

اجتماعية المعرفة الحضريّة

للسوق الشعبيّة

دراسة في علم اجتماع المعرفة وعلم الاجتماع الحضري

أ.م.د شفيق إبراهيم صالح الجبوري * م. نادية صباح محمود الكبابجي **

تاريخ القبول: 15 / 1 / 2009

تاريخ التقديم: 1 / 9 / 2008

المقدمة

يمكن النظر إلى المجتمع من زاويتين: بنيوية و ثقافية، على صعيد الإطار العام إلا أن السوق يحمل صفات الزاويتين، فهو بنائي من ناحية الاقتصاد، ثقافي من ناحية متبضعيه إذ توحدهم ثقافة المجتمع، وإن كان البعض يذهب إلى أن السوق الشعبي موضوع اقتصادي، والآخر يعتقده تاريخياً، كما يراه الجغرافيون مكاناً ايكولوجياً. . . . وكل علم محق في دعواه، كما علم الاجتماع، لأن الموضوع يحتمل الدرس من جميع الوجوه.

وهذا بالضبط هو ما كان دافعاً للباحث أن يدرس السوق الشعبي من زاوية أنه ميداناً لعلم الاجتماع من خلال منهج علم اجتماع المعرفة برؤية علم الاجتماع الحضري، فكان ذلك موضوعاً للبحث دلل فيه الباحث على هذه الحقيقة وقدم بموجبها ما يجعل من السوق الشعبية ظاهرة اجتماعية تنشط فيها الأفعال الاجتماعية للأفراد والجماعات وفق نمطية شعبية، لم يجد الباحث أفضل من منهج علم اجتماع المعرفة، ومنهج الاثنوميثودولوجيا أداة للبحث لما ينطوي عليه علم اجتماع المعرفة والاثنوميثودولوجيا من مصطلحات ومفاهيم مصدرها الحياة اليومية حيث السوق الشعبية مجالها الحيوي.

* قسم علم الاجتماع/ كلية الآداب/ جامعة الموصل.

** قسم علم الاجتماع/ كلية الآداب/ جامعة الموصل.

وقد اقتضت طبيعة البحث أن ينقسم إلى ثلاثة محاور الاوّل عنوانه الاطار المنهجي للبحث، أما المحور الثاني ناقش فيه موضوع علم الاجتماع والظاهرة الاجتماعية، وعلم اجتماع المعرفة والحياة اليومية ثم اجتماعية السوق الشعبية المعرفية واثنوميثودولوجيا المعرفة.

وعالج المحور الثالث موضوع اجتماعية المعرفة الحضرية بالنسبة للسوق الموصلية، خاتماً البحث بخاتمة بعد أن كان قد قدم له مقدمة

المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث

1) مشكلة البحث:

تعدّ مشكلة البحث دائماً نقطة توضيحية يرتكز عليها البحث، ضمن أدبيات العلم، وتفرض المشكلة نفسها أكثر حين يتعلق الأمر بتقديم ميدان جديد للعلم.

هذا الازدواج يتجلى بوضوح فيما يخص مشكلة بحثنا: أما ما يخص النقطة الأولى فإن الأمر يتعلق بتوضيح موضوع البحث وقد كان استجلاء المعرفة الاجتماعية الحضرية للسوق الشعبية من خلال تطبيق الاثنوميثودولوجيا للكشف عن متعلقات الحياة اليومية بما فيها من واقع ومعرفة حسب أدبيات علم اجتماع المعرفة⁽¹⁾. والمدينة من باب آخر باعتبارها ظاهرة اجتماعية تتطوي على عمليات النمو والتغير الحضري⁽²⁾ اللذين يُعدّ السوق الشعبي أحد أهم الجوانب الايكولوجية المؤشرة على ذلك.

أما ما يخص النقطة الثانية فمتعلق بالدمج بين هذين العلمين، حيث لم يسبق أن تم الدمج بينهما من قبل في مثل هذه الصيغة واضحة المعالم.

(1) بيتر بيرغر وتوماس لوكمان/ البيئة الاجتماعية للواقع/ دراسة في علم اجتماع المعرفة/

ترجمة د. ابو بكر احمد باقادر/ الأردن - الأهلية 2000/ ص 11 - 12.

(2) سعد جمعة/ المدخل إلى علم الاجتماع الحضري/ جامعة القاهرة 2005/ ص 135-

(2) هدف البحث:

يهدف البحث الكشف عن دور علم الاجتماع عامة وعلم اجتماع المعرفة والحضري خاصة في دراسة المجتمع لتحقيق فهم أفضل للمجتمع بدلاً من الركون إلى الدراسات الاحصائية التي قد لا تخدم المجتمع الشعبي بقدر ما تخدم السياسات الحكومية. . . وبالنتيجة فإن هدف البحث يسعى إلى تعريفنا بما اصاب المجتمع الشعبي من تغير أولاً كما يسعى إلى تغيير مسار علم الاجتماع من نظري إلى عملي يخدم مجتمعنا فيتحول (علم الاجتماع) من علم مستورد إلى علم نابع من المجتمع.

(3) أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من عملية المعالجة النظرية لعلمين هما علم اجتماع المعرفة، وعلم الاجتماع الحضري ضمن رؤية واحدة، وما يمكن أن يترتب على هذا الدمج من متعلقات أو إسهامات نظرية تخدم كلا العلمين كل على إنفراد، وبعملية معاكسة يخدم كل من هذين العلمين هذا المدخل النظري الجديد: اجتماعية المعرفة الحضرية لتشكيل قضاياها التي تخدم بالنتيجة قضايا التنمية الاجتماعية لأن نتائجه تربط بين المتغيرات المادية (الحضرية) وبين ما يترتب مع هذه المتغيرات فلا تكون الحول أو الدراسات لكل علم قد فصلت عن الواقع الحضري والواقع المعرفي للمجتمع.

هذا فضلاً عن الأهمية التطبيقية للبحث لكشفه عن ملامح التغير الاجتماعي الذي اصاب المجتمع العراقي خلال النصف الأول من القرن المنصرم (العشرين) على المستويين الاجتماعي والحضري (الحضاري)

(4) منهج البحث:

إعتمد البحث منهج علم اجتماع المعرفة الذي يُعد منهجاً بحد ذاته على الأقل حسب رؤية كارل مانهايم ومنهج الأثنوميثودولوجيا الذي يتمثل بمحاولته فهم تفاصيل الحياة اليومية.

5) مجال البحث:

المجال المكاني: كانت أسواق الموصل المجال الحيوي للمجال المكاني. المجال الزمني: لا شك أن الطبيعة المزدوجة للبحث من كونه بحثاً نظرياً وتطبيقياً يسعى إلى كشف المتغيرات فنستطيع القول أن المجال الزمني امتد إلى ما قبل خمسينات القرن المنصرم وحتى أوائل القرن الحالي (الواحد والعشرون).
المجال البشري: كان هو الآخر مزدوجاً ما بين تصورات التجار كبار السن فيما نقلوه من معلومات عن الماضي وعامة التجار والمتبضعون في الوقت الحاضر.

المبحث الثاني المحور الاجتماعي**1) موضوع علم الاجتماع والظاهرة الاجتماعية**

كي يتبنى أي علم من العلوم موضوعاً ما لا بد أن يكون ما يقع عليه الأختيار من ظواهر ان تقع ضمن موضوع ذلك العلم، ومن أجل ذلك لا بد من بيان موضوع علم الاجتماع.

إن موضوع علم الاجتماع التقليدي تم الإنتهاء من تقسيمه إلى ثلاث طوائف: تذهب الطائفة الأولى إلى أن موضوع علم الاجتماع هو دراسة العلاقات الاجتماعية. . . وتذهب الطائفة الثانية إلى أن موضوع العلم هو دراسة المقومات العامة للحياة الاجتماعية وتنسيق النتائج النهائية التي تصل إليها العلوم الاجتماعية. . . [أو ما تسمى بالمدرسة الاجتماعية] . . . أما الطائفة الثالثة ذهبت إلى القول أن الموضوع الأساسي لعلم الاجتماع هو دراسة المبادئ التي

تؤدي إلى الوحدة في المجتمع والقوى التي تدفع به إلى التطور والتغير وأثر ذلك في التنظيم والعلاقات والوظائف الاجتماعية⁽¹⁾.

وذهب س. رايت ميلز إلى أن ما يُعترف به من عمل علمي في علم الاجتماع يتجه إلى التحرك في واحد أو أكثر من اتجاهات ثلاثة عامة. . . الاتجاه الأول نحو نظرية في التاريخ مثال ذلك أن علم الاجتماع عند كومت كما عند ماركس وسبنسر وفيبر جهد موسوعي يُعنى بكامل حياة الإنسان الاجتماعية. . . الاتجاه الثاني نحو نظرية منهجية في طبيعة الإنسان والمجتمع. . . أنصار المذهب الشكلي. . . ان علم الاجتماع يتعامل بتصورات يقصد أن تكون مفيدة في تصنيف جميع العلاقات الاجتماعية. . . الإتجاه الثالث. نحو دراسات تجريبية للحقائق والمشكلات الاجتماعية المعاصرة دراسات في المدن والأسر وفي العلاقات العرقية والأثنية وفي الجماعات الصغيرة⁽²⁾.

ومن أجل تحديد أدق يعتقد الباحث بان السوق الشعبية، بما امتلكه من متغيرات اقتصادية – اجتماعية – ثقافية. الخ قد اكتسبت صفة الظاهرة الاجتماعية التي حددها دوركهايم وتحقيقاً لهذا الاعتقاد فقد سعى إلى استجلاء مفهوم الظاهرة الاجتماعية حسب التحديد الدوركهايمي (حسبما أوردها في كتابه قواعد المنهج في علم الاجتماع)، وقد كانت على النحو الآتي:

أ – تحديد الظاهرة الاجتماعية

ب – قواعد قياس الظاهرة الاجتماعية.

من أجل اختبار هل يمكن اعتبار السوق الشعبية ظاهرة اجتماعية حسبما سيتوضح لاحقاً.

(1) مصطفى الخشاب/ علم الاجتماع ومدارسه/ الكتاب الثاني/ الدار القومية للطباعة والنشر القاهرة 1385- 1965 ص 16 – 23.

(1) س. رايت. ميلز الخيال السوسيولوجي – دار الشؤون الثقافية العامة بغداد 1987 ص 37 – 38.

أ - تحديد الظاهرة الاجتماعية.

أولاً: ان الظاهرة الاجتماعية تكون خارجة عن الشعور الفردي، حيث يقول " دوركهيم" / ((إنني أودي واجبي كأخ أو زوج أو مواطن وحين أنجز العهود التي أبرمتها أقوم بأداء واجبات خارجية حددها العرف والقانون. . . وأن هذه العقائد اسبق في الوجود من الفرد الذي يدين بها للسبب الآتي: وهو أن لها وجوداً خارجياً بالنسبة إليه))⁽¹⁾

ثانياً: تمتع الظاهرة الاجتماعية ((بقوة أمره قاهرة هي السبب في أنها تستطيع أن تفرض نفسها على الفرد أراد ذلك أم لم يُرِدْ. . فإنني لست مجبراً على استخدام اللغة الفرنسية كأداة للتخاطب مع أبناء وطني، ولست مضطراً، إلى استخدام النقود الرسمية ولكني لا أستطيع إلا أن أتكلم هذه اللغة وإلا أن استخدم هذه النقود ولو حاولت التخلص من هذه الضرورة لباءت محاولتي بالفشل الممض. . . فهي توجد خارج الفرد وقد زودت بقوة قهر تمكنها من فرض نفسها عليه))⁽²⁾

ب - قواعد قياس الظاهرة الاجتماعية

ولقياس الظاهرة الاجتماعية فقد وضع دوركهيم قاعدة رئيسة وثلاثة قواعد متممة لها، حيث تنص القاعدة الرئيسية على أنه يجب ملاحظة الظواهر الاجتماعية على أنها، أشياء، ((فإن الشيء هو حقيقة ما يقع تحت ملاحظتنا أو هو ما يقدم نفسه لها، أو هو بالأحرى ما يفرض نفسه عليها فرضاً، وحينئذ فمعنى ذلك أننا نعالج الظواهر على انها اشياء، هو أننا نعالجها على أساس أنها أشياء

(1) ينظر أميل دوركهيم/ قواعد المنهج في علم الاجتماع/ ترجمة د. محمود قاسم/ مكتبة

النهضة المصرية - القاهرة 1961 ص51.

(2) المصدر نفسه ص52 - 53.

تقدم نفسها للملاحظة كنقطة بدء للعلم، ولا ريب في أن الظواهر الاجتماعية تنطوي على هذه الظواهر الخاصة⁽¹⁾.

أما القواعد المتممة فهي تتعلق بشخصية الباحث الاجتماعي وهي كالاتي:
القاعدة الأولى: ((هي القاعدة القائلة: بأنه يجب على عالم الاجتماع أن يتحرر بصفة مطردة من فكرة سابقة))⁽²⁾

القاعدة الثانية: ((أنه من الواجب أن ينحصر البحث في طائفة خاصة من الظواهر التي سبق تعريفها ببعض الخواص الخارجية المشتركة بينها، أو من الواجب أن ينصب نفس البحث على كل الظواهر التي تتوفر فيها شروط ذلك التعريف))⁽³⁾.

القاعدة الثالثة: من ((الواجب على عالم الاجتماع لدى شروعه في دراسة طائفة خاصة من الظواهر الاجتماعية أن يبذل جهده في ملاحظة هذه الظواهر من الناحية التي تبدو فيه مستقلة عن مظاهرها الفردية))⁽⁴⁾.

2) علم اجتماع المعرفة والحياة اليومية

أخذ علم اجتماع المعرفة على عاتقه دراسة حاصل جدل الفكر بالواقع الاجتماعي وغالباً ما كان ذلك الحاصل، مفكر أجاد في تعبيره عن تلك العلاقة أو مؤلف تتناوله أيادي علماء اجتماع المعرفة بالتحليل، كي تحدد إبعاد تلك العلاقة. يقوم علم اجتماع المعرفة عند جورفيتش على دراسة أنواع المعرفة وأشكالها وفقاً للتجليات الاجتماعية، أو التجمعات غير المنظمة، وصنف أنواع المعرفة إلى سبعة أنواع هي المعرفة الإدراكية للعالم الخارجي، معرفة الإخبار والمحن الجماعات والطبقات الاجتماعية، ومعرفة الحس السليم، والمعرفة التقنية،

(1) المصدر نفسه ص 60.

(2) المصدر نفسه / ص 97.

(3) أميل دوركهايم/ المصدر السابق / ص 103 - 104 .

(4) المصدر نفسه ص 120 .

أ.م.د شفيق ابراهيم صالح الجبوري وم. نادية صباح محمود الكبابجي

والمعرفة السياسية والمعرفة العلمية، وأخيراً المعرفة الفلسفية، ثم قام باختبار تلك المعارف على التجمعات والجماهير والمصانع والدول والكنائس ثم الطبقات الاجتماعية والمجتمعات الشمولية. . الخ ووجد ان التجمعات المحلية الصغيرة الحجم تحتل فيها المعرفة الإدراكية للعالم الخارجي المرتبة الأولى بالنسبة لأهمية المعارف الباقية، ذلك أن هذه المعرفة التي تنتشر في أوساط أكثر ما تكون ((عفوية متقلبة على الرغم من نزوعها نحو الاتزان. . . حيث تنجح في الهيمنة على الحشد والمتحد))⁽¹⁾ ورغم أن تجمعات الحشد والجمهور يمتاز ببناءها بعدم الاستقرار والمطاطية يقول عنه كارل مانهايم ((انه تجمع مؤقت من الناس تغطي عليه صفة عدم التنظيم، وهذا التجمع يستجيب إلى المنبهات بطريقة متساوية ومتشابهة مهما تكن الظروف والمعطيات))⁽²⁾.

ومن هنا تأتي أهمية الجماعات الصغيرة، والحادثة لتشكّل موضوعاً رئيسياً في علم اجتماع المعرفة، ذلك أن هذه الجماعات رغم عدم انتظامها فيه رابطة بنيوية على صعيد مفهوم (البناء الاجتماعي) التقليدي إلا أن تلك الجماعات ترتبط بمصدر ثقافي واحد هو فكر المجتمع الذي يصبح رابطة لهم، ينقادون اتجاهها، فتجد الفرد من المجموع يتصرف تصرفاً لا ترضه الجماعات الحاشدة بل تصبح قوة سائدة له في الحالات الاستثنائية. (مثل الناس المجتمعين في مكان معين ويحدث حدث معين غير مألوف فتجد الاستجابة او الرفض لذلك الحدث واحدة عند الجميع).

وبالمقابل في الحالات الطبيعية يتصرف هذا الحشد تصرفاً طبيعياً، بل وروتيني يمكن أن نسميه بنمطية الحياة اليومية التي أخذت الدراسات الاثنوميثودولوجيا على عاقبتها ((تحليلها تحليلاً يكشف عن المعنى الكامن خلف هذه الأنشطة وتحاول أن تسجل هذه الأنشطة وتجعلها مرئية ومنطقية وصالحة

(1) جورج جورفيتش/ الأطر الاجتماعية للمعرفة/ ترجمة خليل احمد خليل/ المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت ط2 1988 ص81.

(2) كارل مانهايم/ علم الاجتماع النظري/ ترجمة احسان محمد الحسن/ جامعة بغداد 1993 ص152

لكل الأغراض العلمية))⁽¹⁾ لأن الحياة اليومية وما تمتاز به من نمطية تسهل ربما كثيراً من عمليات الاستقرار والتنبؤ بسلوك أعضاء المجتمع، وهو ما شكل فيما بعد بما يسمى بمعرفة الحس السليم التي احتلت المرتبة الثالثة من أنواع المعارف عند جورفيس، مع التذكير بأن ميدانها الجماعات الصغيرة فضلاً عن كونها تكمن في توليف معرفة الآخر والنحن، والمعرفة الإدراكية للعالم الخارجي⁽²⁾ فالحس السليم بعبارة أخرى هو المعرفة الاجتماعية التي يحملها كل فرد، وبموجبها يستطيع التعامل مع الآخر على أساس ما بناه من تصور عنه.

إن الطرح المعرفي للإثنوميثودولوجيا يجعل موضوع علم الاجتماع دراسة وقائع الحياة اليومية وأحداثها كما يفهمها الناس ويمارسونها ويتبادلون ادراكها⁽³⁾ وليس هناك مكان أفضل من السوق الشعبية لدراسة الحياة اليومية، وقد جعل جورفيتش من الأسواق نقطة مركزية لالتقاء مفاهيم وثقافات العالم الخارجي⁽⁴⁾.

ويقودنا هذا التصور عن علم اجتماع المعرفة إلى القول بأن منهجه يصلح لدراسة السوق الشعبية لملائمته طابع هذه الأسواق من جانب، ومن جانب آخر لما يتضمنه المنهج المعرفي من مضامين تحمل في طياتها الحقيقية الاجتماعية، ((المنهج في علم اجتماع المعرفة ليس خطوات بحث بقدر ما هو استيعاب ذاتي لرد الفعل الاجتماعي إلى كله الذي تشكل ضمنه))⁽⁵⁾.

من هنا تأتي صلاحية منهج علم اجتماع المعرفة لدراسة الأسواق الشعبية.

3) اجتماعية السوق الشعبي المعرفية و إثنوميثودولوجيا المعرفة

(1) محمد عاطف غيث وآخرون/ مجالات علم الاجتماع المعاصر/ دار المعرفة الجامعية – الاسكندرية 1985 ص124

(2) شفيق ابراهيم صالح/ علم اجتماع المعرفة عند ابن خلدون/ أطروحة دكتوراه – بغداد 2000 ص103

(3) محمد عاطف غيث/ مصدر سابق ص225.

(1) جورج جورفيتش/ مصدر سابق ص100.

(2) شفيق ابراهيم صالح/ علم اجتماع المعرفة وقواعده المنهجية دراسة في الحدود والقواعد/ مجلة آداب الرفادين

بعد عرضنا لمواضيع علم الاجتماع وتحديدنا لمفهوم الظاهرة الاجتماعية ولمواضيع علم اجتماع المعرفة ومنهجه، نجد ان السوق الشعبية، تشكل إحدى المجالات الحيوية لعلم الاجتماع فهي تشكل إحدى المقومات العامة للحياة الاجتماعية، التي أهتمت بها المدرسة الاجتماعية اذ لا يمكن الاستغناء عن السوق لتحصيل البضائع، كما لا يمكن أن تكون في الوقت ذاته الساحة الاجتماعية لمجمل النشاط الاجتماعي.

ووفق تصنيف ميلز والخشاب تقع السوق الشعبية ضمن التصنيف الثاني أو الاتجاه الثاني لما يمكن ان يسمى موضوع علم الاجتماع، ففي تصنيف ميلز يقوم علم الاجتماع الشكلي بدراسة أشكال العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي مما نجده واضحاً أشد الوضوح في السوق الشعبية التي تسودها العلاقات الاجتماعية المصنفة بالصراع والتنافس والتعاون، كما ان ميدان التفاعل الاجتماعي لا يتعدى مجموعات صغيرة التاجر وتاجر الجملة، وناقل البضائع، المتبضع مما يمكن أن تصدق عليه وجهة النظر الشكلية التي حددت المجموعة بأعضاء لا يتجاوزون عدد أصابع اليد.

على صعيد آخر تتجلى أهمية دراسة السوق الشعبية حين يُنظر إليها على أنها ظاهرة اجتماعية، تنطبق عليها صفات وقواعد الظاهرة الاجتماعية حسب تحديد دوركهايم. وقد تبين من خلال الاختبار والتحقق ما يأتي:

أ. إن السوق الشعبية لم تكن بأي حال من الأحوال سوى ظاهرة خارجة عن الشعور الفردي اقتضى وجودها تطور الحياة من التقليدية إلى الحضرية ولم يكن للشعور الفردي دور في خلقها، وذلك نتيجة تقدم الحياة الاجتماعية والاقتصادية والحضارية.

ب. ان السوق الشعبية تمارس نوعاً من القهر على المواطن رغم إمكانية تجاوزها في الحصول على المواد الغذائية من دقيق وفاكهة. . الخ، من مراكز الإنتاج الرئيسية، لكنه سيواجه صعوبات جمة منها: صعوبة المواصلات، وصعوبة التعامل مع الفلاح (المركز الممول)، لأنه يشتري كمية محدودة لا تحفره لزيادة إنتاجه، فضلاً عن ارتباط المتبضع الحضري بالسوق الشعبية

بشكل لا يسمح له تجاوزها باستمرار، كما إن هناك الكثير من السلع المستوردة والتي لا تتواجد إلا في السوق الشعبية لذا فهي تمارس على الفرد قوة قهر كبيرة بصورة آلية.

أما القاعدة الرئيسية فهي تنطبق تماماً على السوق الشعبية فمعلوم أنها (شيء) محسوس، خاضع للملاحظة الميدانية، ومن ثم فإنها نقطة بدء للبحث العلمي.

وفيما يتعلق بالقواعد المتممة فإن جوهر القاعدة الأولى إثنوميثودولوجي بما لا يقبل الشك، إذ يتوجب دراسة تلك الجماعات بتجرد من الأفكار المتعلقة بها معتمدين في ذلك على الملاحظة الميدانية، وهذا حال موضوع البحث (الأسواق الشعبية).

ولتطبيق هذا الجوهر فقد أتبع المنهج المعرفي في هذه الدراسة. كما تؤيد القاعدة الثانية مواضيع البحث التي درست على أنها ظواهر اجتماعية قائمة بذاتها.

أما فيما يتعلق بالقاعدة الثالثة فإن السوق الشعبية لا تعبر عن نفسها من خلال وجود المتبضعين فيها فحسب وإنما ببعض الصور المحددة لها خارج المتبضع والثانية من ناحية الايكولوجيا والوظائف التي تؤديها. وكانت نتيجة الاختبار هي أن السوق الشعبية ظاهرة اجتماعية.

البحث الثالث اجتماعية المعرفة الحضرية للسوق الشعبية الموصلية

إذا ناقشنا (موضوع البحث) من رؤية علم اجتماع المعرفة فإن السوق الشعبية تأخذ مكاناً أوسع فهي مرآة المجتمع بما يتجلى فيها من أفكار تمثل المجتمع فهذا بيرجر يرى ((أن علم اجتماع المعرفة ينصب اهتمامه على الفكر اليومي أكثر من اهتمامه بالمفكرين وتأريخ الأفكار وهذا لا يعني أنه يهتم برتابة

أ.م.د شفيق ابراهيم صالح الجبوري و م. نادية صباح محمود الكبابجي

الفكر السائد في الحياة اليومية، بل بما يحصل من أفكار في الحياة اليومية ويطلق شيلر على هذا الأهتمام بالرؤية الطبيعية للعالم. . . لأنها تقوم بتحديد مواقع الناس في الحياة الاجتماعية وتحدد مشاركاتهم الحياتية وعلاقتهم الاجتماعية وكفاحهم اليومي وكل فعل إجتماعي يشترك فيه الأفراد معاً وجهاً لوجه أو بشكل سجالي بحيث يكون فيه الافراد في علاقة تبادلية مستمرة⁽¹⁾ ومما لا شك فيه أن لا مجال حيوي تظهر فيه الحياة اليومية وتكون العلاقات فيه وجهاً لوجه علاقة تبادل مستمرة مثل السوق الشعبية ومن مختلف الطبقات والفئات من متعلمين إلى أميين ومن ساسة إلى عسكر كباراً وصغاراً. . . مما يشكل المجتمع شعبياً أصبحت بموجبه السوق ميدان للدراسة الإثنوميثودولوجية (المناهج الشعبية) بل ما يميز الإثنوميثودولوجيا كعلم معرفي حيث أن من سماتها أنها تهتم بدراسة التغيرات التي ينسبها الناس لأنماط سلوكهم خلال التفاعل المتبادل والطرق أو المناهج التي يستخدمونها في هذا التفسير⁽²⁾ ولا شك فيه أن الإثنوميثودولوجيا لا تجد مكاناً تدرس فيه التفاعل المتبادل الا في أماكن التقاء المتفاعلين وأحد تلك الأماكن السوق الشعبية حيث يلتقي فيها الافراد جماعاتٍ وفرداً يحاول كل منهم أن يقيم علاقة تبادل مع الآخر وحسب مبتغى كل منهم، وقد وجدنا جورفيتش جعل من السوق على صعيد آخر برزخاً للاحتكاك بالعالم الخارجي بعد أن جعلها ميداناً لمعرفة الحس السليم (نمط الحياة اليومية).

إن العلوم الاجتماعية عموماً ومن ضمنها علم الاجتماع يدرسون جملة من الموضوعات المشتركة وتتباين درجة اهتمام تلك العلوم بجملة من الموضوعات ما بين أهتمام كبير، وبين اهتمام قليل، ومن ناحية أخرى إن كل علم من العلوم الاجتماعية ينظر إلى الموضوع الواحد من زاويته الخاصة، وهذه بالذات نقطة خلاف علم الاجتماع عن باقي العلوم فهو ينظر إلى الموضوع الواحد برؤية اجتماعية شاملة من جميع الوجوه، وهذا ما حدا ببعض العلوم أن تنتقد علم الاجتماع على أنه يناقش قضايا هي من غير إختصاصه.

(1) معن خليل عمر/ علم اجتماع المعرفة/ جامعة بغداد 1991 ص24.

(2) محمد عاطف غيث/ مصدر سابق ص128.

ومثالنا (السوق الشعبية) التي ينظر اليها الاقصاديون من زاوية العرض والطلب، والمؤرخون على انها المكان الجغرافي الذي جرت فيه أعظم الحوادث التاريخية، والجغرافيون والتخطيط الحضري، من ناحية التصميم الاساسي ومقدار توفر المرافق الحيوية. . . الخ الا ان علم الاجتماع ينظر إلى السوق الاجتماعية من جميع تلك الوجوه والسبب في كل ذلك ان علم الاجتماع يهتم بما يسميه تماشيف بالاعتماد المتبادل⁽¹⁾.

فالانسان الاجتماعي تتوفر فيه جميع الظواهر الاجتماعية وسواها، ومن ثم فهو حين يدرس الأنسان الاجتماعي يدرسه كتحصيل حاصل لجميع تلك الظواهر.

وعلم الاجتماع المعرفي والحضري حين يهتمان بدراسة السوق الشعبية، لا يلغيان حق الإختصاصات الأخرى في دراستها (السوق الشعبية) فتلك قضية تقع خارج هدف علم الاجتماع. إلا أن ما يهمهما (علم الاجتماع المعرفي والحضري) هو أن يدرسا السوق الشعبية على انها ميدان للحياة الاجتماعية وفي دراسة سابقة قام بها الباحث وضح دور علم الاجتماع والإنثروبولوجيا في دراسة للسوق الشعبية عام 1995 في مدينة كركوك فبين مجالات علمية عديدة أخذت على عاتقها دراسة السوق الشعبية⁽²⁾، إلا أنه في الوقت ذاته خلص إلى أن علم الاجتماع والإنثروبولوجيا يعدان افضل لما يملكانه من منهج أفضل الاختصاصات لدراسة السوق الشعبية ومن أبرز نتائج دراسته السابقة: -

(1) نيقولا تيماشيف/ نظرية علم الاجتماع طبيعتها وتطورها/ ترجمة. محمود عودة وآخرون/

دار المعرفة الجامعية/ الاسكندرية دون تاريخ ص29.

(1) هناك العديد من الدراسات السابقة أكتفى الباحث بعرض اثنتين واحدة عراقية والأخرى عربية وللاستزادة أنظر مجلة التراث الشعبي العراقية الاعداد 11 و 12 السنة الثانية، 1971، العدد 1 و 3 السنة الثالثة 1971 العدد 2 و 3 السنة الخامسة 1974، العدد 7 السنة السادسة 1975 بيتر ورسلي/ العوالم الثلاثة ج1 دار الشؤون الثقافية العامة بغداد 1987 ص145 - 151، ملفيل هيرسكوفتز الثقافة الافريقية. ترجمة عبد الملك الناشف مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر/ بيروت - نيويورك 1996 ص405 - 439/ احمد ابو زيد - البناء الاجتماعي الاسكندرية، ج2 1987 ص233 - 241.

(1) إن السوق الشعبي يعكس أوضاع المجتمع بمختلف أوضاعه، ومن تلك الأوضاع نشوء بعض الاسواق: أسواق طفيلية ومنتقلة جاورت الاسواق الرئيسية، وأسواق أزمة تباع فيها بعض المواد مما له علاقة بظروف الحصار الأقتصادي الذي شهده العراق في تسعينات القرن العشرين وأثر على أوضاع المجتمع العراقي آنذاك.

(2) مارست الأسواق وظائف اجتماعية، وقد تجلت فيها مشخصات الحياة الاجتماعية، منها منوالية الشخصية العراقية، ونموذج الشخصية الاجتماعية المفضلة، كما مارست وظيفة تراثية، ساهمت في تعزيز الصناعات الحرفية وقد اقتضت ظروف الواقع الاجتماعي نموها بفعل آثار الحصار الاقتصادي الذي شهده المجتمع العراقي، فضلاً عن وظيفتها الاقتصادية

(3) ساهمت الأسواق الشعبية في مدينة كركوك بتعزيز العلاقات الاجتماعية بين أبناء المدينة على اختلاف إنتماتهم العرقية والمذهبية بشكل تجاوز الاختلافات الثقافية البسيطة أصلاً، مما له أشد العلاقة بعلم الاجتماع حيث أن المجتمع هو ميدانه.

(4) إن الأسواق الشعبية كانت ميداناً لظهور أنماط السلوك الاجتماعي الايجابية والسلبية على حدٍ سواء كما المعتدل منه، على اعتبار أنها سلوكية تظهر في أي مجتمع.

وهناك دراسة اجتماعية قام بها باحث اجتماعي آخر بين فيها الوظائف الاجتماعية للأسواق الشعبية في منطقة الباحة بالملكة العربية السعودية نشر عام 2002، ويمكن درج أبرز ما توصل اليه من نتائج بما يأتي.

(1) عرض الإطار النظري للموضوع و قد تضمن موقع السوق الشعبية من علم الاجتماع الذي حدده بأحد فروع (علم الاجتماع الاقتصادي)

(2) أهمية السوق الشعبية في تاريخ العرب

(3) ايكولوجيا موضوع الدراسة.

4) عرضه للأسواق الشعبية نشأتها ومواقعها وتنظيمها

5) بيان أهم وظائفها التي لخصها بـ:

- أ - توحيد المجتمع المحلي
 ب - عرض عمليات التنافس والصراع
 ج - السوق والصلاح كمكان لحل المشكلات القبلية والاقتصادية
 د - التثقيف ونشر الوعي الديني
 هـ . فضلاً عن وظائف أخرى إعلامية عموماً كالإعلان عن المفقودات، وإعلان القوانين الإدارية والسياسية ... الخ⁽¹⁾.
- ووفق ذلك يفيدنا منهج علم اجتماع المعرفة بما يزودنا من معلومات أنثوغرافية واجتماعية، بل ومجملية عن الظرف الحضاري العام للقضية (الظاهرة الاجتماعية أو التاريخية) فيجيبنا علم اجتماع المعرفة بما يوفره من معلومات: الوقوع في الخطأ بالانجرار وراء القول التاريخي أو الاجتماعي المنحاز، لأن كل تقويم جدي للدراسة العلمية لا بد له من أن يحسب حساب مثل هذه الأخطاء، ومن المسلم به ان العلاج لايتوقف كله على المؤرخين، ((فهناك مؤرخون لايفهمون ما يحاول العلماء الاجتماعيون ان يقوموا به، وهناك علماء اجتماعيون لايفقهون شيئاً عن التاريخ))⁽²⁾
- كما يساعدنا في الاجابة علم الاجتماع الحضري الذي ينظر إلى المدينة على أنها سوقاً " ومركزاً لأوجه النشاطات التجارية والخارجية والدولية⁽³⁾
- فنحن بازاء علم اجتماع المعرفة الذي يحاول أن يُنمط للحياة اليومية وعلم الاجتماع الحضري الذي ينظر إلى السوق نظرة مزدوجة نظرة اقتصادية - مكانية " وكذلك باعتبارها نظاماً أخلاقياً " ⁽⁴⁾ لكل علم شروط يتبعها حينما يريد

(1) عبد الرزاق حمود الزهراني / الوظائف الاجتماعية للأسواق الأسبوعية في منطقة الباحة/ مجلة العلوم الاجتماعية/ مجلد 29/ عدد 2/ ص 81 - 105.

(1) هيوغ. اتكن مصدر سابق ص22

(2) جيرالد بريز/ مجتمع المدينة في البلدان النامية - دراسة في علم الاجتماع الحضري/ ت. محمد الجوهري/ دار المعرفة الجامعية - الاسكندرية 1989 ص97

(3) د. محمد عاطف غيث/ علم الاجتماع الحضري/ دار المعرفة الجامعية دون تاريخ ص41

أن يحدد موضوع بحث، ومن بين تلك الشروط في علم الاجتماع ان يكون الموضوع ظاهرة اجتماعية لها ميزات وقواعد متى توفرت فيها أصبحت صالحة للدرس الاجتماعي وقد وجدنا ذلك واضحا حينما طبقنا قواعد الظاهرة الاجتماعية على السوق الشعبية.

ان ما يمكن استنتاجه بل والتأكيد عليه بمكان هو دور السوق كأيكولوجيا تجري ضمنه جملة التفاعلات الاجتماعية، باعتبار صفته التجارية ذات المدلول المادي - الاقتصادي، انما يكون في المدينة حيث يحتل صفة المركز منها "من حيث هو نقطة المحرق في المجتمع المدني، ومن حيث هو نواة الوجدان الاجتماعي، فانه يقوم بدور المبادلة ودور المنسق و أنه المدينة الحقيقية ذات الوظائف المتعددة"⁽¹⁾ اجتماعية واقتصادية. . . الخ حيث يصبح مكاناً لتواجد ذلك الخليط من الناس المختلفين طبقياً، وعرقياً، ودينياً، وإن كانوا مرتبطين بثقافة المدينة التي هي بالتأكيد ثقافة المجتمع العام في خطوطها العامة.

إن السوق كمكان ايكولوجي يحمل ملامح الحياة الحضرية، وفي هذا يذهب ماكس فيبر في رأيه بالمدينة هذا المذهب حيث أن المدينة عنده "بؤرة لنمو الاحساس الشديد بالفردية فالناس في صفقات اعمالهم يتعاقدون مع بعضهم بعضاً كأطراف متساوية نظرياً، كأفراد من المنزلة نفسها في المجتمع الاقتصادي ويتمتعون بالتزامات وحقوق متساوية تجاه احدهم الآخر"⁽²⁾

فالناس على قدم المساواة في ابراز كل منهم ما يحمل من انماط حياتية شخصية من ناحية، ومجتمعية من ناحية أخرى دون قيود مثلما كانوا متساوين في التعامل الاقتصادي برأي فيبر

ان المركز - السوق - في الموصل حضرياً قد تركز في ثلاث "نويات رئيسة هي نواة السوق التقليدي ومجاوراته، وهي اكبر النويات الوظيفية باعتبارها

(1) مجموعة من المؤلفين - المجتمع الحديث في ابعاده الاساسية ج1 ترجمة وجيه اسعد/

منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي دمشق 1982 ص314

(2) اندرو ويبسترو/ مدخل لسوسيولوجيا التنمية/ ترجمة حمدي حميد يوسف/ دار الشؤون

الثقافية العامة بغداد ط1 1986 ص141

تحتوي منطقة الأعمال المركزية في المدينة وهوامشها واستطلاعاتها الشريطية مع امتداد الطرق الرئيسية. ونواة سوق النبي يونس (عليه السلام) ومجاوراته باعتباره اهم سوق ثانوي في المدينة واكبر تركيز وظيفي تجاري في الجانب الأيسر منها، والنواة شبه المركزية التي تمثل منطقة التوسع الوظيفي الحديث عند الهوامش الجنوبية للنواة الأولى⁽¹⁾

وقد احتلت هذه المراكز - الاسواق - مناطق التفاعل الاجتماعي حيث يجري فيها مجمل نشاط الحياة اليومية خارج البيت، ومكان العمل يتزود الناس منها امور معيشتهم ويلتقون فيها متبضعين واصدقاء فراداً وجماعات مدفوعين بدوافع اقتصادية حتمت عليهم التفاعل والاحتكاك داخل المدينة باتجاه السوق كما كان السوق الموصل في الوقت ذاته مركزاً " لتبادل المنتجات التي كان الريفيون ياتون بها من الريف " ⁽²⁾

فالموصل مركز للحضر والريف، للمجتمع على حد سواء لما لها من موقع جغرافي احتل أهمية بارزة في تاريخ المدينة على مر العصور، ليس لمن جاورها من المناطق فحسب بل من كل صوب وحذب ⁽³⁾

وقد كانت في كل العصور اسواقاً تؤدي وظائفها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية. . . إلا أنه يجب أن نأخذ في الاعتبار مسألة كل العصور من زاوية تاريخية، لا زاوية اجتماعية، لأن الحياة الاجتماعية اذا جاز لنا وصفها فهي معنوية تعاش وتحس دونما هيكلية مادية، الا أننا في الوقت ذاته نستطيع من خلال التغير الايكولوجي ومن خلال رؤية علم الاجتماع الحضري، نستطيع أن نلتمس التغير الحضري وفي ضوئه نستطيع أن نحدد اجتماعية المعرفة للحياة اليومية واثنوميثودولوجيتها المعرفية.

(3) ملخصات بحوث ندوة الاسواق في الموصل/ المنعقدة يوم الاربعاء 13 / 10 / 1999 على قاعة حمورابي/ المكتبة المركزية/ مركز دراسات الموصل ص37.

(1) عبد الله مرقس رابي/ التحضر في مدينة الموصل مايس 1947 - 1987/ اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى كلية الآداب - جامعة بغداد عام 1995/ ص203

(2) أنظر د. عماد عبد السلام و رؤوف العطار/ الموصل في العهد العثماني/ مطبعة الآداب - النجف الاشرف 1975.

على سبيل المثال مراحل التطور الأيكولوجي الذي يعكس رؤية حضرية لخان الصقالين وخان القدو وسط سوق السراي وقد مر بمراحل ثلاث: في مرحلتها الأولى كانا فندقين يرتادهما التجار الوافدون إلى المدينة (من خارجها)، ومن ليس له عائلة (مقطوع من شجرة)، مطلع القرن العشرين، إلا أنها تحولاً في مرحلتها الثانية إلى مخازن لخرن بضائع اصحاب المحلات الكبيرة خلال سبعينات وثمانينات القرن نفسه، لفقدانها صلاحية السكن وقد صاحب هذا التغير الحضري لا شك تغييراً اجتماعياً، وهو ما لا نلمسه لكن نستطيع ان نشخص دلالاته المعرفية، إذ من غير الاستجابة الاجتماعية لا تحدث صيرورة او ديمومة لأي تغيير.

ويساعدنا في هذا التلمس منهج علم اجتماع المعرفة واثنوميثودولوجيا المعرفة لما يحملانه من استيعاب ذاتي لرد الفعل الاجتماعي أثناء التفاعل الاجتماعي الذي يصاحب التغير الايكولوجي الحضري. فعلى سبيل المثال أصبحت مؤشرات الربح المالي بالنسبة لاصحاب رؤوس الاموال أو اصحاب الخانات الكبار أو التجار. . . الخ دلائل ملموسة على هذا التغير المعرفي على سبيل المثال وبالطبع مقتضيات السوق الحديثة وتوفر وسائل النقل عززت قناعتهم التي قابلتها استجابات اجتماعية، على تحويل تلك الخانات إلى مخازن من هنا نستطيع أن نقول أنه يمكن أن نلمس معالم الحياة الاجتماعية الموصلية في السوق الموصلية.

ولعل مثال آخر يشير إلى ناحية في التغير الحضري داخل اسواق الموصل القديمة، وهو ظاهرة المطاعم فبعد أن كانت مطاعم القديمة مثل مطعم كباب سيد بكر الشهوي وكذلك كباب محمود الكبابجي التي كانت تعتمد على الفحم والخشب وكثيراً ما امتازت بطلاء جدرانها بالصيغ الابيض دلالة على نظافتها، كما امتازت بوسع مساحتها القديمة فهي على سبيل المثال اصبحت تقدم وجبات سريعة بعد أن كانت وجباتها يُعتد بها، كما افتقدت لكثير من مؤشرات النظافة رغم أن جدرانها قد أصبحت من الفرفوري.

ولعل هذا التغير الأيكولوجي أحد مؤشرات التغير الحضري، وتغير القيم الاجتماعية من جانب آخر حيث أصبح الربح المالي هو المحك ذو الأهمية الكبيرة بالنسبة لغالبية أصحاب المحلات.

نجدهما قد تحولاً إلى محلات تجارية في مرحلتها الثالثة مطلع التسعينات بعد أن خضعا لكثير من التغير الأيكولوجي، بحكم حاجة السوق إلى مثل تلك المحلات التجارية، بسبب ارتفاع أجور المحلات المطلة على الشارع العام.

إن الظاهرة الاجتماعية ظاهرة معاشة، سلبية أو ايجابية، تحدد بظروف الحاضر ولذلك وجب على الباحث حين يدرس ظاهرة اجتماعية في زمن الماضي، ان لا يقيسها بظروف الوقت المعاصر لزمه، بل بظروف الوقت الذي عاشت فيه الظاهرة، وبالمقابل لم تكن الظاهرة التاريخية باي حال من الأحوال ظاهرة معاصرة إنما هي ظاهرة في زمن مضى، صحيح انه قد يكون هناك تشابه حضاري بين ما حدث في الماضي وما يحدث في الحاضر أي ان ما يجري في الحاضر لايسير بالضرورة وفق ما جرى في الماضي. فلا نحكم على الظاهرة التاريخية الماضية كما لانحكم على الظاهرة الاجتماعية المعاصرة بحكم الظاهرة الاجتماعية الماضية بقدر ما حاولنا استخلاصه من معالم لتلك الظاهرة من خلال التغيرات الأيكولوجية والمستجدات الحضارية في السوق الموصلية.

الخاتمة

كثيراً ما تميل الدراسات الاجتماعية إلى الكتابة ضمن تخصص واحد، ولعل ذلك مؤشراً ايجابياً يشير إلى مدى الدقة التي وصلها التخصص لكن هناك بعض الموضوعات يستدعي الامر فيها إلى تضافر تخصصين أو أكثر، وهذا حال بحثنا عن السوق الشعبية وقد تضمن عنصران مهمان: علم اجتماع المعرفة، وقد شكل التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية العامة موضوعه الرئيس وليس هناك مكان وأوضح معلماً ولا أجلى من السوق الشعبية أن يظهر فيها.

وبالمقابل كانت السوق الشعبية من زاوية الايكولوجيا، وما لحقها من تغيرات موضوع علم الاجتماع الحضري خاصة وانه يشكل مركزاً للمدينة من الناحيتين التجارية، والكثافة السكانية. ولذلك فقد كان السوق الشعبية (الموصل نموذجاً) موضوعاً ظهر فيه تداخل العلمين: المعرفي والحضري ضمن ميدان محدد ايكولوجياً، يجري فيه التفاعل الاجتماعي،

وقد خالص البحث إلى جملة من النتائج هي:

(1) إنه تم تحديد موضوعات علم الاجتماع بثلاث هي:

(أ) الحياة الاجتماعية وعلاقتها الاجتماعية

(ب) النظرية المنهجية للبحث من أنصارها علم الاجتماع الشكلي

(ج) دراسة مبادئ وحدة المجتمع والمشكلات التي تواجهه.

(2) كما عرض لموضوع علم اجتماع المعرفة وإثنومثودولوجيا المعرفة
 (3) كانت اجتماعية معرفية الحضرية واضحة المعالم للسوق الشعبية الموصالية
 من خلال استعراض التغيرات الإيكولوجية لمعالمها (الأبنية) ومن ثم تغير وظائفها
 خلال على مدار القرن العشرين.

The sociology of Civil Knowledge of Folk Markets

*Shafeeq I. Salih AL-Juboori Ph.D & Nadiya S.
 Mahmood Al-Kababji M.A*

Abstract

sociology of folk markets generally can be looked at from perspectives: one is constructional while the other is civil markets, however combine both aspects. They are constructional economically and civil with respect to shoppers being member in social culture. Some sciences tend to see folk market of economical significance, other of historical or ecological ones. Each science _ including sociology_ is rightful in its claim because this topic can be tackled from various perspectives.

This reason motivated the researcher to tackle folk market _being a field of sociology _ from knowledge and civil sociology perspectives.

The research provides evidences that affirm this fact. It provides a frame work within individual and group social acts get activated in folk pattern.

The researcher found that the most suitable methodology for this research is that of knowledge sociology and ethno methodology because these two methodologies are

rich with term and concepts that stem form the daily life of folk market.

The research is divided into two axes knowledge sociology, social phenomenon's knowledge sociology, deity life, sociological folk and knowledge ethno methodology.

The second, however, tackles the sociological civil knowledge of mosuli markets. It ends with a brief summary of the research results