

دراسة أنثروبولوجية لوظائف الأسواق الشعبية في منطقة الوادي

الأبيض: سوق الإثنين والخريف أنموذجا

An anthropological study of the functions of popular markets in the Oued

Abiod region: the Lathnin and Kharif markets as an example

رفيق بلعيدى*، مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر

rafiq.belaidi@univ-biskra.dz

نور الدين جفال، جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر noureddine.djeffal@univ-tebessa.dz

سليم درنوني، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، s.dernouni@univ-biskra.dz

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/05/06

تاريخ الإرسال: 2024/02/16

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على قيمة الأسواق الشعبية والوظائف التي تؤديها ضمن منطقة الوادي الأبيض، من خلال طرح إشكالية مفادها: ما هو دور الأسواق الشعبية في منطقة الوادي الأبيض؟ ومع الأنماط الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتكررة في الأسواق الشعبية خاصة سوق الإثنين وسوق عيد الخريف محل الدراسة، كان لزاما القيام ببحث أنثروبولوجي للتعرف على قيمة الأسواق الشعبية عند ساكنة الوادي الأبيض وماهية علاقتهم بها وتصوراتهم نحوها، وذلك بالاعتماد على المنهج الإثنوغرافي لوصف الممارسات الشعبية على مستوى هذه الأسواق، ثم تقنية الملاحظة بالمشاركة والمقابلة غير الموجهة لجمع البيانات من الأفراد المرتادين للأسواق الشعبية والتي يمكن أن تساعد في الوصول للحقيقة الاجتماعية المرجوة من البحث. وقد توصلت الدراسة بعد تفسير مختلف البيانات بنائيا ووظيفيا وتأويل دلالاتها المختلفة أن الأسواق الشعبية لها قيمة رمزية وتاريخية واجتماعية تظهر من خلال أدائها لوظيفة اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياحية وعلاجية، تساهم في تلبية مختلف حاجات الأفراد وبالتالي العمل على استقرار البناء الاجتماعي لمنطقة الوادي الأبيض.

الكلمات المفتاحية: الأسواق الشعبية، الوادي الأبيض، سوق الإثنين، سوق الخريف، وظيفة الأسواق التقليدية.

* المؤلف المرسل.

Abstract:

This research paper aims to identify the value of popular markets (suq) and the functions they perform within the Oued Abiod region, by raising a problem: What is the role of popular markets in the Oued Abiod region? The study relied on the ethnographic approach to describe popular practices at the level of these markets, then the technique of participant observation and non-directed interviews to collect data from individuals who frequent the popular markets (Lathnin and Kharif). The study found that popular markets have a symbolic, historical and social value that appears through their performance of an economic, social, cultural, touristic and therapeutic function, which contributes to meeting the various needs of individuals in the Oued Abiod region.

Keywords: Popular markets, Oued Abiod, Lathnin market, Kharif market, Function of traditional markets.

مقدمة:

تعد الأسواق الشعبية عنصرا أساسيا في ثقافة المجتمعات حول العالم، ونسقا اقتصاديا مهما في المجتمع، مشكلة واجهة حضارية يتشابك فيها الاقتصاد والثقافة والهوية، ووجهة مفضلة للعديد من طبقات المجتمع، كونها تشهد تمسكا بما هو تقليدي وتحاكي ما هو حضري، في متتالية خطية بين الانتقال من الحياة التقليدية إلى الحياة الحضرية، ومن الصعب تحجيم دور الأفراد في هذا الانتقال الدينامي، كونهم متفاعلين اجتماعيين حاملين لثقافات ذات عناصر وسمات مختلفة، لعبت دورا في تشكيل ثقافة الأسواق الشعبية.

شكلت الأسواق الشعبية في منطقة الوادي الأبيض مركزا اقتصاديا مميزا يغلفه طابع اجتماعي وثقافي ورمزي، إذ شهدت المنطقة انتشارا واسعا للعديد من الأسواق الشعبية المعروفة بزمكانيتها بين الأسبوعية والموسمية، ويختلف سبب هذا الانعقاد بحسب الوظيفة التي يؤديها كل سوق في إطار علاقتها مع الأنساق الأخرى المشكلة للبناء الاجتماعي الكلي، وهذا التمايز الوظيفي نتج عنه فضاء اقتصادي تفاعلي تحكمه عدة أبعاد إيكولوجية، تاريخية وثقافية، تحتاج للبحث عن تأثيرها ودوافعها لفهم ميكانيزمات استجابة هذه الأسواق لحاجات الأفراد المختلفة، فاستمراريتها وحضورها الدائم في مختلف أنشطة الحياة اليومية ليس عبثا أو صدفة.

أدى تواجد الأسواق الشعبية كسوق الخريف وسوق الإثنين داخل الأوساط الحضرية لجذب البعيد -البراني- وتقريب النحن من الآخر اقتصاديا وثقافيا، فتقريب المسافات وتذليل

الفروقات يجعل من الأسواق فضاء إجتماعي يتمتع بمجموعة من النظم والمعايير التي تحيله ليكون مؤسسة مركزية في إبراز المشترك، ومقصدا اجتماعيا وسياحيا ومرآة عاكسة للغنى الثقافي الذي تشهده منطقة الوادي الأبيض، ولعل بنيتها هذه ما يجعلها دائمة الحضور في المشترك اليومي وبين السلف والخلف على المستوى الزماني والمكاني.

إلا أن للأسواق الشعبية خصائص ثقافية تعمل على عملية الضبط الاجتماعي بشكل مميز يجعلها تحافظ على وتيرتها في تجنب الصراعات الكبرى التي يمكن أن تحدث على مستواها، بل ويخضع كل مرتاد لها، وبذلك تلعب دورا في تشكيل أنماط متعددة من السلوكيات الاقتصادية والاجتماعية وإبراز التعبئة الهوياتية، ما يجعلها تأخذ شكل الفسيفساء نظير هذا التنوع الثقافي الذي تشهده بين ثنائية المادي واللامادي، وبين اقتصاد محلي وآخر أجنبي، بين الإستهلاك والإنتاج، بين منتج تقليدي وحداثي، وغيرها من الثنائيات المتناقضة والمتصارعة والمكملة لبعضها في مواضع كثيرة، التي استطاعت الأسواق الشعبية احتواءها لتقوم بإخراجها على شكل نموذج مركب يؤثر ويتأثر بالتغيرات وتجدد الحاجات المجتمعية ما يجعلها تعيد طرح نفسها كأولوية في البناء الاجتماعي لإشباع مختلف رغبات الأفراد من مختلف الثقافات والمجتمعات. وهذا ما يستدعي ضرورة طرح التساؤل التالي: ما هو الدور الذي تؤديه الأسواق الشعبية في منطقة الوادي الأبيض؟

تندرج تحته الأسئلة التالية:

1. كيف يمكن فهم الأسواق الشعبية أنثروبولوجيا؟
2. ما هي اثنوغرافيا سوق الإثنين وسوق الخريف؟
3. ماهي الوظائف التي تؤديها الأسواق الشعبية في علاقتها مع مختلف حاجات الأفراد؟

منهجية الدراسة:

• المنهج المتبع:

المنهج المعتمد هو المنهج الاثنوغرافي كونه الأنسب في الدراسات الأنثروبولوجية، فهو يمكن من التغلغل والتعمق في المجتمع المبحوث -الأسواق الشعبية- في هذه الحالة، وبذلك يمكن مشاركة الفاعلين الاجتماعيين في مختلف أنشطتهم الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، وبما أن الأسواق الشعبية تستقبل كل الإثنيات ومختلف الطبقات الاجتماعية التي تجتمع في مكان واحد لوجود ثقافة مشتركة تجمعهم، وهنا تظهر أهمية المنهج الإثنوغرافي في تقديم وصف معمق لثقافة الأسواق الشعبية ولبنائها الاجتماعي، شأنه شأن العالم الكيميائي الذي يكرس نفسه لفهم العناصر

التي يحللها وماهية علاقتها مع العناصر الأخرى (خواني ، 2021، صفحة 380)، ذلك لفهم أعمق للدور الذي تؤديه الأسواق الشعبية في ظل علاقتها بالأنساق الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية ضمن البناء الكلي، ثم فهم تصورات الأفراد نحو هذا النمط من الحياة الشعبية الذي يعد جزءا من الحياة اليومية للأفراد، وللوصول للفهم الصحيح يقتضي المنهج الإثنوغرافي معايشة مختلف الأحداث والممارسات التي تحدث في الأسواق الشعبية وتوصيفها وتحديد الأشكال الرمزية والعلائقية مع الواقع وكيفية إدراك الأفراد لها ضمن عالمهم المؤسس وما يتناسب وحاجاتهم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

• تقنيات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الملاحظة بالمشاركة والتي تعد ضرورية في البحوث الأنثروبولوجية، عن طريق ربط الباحث علاقات عادية مع الأهالي وأن يقوم بأعمال تقوم بها الجماعة المدروسة (عباس و بن معمر ، 2022، صفحة 35)، وذلك تقرّبا منها وكسبا لودّها بالتالي الدخول إلى أدق التفاصيل في ممارسات أفراد هذه الجماعة الخاصة والعامة (عباس و بن معمر ، 2022، صفحة 35). إذ تمكنا من خلالها من مشاركة التجار والزبائن في مختلف نشاطاتهم ضمن الأسواق الشعبية ومعايشة طريقة ترجمتهم للواقع الاجتماعي، واستغلالهم لهذه الأسواق لإشباع حاجاتهم المختلفة، ثم تتبع أشكال العلاقات المبنية بين مختلف الأنساق والتي يصعب اكتشافها دون معايشة مباشرة لهذه الأسواق وقضاء فترة طويلة نسبيا ضمنها.

كما استعملت المقابلة غير الموجهة كأداة فعالة في المنهج الإثنوغرافي للوصول للحقائق المرجوة من البحث، عبارة عن حوارات مفتوحة يتمكن فيها المبحوث من التكلم في أي جزئية تتعلق بموضوع البحث (خواني ، 2021، صفحة 384)، دون قيد ودون أن يحاول الباحث قطع الحديث إلا إذا شعر بأن الباحث قد ابتعد كثيرا عن موضوع البحث (خواني ، 2021، صفحة 385). وقد تم اختيار عينة من المبحوثين من تجار وزبائن و المسؤول عن تنظيم الأسواق للقيام بمقابلات معهم بغية التعرف على أهمية الأسواق الشعبية ودورها في حياتهم المعيشية وخصوصيتها التي تتمتع بها والتي تجعلها مقصدا دائما للكثير من الأفراد من مختلف المناطق البعيدة والقريبة من الأسواق، ثم ماهية التصورات التي يبنها الأفراد حول الأسواق الشعبية وكذا تمثلاتهم نحو السلع والمنتجات المباعة فيها قيما ودلاليا.

1. مفهوم السوق الشعبي:

السوق الشعبي فضاء عام بالمفهوم الاجتماعي، إذ يعتبر ساحة مفتوحة يمكن لأي شخص الولوج إليها، وقد كانت ساحة مهمة في المجتمعات القديمة كونها تؤدي أكثر من دور، فهو ساحة للتبادل الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ومكان حضر وتشكل في مختلف البلدان منذ القديم، واتخذ هذا الفضاء عدة تسميات في عدة لغات وسي "Marché" بالفرنسية أو "Souk" للدلالة على سوق شعبي تقليدي، و "Market" بالإنجليزية، و "وازار" في الفارسية الوسطية، التي انتقلت فيما بعد هذه اللفظة للعربية على شكل "بازار" (مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، 2012، صفحة 12) أو تستخدم لفظة "السوق" بشكل كبير عند مختلف بلدان العرب وشمال إفريقيا.

السوق الشعبي عرف كمكان للمبادلات المادية الاقتصادية وهو النمط السائد في أغلبها، وعرفت الأسواق الشعبية على أنها: "مواقع مكشوفة أو مغلقة كلياً أو جزئياً، يتم فيه التقاء العديد من فئات المجتمع...لتداول العديد من السلع والمنتجات التراثية والحرفية والمأكولات الشعبية والنباتات العطرية، التمور، المنتجات الموسمية...الحيوانات الأليفة وغير الأليفة، الماشية وغيرها" (لعاقل، 2015، صفحة 05)، أي انحصر السوق على التجارة في مختلف السلع ذات الصلة المباشرة بحاجة الأفراد بغية تعظيم الربح والتخلص من الفائض، ومحاولة الكسب بتنمية المال عن طريق حوالة الأسواق من الرخص للغلاء (محمد ابن خلدون، 2004، صفحة 83).

رفض بعض الأنثروبولوجيين مفهوم السوق على أساس أنه فضاء يتميز بنمطية اقتصادية منفعية، بل هذا المكان الشعبي هو فضاء ثقافي واجتماعي أكثر منه اقتصادي، فالتبادل الثقافي والاجتماعي يعد الهدف الأساسي للتبادل وسبب تجمع الشعب في هذا الفضاء. إذ يعتبر مثلاً "مالينوفسكي" نظام الكولا ظاهرة اجتماعية تحقق حاجة ثقافية واجتماعية ونفسية، مع تهميش القيمة المادية للسلع التي يتم تداولها رغم منفعتها المادية المصاحبة لهذه الممارسة. فروح السوق في المجتمعات الغربية تنعدم في المجتمعات البدائية المرتكز على التبادل الرمزي للثروة وتغيب كل ما هو مادي (عباس، 2015، صفحة 234). إلا أن تهميش المصلحة الاقتصادية في عملية التبادل يعني فصل الطبيعة عن الإنسان، رغم أن الطبيعة والإنسان كل مكمل لبعضه البعض، لذا يتساءل إدموند ليتش: "لماذا حلقة الكولا مستمرة في حين أنها تكون بلا فائدة نفعية؟" (عباس، 2015، صفحة 234)، وهو ما يؤكد ضرورة ترابط الإقتصادي بالبعد الرمزي والثقافي والاجتماعي للسوق الشعبي.

أما "غيرتز" فقد رفض تصور السوق على أنه مجرد ظاهرة اجتماعية أو ذو واحدية اقتصادية، إذ بعد دراسته لسوق صفرو، تبين له أن السوق الشعبي أو البازار -حسب ما سماه- هو مؤسسة اجتماعية، ثقافية واقتصادية، تجمع بين مجموعة متنوعة من النظم الاقتصادية والعلاقات الاجتماعية المتمحورة حول انتاج واستهلاك السلع والخدمات، ويستحق الدراسة

والتحليل على هذا الشكل (Geertz, 2022, p 1)، بتقبل الجانب المادي فيه وفهم كيفية تفاعل الاقتصاد مع الاجتماعي والثقافي الذي يستعين به الأفراد في السوق لبناء خطاب اجتماعي مميز لهذا الفضاء، وللوصول الى هذا الخطاب يقترح "غيرتز" النظر إلى السوق على أنه فسيفساء عرقية ومنطقة مميزة لدراسة العلاقات الإثنية (Moulai Hadj, 2016, p30) في تفاعلها مع المادي والاجتماعي والثقافي. فالسوق الشعبي إذا مكان مفتوح أو مغلق يعقد إما يوميا أو أسبوعيا أو موسميا، لغرض التبادل المادي السلعي، الاجتماعي والثقافي، تتشابك فيه الأنساق المهيمنة (الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي) مع الأنساق الفرعية (السياسي، الطبي، السياسي...) لتشكيل مؤسسة هدفها تلبية حاجات الأفراد المختلفة وتحقيق الرفاه الاجتماعي.

2. مورفولوجيا الوادي الأبيض

تقع منطقة الوادي الأبيض في قلب الأوراس بين كتلتين جبليتين جبل "أحمر خدو" من الجنوب الشرقي وجبال "الأزرق واصفيح" في الجنوب الغربي ويخترقهما الوادي الأبيض (بن زروال، 2021، صفحة 258)، تقع في الجنوب الشرقي لولاية باتنة تضم أحد أهم الأعراش الشاوية الكبرى (أولاد داود، أولاد عائشة، أولاد بوسليمان، عرش غسيرة)، مع وجود بعض الأعراش العربية (صراحنة، شرفة)، ونسبت تسميته إلى الوادي الذي يخترق السلسلة الجبلية الأوراسية الذي يبلغ طوله حوالي 90 كلم وينطلق من منبعه من شيليا بخنشلة مرورا بمدينة إينوغيسن، أريس، تيفانمين، تيفالال، غسيرة، غوفي، كاف لعروس، بنيان ومشونش الفاصلة بين التل والصحراء لينتهي إلى سد فم الغرزة بلحبال ببسكرة (عساي و بلال ، 2017، صفحة 93) ، ويدعى "الوادي الأبيض" أو بالشاوية -اللهجة المحلية- "إغزر أملال". كما تشير الأسطورة الشعبية عند "أولاد عائشة" أن إيتيمولوجية "الوادي الأبيض" لم تطلق عبثا، فأغلب التسميات للأماكن في المنطقة غالبا ما تكون مستمدة من شكلها أو من البيئة المحيطة بها، وهو ما يرويه أفراد المنطقة حول أن "الوادي الأبيض" في المخيال الشعبي، كان معروفا بغطاءه النباتي الكثيف جدا، ولكن النار التي اشتعلت فيه في زمن ما إلتهمت كل الغطاء النباتي فيه ومن كثرة الرماد كان يبدو شكله أبيض، فأطلقت عليه تسمية "الوادي الأبيض"، ثم استعاد في وقت لاحقا جزءا من هذا الغطاء النباتي. تمتاز المنطقة بطابعها الجبلي ما يجعلها صالحة للرعي، وهذا ما أدى بسكان المنطقة إلى استصلاح بعض الأراضي الزراعية لزراعة القمح والذرة والشعير، وأراضي فلاحية لغرس أشجار (التفاح، المشمش، العنب، التين... إلخ) كون مناخ المنطقة البارد يساعد هذا النوع من الأشجار على النمو، وكذا بعض البقوليات التي يحتاجها الأفراد في إنتاج طعامه مثل (البطاطا، الفلفل، الطماطم... إلخ). يعتمد الشعب على السقي من الأمطار والوديان وخاصة مياه الوادي الأبيض، أو حفر الآبار والآبار الارتوازية. كما تحوي على العديد من الآثار التاريخية والسياحية فقد ذكرت

الباحثة "جمعة بن زروال" أن: "المنطقة تعد حظيرة أثرية تضم العديد من المعالم التاريخية والأثرية والسياحية... كالمساجد والزوايا ومعاصر الزيتون والقلاع ومدار ذات طابع تقليدي" (بن زروال، 2021، صفحة 260)، ما يجعلها منطقة غنية بالدلالات الرمزية والتاريخية التي تجعلها مقصدا سياحيا ووجهة بحثية لمختلف الباحثين والأكاديميين.

3. انثوغرافيا الأسواق الشعبية:

1.3. سوق الإثنين الأسبوعي:

هو فضاء يجسد المجال المكاني والجغرافي لإلتقاء الزبون مع السلعة ويتوسطهما تاجر يدخل في تفاعل مع الزبون بغرض حدوث تبادل مادي على وجه الخصوص، وفعل التسوق يطلقون عليه باللغة المحلية الشاوية "أسوق" فيقال "نسوق" أي ذهبنا للسوق، فسوق الإثنين هو سوق دوري أسبوعي ينعقد ب"أريس" وهي بلدية تابعة لولاية باتنة في ساحة مفتوحة مخصصة له، ينعقد كل يوم "الإثنين" الذي أخذ منه تسميته، وأصبح هذا اليوم من الأسبوع مرتبطا في المخيال الشعبي بالسوق. وكان متواجدا قبل دخول الاستعمار الفرنسي للبلاد والذي اتخذته كوسيلة رقابية وضبطية فيما بعد، فجذوره تعود حسب المخبرين إلى بدايات القرن 19، وكان متواجدا أيضا "بأريس" ثم في وقت لاحق تم تغيير مكانه للموقع الحالي -مع العلم تم تغيير مكانه مرة أخرى أثناء كتابة هذا المقال- لجعله أقرب من محطة المسافرين وتسهيل عملية الوصول إليه، بعد حدوث إعادة هيكلة على مستوى التوزيع الحضري للبلدية، والتي أخذت المنطقة القريبة منه اسمها منه (جهة سوق لثنين)، وكان الهدف من إقامته هو تحقيق التبادل بين مختلف الأعراش في منطقة وسط بينها أو مركزية، ما يظهر الصفة التنظيمية الذاتية لهذه الأعراش، وأيضا ارتباطه بأسطورة "الولي الصالح" الذي يدعى "سي الصالح" ويطلق عليه (قسام الويدان)، إذ يشير "عبد الرحيم العطري" بقوله: "فالملاحظ دوما هو كون موقع السوق يخضع معينة تتوزع على الإلتقائية والحياد والقرب من المقدس" (العطري، 2013، صفحة 57)، فحسب الباحثين فقد قدم هذا الولي من صحراء الجزائر إلى المنطقة بأمر من الله، ونال محبة الناس بمساعدته لهم ومعالجتهم، و(قسام الويدان) تأتي من أنه كان يستحم في أحد الأودية ليتحول مكانه إلى جامع لا تمر عليه المياه فتذكر "ه، بورك" أنهم وبعد موته كانوا يذهبون إلى ضريحه في أقاصي الصحراء لزيارته، أما المخبر "ص. بعله" فيذكر أن السوق كان يتواجد بالقرب من المنزل الذي كان يعيش فيه "سي الصالح" في "أريس" سابقا، قبل أن يتغير المكان ويبقى الأفراد متعلقين بقيمته الرمزية، ويصبح السوق وجهة مهمة للتبادلات والتفاعلات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

حافظت الإدارة الفرنسية على تواجد ثم استغلاله في متابعة أخبار جيش التحرير حسب إفادات المخبرين، لقربه من مسكن "مصطفى بن بولعيد" وللإعلان عن كل خبر جديد صادر من الإدارة الفرنسية للشعب، وهذا لكونه يتمتع بموقع جغرافي مميز، يجمع بين مجموعة من الأعراس الكبرى في المنطقة مثل عرش: (أولا داود، أولاد عايشة، أولاد سليمان، أولاد عبدي... إلخ)، وأغلب رواه من كبار السن لكونه لا يزال يحمل بالنسبة لهم قيمة تاريخية ورمزية. ومع الوقت طرأ عليه تغيير وظيفي وثقافي، إذ أصبح يعقد تحت وصاية أحد الأفراد المعينين من البلدية، ويشتهر حاليا بغلبة الطابع الفلاحي والتقليدي عليه في سلعه ومنتجاته، إذ تكثر فيه باعة الماشية وأعلافها، وبيع مختلف المنتجات الفلاحية (أشجار الجاهزة للغرس، زرع، بذور، حبوب، بيع الخضر والفواكه)، مما يعكس مدى استغلال ساكنة الوادي الأبيض لإيكولوجيتهم وتكيفهم مع طبيعة المنطقة في مركب يجمع بين الطبيعى والثقافي، ثم بعض المنتجات الحداثية التي بدأت تدخل نطاق السوق، ليجمع بين ثنائية الحداثة والتقليد وتحقيق الرفاهية الثقافية والذاتية. كما اعتاد الأفراد على اللقاء فيه والتجمع وتبادل الأخبار، وتغلب عليه الهيمنة الذكورية، خاصة فئة التجار، لارتباط مهنة التجارة في تصورات شعب المنطقة بالرجال أكثر من النساء، ثم أن أغلب المنتجات التي تباع فيه ذات علاقة بالفلاحة وأدوات الصناعة الحرفية، أي انها ذات اهتمام ذكوري أكثر منها نسوي، ويفسر غياب العنصر النسوي أيضا أنه في ثقافة هذه المجتمعات يمنع على المرأة دخول السوق فهو مقدس بالنسبة للذكور، إلا أن الأمر يختلف حاليا بتواجد طفيف للنساء كبار السن في فئة المتسوقين، وبقيت فئة التجار حكرا على الرجال.

2.3. سوق الخريف الموسمي:

سوق الخريف أو سوق عيد الخريف وهي التسمية الشائعة لدى سكان المنطقة، تأتي إيتيمولوجية هذا السوق كونه يقام كل فصل خريف، فهو عيد إذا لأنه يقام كاحتفال لاستقبال فصل الخريف الذي يعد فيه السوق إذعان بنضوج الفاكهة الموسمية وإمكانية بدأ بيعها وتبادلها وتناولها، فيذكر سكان المنطقة أنهم كانوا لا يتناولون الفاكهة إلا عند انعقاد سوق الخريف، مما يبرز أهمية السوق في تمثالت الساكنة في الوادي الأبيض، ومدى الالتزام الذاتي من الأفراد والحس الجمعي منهم بضرورة انتظار انعقاد سوق عيد الخريف لإخراج محاصيلهم بغية بيعها، ويستمر لمدة ثلاث أيام سابقا من 27. 28. 29 أوت من كل عام، إلى خمس أيام حاليا تبدأ من (26.27.28.29.30) من شهر أوت بعد أن أصبحت البلدية والجمعيات الثقافية هي المسؤولة عن تنظيم السوق وإضافة العديد من الأنشطة والممارسات الثقافية إليه، وقد اشتهر هذا السوق ووصل صيته حسب ما تذكره "Tillion Germaine" في كتابها «Il était une fois l'ethnographie»

حتى المناطق المجاورة مثل وادي ريغ والحضنة والمناطق التلية والهضاب . (درنوني ، 2018 ، صفحة 656).

يعود تاريخ تأسيسه للقرن الثامن عشر (علاوة، 2018 ، صفحة 38) في بلدية تكوت، وقد كان نتاجاً لزيارات الأعراس المختلفة في الوادي الأبيض وما جاورها لضريح "سيدي عبد السلام" بتكوت القديمة كما يسميها أهل القرية، تمتد الزيارة لأيام يحضر فيها الأفراد سلعمهم ومنتوجاتهم المختلفة الحاملة لخصوصياتهم الثقافية والإيكولوجية، بغية تبادلها على هامش انتهاء الزيارة، ويرافقها تبادل اجتماعي وثقافي بفضل التعدد الثقافي الذي يشهده السوق، كما تعقد مجالس الصلح والشورى بين أعيان القرية، ثم انتقل سوق عيد الخريف من تكوت القديمة أين يتواجد الضريح إلى تكوت الجديدة مقابلاً لمركز البلدية، في شوارع المدينة لتسهيل الوصول إليه ولقربه من محطة المسافرين كذلك، ويمكن استشعار مدى الترابط والتكامل المنطقي بين الثقافة التقليدية والمعاصرة في شوارعه، والتي توجي بعمق الإنتماء الذي يتحسسه المتسوق (علاوة، 2018 ، صفحة 39)، إذ يحتل مكانة رمزية في المخيال الشعبي، ما يزيد من قيمته الرمزية والتاريخية بشكل يفوق قيمته المادية. تباع فيه على سبيل المثال منتجات تقليدية كالفاكهة (تفاح، تمر... إلخ) وملابس تقليدية، ومنتجات مجففة (تين، طماطم، فول، فلفل أحمر...)، التي تحتاج إلى جملة معارف متداولة بين الساكنة المحلية لإخراجها على القوام المطلوب، ومنتجات معاصرة كبعض الأدوات العصرية والزراعي والأفرشة... إلخ، فمجموع كل ذلك يشكل نكهة خاصة ارتبطت بالذاكرة الجماعية للمجتمع المحلي خاصة (درنوني ، 2018 ، صفحة 656)، وساهم في الجمع بين عديد الثقافات وبين مختلف الأجيال ضمن حقل اقتصادي ورمزي يفيض بعبق التاريخ والهوية.

4. وظائف الأسواق الشعبية:

تظهر وظيفة الأسواق الشعبية من خلال التصورات التي بناها أفراد المجتمع حولها، والتي جمعت بين الوظائف الظاهرة والكامنة، بين ما هو إنساني وما هو طبيعي مادي، وهي بذلك قادرة على تلبية مختلف حاجات الأفراد، فالأسواق مكتفية ذاتية من خلال ما تتضمنه من أنساق مختلفة ساهمت في تماسك بنائها الاجتماعي وثبات نمطيتها على مر تاريخها في المنطقة، وهذا لا يعني أنها لم تتعرض لتغيرات أو تطورات مست بنيتها، إلا أنه كما يشير "تالكوت بارسونز" أن الهدف من التغيير هو البحث عن الإستقرار، لكن حقيقة أداء السوق لعدة وظائف في عدة أنساق هو ما ساهم في ثبات بنيته بمرور كل هذه الأعوام على تواجدها، إذ يمكن رصد وظائف الأسواق الشعبية من خلال دورها في الأنساق المهيمنة (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية)، أو الأنساق المهمشة والفرعية (سياحية، طبية..).

1.4. وظيفة اقتصادية:

الوظيفة الأولى البارزة والتي تتبادر في ذهن كل شخص عند ذكر الأسواق، أنه فضاء اقتصادي دوره تحقيق مختلف التبادلات الاقتصادية، وهذا ما يبرز قيمة الأسواق الشعبية في الوادي الأبيض، إذ من السخيف الحديث عن السوق دون التركيز على نمطيته الاقتصادية وكشرح أوفر لذلك، يمكن تصوير السوق بأنه يتضمن مختلف التبادلات (اجتماعية، ثقافية...) ما عدا التبادل الاقتصادي، فهل يمكن أن نطلق عليه سوق شعبي؟ بل سيجرد من مدلوله الأساسي ويمكن حينئذ دعوته بحديقة أو مسرح وغيرها من الفضاءات المقدمة لمختلف التبادلات الأخرى.

تمت الوظيفة الاقتصادية عن طريق وحدات النسق الاقتصادي (تاجر، زبون، فلاح...) التي تظهر في الأسواق الشعبية انطلاقاً من عملية الجمع إما لمنتجات محلي للمنطقة أو مناطق أخرى صحراوية وساحلية، ثم إعادة التوزيع بالتجارة بتلك السلع، وقد تباع من طرف منتجها من فلاحين، مربّي ماشية وحرفيين أو يمارسها التجار الذين يشترون السلع ثم يعيدون بيعها مع تحقيق فائض ربحي مادي، والتي تشهد منافسة وصراع ضمني بينهم في تحديد سعر السلعة، إذ يفضل المنتجون تقديم أسعار مقبولة في حين يفضل التجار رفع الأسعار لتحقيق مردودية ربحية أكبر، وقد أدى إدخال المنتجات الحديثة والمستوردة إلى هذه الأسواق لقلب البنية الاقتصادية للريف من خلال خلق اقتصاد نقدي وجعل الفلاحين يعتمدون على منتجات لا يستطيعون إنتاجها بأنفسهم (Skelly Ponasi, 1975, p158) وكانت نتيجة ذلك تزايد عدد الباعة غير المحليين، وارتفاع نسبة التبادل المادي، والذي تحكمه عملية الاستهلاك المقترنة بثقافة الطعام في هذه المجتمعات، وبالمناسبات الدينية والوطنية، أو بحجم الماشية التي تحتاج للعلف، خاصة أن أغلب الأسر لا تزال تحافظ على ثقافتها التقليدية في استئناس الحيوانات كونها تكمل الجزء الناقص من شخصياتهم وهويتهم، إذ أن المجتمعات في الوادي الأبيض لا تزال تحافظ على هويتها التقليدية ما يجعلها تحتضن السلع الحديثة ثم تجعلها في خدمة ثقافتها الشعبية وفي علاقة مع شؤون حياتهم اليومية، وبهذا فهي لا يعني أنها أصبحت حديثة أو تبنت الفكر الحديث بمجرد تعاملها مع هذه السلع المعاصرة، إذ يمكن التماس ذلك من خلال النمط الموجه لثقافة الاستهلاك في الأسواق، والأخذ بهذه الفكرة يمكن أن يفسر ويشرح عديد الممارسات التي تتم على مستوى المبادلات المادية في الأسواق الشعبية.

تتيح الأسواق الشعبية عملية التبادل المادي للسلع والأموال من خلال عرضها كل ما يحتاجه الفرد لإشباع حاجاته من مأكّل ومشرب وملبس، فهي موجهة في معظمها نحو الاستهلاك المباشر، وما يجعلها أكثر اقبالاً ذلك التنوع الكبير في السلع والأسعار بين الحداثي والمحلي، مما يمنح

للمتسوق العديد من الخيارات ويتيح مجالا من الحرية لتفعيل الفردانية وتحقيق الرفاهية الاجتماعية. وبالمقابل يتم جذب أكبر عدد من الزبائن ما يسهل على البائع تحقيق أكبر قدر من التبادل المنفعي أثناء البيع وتحصيل ثمن الفائدة، أو من خلال بناء علاقات اقتصادية تفاوضية مع بعض مرتادي السوق يتحصل من خلالها المشتري على تخفيضات في سعر السلعة مقابل ضمان زبون وفي للبائع -زبونية-، ثم هناك من الفلاحين من يبحث عن تجار الجملة لبيع منتوجاتهم الفلاحية أو الزراعية أو الماشية وتمثل الأسواق الشعبية فرصة كبيرة للعثور على هذه النوعية من التجار.

2.4. وظيفة اجتماعية:

لا تخلو الأسواق الشعبية من مظاهر اجتماعية عديدة، فتعتبر بمثابة عجلة الزمن للمجتمعات المتواجدة فيها، إذ بفضلها يمكن معرفة وقت دخول الفصول كفصل الخريف، أو تحديد أيام الأسبوع وبعض الأحداث الاجتماعية من خلال الرجوع ليوم انعقاد السوق، وبما أنها فضاء مفتوح للجميع من مختلف الفئات فهي تساهم في الاندماج الاجتماعي بين مختلف الإثنيات القادمة للسوق، وأمام هذا التوافد الكبير للأفراد تسعى أجهزة الدولة والمسؤول عن الأسواق توفير الحماية المناسبة للزوار، حيث ينعكس هذا التوافد على ديناميكية المدينة ككل، فتزيد عمليات البيع والشراء على المحلات الأخرى المجاورة للسوق وعلى نشاط وسائل النقل أيضا.

كما تمثل الأسواق متنفسا للأفراد وفسحة للتفاعل الاجتماعي وتذليل الفروقات الفردية، كما يستغلها الأفراد في إعادة توطيد علاقاتهم مع الأصدقاء والمعارف والأقارب ولدعوتهم لمختلف المناسبات العائلية، أو إقامة علاقات جديدة سواء بين طبقة الزبائن أو طبقة التجار أو بين كلا الطبقتين، إذ أن هذا التصنيف لا يعني بالضرورة وجود قطيعة بين طبقة التجار والزبائن، وهذا ما يظهر بشكل كبير في سوق الإثنين الأسبوعي الذي يسمح بخلق تفاعل أكبر بين فاعليه نتيجة انعقاده بشكل دوري، إذ تمثل الأسواق الشعبية مجال حيوي تكون العلاقات فيه بشكل مباشر وفي علاقة تبادل مستمرة بين مختلف الطبقات متعلمين إلى أميين وساسة إلى عسكر كبارا صغارا (صالح الجبوري و محمود الكبايجي، 2012، صفحة 228)، لكن في نفس الوقت يظهر الواقع المعيشي الأليم لبعض الأفراد الذين ينتظرون انتهاء موعد السوق لجمع بعض الحاجيات المجانية خاصة (خضر وفواكه) وهؤلاء هم من الطبقات الاجتماعية الدنيا ذات الدخل المادي الضعيف - زواولة- في مظهر يبرز التفاوت الطبقي بين انطلاق السوق وبين انتهاء مواعده، ما يجعل من الأسواق مصدرا لإشباع العديد من العائلات ويحفظ شرف الرجال أمام عائلاتهم بتوفير المأكّل لهم، فهو تعبير عن الكفاح اليومي للأفراد في حياتهم اليومية. كما تعمل على امتصاص البطالة الكبيرة التي

يعاني منها الشباب في المنطقة، من خلال تلك الفرصة التي يمنحها للشباب والعاطلين عن العمل بالتجارة فيه وبأقل التكاليف، فالحالة الاجتماعية والمادية لأغلب السكان في المنطقة يجعل من هذه الأسواق الملاذ الأول لمجابهة قسوة الحياة وصعوبتها، مما يجعلها تمارس سلطة قهرية على الأفراد بصورة آلية (صالح الجبوري و محمود الكبايجي، 2012، صفحة 228) بخصوصيتها الاجتماعية والاقتصادية التي لا يمكن للفرد تحصيلها من فضاء آخر.

أما سوق الخريف فإنه من الناحية الاجتماعية يبقى فضاء عمومي مفتوح لكل الأفراد ممن له مشاكل اجتماعية يبحث عن حل لها، فالهدف الاجتماعي من هذا السوق كان ولا يزال وبشكل نسبي هو إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية، مثل: إصلاح ذات البين وبين المتخاصمين، إيجاد صيغ مناسبة لتقسيم الميراث أو مشاكل الجيرة خاصة في حدود الأراضي والحقول، مشاكل الطلاق، تحديد مهر الزواج كل عام بما يتناسب والقدر الاقتصادي والاجتماعية لأفراد المنطقة، هذا لتسهيل الزواج وعقد القرابات. كل ذلك يمر على ما يسمى "ثاجماعت" وهي ديوان من أعيان المدينة في "تكويت" الذين يتم اختيارهم حسب العمر، فصاحة الكلام، العلم، المكانة الاجتماعية، فهم الأدرى بشؤون المدينة وحاجاتها، لذا يعد السوق فرصة مناسبة للتطرق لكل المشاكل والشأن الاجتماعي، وتقرير ما يجب عمله لتحسين الحياة الاجتماعية.

3.4. وظيفة ثقافية:

الأسواق الشعبية في الوادي الأبيض ذات حضور ثقافي مميز تحافظ من خلاله المنطقة على هويتها الثقافية المبنية من فسيفساء اثنية تجعلها تشكل ثقافة خاصة بها، محققة تبادلاً ثقافياً بين مختلف فاعليها عن طريق تراكم كلي لجملة الأنماط الثقافية المتكررة بين مختلف الأسواق الشعبية التي يرى "غيرتز" أنها "تلبى حاجات توجيهية هي حاجات إنسانية عموماً" (غيرتز، 2009، صفحة 679)، فهي بذلك تشبع حاجتين للأفراد والتي يراها "غيرتز" الوظيفة المهمة للثقافة (غيرتز، 2009، صفحة 680) منها حاجة رمزية يتصور الناس من خلالها السلع المادية بدلالات رمزية كالفشائية التي ترمز للرجولة والتاريخ وكهوية ثقافية للسكان الاجتماعية، وحاجة منطقية بدلالة إيكولوجية كدور القشائية في الوقاية من البرد الذي تشهده المنطقة في الشتاء خاصة. إذ لا تزال الأسواق الشعبية بطابعها التقليدي بعرض السلع بشكل تقليدي في عربات وطاولات صغيرة لكل بائع، والتي تضم عديد السلع التقليدية ذات القيمة الرمزية الثقافية والتاريخية، ومنتجات حرفية تعكس التراث الثقافي للمنطقة كالفشائية، الطاجين، أواني فخارية... إلخ التي يقوم بعض الحرفيين بتصنيعها وبيعها، وتأخذ قالباً تقليدياً مع القليل من الألوان والرموز، وهو ما يميز الطابع الثقافي الشاوي عن القبائلي الذي يضم عديد الألوان مثلاً، فكأن الفرد في هذه الأسواق الشعبية

يحاول العودة لذاته بغرض إبراز هويته واستذكار الماضي، فأصبح الموجود يهيمن على فعل الوجود (ليفيناس، 2015، صفحة 28)، فسوق الخريف المعروف باستقباله لنضج مختلف الثمار في فصل الخريف وإذعاناً منه بدخوله صاريه يهيمن على سبب انعقاده كل عام، وهو نفس الأمر لسوق الإثنين الذي هيمنت عليه السلع المباعة فيه فأصبحت هويته معروفة من تفردته ببيع المنتجات الفلاحية والمستلزمات الريفية في زمن ماضي، وهذا ما يدعى بمادية الذات الذي تكمن فيه الهوية كتدقيق في الذات (ليفيناس، 2015، صفحة 28).

كما تشهد هذه الأسواق الشعبية عمليات ثقاف بين مختلف مرتاديها، كونها قبلة للعديد من الأعراس القريبة منها التي تشهد الحضور الأكبر منهم، إضافة لبعض الأفراد من الولايات القريبة، وتتم عملية التثاقف بينهم نتيجة التفاعل المستمر بشكل أفقي وعمودي، إذ أن الشخص لا ينتقل إلى السوق حاملاً معه سلعته أو ماله للبيع أو الشراء فقط، بل يكون محملاً بمخزون هائل من ثقافته المحلية سواء في شقها المادي وغير المادي، ويظهر ذلك بتبادل بعض السمات الثقافية كاللغة العربية والشاوية بمختلف متغيراتها، مما يسمح بالأفراد باكتساب العديد من المصطلحات الجديدة ذات المدلولات المختلفة وتناقل العديد من العادات والأفكار في مختلف جوانب الحياة المعيشية.

تنتشر في الأسواق الشعبية عدة مظاهر تدخل في نسقها الثقافي، فمنذ الدخول لها فإن سلوك فاعلها يعتمد على نمط الصراخ والضجيج، ثم الازدحام الذي تشهده ممرات الأسواق بسبب ضيقها، ورغم التنوع الثقافي الذي تشهده هذه الفضاءات إلا أنه يتدخل الانتماء القبلي في تحديد المبادلات التجارية بشكل كبير والذي يعزز الروابط بينهم، ولكن هذا لا ينفي وجود تبادل مع باقي الإثنيات الأخرى. إذ تهيمن الأسواق الشعبية بثقافتها على ثقافة الأفراد الذاتية، فتحتويهم وتخضعهم لقوانينها المختلفة، فيصبح سجيناً لها طول فترة انعقادها، أي أن للأسواق وظيفة جنينية فكلاً دخل الفرد للأسواق الشعبية أحس أنه طفل مدلل يطلب فيجواب طلبه (المسيري، 2000، صفحة 292) والتجار لا همّ لهم إلا إدخال السعادة على قلوبهم، فيجعلونهم يعيشون كالجنين في بطن أمه تتم تلبية كل حاجاته دون جهد جهيد منه لنيلها، حيث يؤكد العديد من الباعة عودتهم لممارسة التجارة في الأسواق الشعبية رغم انقطاعهم عنها ومزاولة مهن ووظائف أخرى، وحدثنا المتسوقون أيضاً عن ولعهم الشديد بارتياح هذه الأسواق والتجول فيها، قبل أن ينتهي بهم الأمر بالإبتعاد من عدمه، إذا فالعلاقة التي تربط الأسواق الشعبية بفاعليها تعدى حدود البراغمية والنفعية المادية، لتتشكل علاقة جنينية شخصية تنجذب نحو هالة الأسواق الشعبية في منطقة الوادي الأبيض.

4.4. وظيفة سياحية:

السياحة هي شبكة العلاقات المتبادلة التي تتولد بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان معين وبين الأفراد الذين يقيمون في هذا المكان (بتشيم، 2022، صفحة 23)، فهي بذلك انتقال الشخص من مكان سكنه سواء محليا من داخل الوطن أو خارجيا من خارج الوطن إلى مكان معين قصد التعرف على الأشخاص وثقافتهم، تراثهم، تاريخهم، عمارتهم وطابعهم البيئي. وتعد الأسواق الشعبية التراثية أحد العناصر الجاذبة للسياح والمساهمة في التنمية السياحية، فترتبط بين السياحة والأسواق الشعبية علاقة تقابضية، إذ تساهم السياحة بمختلف أشكالها في جذب الأشخاص لارتداد الأسواق ومن جهة تساهم هذه الأسواق في تعزيز الفعل السياحي لما تنفرد به من نمط تراثي ثقافي مميز لمجتمعات المنطقة عن غيرها من المجتمعات، الأمر الذي ينعكس إيجابا على الإرث التاريخي والثقافي للمنطقة ويساعد في التعريف بالتراث الثقافي والمحافظة عليه.

تمكنت الأسواق الشعبية من الحفاظ على مكانتها في النسق السياحي في منطقة الوادي الأبيض من خلال تفرداها بالسلع والممارسات التي تحضر في هذه الفضاءات دون سواها، والسائح في قرارة نفسه يحب أن ينفرد أمام غيره، وفي ظل التشابه الذي تشهده عديد الفضاءات الأخرى بفعل العولمة، فإن الأسواق التراثية قد كسرت هذا التشابه بانفرادها بثقافة خاصة تميزها وتجذب إليها عشاقها، فيرتاد العديد من الأشخاص خاصة فئة الأجانب الأسواق الشعبية بغية اقتناء بعض المنتجات الحرفية والتقليدية الفريدة بإهدائها أو الاحتفاظ بها كتذكارة على زيارتهم، إذ تتعدى هذه المنتجات قيمتها المادية بمساهمتها بتوطيد العلاقات بين الأفراد وتعزيز الروابط بينهم، ولا يوجد أفضل من هكذا هدية ذات قيمة تاريخية وثقافية ورمزية لمجتمع معين، إذ يشير "مارسيل موس" أن الهدية بقيمتها الثقافية والرمزية لها دور في كبير في بناء العلاقات الاجتماعية (سهلة، 2020، صفحة 06).

كما يرتبط سوق عيد الخريف بوظيفة فنية تقام على شرف انعقاده ساهمت في تعزيز السياحة المحلية، إذ دأبت البلدية وبعض الجمعيات على الوقوف على استعدادات إقامة السوق، الذي بات يشهد أكثر من مجرد إقامة تبادل مادي، بل تقام مسابقات فكرية ورياضية وثقافية في يومه الثاني مع قدرة المشاركة لكل الأفراد من مختلف المناطق، حيث شهد مركز الشباب توافد كبيرا للأفراد القادمين للمشاركة والمشاركة والتشجيع والتلذذ بهذا الكرنفال الشعبي، ثم يتبع ذلك إقامة فلكلور مسائي يضم الفن الشعبي بحضور الفنانين الشاوية المعروفين في المنطقة على غرار كل من (حبيب، محبوب...) في جو بهيج يحضر فيه العديد من الأفراد للاستمتاع بهذا الفن الشعبي للعودة بالذاكرة وتحقيق اتصال روحي بين الفرد وتاريخه، فجدير بالذكر أن هذا الفن الشعبي له

أهداف وأبعاد تاريخية، اجتماعية، ثقافية وسياسية تبرز من خلال معاني الكلمات التي يؤديها هؤلاء الفنانون، كأغاني "جمال صبري" و"ميهوب" بأغانيه الملتزمة التي يتحدث فيها عن الثورة في منطقة الوادي الأبيض وانتهج من خلالها أسلوب مقاومة للإستعمار، وتضم أيضا الأحوال الاجتماعية والثقافية لسكان المنطقة.

5.4. وظيفة العلاج:

يميل بعض الأشخاص للتوجه نحو الأسواق الشعبية للحصول على الأدوية الشعبية لعلاج بعض الأمراض، ما يجعل ميدان الطب ينقسم بين شقين ما هو حكومي حديث وما هو ممارسة شعبية تقليدية، فعلى حد تعبير "مصطفى بوتفنوشت" هناك عالم للحياة الرسمية الاجتماعية تسيره الدولة وعالم يخص الحياة الخاصة للناس وتحكمه العادات والتقاليد العائلية والاجتماعية (بولبير وكبار، 2022، صفحة 889)، وعالم الطب البديل ينتهي للعالم الذي تحكمه العادات والمعتقدات الشعبية التي يراها "محمد الجوهري" أصعب المعتقدات للدراسة فهي تتشكل بطريقة يلعب فيها الخيال الفردي دوره ليعطي طابعها خاصا وتوجد عند الريفيين والحضر من المثقفين وغير المثقفين (زمام و صولة، 2007، صفحة 02)، والتي تفسر سبب لجوء الناس للطب الشعبي مفضلين التداوي باستعمال الأعشاب، فتتشكّل الأفراد ومعتقداتهم الشعبية بتصور أسباب المرض (زمام و صولة، 2007، صفحة 02) يوضح ضرورة اللجوء للطب الشعبي بحثا عن الشفاء ما يجعل تواجدها في الأسواق الشعبية حاجة ملحة، كما يزيد الدين من تأثيره حول توجه الناس للطب الشعبي من خلال قوله صلى الله عليه وسلم أن: "لكل داء دواء فإذا أصيب دواء الداء برأ بإذن الله عز وجل" (بولبير وكبار، 2022، ص 887).

أما في المخيال الشعبي ينظر إلى الأدوية التقليدية الشعبية أنها أكثر تأثيرا على المرض دون وجود مضاعفات عليها عكس الأدوية البيوكيماوية، فيشير "بسام أبويحي" أن: "الطب الشعبي ليس فيه تداخلات جراحية للأعضاء كما في الطب الحديث... فطرائق العلاج الشعبي إذا لم تنفع فإنها لن تضر" (صالح محمود، 2009، صفحة 140)، خاصة أن هذه المجتمعات استطاعت أن تتكيف مع بيئتها وتنتج من نباتاتها وأشجارها وأعشابها أدوية تعالج عديد الأمراض في وقت لم يكن للطب المتقدم حضور في المنطقة، فبقي هذا المخيال سائدا بين الأفراد ما ساهم في تفضيلهم البحث عن أماكن تواجدها وشراؤها. فيعمد التجار داخل الأسواق الشعبية إلى توثيق عملية الشفاء من خلال تجربتها على بعض الأشخاص في السوق، مشكلين حلقة حوله لمشاهدة طريقة العلاج ومدى فاعليتها، كعلاج (الخلعة، الصدفية، القولون)، وفي نفس الوقت إعلان من التاجر على موثوقية العلاج لزيادة مبيعاته مع تقديم ضمانات بإرجاع المال لهم في حالة لم ينفع العلاج، ما يظهر تمسك

سكان المنطقة بثقافة الطب الشعبي التي نشؤوا عليها وأصبحت جزءاً من ثقافتهم ومخيلهم، إذ يقول "خالد ويسي" أن: "الطب الشعبي يتعامل مع المرض والمريض نفسه بل ويخاطب الجانب الروحي من المريض في إحدى طرائقه العلاجية" (صالح محمود، 2009، صفحة 140). لذا تبني تصورات الأفراد حول أن كل ما هو شعبي هو أكثر فعالية وأماناً.

خاتمة:

تتميز الأسواق الشعبية في منطقة الوادي الأبيض بمرونتها في تلبية مختلف الحاجات الضرورية في الحياة اليومية للمجتمع، وإضافة على ذلك فهي تراث ثقافي غير مادي يحافظ على الثقافة الشعبية المحلية ويتيح أمام السائحين فرصة التلاقي بها والتعرف عليها، كما أن تأثير الأسواق الشعبية يتعدى الحاجات الأساسية للأفراد ليؤثر على باقي الأنساق الأخرى التي تستجيب له إيجاباً لتضمن استقراره وديمومته، فهو فضاء للتبادل المادي والاجتماعي والثقافي، ومكان للتفاعل واستكشاف الثقافات المحلية، أي أنه نقطة تلاقي بين التجارب الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وعنصر تراثي مهمما وجب الحفاظ عليه.

النتائج والتوصيات:

1. الأسواق الشعبية في وادي الأبيض تراث ثقافي غير مادي يعكس ثقافة المجتمعات التي يتواجد بها عبر جمعه للعديد من عناصر الثقافة المحلية.
2. تعمل الأسواق الشعبية على تعزيز الهوية الثقافية للمجتمعات المحلية، وتساهم في الحفاظ عليها.
3. تتميز الأسواق الشعبية ببناء اجتماعي يجمع بين عديد الأنساق الفرعية المؤثرة علائقياً ووظيفياً في الحفاظ على البناء الاجتماعي الكلي للمجتمعات المحيطة بها.
4. يميل الأفراد في مجتمعات الوادي الأبيض لتكييف السلع الحداثيّة مع ثقافتهم التقليدية للحفاظ على هويتهم الثقافية ورفض هيمنة الفكر الحداثي.
5. تعزيز الفعل السياحي من خلال جذب عديد السياح المهتمين بالثقافة المحلية وما تتضمنه من خصائص وسمات مميزة.
6. تشجيع الاقتصاد المحلي البسيط والحفاظ عليه، كون الأسواق الشعبية تستقطب عديد الزبائن من مختلف الفئات والطبقات.
7. تشجيع التفاعل والتثاقف بين الناس من مختلف الثقافات لما تمتاز به من تنوع ثقافي لأفراد يزورون هذه الأسواق الشعبية محملين بكل عناصر ثقافتهم المحلية.

8. يستوجب الحفاظ على الأسواق الشعبية فهي ذاكرة الماضي وضرورة ملحة في الواقع الحالي لما لها من قيمة رمزية، تاريخية، واقتصادية.
9. يتوجب على البلديات التي تتواجد فيها هذه الأسواق الشعبية العمل على إعادة تأهيلها وتنظيمها بما يتناسب مع الضرورة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.

قائمة المصادر والمراجع :

- إيمانويل ليفيناس. (2015). *الزمن والآخر*. دمشق: دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع.
- جمعة بن زروال. (2021). المتاحف الريفية والجمعيات الثقافية في منطقة الواد الأبيض ودورها في تنمية السياحة بالاوراس. *المجلة الجزائرية للأمن والتنمية*. العدد (03)، الصفحات 257-267.
- حليمة سهلة. (2020). محاضرات في مقياس رواد الأنثروبولوجيا. مطبوعة دروس أنثروبولوجيا سنة أولى ماستر. الشلف، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر: جامعة حسية بن بوعل. خالد خواني. (2021). المنهج الأنثروبولوجي وأدواته بين النظري والتطبيقي. *مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية*. العدد (02)، الصفحات 376-392.
- رضوان عباس، و بوخضرة بن معمر. (2022). الملاحظة بالمشاركة ودورها في تفعيل البحث الميداني. *مجلة الفكر المتوسطي*. العدد (01)، الصفحات 29-40.
- زهرة عباس. (2015). نظام التبادل عند بعض القبائل البدائية: قراءة في الإرث الأنثروبولوجي. *مجلة الحوار الثقافي*. العدد (02)، الصفحات 232-235.
- زيدان بتشيم. (2022). السياحة والحرف التقليدية وأسس التنمية المستدامة في الصحراء الجزائرية. *أطروحة دكتوراه*. ورقلة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
- سليم درنوني. (2018). من سيدي عبد السلام المشيشي إلى سيدي خالد العبسي. *مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية*. العدد (35)، الصفحات 651-664.
- شفيق إبراهيم صالح الجبوري، و نادية صباح محمود الكبايجي. (2012). اجتماعية المعرفة الحضرية للسوق الشعبية دراسة في علم اجتماع المعرفة وعلم الاجتماع الحضري. *جلة آداب الرفادين*. العدد (62)، الصفحات 217-238.
- عبد الرحيم العطري. (2013). *الرحامنة القبيلة بين المخزن والزواوية*. الرباط: دفاتر العلوم الإنسانية.
- عبد الرزاق صالح محمود. (2009). الطب الشعبي في الأسواق: دراسة ميدانية في مدينة الموصل. *مجلة دراسات موصلية*. العدد (23)، الصفحات 117-152.
- عبد الوهاب المسيري. (2000). *رحلتي الفكرية في البذور والجذور والثمر*. القاهرة: مطبوعات الهيئة.

عبدالحليم عساسي، و الطاهر بلال. (2017). الثوابت المجالية في المسكن التراثي التقليدي جنوب وادي الأبيض: إسقاط لثقافة الممارسة الاجتماعية اليومية للإنسان في المكان. *مجلة أنثروبولوجيا*، العدد (01)، الصفحات 90-102.

عبلة علاوة. (2018). دور الأسواق التراثية في تعزيز التنمية السياحية المستدامة. *مجلة دراسات فنية*، العدد (01)، الصفحات 28-41.

فاروق بولبير، و عبد الله كبار. (2022). الطب الشعبي في المجتمع المحلي بمدينة بسكرة دراسة أنثروبولوجية. *مجلة المعيار*، العدد (02)، الصفحات 880-896.

كليفورد غيرتز. (2009). *تأويل الثقافات*. بيروت : المنظمة العربية للترجمة.

محمد لعاقل. (2015). السلطة العرفية وعلاقتها بالعنف في الأسواق الشعبية. *مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية*، العدد (05)، الصفحات 01-08.

مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي. (2012). *البازار السوق في التراث الإسلامي*. بيروت: مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي.

نور الدين زمام، و فيروز صولة. (2019-20 نوفمبر، 2007). *ممارسة الطب الشعبي في الوسط الحضري الأسباب والمبررات: مداخلة قدمت في الملتقى الدولي حول الصحة والمجتمع*. تم الاسترداد من Academia:

https://www.academia.edu/14881804/ممارسة_الطب_الشعبي_في_الوسط_الحضري_الأسباب_والمبررات

ولي الدين عبد الرحمن محمد ابن خلدون. (2004). *مقدمة ابن خلدون* جزء 02. دمشق: دار البلخي.

Geertz, Clifford. (2022). Suq Geertz on the Market. Chicago: Chicago Distribution Center.

Moulai Hadj , M. (2016). Le Souk De Sefrou :Une Contribution De Geertz Dans La Réévaluation De La Culture. *Revue des Sciences Sociales*(01), pp. 27-38.

Skelly Ponasik, D. (1975). LES Fonctions Modernes du Souk Marocain. Récupéré sur Cité Numérique de la Méditerranée: <https://cinumed.mmsh.univ-aix.fr/en/collection/item/86981-les-fonctions-modernes-du-souk-marocain>.