجارية داخلها، بالإضافة إلى أصناف البضائع المعروضة فيها.

وهو ما تشابه أيضا مع بعض النتائج التي توصلت إليها نتائج دراستنا حول إختلاف الأسواق الأسبوعية، وهذا من حيث طبيعة النشاط التجاري داخله بالإضافة إلى شساعة المكان ونوعية السلع المعروضة فيه.

في مقابل ذلك، نجد هذه الدراسات التي تتشابه في بعض النتائج مع دراستنا الحالية تختلف في جوانب أخرى، وذلك من خلال: الدراسة التي أجراها "ميداني قدور" عن "الخصوصية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسوق" والتي توصلت الى ان عامل الثقافة في السوق هو فعلا الموجه والمحدد الأساسي للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات، وهو ما يختلف مع بعض نتائج دراستنا والتي تؤكد على أن التعاون والتضامن، الاحترام، المعاملة الحسنة، كل ذلك يدخل في عملية تفاعل تجار مع بعضهم البعض بالإضافة إلى عامل الأقدمية في تحديد معالم العلاقات الاجتماعية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

بالإضافة إلى الدراسة التي قام بها كل من خالد حسين أغليليب، وعلي محمد التير، ومعمر مخزوم الشحومي حول "التحليل المكاني للأسواق الدورية الأسبوعية"، والتي أسفرت على أن معظم الباعة المترددين على الأسواق الدورية الأسبوعية داخل بلدية زليتين هم من سكان منطقة، اذ تصل نسبتهم إلى 75% مقارنة بمجموع الباعة المتجولين، وهذا ما يختلف أيضا مع بعض نتائج دراستنا الراهنة والتي تقول عكس هذه النتيجة ان معظم الباعة المترددين على السوق الأسبوعي لمدينة تيارت هم من البلديات المجاورة أي المتجولين اذ تصل نسبتهم إلى 50% مقارنة مع مجموع الباعة الذين ينتمون إلى أهل المنطقة تيارت.

بالإضافة إلى باقي دراسات أخرى التي اختلفت نتائج دراستهم مع نتائج دراستها، ومن بينها دراسة أحمد فاروق محمد أحمد والتي كانت حول إعادة تأهيل السوق الأسبوعية التراثية وهي دراسة تحليلية لسوق "باب اللوق" حيث كانت نتائج هذه الدراسة تتمحور حول عمليات إعادة توظيف وتأهيل الأسواق التراثية التي تتم في دول العالم المختلفة بالإضافة إلى إسناد

عمليات إعادة التوظيف لفريق عمل متعدد التخصصات يقوده المعماري وهو المسؤول عن تنسيق الأعمال لضمان تحقيق البرنامج.

كما اختلفت أيضا دراسة جيل سامبول عن دراستنا والتي كان موضوعها عن الصلابة كان نموذج اجتماعي سياسي للعلاقات الاجتماعية بفضل صلابة السوق.

تبقى هذه الدراسات لها أهميتها العلمية والعملية بالنسبة للبحث والباحث، حيث يرجع هذا الاختلاف إلى خصائص البحث واختلاف السياقات التي أجري فيها.

مناقشة النتائج في ضوء النظريات السوسيولوجية.

من خلال نتائج دراستنا الميدانية والتي تتعلق بموضوع واقع العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية نجد بعض هذه النتائج لها خلفية نظرية وهو ما يرتبط مع حديثنا في الجانب النظري عن السوق الذي يعتبر مجتمع مصغر، يلتقي فيه الباعة من أجل عملية البيع والشراء وتقديم خدمات، هذا ما آلت إليه البنائية الوظيفية التي ترى بأن المجتمع يتكون من أجزاء وكل جزء من هذه الأجزاء يؤدي وظيفته، وهي في نفس الوقت مكملة لوظيفة الجزء الآخر، وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء الأخرى، كما أن لكل جزء وظائف بنيوية تابعة من طبيعة الأجزاء وهذه الوظائف مختلفة، وهذا ما ينطبق على السوق الأسبوعي لمدينة تيارت حيث أن لكل جزء من أجزائه وظيفة خاصة به، والتي هي في نفس الوقت مرتبطة بنوعية ونشاط التجارة داخله، فالكل يؤدي وظيفته ما ينجم عن ذلك تكامل وتناسق فيما بينهم، يظهر ذلك في عملية التعاون والتضامن والتفاعل وهذا ما أشار إليه بارسونز عن النسق الذي يقوم بين مجموعة من التجار، الذين يتفاعلون مع بعضهم البعض، حيث يكونون من خلاله شبكة من العلاقات الاجتماعية، وهو ما يشترك مع نتائج دراستنا على أن هذه العلاقات مبنية على أساس الاحترام والتقدير والتساند بين التجار داخل هذا الفضاء.

بالإضافة إلى الوظيفة الاجتماعية التي تعتبر مجمل النشاطات أو الوظائف التي يقوم بها الفرد أو الجماعة داخل المجتمع وذلك من أجل إشباع حاجة الأفراد، وهذا ما يتطابق أيضا

مع بعض نتائج دراستنا على أن التجار يقومون بمجموعة من النشاطات المختلفة داخل السوق تؤدي بدورها إلى إشباع حاجيات الزبائن الذين يقصدون هذا المجال.

بناء على بعض المبادئ التي تقوم عليها النظرية البنائية يمكن ادراج السوق الأسبوعي لمدينة تيارت ضمن العناصر المكونة للبناء الاجتماعي.

ما تبرزه أيضا بعض نتائج دراستنا التي تم الوصول إليها، والتي تقول بأن الحوار والتواصل الذي يقع بين التجار في بعض الحالات يكون عن طريق رموز أو إشارات أو عبارات والتي يفهم معناها التجار داخل هذا الفضاء، كنظام متفق عليه في ضوء الأشكال التفاعلية الكلية عندهم ما ينطبق عن خاصية الأسواق وطبيعتها الشعبية والثقافية، والتي ترتبط بخصوصية ثقافة المجتمع بمدينة تيارت وهو مشترك مع إحدى مبادئ النظرية التفاعلية الرمزية والتي أسفرت على أن الإنسان ينشأ الرموز الدالة التي يتعلمها في الاتصال باعتبارها عاملا هاما في العملية الإتصالية.

بالإضافة إلى ما أشارت إليه هذه النظرية والتي تبين بأن التعبير عن النظام الاجتماعي يكون من خلال نظام التسلسل الذي يصنف الأفراد إلى طبقات اجتماعية وهو ما اتفق مع بعض نتائج دراستنا على أن التجار داخل السوق الأسبوعية يتعاملون مع جل الزبائن والتي تتمثل في مختلف الطبقات الاجتماعية.

التحليل السوسولوجي: لبعض الأمثال الشعبية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت

إضافة على ذلك فإن هذه النظرية تقوم أساسا على التفاعل والرموز مثلها مثل التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية، تشير هذه النظرية إلى التفاعل الذي يأخذ مكانة بين الناس من خلال الرمز الذي هو شيء يشير إلى شيء آخر ويعبر عنه بالمعنى، كالعلاقات والإشارات والقوانين المشتركة، فإذا كان الرمز إيجابيا فحتما سيكون تجاذب ويحدث التواصل والعكس صحيح، ويظهر ذلك على التعاملات التجارية داخل السوق.

فمن خلال الجدول الثاني الذي يمثل أهم الأمثلة الشعبية المتداولة بين التجار الإجماعيين في مجال التعاملات التجارية في السوق الأسبوعي لمدينة تيارت وهو نموذج يمكن تعميمه على منطقة تيارت، لتقارب اللهجة والتراث الشعبي بها، حيث نستنتج أن الأمثلة الشعبية كلها تصب في سياق إجتماعي تفاعلي يدل على ان مستعمله ومتلقيه يتمثلانه من حيث الدلالة والمعنى، فالمتعامل في السوق الأسبوعي الشعبي حينما يلجأ إلى إستعمال المثل يدرك جيدا أنه سيوصل المحتوى بطريقة غير مباشرة لأنه يعتقد أن المثل بمثابة حكمة أو موعظة، لخصها بشكل مختصر وقدمها للمتلقي لإستخلاص قيمتها وفهم معناها الخطي.

كما تنطلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الإجتماعي المتمثلة في القواعد الإجتماعية التي تعتبر أهم منظمات السلوك الإنساني وهي أحد الظواهر الإجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجيهه في إرتباطه مع الآخرين والجماعات الإجتماعية الأخرى، حيث تقع عمليات التفاعل الإجتماعي في منطقة جغرافية معلومة الأبعاد كفضاء السوق الأسبوعي الذي تحدث فيه الكثير من التفاعلات بين التجار من خلال الممارسات والنشاطات التجارية المختلفة.

النتائج العامة:

يتبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن السوق الأسبوعي لمدينة تيارت رغم التغيرات التي طرأت عليه سواءاً من الناحية الجغرافية للمنطقة أو من خلال الظروف التي عاشتها أثناء الحقبة الإستعمارية إلى أنها ما زالت تواكب الوضع وتتخبط في جميع التغيرات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والثقافية وهذا ما جعلها تحافظ على مكانتها داخل المجتمع المحلي مما تعطي صورة منظمة للحياة الإجتماعية تكون مرتبطة بأشكال التفاعل والعلاقات الإجتماعية التي تحدث داخلها بالإضافة إلى الدور الفعال الذي تلعبه في عملية التواصل والاحتكاك بين المدينة والريف.

ولعل ابرز ما نستخلصه متعلق بنمط العلاقات الإجتماعية داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت الذي يعتبر أكثر مجال يلتقي فيه الناس، دوريا من أجل القيام بعمليات التبادل المادي أو الرمزي وهو كمؤشر إجتماعي ذات طابع إقتصادي وثقافي وإتصالي تظهر تجلياته من خلال أشكال تعبيرية مختلفة يرددها التجار وهو نوع من التواصل والترابط بينهم.

فالسوق لم يكن يقتصر على المبادلات التجارية للبضائع بل كان فضاء لدعم العلاقات الاجتماعية المختلفة أيضا وهذا ما تجسده الحياة اليومية من تفاعلات مرتكزة على التعاون والتضامن والتساند الإجتماعي داخله، إذ يبرز لنا الجانب المعنوي للتفاعلات اليومية التي تعبر على حصيلة متراكمة من المعطى البيئي وهذا الجانب هو احد اهم اشكال الحياة اليومية داخل السوق الأسبوعي لمدينة - تيارت ويتجلى في تنميط البائعين أنفسهم.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن ما يمتاز به البائعين هو كثرة التبادلات المادية والمعنوية بينهم بالإضافة إلى الإحترام والتقدير والتسهيل حيث أن سلوكيات الحياة اليومية هذه تتباين من بائع إلى آخر، حيث أننا وجدنا بعض الباعة يعتمدون في طريقة كسبهم للعلاقات الإجتماعية عن طريق الصدق وترك حرية المشتري، وعرض كل ما هو موجود بأسعاره الحقيقية.

بالإضافة إلى وجود نوع من البيع بالأجل والدين المؤقت، كما وجدنا نوع من الفراسة والتميز من قبل الباعة وهو ما يشير إلى طبيعة الخبرة التجارية المتراكمة لدى مؤلاء التجار. ما يمكن أن نلتمسه من خلال هذه النتائج أن عامل التضامن والتعاون والإحترام القائم بين التجار داخل السوق أدى إلى خلق علاقات إجتماعية ذات طابع إيجابي عن طريق إسناد بعضهم البعض.

كما عمل السوق أيضا على ترسيخ نوع من الأعراف والتقاليد التي تتميز بها منطقة تيارت على أنها منطقة بدوية تمتاز بتاريخها الحافل في مجال الزراعة والرعي وتربية الخيول والمواشي، حيث يعود زمن هذا السوق الذي تشتهر به المنطقة إلى زمن بعيد تشكل عبر مفترق الطرق عن طريق التجارة، فالمعروف تاريخيا أن تجارة القوافل كانت لها طرفًا خاصة بها وهذا

ما أدى إلى ظهور السوق، حيث تحول في مراحل لاحقة إلى تجمع ديمغرافي على شكل قرى وهو ما جعلها تراثا ثقافيا واجتماعيا.

بما أن السوق الأسبوعي مقسم إلى أجزاء داخلية كانت أو خارجية وهذا راجع " حسب نمط توزيع الباعة الذي يمنحنا إنطبعا حقيقيا عندما بالتجول بين الشوارع والطرق التي تعتبر أبسط نظرة للسوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

نجد هذا السوق محاطاً بسوار خارجي، حيث تنصب الخيام (القواطين) داخله وخارجه كما نرى الكثير من التجار مفترسة السلع بكل أنواعها، تاركة بذلك ممرات صغيرة للعاشرين والزبائن هذه الشوارع الافتراضية والوهمية تقسم مجال السوق إلى عدة امكنة متخصصة تكبر أو تصغر حسب حجم ونوع النشاط التجاري وأهميته.

ونحن كباحثين سوسيوولوجيين نريد البحث عن معنى العلاقات الاجتماعية داخل السوق على إعتبار أن السوق هو وحدة متكاملة الأجزاء تمنحنا إمكانية القراءة السوسيوولوجية له.

عند دخولك السوق الأسبوعي يصادفك إزدحام كبير سواء الداخل إليه او الخارج منه ، فالكل يتسارع إليه لتحقيق غايته منه وقضاء حوائجه، فعند دخولنا السوق من بابه الغربي، أول ما صادفناه باعة مواء التجميل على اليسار وباعة التمور على اليمين، يتوسطهم في الطريق باعة (حلوة الترك) او ما تسمى (بملوة السوق) وهذا ما يجعل الدخول إلى السوق صعب لكثرة إزدحام الراجلين وظيف الطريق ، هؤلاء الباعة الذين داخل السوق يتراوح عددهم ما يقارب 300 تاجر الكل حسب قدرته المادية في حجم إستغلال المكان المخصص له، وفي حجم وكمية السلع والبضائع التي يعرضها ، إذ أنهم يصطفون في صفوف متقابلة ، لكن الملاحظ مو إختلاط نسبي في باقي المنتجات المعروضة لهم ، فنجد مثلاً بين بائعين الخضراون آخرون يبيعون الفواكه أو الأعشاب أو المواد الاستهلاكية معا رغم اختلافها.

وفي هذه الجولة داخل هذا الفضاء الحيوي نجد أيضا العطارون وباعة الملابس أنهم يتوزعون بشكل متفرق أو تلقائي على كل السوق سواء داخله أو خارجه، وكذلك بائعوا اللحوم

الحمراء إنا نجد هذه الفئة داخل السوق بجانب بائعي الأحذية، أما بائعوا الأسماك تراهم خارج السوق أي مع بائعي الخضر والفواكة، وبالتالي يجب على هذه الفئة أن يكون لها مكان مخصص وتكون مع بعضها البعض.

من جهة أخرى واحد باعة الملابس والأحذية المتنوعة والمنتشرة في السوق والتي تشكل نسبة كبيرة من مساحته ، فمنهم من بائعي الملابس من يملكون وسائل نقل (شاحنات) لعرض سلعتهم فيها ومنهم من يفترشها على قطع حديدية كالتاولات، إضافة على ذلك نجد ما يقارب حوالي 5 إلى 6 منالخير المعروفة ببيع القهوة او ما يعرف ب (قهوه السوق) وعن كذلك بيع المأكولات الخفيفة، فإن هذه المهنة لازالت تحتفظ بقيمتها وتراثها كما تعرف إنتعاشاً كبيراً وهذا ما نلاحظه داخلها من إنتشار الأفران ، فمنهم من يطهي القهوة والشاي ومنهم من يحضر الإسفنج، بالإضافة إلى توافد الزبائن على هذه الخيم التي يعتبرونها قبلة لهم من أجل الراحة أو سماع أخبار البلاد أو من أجل إتمام عملية البيع والشراء، أو إقامة الصلح بين الغير وغيرها من الأمور الاجتماعية والسياسية التي تقضى داخل هذه الخيم. وبالتالي ما نراه وما يمكن قوله بأن السوق الأسبوعي لمدينة تيارت تم تقسيمه من طرف التجار وهذا راجع لطبيعة المنتج وليس مقسما عن طريق الصدفة وكذلك أظهرت هذه الدراسة أيضا من خلالمقابلة عدد من المبحوثين ان الذين يسيطرون على الأماكن الخاصة والهامة والمكثفة هم تجار اهل المنطقة الذين يمثلون أقل عددا وهذا نسبة تمثل كم 37.5% مقارنة مع عدد التجار المتجولون الذين يقصدون السوق والذين يمثلون نسبة كبيرة تمثل 50 % وبالتالي تجار اهل المنطقة هم من يتحكمون في تقسيم هذه الأماكن وإستغلالها.

ومنه يتبين لنا بان نمط الحياة اليومي داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت قائم على التعاون و التضامن والتساند بين التجار و هي سمة التفاعل الغالب و الأكثر حضورا من نمطي الصراع و التنافس ذلك انه يرتبط بمقدار التواصل بين الأطراف المتفاعلة على مدار اليوم و يكون هذا التواصل عن طريق كلمات ،لغات ، رموز، معاني ودلالات لفظية و ايحائية و شكلية

تتجسد بدورها في وظائف معينة و محددة تكون مرتبطة في الغالب بعمليات البيع و الشراء والتفاعلات اليومية البيئية إذ انها لغة شمولية تستمد في الغالب من حقيقة السوق أولا ، ومن المنظومة الاجتماعية و الثقافية والمحلية ثانيا وهو ما يظهره الجدول رقم 02 عن بعض الكلمات و المعاني المتداولة داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

خاتمة

في ختام دراستنا هذه يمكننا القول ان الأسواق الأسبوعية وبالرغم من غياب أي تشريعات او قوانين تنظم التعاملات التجارية داخلها، الا انها مازالت صامدة ومحافظة على تواجدها داخل المجتمع المحلي، وتبقى الملاذ الحقيقي للعديد من الشرائح الاجتماعية التي تقصدها، لما توفره من اشباع حاجاتهم وممارسة مختلف التعاملات التجارية التي ينجم عنها تفاعلات تحدث بين التجار كتعاون والتضامن والتساند الذي يؤدي بالضرورة الى خلق شبكة من العلاقات الاجتماعية المختلفة ذات طابع إيجابي يعطي صورة مميزة لهذه الأسواق.

ولهذا يبدو لنا السوق الأسبوعي لمدينة تيارت من خلال هذا المنظور له وزن اقتصادي مميز يدخل ذلك في عملية التبادل التجاري كما انه مجال للتفاعل الاجتماعي عن طريق المعاملات والممارسات الثقافية والمحلية منها مرتبطة باشكال التواصل والحوار مبني على لغات ورموز واشارات مختلف يستخدمها التجار فيما بينهم مما ينتج عن ذلك علاقات اجتماعية تعبر عن الحياة اليومية داخل هذا الفضاء.

قائمة البيبايوغرافية

المراجع:

القرآن الكريم.

القواميس والمعاجم.

1. ابن منظور. لسان العرب. ط1. مادة الرمز، بيروت. 1990.

2. أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات في العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان ساحة رياض الصلح، بيروت، 1982.

3. ألان كولون، معجم العلوم الإنسانية، ط1، ترجمة مروان بطش، الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2012.

4. محمد جمال. «المعجم الإعلامي». ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان، الأردن، 2006م.

5. ياقوت الحموي، معجم البلدان، ج2، دار الصادر، لبنان، بيروت، 1997م.

الكتب:

1. أحمد زايد. «علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية والنقدية». ط 1، نهضة مصر للطباعة والنشر، مصر، 2006.

2. الحافظ، البيان والتبيين. ترجمة: محمد الدين الخطيب، القاهرة، 1332م.

3. حسان احجيج وجمال فزة: البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية. دار توبقال، المغرب، 2020.

4. الحسن، إحسان محمد. «النظريات الاجتماعية المتقدمة». ط1. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 1990.

5. راتب قاسم عاشور، فنون اللغة العربية وآساليب تدريسها بين النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

6. ستيريوس سرانتاكوس. "البحث الاجتماعي" شحدة فارغ، المركز العربي للأبحاث والدراسات، بيروت، 2017.
7. السيد حافظ الأسود. الأنثروبولوجية الرمزية. ط1. دراسة نقدية مقارنة للإتجاهات الحديثة في فهم الثقافة وتأويلها. منشأة المعارف الإسكندرية، مصر، 2002.
8. شمس الدين أبو عبد الله المقديسي، أحسن التقاسيم في معرفة الأقاليم، ط2، مطبعة بريل ليدن، 1906.
9. عامر إبراهيم قنديجلي. "منهجية البحث العلمي". مطبعة عصام، دار اليازوري، بغداد، 1979.
10. عبد الباسط محمد محسن. "أصول البحث الاجتماعي". ط05. مكتبة وهبة، مصر، القاهرة، 1976.
11. عرفان محمد حمور، مواسم العرب الكبرى، ط1، ج1، مؤسسة الرحاب الحديثة للطبع والنشر، بيروت، 1999.
12. فرانسوا دورتيه، معجم العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة: جورج كتورة، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2011.
13. فرج المبروك، عمر عامر. "خطوات كتابة البحث العلمي". ط01. دار حميثارا للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، 2020.
14. محمد السعيد فاطمة الزهراء. العناصر الرمزية، القصة القصيرة. ط2. دار النهضة، مصر، 1984م.
15. محمد عبد الحميد. "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير". ط1. عالم الكتب، القاهرة، 1997.
16. محمودة العودة، أسس علم الاجتماع، درار النهضة العربية للطباعة النشر، بيروت.
17. مسعود جبران، رائد الطلاب، ط1، دار الملايين بيروت، لبنان، 1978.

18. منال أبو الحسن. "أساسيات علم الاجتماع العلمي". النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر الجامعات، القاهرة، 2007.
19. موريس انجريس. "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية". ط 02. تر يزيد صحراوي و اخرون، دار القصة، الجزائر، 2004.
- المجلات والدوريات:
1. بخوش عمار . "منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية". المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية الاقتصادية والسياسية ، برلين ، المانيا ، 2019.
2. خاتمي مصطفى، إسهامات الكتابات اللاتينية في معرفة التاريخ القديم لمنطقة تيارت، مجلة العبر للدراسات التاريخية والأثرية في شمال إفريقيا، العدد 02، 2022.
3. د. عبد اللام مفتاح محمد العجيلي. «الأسواق الشعبية في منطقة ترهونة»، دراسة في الجغرافية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. عدد 09، جوان 2020.
4. ضيفي بشير، "دراسة سوسيولوجية لأمثال الشعبية المتداولة في أسواق المواشي"، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 1 (2022/09/15).
5. علي أسعد وطفة، التفاعلية الرمزية بنية ومفهوما وإشكالية، شبكة النبا المعلوماتية، كلية التربية، جامعة الكويت، 2022.
6. فضيل دليو. "إتصال المؤسسة"، إشعار علاقات مع الصحافة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
7. محمد بن سعيد بن سنان، سر الفصاحة، مكتبة لسان العرب للنشر والتوزيع، دار الكتب العلمية، بيروت، 1982.
8. محمد حمراوي، التفاعل والتخاطب في اللسانيات الحديثة، مج 25، العدد 01، جامعة الجزائر، 2018.

9. محمد غربي. "النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية". مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 18: (أكتوبر 2010).
10. محمد غربي، مرجع سابق، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 162، 2019.
11. ميداني قدور، دور السوق في ترسيخ قيم الهوية في المجتمع الجزائري، مجلة الفكر المتوسطي، مج2، ع12، 2021.
12. هادي نعمان الهقي. الاتصال والتغير الثقافي، سلسلة الموسوعة الصغيرة، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1978م.
13. ياسر بن يوسف. «الأسواق الشعبية تقاوم الإندثار». مجلة البلاد. العدد 10، (5 سبتمبر 2020).

محاضرات:

1. عذراء صليوا رفو. "مبادئ علم الاجتماع". المحاضرة السادسة، كلية الأدب، الجامعة المستنصرية.
 2. فوزية سعاد بوجلابة، تاريخ مدينة تيارت الأثرية، محاضرات علم الآثار جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016.
- المواقع الإلكترونية:

1. www.Google+earth.com time : 19:06 date 30/05/2024

2. <https://tiaret.mta.gov.dz/>

رسائل الجامعية:

أطروحة دكتوراه:

1. أحمد هداجي، التحضر أثاره في تغيير العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2023.

2. أمينة كرابية، طبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2017.
3. بعلي محمد سعيد. «الحياة الجماعية وأماكن التعايش الاجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأوراق الأسبوعية». أطروحة دكتوراه جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م.
4. بعلي محمد سعيد. «الحياة الجماعية وأماكن التعايش الاجتماعي ضمن فضاءات التبادل والتفاوض في الأسواق الأسبوعية». أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، الجزائر، 2018.
5. بوعناني العربي، المقاومة الشعبية في منطقة تيارت (1830-1908)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، 2018-2019.
6. عائشة ناتيا صغير. «تمثيلات حرية التعبير والتدوين الإلكتروني في الجزائر». أطروحة الدكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2022.
7. أحمد هداجي: التحضر وأثره في تغيير العلاقات الاجتماعية، جامعة احمد دراية، أدرار، 2022-2023، نقلا عن: محمد نبيل توفيق السمالوطي: المنهج الإسلامي في دراسة علم الاجتماع الإسلامي، ط 4، دار الشروق، الرياض، السعودية، 2006، ص 229.
8. ميداني قدور. «الخصوصية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسوق». أطروحة دكتوراه، جامعة وهران 2، الجزائر، 2018م.
9. ميداني قدور، الخصوصية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسوق، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف- وهران 2، 2018.
10. هناء قطوشة، التفاعل الاجتماعي ضمن الأنشطة الثقافية والرياضية والمدرسية في مرحلة التعليم المتوسط، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة، 2016.

رسائل ماستر:

11. شاشوة نورة، نظام الإتصال والعلاقات الاجتماعية المهنية التنظيمات الإستشفائية، جامعة العقيد آكلي، محند أولحاج، البويرة، 2011-2012، نقلا عن: إحسان محمد حسن، علم الاجتماع الطبي، دراسة تحليلية في طب المجتمع، وائل للنشر، ط 1، 2008، ص ص 82-83.
12. أحمد فاروق محمد أحمد. "إعادة تأهيل الأسواق التراثية" دراسة تحليلية رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، جمهورية مصر، 2015.
13. رابح بن عيسى: إنعكاسات محو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011، نقلا عن: أحمد كمال أحمد: قرارات في علم الاجتماع، مكتبة الجانحي، القاهرة، ص 115.
14. أحمد محمد فاروق احمد، إعادة تأهيل الأسواق التراثية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، مصر، 2015.
15. أوريد قرح، مستوى التحصيل اللغوي عند الطلبة من خلال مذكرات التخرج، رسالة الماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، 2013.
16. بشير ضيف. «القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية». شهادة الماجستير. جامعة غرداية، الجزائر، 2013م.
17. بشير ضيفي، القيم التربوية والدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة غرداية، الجزائر، 2013.
18. بن سهيل مفيدة وبن حمدان سمية: أثر الإتصال التنظيمي على العلاقات الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2016-2017، نقلا عن: جابر عوض السيد: تكنولوجيا العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1996، ص 144.

19. سلاطية كريمة: التفاعل الاجتماعي في ظل الأزمات "جائحة كورونا نموذجا"، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020-2021، نقلا عن: حلمي خضر ساري: ثقافة الإنترنت، ط 1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 97.
20. فنيش وسيم: واقع العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، جامعة محمد صديق بن يحي، جيجل، 2015-2016، نقلا عن: خالد حامد: مدخل إلى علم الاجتماع، جسور للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2008، ص 35.
21. رابح بن عيسى، إنعكاسات محو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2011.
22. ريم محمد رسمي أبو الريش، واقع العلاقات الاجتماعية بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية-بمحافظة غزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين، 2016.
23. سامية معاوية، الثقافة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009.
24. سعد الله حورية، ظاهرة إمتلاك غير الرسمي للمجال داخل الأسواق الشعبية، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2013.
25. صلاح فلاق شرة. «الاتصال علاقات عامة داخل المؤسسة». تكنولوجيا الإتصال المؤسسة، جامعة مستغانم، الجزائر.
26. العربي فرحات، أنماط التفاعل وعلاقات التواصل في جماعة القسم الدراسي وطرق قياسها، مذكرة منشورة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2010.

27. رابح بن عيسى، إنعكاسات محو الأمية على الوظائف الأسرية والعلاقات الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011، نقلا عن: فهمي سليم غزوي، المدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 158.
28. سامية معاوية: الثقافة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الجزائرية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008-2009، نقلا عن: فؤاد باهي السيد وسعيد عبد الرحمان: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، مصر، د ط، 1999، ص 149.
29. منصور محمد، مقاصد أحكام السوق، رسالة ماجستير، قسم الإقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد درارية، جامعة أدرار، 2010.

الملاحق



وزارة تعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون - تيارت -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية



دليل مقابلة للدراسة الميدانية لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الإتصال

و اقع العلاقات الاجتماعية داخل الأسواق الأسبوعية
"دراسة ميدانية بالسوق الأسبوعي لولاية تيارت"

تحت إشراف:

- بوزبرة سوسن

من إعداد الطلبة:

- عبد الله محمد

- قوان ساعد

تحية طيبة وبعد:

نلتمس منكم الإجابة على هذه الأسئلة بكل دقة وموضوعية، ونشكركم مسبقا على مساعدتكم

لنا.

ملاحظة: الإجابة المقدمة من قبلكم سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2024/2023

نموذج المقابلة:

يتضمن ثلاثة محاور رئيسية على الشكل التالي:

المحور الأول: الرموز واللغات المستعملة بين التجار داخل السوق الأسبوعي لمدينة - تيارت

1- ماذا يمثل لك السوق الأسبوعي لمدينة تيارت؟

* منطقة عبور.

* سوقا مهم.

* فضاء إجتماعي للتواصل والتنفيس فقط.

2- ماهي الأسواق الأخرى المفضلة لديك والتي تعرض فيها سلعتك ؟

3 - ما هي الطريقة التي تعتمد عليها في عملية البيع مقارنة مع الآخرين ؟ لماذا ؟

4 - من عادات التجار أنهم يستخدمون بعض الإشارات والرموز فيما بينهم فهل بإمكانك أن

تدلنا عليها ؟

5- لماذا يضع التجار علامات فوق السلع أو على الحيوانات التي تباع ؟

6- ما رايك في العبارات واللغات المتداولة بين التجار؟ هل هي عادية ؟

7- كل ما تراه كتاجر في هذا السوق تراه في اسواق أخرى أم أنه يختلف من سوق إلى آخر ؟

* اللغات المتداولة .

* طريقة البيع.

* عرض السلع.

8 - هل ترى أن هناك تغير في معالم السوق الأسبوعي ؟

* من حيث ماذا ؟

* نحو الأحسن أو السيبي؟

المحور الثاني: أنماط التفاعل داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت.

- 1- كيف هي علاقتك مع التجار داخل السوق ؟
- 2- ما هي الطريقة التي تستخدمها في كسب العلاقات مع الآخرين؟
- 3- من هم الزبائن الأكثر تعاملًا معهم ؟ لماذا ؟
- 4 - ما هي المعايير التي تبني عليها تعاملاتك داخل السوق ؟
 - * حسب السن.
 - * حسب الإنتماء الجغرافي.
- 5 - هل هناك علاقات التضامن والتساند بين التجار ؟ كيف هي ؟
 - * داخل السوق فقط أو خارج السوق أيضا.
 - * مادية أو معنوية أكثر .
- 6 - في نظرك يمكن لهذه العلاقات داخل السوق أن تتطور وتتجاوز الجانب المادي إلى جوانب أخرى ؟
- 7 - كيف يتعامل التجار فيما بينهم في الحالات الحرجة ؟
 - * تاجر تعرض للسرقة.
 - * تاجر فقد رأس ماله.
 - * صراع ونزاع فيما بينهم.
 - * في حالة وجود منافسة بين التجار أو تضارب عن المكان.
- 8 - ما دور الأقدمية في تحديد معالم العلاقات داخل السوق ؟
 - * نشاط متوارث
 - * قرارات متعلقة بأصحاب اهل المدينه
- 9- مارايك في فكرة الإستغناء عن فضاء السوق الأسبوعي ومزاولة نشاطك نحو فضاء مغلق (محل للبيع) أو مكان آخر؟

المحور الثالث: البيانات الشخصية:

- 1- السن.
- 2 - المهنة
- 3 - مكان الإقامة.
- 4- المستوى التعليمي.
- 5- الحالة الاجتماعية.
- 6- نوع النشاط التجاري.
- 7- مدة ممارسة النشاط التجاري.

الجول رقم (01): المتعلق بخصائص العينة:

الرقم	الإسم المستعار	السن	مكان الإقامة	المستوى التعليمي	الحالة الاجتماعية	مدة ممارسة النشاط	نوع النشاط
01	المبحوث 01	45	تيارت	2 ثانوي	أعزب	20 سنة	ملابس رجالية
02	المبحوث 02	41	مدرسة	2 ثانوي	متزوج	16 سنة	أواني منزلية
03	المبحوث 03	38	فرنندة	2 متوسط	متزوج	18 سنة	مواد التجميل
04	المبحوث 04	42	مهديّة	2 ماستر	أعزب	17 سنة	قطع غيار الدراجات
05	المبحوث 05	35	تيارت	أولى ثانوي	متزوج	13 سنة	خضر وفواكه
06	المبحوث 06	35	تسمسيلات	3 متوسط	أعزب	10 سنوات	التمور
07	المبحوث 07	43	تيارت	4 متوسط	متزوج	15 سنة	خضر وفواكه
08	المبحوث 08	29	الرحوية	4 متوسط	متزوج	8 سنوات	اللحوم

الجدول (02): الامثال الشعبية المتداولة داخل السوق الأسبوعي لمدينة تيارت

الرقم	المثل الشعبي باللهجة المحلية	معناها	الغرض من استخدامها
1	السوق عوام والصغر دوام	بأن هذا السوق ماهو دايم حتى لو احد	للدلالة عن الاجل
2	لي بغا يربح العام طويل	بأن الربح لا يأتي بين ليلة وأخرى وإنما على طول العام	الرفق وعدم الطمع
3	السوق لي دخلت فيه انت انا بايت فيه	بأن هذا السوق أعرفها أكثر منك	الخبرة الميدانية
4	عينك هي ميزانك	أن عينك هي مقياسك للشيء الذي تريده	التأكد من حرية الاختيار
5	حرز البال وكون على بال	دئماً تكون فطن وتأخذ حذرك من السرقه	الحذر من السرقة
6	جدي طري كول و شوي خير ما تغليكسي	بمعنى أن لحمها صغير وجيد من حيث الأكل	الجودة والتنوعية
7	نعجت القليل ترعى من طرف	بمعنى أن الفقير يشترى السلعة الأقل ثمنا	الطبقات الإجتماعية

8	شوف العين ترك السؤال	ترى بعينك أحسن من أنك تسأل عنها	عدم الإتكال على الغير
9	معاونة النصارة ولاّ قعاد خسارة	أعود نفسي عن العمل خير من أنني أبقى مكتوف الأيدي	للدلالة عن العجز و الفشل
10	خدام الرجال سيدهم	بأن العمل الذي أمارسه لأستحي منه	الإستحياء
11	كل نهار وبراكنتو	بأن كل يوم وله رزق خاص به	الرزق
12	اللي عطى ما دى	الرغبة في شراء السلعة	الشك

الجدول الخاص بالأساتذة المحكمين لأسئلة الإستمارة:

الرقم	الأستاذ (ة) المحكم	التخصص	الرتبة	أهم الملاحظات
01	بن مفتاح خيرة	علم اجتماع الإتصال	أستاذ محاضر	تصحيح بعض الأخطاء
02	بودواية مختار	أنثروبولوجيا	أستاذ محاضر	إضافة أسئلة و خيارات
03	حسيني فاطيمة	أنثروبولوجيا	أستاذ مساعد	تغيير صياغة بعض الأسئلة
04	لطروش بلقاسم	علم اجتماع الإتصال	أستاذ مساعد	تعديل صياغة الأسئلة و ترتيبها
05	مراد أحمد موهوب	علم اجتماع التنمية	أستاذ مساعد	إضافة خيارات + ترتيب الأسئلة

الموقع الجغرافي والاقليمي لمدينة تيارت



الملحق رقم 01: الموقع الجغرافي لمدينة تيارت



الملحق رقم 02: صورة بجانب السوق الأسبوعي بتيارت

السوق الأسبوعي كل يوم إثنين



جانب من السوق الأسبوعي



جانب السوق الأسبوعي

الملحق رقم 03: صورة تجار داخل السوق الاسبوعي



الملحق رقم 04: صورة توضح كيفية عرض السلع داخل السوق الأسبوعي



جامعة ابن خلدون - تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(ملحق القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 2020/12/27 المتعلق بالوقاية ومحاربة السرقة العلمية)

نحن الماضون أسفله الطلبة الآتية أسماؤهم

السيد(ة) قواند سابع
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم 33259 والصادرة بتاريخ: 2017/02/05

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: العلوم الاجتماعية
و المكلفون بإنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الموسومة بعنوان:

موقف العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة الأسرية
مدينة تيارت

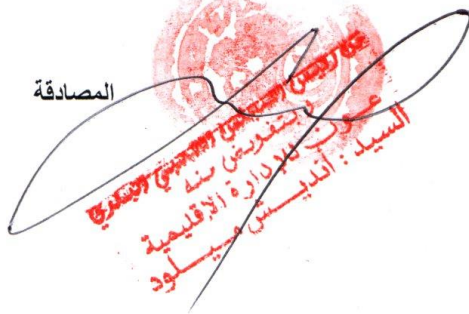
نصرح بشرفنا أننا إلتزمنا بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية و النزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ

30 جوان 2024

إمضاء المعنى

المصادقة


السيد: أنديس ميسلود
مدير إدارة الأقليمية
بستوريس سنة
2024





جامعة ابن خلدون - تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع



تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(ملحق القرار الوزاري رقم 1082 المؤرخ في 2020/12/27 المتعلق بالوقاية ومحاربة السرقة العلمية)

نحن الماضون أسفله الطلبة الآتية أسماؤهم

السيد(ة) السيد السيد
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم والصادرة بتاريخ
المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: العلوم الاجتماعية
و المكلفون بإنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر الموسومة بعنوان:
.....
.....
.....

نصرح بشرفنا أننا التزمنا بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية و النزاهة
الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2024/06/03

المصادقة
.....
.....
.....
.....

إمضاء المعني

.....

