

ساخت اجتماعی بازار

تحلیل جامعه‌شناختی پیدایش بازار با تأکید بر بازار بانه در استان کردستان

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

دوره ۲۵، شماره یک: ۸۷-۱۱۵

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در *ISC*

محمد امیرپناهی^۱

عضو هیأت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی

دانشگاه علامه طباطبائی

بپذیرش ۹۶/۳/۱۲

دریافت ۹۶/۴/۸

چکیده

هدف این مقاله پاسخ به این سؤال است که یک بازار چگونه به وجود می‌آید. این موضوع از خلال بررسی نحوه پیدایش، شبکه روابط، کنشگران و هنجارهای کار در بازار مرزی بانه در استان کردستان، مورد تحلیل قرار گرفته است. برای رسیدن این منظور روش کیفی و تکنیک‌های مصاحبه، مشاهده و بررسی اسنادی برای گردآوری داده‌ها استفاده گردید. چهارچوب مفهومی و نظری مطالعه حاصل نظریات کارل پولانی، مارک گرانووتر و ریچارد سوئدبرگ در حوزه «جامعه‌شناسی اقتصادی جدید» است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهند که شکل‌گیری بازار امری اتفاقی، طبیعی یا منبث از فرایندهای خودتنظیم‌گری نیست بلکه نوعی «تأسیس» سیاسی، حقوقی و مبتنی بر مناسبات جاری میان کنشگران و ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی آنان است. ضرورت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی منطقه موردبررسی، دولت را واداشته است با سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، موجبات پیدایش شبکه‌ای از روابط، کنشگران و هنجارهای کار در اشکال پایدار تحت عنوان «بازار مرزی» فراهم آید. به علاوه، یافته‌ها نشان می‌دهند در گذر زمان الگوی دادوستد مرزی، میزان سازمان یافتگی مناسبات اقتصادی، تعداد و ماهیت نیروهای درون و بیرون بازار و مناسبات آنان با یکدیگر تغییرات قابل توجهی داشته است.

واژگان کلیدی: بازار مرزی، حکم‌شدگی، جامعه‌شناسی اقتصادی، منفعت سیاسی، منفعت اقتصادی، شبکه

^۱ پست الکترونیکی: amirpanahi@atu.ac.ir

بیان مسئله

در مناطق مرزی ایران یکی از اشکال عمده تأمین معیشت، تجارت مرزی است که به شیوه‌های رسمی و غیررسمی در جریان است. تجارت مرزی از گذشته‌های دور میان مردمان دو سوی مرز متداول بوده است اما رونق و رسمیت دادن به آن به دست دولت در دو دهه اخیر، موجب شکل‌گیری پدیده جدیدی در استان‌های مرزی کشور به نام «بازار مرزی» شده است. «بازار مرزی» محصول فرایند دادوستد و ورود کالاها از طریق معابر قانونی و نظارت‌شده و نیز معابر غیررسمی و قاچاق است. دولت‌ها با فراهم کردن بسترهای دادوستد در قالب سیاست‌گذاری، تصویب قوانین و نهادسازی، تجارت مرزی را همچون شیوه‌ای برای سازماندهی اقتصاد جامعه و دست‌یافتنی‌ترین راه برون‌رفت از توسعه‌نیافتگی در این مناطق بدل کرده‌اند. تا جایی که این گونه اقدامات به طرز نانوشتن‌های زمینه‌های لازم برای مقبولیت و مشروعیت شیوه‌های غیررسمی دادوستد مرزی را نیز فراهم آورده است. شکل‌گیری این شیوه خاص اقتصادی در بستر زمان، به خلق و استمرار هنجارها، قواعد، بازیگران، ارتباطات و نهادهای بسیاری منجر شده است. در این میان، اطلاعات و دانسته‌های ما درباره ماهیت، بنیان‌ها، روابط، شیوه‌ها و هنجارهای کار و نیز انواع کنشگران در بازارهای مرزی، ناچیز و ناقص و در بسیاری از موارد غیرمستدل است. اندک مطالعاتی که درباره بازارهای مرزی انجام شده است (سعیدی و اسماعیل‌زاده، ۱۳۸۷، محمودی، ۱۳۸۴، رازینی و باستانی، ۱۳۸۱، گاندویت، ۲۰۰۴) عمدتاً با رویکرد اقتصادی و تأثیرات آنها بر درآمد و رفاه اقتصادی مرزنشینان و یا معطوف به بررسی عملکرد بازارچه‌ها - یا سهم آنها در اقتصاد ملی - بوده است. از این رو، با فقدان مطالعاتی مواجهیم که به این موضوع بپردازد که «بازار مرزی» چه مختصاتی دارد، از چه گروه‌ها و بازیگرانی تشکیل شده است، چگونه کار می‌کند و بر اساس چه مکانیزم‌هایی بازتولید می‌شود.

ماهیت، عملکرد و آثار بازارهای مرزی می‌تواند در بسیاری از موارد از دیگر اشکال بازار (برای مثال، بازارهای سنتی ایران) متفاوت باشد. به‌علاوه، این تفاوت‌ها ممکن است در بین بازارهای مرزی مناطق مختلف کشور نیز وجود داشته باشد. در حقیقت، شیوه‌های فعالیت اقتصادی، با توجه به ضرورت‌های زمانی و مکانی، سیاسی، فرهنگی و...، بنیان‌ها و صورت‌ها و محتوای متفاوتی خواهند داشت. از این رو، پیدایش و استمرار این نوع فعالیت اقتصادی و نیز تأثیرات متفاوت آن بر جامعه شهری و روستایی، از منظر مطالعات جامعه‌شناختی موضوع

شایان توجهی است. جامعه‌شناسان همواره به مطالعه ماهیت کنش اقتصادی و بازارها توجه نشان داده‌اند و در نظریه اجتماعی مدرن فهم بازار و مناسبات درونی و بیرونی آن از اهمیت خاصی برخوردار است. از این منظر، درک سازماندهی اجتماعی و اقتصادی جامعه جدید، به ایده‌هایی وابسته است که به بازار و کنش اقتصادی مرتبط‌اند. با این تفسیر، مطالعه بازار کمک مهمی برای فهم و تفسیر سازماندهی اجتماعی و اقتصادی در هر جامعه‌ای به حساب می‌آید.

یکی از مطرح‌ترین بازارهای مرزی در ایران، بازار بانه واقع در استان کردستان است. شهرستان بانه در طول تاریخ با همسایه خارجی خود، یعنی کردستان عراق مناسبات اجتماعی و اقتصادی مستمری داشته است اما تا اوایل دهه ۱۳۷۰ وسعت و شدت چندانی نداشت. شکل غالب تأمین معیشت در این شهرستان، از پیش از انقلاب اسلامی تا پایان جنگ، کشاورزی و دامداری بوده است و تغییرات اندکی در شیوه معیشت و قلمرو اجتماعی و فرهنگی‌اش رخ داده بود. اما در دو دهه اخیر، مناسبات اقتصادی با کردستان عراق، به واسطه تحولات داخلی و منطقه‌ای و رونق تجارت مرزی، از شدت و اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است و با ایجاد بازار بانه، علاوه بر تبدیل آن به یکی از پرترددترین بازارهای مرزی کشور، تغییرات قابل توجهی را در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به وجود آورده است. اگرچه بررسی این تغییرات و جهات آنها در بستر زمان از منظر جامعه‌شناختی و مطالعات توسعه حائز اهمیت است، اما مطالعه ماهیت، چگونگی پیدایش، بازیگران مهم و تأثیرگذار، شبکه‌های روابط درون و بیرون بازار و... از اهمیت و اولویت بیشتری برخوردار است. بازار بانه به‌عنوان پدیده‌ای «حک شده»^۱ در روابط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، در طول زمان شکل گرفته و صورت امروزی را پیدا کرده است. بررسی نسبت آن با ساخت اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یا به عبارتی دیگر، بررسی «حک‌شدگی» کنش‌ها و روابط بازار در شبکه‌های اجتماعی و همچنین حک‌شدگی شبکه‌ها در روابط اقتصاد سیاسی، تصویر بهتری در مورد عملکرد بازار و فهم اثرات متفاوت آن و نیز نحوه سازماندهی اجتماعی و اقتصادی در منطقه مورد بررسی ارائه می‌کند. این پژوهش با این فرض که فرایند ظهور بازار مرزی امری مستقل و منفک از دیگر ساختارهای اجتماعی نیست، در پی شناخت سازوکارهای متداخل در شکل‌گیری این فرایند در پرتو کشف مناسبات قلمرو امر اقتصادی با سایر حوزه‌های حیات اجتماعی است. امکان درک و تفسیر بهتر پیدایش این نوع

فعالیت اقتصادی، استمرار آن در گذر زمان و نیز تغییرات حاصل در ابعاد گوناگون جامعه شهری و روستایی، از طریق تحلیل شبکه روابط، ماهیت کنشگران مختلف، خلق هنجارها و قواعد فعالیت در گذر زمان، شیوه‌های گردش و توزیع کالاها و... فراهم می‌گردد. در نتیجه، بازار نه صرفاً امری اقتصادی بلکه به‌مثابه نهادی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مدنظر است. بنابراین، سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که چه سازوکارهایی در پیدایش بازار بانه مؤثر بوده‌اند و همچنان قوام و استمرار آن را تضمین می‌کنند؟ کنشگران چگونه منافع خود را از طریق مکانیزم‌ها، روابط و مناسبات درون و بیرون بازار تأمین کرده و این کنش‌ها چگونه استمرار می‌یابند؟

معرفی میدان تحقیق

شهرستان بانه در شمال غربی استان کردستان در فاصله ۲۶۰ کیلومتری سنندج (مرکز استان) قرار دارد. مساحت آن ۱۴۵۲/۳۹ کیلومتر مربع است. از شمال به استان آذربایجان غربی از جنوب و مغرب به خاک عراق و از مشرق به شهرستان سقز محدود است. بانه حدود ۱۲۰ کیلومتر مرز مشترک با عراق دارد و همسایه جنوبی آن، استان سلیمانیه عراق است (توکلی، ۱۳۵۴). شهرستان بانه بر اساس تقسیمات کشوری تا سال ۱۳۲۵ تحت عنوان «بخش» از توابع شهرستان مهاباد بود. با شهرستان شدن سقز، «بخش بانه» ضمیمه آن شد و در سال ۱۳۳۷ تحت عنوان شهرستان هویت مستقلی پیدا کرد و اکنون دارای ۴ شهر، ۴ بخش، ۸ دهستان و ۱۹۴ روستای دارای سکنه است. اصطلاح بازار در بانه کاربرد دوگانه‌ای دارد: یکی «بازارچه‌های مرزی» واقع در نقطه صفر مرزی که صرفاً گذرگاه و معابر ورود کالاها هستند و دیگری «بازار شهری» که محل عرضه و توزیع کالاهای وارداتی این معابر و نیز کالاهای وارد شده از «خلاءهای مرزی» است. «بازار شهری» محل ظهور و نمایش بیرونی کلیت تجارت مرزی در این منطقه است. تمامی شهرت بانه به‌واسطه همین بازار داخل شهر است که توجه خریداران مختلف را از اقصی نقاط کشور به خود جلب کرده است.

مبانی نظری

جامعه‌شناسی اقتصادی جدید

در مطالعه بازار دو رویکرد نظری عمده وجود دارد: نظریه اقتصادی و نظریه جامعه‌شناختی. نظریه اقتصادی در توجیه منطق کنش اقتصادی بر حداکثرسازی سود و استقلال آن از سپهر اجتماعی تأکید دارد و نظریه جامعه‌شناختی پدیده اقتصادی را در پیوند با ساختارهای اجتماعی، زمینه‌های تاریخی و اخلاقی مورد تحلیل قرار می‌دهد. سنت اندیشه جامعه‌شناختی در طول تاریخ بر اساس تردید درباره درستی و واقع‌بینانه بودن مدل‌های اقتصادی بنیان نهاده شده است. بنابراین، نوعی ستیز و مجادله بین تفسیر بازار و مبادله به مثابه امری فنی و کاملاً «خودانگیزه» و تفسیر آن (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۹۰) به منزله برآیندی از مجموعه استراتژی‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، وجود دارد. رویکرد نظری ما در این پژوهش مبتنی بر دیدگاه‌های مطرح در جامعه‌شناسی اقتصادی است. بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی همگی به مطالعه قلمرو اقتصاد علاقه‌مند بودند و آثار درخشانی در این حوزه تولید کرده‌اند (سویدبرگ، ۱۹۹۱). اما بعد از جامعه‌شناسان کلاسیک تا اوایل دهه ۱۹۸۰ - به استثنای کارهای پارسنز و اسملسر و همچنین جامعه‌شناسی صنعتی که البته هیچ‌کدام نتوانستند جایگاه درخوری پیدا کنند - تلاش چندان مهمی که نگاه جدی و عمیق جامعه‌شناسان به اقتصاد را برگرداند، دیده نشد. ارزیابی مجدد آثار اولیه کارل پولانی^۱ در حوزه انسان‌شناسی اقتصادی آغاز مناسبی برای شکل‌گیری جامعه‌شناسی اقتصادی جدید بود (گرانووتر و سوئدبرگ، ۱۹۹۲). مارک گرانووتر^۲ در سال ۱۹۸۵ با انتشار مقاله «کنش اقتصادی و ساخت اجتماعی: مسأله حک‌شدگی» الهام‌بخش احیای جامعه‌شناسی اقتصادی گردید. گرانووتر از چیزی به نام «جامعه‌شناسی اقتصادی جدید»^۳ نام می‌برد و تأکید می‌کند که جامعه‌شناسی می‌باید مستقیماً بر مطالعه نهادها و مسائل محوری اقتصاد تمرکز کند و از درگیر شدن به موضوعات حاشیه‌ای اقتصاد بپرهیزد. وی این دیدگاه را در مقابل «جامعه‌شناسی اقتصادی قدیم»^۴ (جامعه‌شناسی صنعتی و دیدگاه‌های جامعه-اقتصاد پارسنز، اسملسر و ویلبرت مور) مطرح کرد (گرانووتر، ۱۹۹۰).

1 Karl Polanyi

2 Mark Granovetter

3 New economic sociology

4 Old economic sociology

ریشه‌های جامعه‌شناسی اقتصادی جدید را باید در اندیشهٔ پولانی جستجو کرد. پولانی با انتقاد از نظام اقتصاد بازار، جای پای محکمی برای ورود تحلیل‌های جامعه‌شناختی به قلمرو اقتصاد باز کرد. کتاب تحول بزرگ، «قوی‌ترین نقدی را فراهم می‌کند که تا کنون دربارهٔ لیبرالیسم بازار به عمل آمده است، قوی‌ترین انتقاد از این باور که هم جوامع ملی و هم اقتصاد جهانی را هم می‌توان و هم باید از راه بازار خودتنظیم‌گر سازماندهی کرد» (پولانی، ۱۳۹۱: ۱۲). به اعتقاد پولانی، تلاش انقلاب در قرن نوزدهم انگلستان ارائهٔ نوعی اقتصاد جدید بود که همه چیز آن حول بازار قرار داشته باشد و هیچ قدرت مذهبی یا سیاسی در مسائل آن دخالت نکند؛ همه چیز باید توسط بازار خودتنظیم‌گر تعیین شود. در دهه‌های ۱۸۴۰ و ۱۸۵۰ قوانینی برای تحقق این پروژه در عمل شکل گرفت. این امر زمین و نیروی کار را به کالاهای عمومی تبدیل کرد که در صورت تمایل می‌توانستند در بازار خرید و فروش شوند. به‌علاوه، تعیین ارزش پول از مقامات سیاسی گرفته و به بازار داده شد (پولانی، ۲۰۰۱). از نظر پولانی، ادامهٔ این روند فقط به فاجعه انجامید؛ زیرا زمانی که کنش‌های اقتصادی تحت تسلط اقتدار غیراقتصادی یا اجتماعی نباشند، به کنش‌های تخریبی بدل می‌شوند. این باور یادآور یکی از مشهورترین آورده‌های پولانی برای اندیشهٔ اجتماعی یعنی مفهوم «حک‌شدگی»^۱ است. این مفهوم، باور نظریهٔ اقتصادی مبنی بر خودتنظیم‌گری بازار را به چالش می‌کشد. حک‌شدگی بر این امر دلالت دارد که اقتصاد مستقل نیست بلکه تابع مذهب، سیاست و مناسبات اجتماعی است. از نظر پولانی، این ویژگی همواره در اقتصادهای ماقبل‌مدرن وجود داشته است اما در نظام بازار خودتنظیم‌گر به جای تابعیت اقتصاد از جامعه، این جامعه است که تابع و ملحقهٔ منطبق بازار است. «سرانجام، به همین دلیل است که کنترل نظام اقتصادی از سوی بازار، پیامد چشمگیری برای کلیت سازماندهی جامعه دارد: این دقیقاً یعنی ادارهٔ جامعه همچون ملحقهٔ بازار. به جای اینکه نظام اقتصادی در مناسبات اجتماعی حک شود، مناسبات اجتماعی در نظام اقتصادی حک می‌شود» (همان، ۶۰).

پولانی برای صورت‌بندی نظریهٔ خود، بین شیوه‌های سازماندهی اقتصاد مدرن و پیشامدرن تمایز قائل می‌شود و می‌گوید «پیش از روزگار ما هرگز هیچ اقتصادی وجود نداشته است که، حتی در اصول، تحت کنترل بازارها بوده باشد. علیرغم هم‌آوازی اوراد دانشگاهی که در قرن نوزدهم بی‌وقفه در جریان بود، منفعت و سود حاصل از مبادله هرگز در گذشته نقش مهمی در

اقتصاد بشر ایفا نمی‌کرد» (پولانی، ۲۰۰۱: ۴۵). وی با تکیه بر پژوهش‌های انسان‌شناختی برای برجسته‌ساختن این تمایز، تأکید می‌کند «کشف برجسته پژوهش‌های تاریخی و انسان‌شناسانه جدید عبارت از این است که نظام اقتصادی انسان علی‌الاصول در مناسبات اجتماعی‌اش غوطه‌ور است. انسان عمل نمی‌کند تا از منفعت فردی‌اش در تصاحب کالاهای مادی حفاظت کند بلکه عمل می‌کند تا از منزلت، مطالبات و امتیازهای اجتماعی‌اش صیانت نماید» (همان، ۴۸). در جوامع پیشاصنعتی، پدیده‌هایی نظیر تجارت، پول و بازار از انگیزه‌ها الهام می‌گیرند نه از سود. زندگی اقتصادی در این جوامع بر اساس معامله به مثل یا بازتوزیع بنا نهاده شده است و مکانیزم‌های بازار حق تسلط بر زندگی اقتصادی را نداشتند: عرضه و تقاضا نقشی در تعیین قیمت‌ها ایفا نکرده‌اند بلکه در عوض سنت و مراجع سیاسی تعیین‌کننده بودند. اما در جوامع مدرن دقیقاً بازار است که تمام زندگی اقتصادی را تعیین می‌کند. منطق جدیدی بر این جوامع حکومت می‌کند، منطقی که به دنبال دیکته‌کردن این مسأله است که کنش اقتصادی نباید در جامعه حک شده باشد. به طور خلاصه، انقلاب صنعتی فقط جامعه‌ای را خلق کرده است که در نظریه اقتصاد صوری تصویر شده است (گرانووتر و سویدبرگ، ۱۹۹۲: ۱۰). پولانی راه‌حل کاهش مخاطرات ناشی از اقتصاد بازار را در حکشدگی مجدد اقتصاد در مناسبات اجتماعی می‌داند. «اقتصاد باید دوباره حک شود و کنترل سیاسی بر آن از نو ایجاد گردد» (سويدبرگ، ۱۳۹۱، ۴۷). اقتصاد می‌باید به‌واسطه مقررات‌گذاری و هنجارهای سیاسی ساخت پیدا کند. بازار لازم است تحت تعین سیاسی، نهادی و قانونی قرار گیرد. از این رو، امری «تأسیسی»^۱ است؛ مفهوم تأسیسی‌بودن (پولانی، ۱۹۹۲)، ریشه و منشأ اقتصاد را در رسوم، قوانین و نهادهایی قرار می‌دهد که به طرق مختلف وضع می‌شوند و بر عملکرد بازار حاکمند. پیدایش بازارها را باید به‌عنوان بخشی از شکل‌گیری دولت در نظر گرفت (فلیگ اشتاین، ۱۹۹۶).

همان‌طور که اشاره شد، یکی از جامعه‌شناسان مؤثر در احیای جامعه‌شناسی اقتصادی گرانووتر است. وی بیشتر از پولانی تلاش کرده است نظریه‌ای جامع در باب «حکشدگی» ارائه کند. او طرح اولیه «حکشدگی» را برای تجدید حیات مطالعه جامعه‌شناختی زندگی اقتصادی ارائه کرد (اسملسر و سویدبرگ، ۲۰۰۵: ۵۳). گرانووتر محور ایده‌های خود را به این صورت مطرح می‌نماید: منتقدانی که در پی اصلاح بنیان‌های علم اقتصاد برآمده‌اند، خود اقتصاددان

بوده‌اند. حمله آنها به مفهوم کنش عقلانی بود که مفهوم رایجی در علم اقتصاد است. در اینجا استدلال من این است که ویژگی بنیانی دیگری در نظریه اقتصادی نئوکلاسیک نیز وجود دارد که به خوبی می‌توان به آن تاخت؛ این فرضیه که کنشگران اقتصادی تصمیمات خود را مستقل از دیگران -مستقل از ارتباطات اجتماعی- اخذ می‌کنند. من این فرضیه را تصمیم‌گیری «مفردانه» می‌نامم (سویدبرگ، ۱۳۹۱: ۵۵).

گرانووتر تعریف مشخصی از حک‌شدگی ارائه نمی‌کند اما در بخش‌هایی از مقاله اشاره شده اظهار می‌دارد که «کنشگران به‌عنوان افراد متمیزه و منفرد جدا از زمینه اجتماعی رفتار نمی‌کنند یا تصمیم نمی‌گیرند، آنان همچنین کورکورانه از تجویزهایی که توسط گروه‌بندی‌های اجتماعی‌شان برای آنها نگاشته شده است، پیروی نمی‌کنند. بلکه تلاش‌های آنان برای کنش‌های هدفمند، در نظام در حال جریان روابط اجتماعی حک شده است» (گرانووتر، ۱۹۸۵: ۴۸۷). در این معنا از حک‌شدگی، «شبکه»^۱ها نقش محوری دارند. شبکه را می‌توان «به‌عنوان توده‌ای از کنش‌های متقابل بین بسیاری از مردم که ممکن است در زمان‌ها و مکان‌های مختلف روی دهند توصیف کرد» (بروگمن، ۱۳۸۹: ۱۴). به عبارت دقیق‌تر، «شبکه» بر مجموعه منظمی از پیوندها و ارتباطات اجتماعی همسان در میان افراد یا گروه‌ها دلالت دارد. کنش عضوی از شبکه، کنشی «حک‌شده» است، زیرا در کنش متقابل با سایر افراد ابراز شده است. به اعتقاد گرانووتر، رویکرد شبکه کمک می‌کند تا نه تنها از تله مفهومی افراد منفرد اجتناب ورزیم بلکه همچنین از دام نظریه‌هایی که بر تکنولوژی، ساختار مالکیت، یا فرهنگ به‌عنوان تبیین‌کننده انحصاری رویدادهای اقتصادی تأکید می‌کنند، خلاصی یابیم. مفهوم «شبکه» به‌ویژه در تحلیل جامعه‌شناختی اقتصاد مفید است؛ زیرا به واقعیت تجربی و ملموس بسیار نزدیک است. این رویکرد موجب می‌شود از اشتباهات رایج در نظریه اقتصادی کلاسیک، نهادگرایان اقتصادی جدید و برخی تحلیل‌های انتزاعی جامعه‌شناختی اجتناب کنیم (گرانووتر و سویدبرگ؛ ۱۹۹۲، ۹).

تأکید گرانووتر بر مفهوم شبکه با انتقاد از نظریه حک‌شدگی پولانی همراه است. به اعتقاد وی، «در صورتی که رویکرد شبکه را در مورد انواع جوامعی که پولانی در موردشان بحث می‌کند به کار گیریم و نگاه دقیق‌تری به ساختار اجتماعی آنها بیندازیم، به طور قابل ملاحظه‌ای سطوح متنوعی از حک‌شدگی را می‌یابیم -هم در جوامع ماقبل صنعتی و هم در جوامع صنعتی.

همانند جوامع سرمایه‌داری برخی جوامع اولیه و ماقبل صنعتی نیز وجود دارند که مردم در آنها به دنبال کسب سود هستند - به‌عنوان مثال برخی قبایل ملانزی در شمال استرالیا. و چنانچه در جوامع سرمایه‌داری دقت نماییم درمی‌یابیم که آن طور که پولانی تصور می‌کرد، کنش اقتصادی «فک‌شده»^۱ [از ساختارهای اجتماعی] نیست. کمابیش کنش‌های اقتصادی به شیوه‌های متفاوتی حک شده‌اند. خلاصه آنکه تحلیل شبکه می‌تواند به حل بسیاری از مسائلی که به طور سنتی از نظریه جوهری پولانی نشأت گرفته‌اند، کمک کند» (همان، ۱۰). از نظر گرانووتر، «تمام اقتصادها حک شده‌اند و [حتی] ادعا می‌کند که حک‌شدگی اقتصادهای ماقبل سرمایه‌داری کمتر از آن چیزی است که پولانی می‌گوید. وی این موضع را با طرح «وضعیت حک‌شدگی ضعیف»^۲ در مقابل «وضعیت حک‌شدگی قوی»^۳ بیان می‌کند» (سویدبرگ، ۱۳۹۱: ۵۶). به عبارت دیگر، «در اقتصادهای نابازار، عقلانیت صوری بیشتری از آنچه تفکیک قاطع پولانی روا می‌دارد، وجود دارد و اقتصادهای بازار هم بیش از آنچه این تفکیک مجاز می‌داند در شبکه‌های اجتماعی ریشه دارند. بنابراین به‌راحتی نمی‌توان از ریشه‌داری^۴ اقتصادی برای تفکیک جامعه‌های بازار (یا مدرن) از جامعه‌های نابازار (یا پیشامدرن) استفاده کرد. برخلاف نظر پولانی، مدرن‌سازی اقتصاد نشان‌دهنده تغییراتی در شکل و اندازه ریشه‌داری اجتماعی بازار است نه بیانگر «از ریشه درآمدن» همه‌جانبه بازار از مناسبات مربوط به یک بافت اجتماعی گسترده‌تر» (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۹۰: ۱۶۹).

در حالی که رهیافت غالب در جامعه‌شناسی اقتصادی بر اهمیت روابط اجتماعی - آن طور که گرانووتر بیان می‌کند - برای فهم بهتر اقتصاد تمرکز کرده است، استدلال ریچارد سویدبرگ^۵ این است که ضمن حفظ اهمیت این مطلب، بحث منفعت را نیز باید به طور برابر وارد تحلیل کرد و به آن اهمیت داد. نهادها را باید به‌مثابه منظومه‌های متمایز منافع و روابط اجتماعی دید. نمی‌توان پویایی انواع سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی را بدون درک این مسأله فهمید که ساختارهای آنها با ترکیب منافع و روابط اجتماعی تعیین می‌شوند. جامعه‌شناسی اقتصادی که

1 Disembedded

2 Weak embeddedness position

3 Strong embeddedness position

۴ مترجم از واژه ریشه‌داری به جای حک‌شدگی استفاده کرده است. ما برای حفظ امانت عیناً واژه ترجمه‌شده را

نقل کرده‌ایم.

5 Richard Swedberg

از نقش منافع غفلت ورزد، با خطر جزئی‌پردازی و کوچک‌شدن روبه‌روست و همین مسأله بر بررسی روابط اجتماعی که مهم‌ترین مسأله جامعه‌شناسی اقتصادی است، تأثیر می‌گذارد و نیز نتایج به‌دست‌آمده درباره کنش اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (اسملسر و سویدبرگ؛ ۲۰۰۵، ۴-۱۰).

از نظر سویدبرگ (۱۹۹۱) توجه به منفعت به هیچ وجه بینش جدیدی نیست، زیرا وبر و دیگران آن را قبلاً نشان داده‌اند. اما این موقعیت در بیشتر بخش‌های جامعه‌شناسی اقتصادی مدرن فراموش شده است. مفهوم منفعت از آن هنگام که اقتصاددانان پایان قرن نوزدهم تسلیم نوعی تحلیل مفهوم چندبعدی و پیچیده از منفعت شدند و در آثار متفکرانی مانند توکویل و جان استوارت میل یک تقسیم‌بندی از این مفهوم ظاهر شد، دچار نوعی تقلیل‌گرایی شد و با منفعت شخصی برابر دانسته شد. بدین ترتیب، منافع آغاز و پایان هر تحلیل شد. مشکل چنین رویکردی این است که توجه به منافع غیراقتصادی را از بین می‌برد. یک دلیل برای اینکه چرا مفهوم منفعت از پویایی متمایزی برای تحلیل برخوردار است، این است که منفعت مردم را به کنش وامی‌دارد. به‌علاوه، این مفهوم نیرویی عرضه می‌کند که مردم را بیدار کرده و آنان را در سراسر روز به کارهای سخت وادار می‌کند و در ترکیب با منافع دیگران نیرویی ایجاد می‌کند که کوه را به حرکت درمی‌آورد و جوامع جدیدی می‌سازد (سويدبرگ، ۱۳۹۱: ۳۶۹-۳۷۲). منافع پیوند خاصی با روابط اجتماعی دارند و از طریق روابط اجتماعی بیان و تعریف می‌شوند. تمام منافع اجتماعی محسوب می‌شوند، از آنجا که: اولاً، منافع بخشی از جامعه‌ای هستند که افراد در آن متولد می‌شوند؛ ثانیاً، وقتی فردی تلاش می‌کند منافع خود را درک کند، باید منافع دیگران را نیز مدنظر قرار دهد (اسملسر و سویدبرگ؛ ۲۰۰۵).

چارچوب نظری پژوهش حاضر با الهام از نظریات فوق‌الذکر، بازار مرزی را نه به‌مثابه امری طبیعی یا خودانگیخته بلکه به‌عنوان پدیده‌ای حک‌شده در روابط اجتماعی و مناسبات سیاسی جامعه در نظر می‌گیرد. بازار پدیده‌ای است که به‌واسطه استراتژی‌های مختلف سیاسی، قانونی، اقتصادی و نیز مناسبات و پیوندهای فرهنگی و اجتماعی میان کنشگران خلق و بازتولید می‌شود. اقتصاد محصول ارتباط متقابل الزامات و نیروهای اجتماعی با نهاد سیاست است. در نتیجه، با حک‌شدگی دوگانه مواجهیم؛ حک‌شدگی کنش اقتصادی در مناسبات اجتماعی و حک‌شدگی در مناسبات سیاسی. پیدایش بازارها را باید به‌عنوان بخشی از کارکردهای دولت و ساخت اجتماعی

در نظر گرفت. تعاملات اقتصادی فقط با توجه به شبکه‌های حک شده در روابط اجتماعی و فرهنگی فهم‌پذیر نیست بلکه ضروری است تا و بود کنش‌های اقتصادی را در روابط و تصمیمات سیاسی نیز جستجو کرد. از این منظر، بازار شبکه یا منظومه‌ای از مناسبات، بازیگران، نهادها و منافع مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است به طوری که روابط کنشگران، منافع، انتظارات رفتاری و ساختارهای نمادین در درون این منظومه ایجاد، بازنگری و اصلاح می‌شوند.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر با استفاده از روش کیفی انجام شده است. پژوهش کیفی «پژوهشی است که یافته‌هایی تولید کند که با توسل به عملیات آماری یا سایر روش‌های شمارشی حاصل نیامده باشد. در این پژوهش داده‌ها معمولاً از مصاحبه و مشاهده حاصل می‌شود؛ اما می‌تواند شامل مدارک، فیلم‌ها و نوارهای ویدئویی، و حتی داده‌های کمی شده برای منظورهایی خاص نظیر سرشماری هم باشد» (استراوس و کرین، ۱۳۹۰: ۳۲). جامعه تحقیق همه افراد و گروه‌های فعال در بازارند. در اوایل، با بررسی اکتشافی اطلاعات پایه‌ای در مورد گروه‌های تشکیل دهنده بازار، مطلعان محلی و نهادهای دولتی تأثیرگذار در داد و ستد مرزی به دست آمد و در مراحل بعدی بر این مجموعه تمرکز شد. به همین دلیل، به‌دفعات از مسیرها و معابر واردات کالا، روستاهای نوار مرزی، محیط و فضای بازار بازدید انجام شد. برای دسترسی به کنشگران بازار، روش «گلوله برفی»^۱ (فلیک، ۱۳۹۱) بسیار راهگشا بود. با معرفی بازاریان توسط افراد سرشناس محلی و برقراری ارتباط نزدیک با آنان، زمینه ورود به داخل گروه‌های بازار مهیا گردید. مصاحبه‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که اطلاعات تکراری شده و داده جدیدی به دست نمی‌آمد. برای تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته شد. این روش «یکی از روش‌های کلاسیک تحلیل داده‌های متنی است. یکی از ویژگی‌های برجسته این روش استفاده از مقوله‌هایی است که غالباً از الگوهای نظری اخذ شده‌اند؛ مقوله‌ها روی داده‌ها اعمال می‌شوند. مقوله‌هایی ضرورتاً بر اساس این داده‌ها تدوین نشده‌اند. در این روش برخلاف سایر رویکردها هدف تقلیل داده‌هاست» (همان، ۳۴۷). تلاش شد متن به شیوه‌ای قاعده‌مند و گام‌به‌گام، به واحدهای تحلیلی تقسیم شود و مقوله‌ها بر اساس جنبه‌های نظری ویژه تکوین یابند. در اینجا، هدف نه شمارش

تکرار مقوله‌های کاملاً دقیق و از پیش تعیین شده، بلکه دست‌یافتن به ژرفای ادراکی و تفسیری متون مورد تحلیل است.

یافته‌های پژوهش

پیدایش بازار؛ گذر به داد و ستد سازمان‌یافته

بانه، شهری کوچک و گمنام در استان کردستان، در زمانی کمتر از دو دهه جایگاهی پیدا کرد که نام و آوازه آن در اکثر نقاط ایران شنیده می‌شود و به «بازار کالاهای ارزان» ملقب شده است. این تحول اتفاقی نبود بلکه ادامه روندی بود که از دهه‌ها قبل و در اثر مراودات اقتصادی و اجتماعی با کردستان عراق حاصل شده بود. این مراودات تا اواسط دهه ۱۳۷۰ چندان تحول‌آفرین نبود. از این زمان به بعد، بانه سفری را آغاز کرد که از همه رخدادهایی که سالیان سال به خود دیده بود هیجان‌انگیزتر و تحول‌آفرین‌تر بود. درک پیدایش بازار مستلزم نگاه به گذشته روابط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی این شهر است. روابط دو سوی مرز از گذشته‌های دور با یکدیگر برقرار بوده (کوچرا، ۱۳۷۷، برزویی، ۱۳۷۸، توکلی، ۱۳۵۴) و مراحل مختلفی را پشت سر گذاشته است. با تمرکز بر نقاط عطف تاریخ داد و ستد مرزی در این منطقه می‌توان مراحل مختلف تکوین بازار را مشخص کرد. عملکرد نهاد سیاست و نیروهای اجتماعی در هر یک از این مراحل کمیت و آرایش نیروهای متداخل در مناسبات اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده است. مرحله نخست، ازدوران حکومت پهلوی اول تا سال‌های اولیه انقلاب اسلامی است. مناسبات مرزی در ابتدای این دوره، در خلأ وجود حکومت مرکزی قدرتمند، بر پایه نزدیکی جغرافیایی و اشتراکات فرهنگی و اجتماعی آزادانه جریان داشت. از این طریق، هم پیوندهای فرهنگی و اقتصادی بازتولید می‌شد و هم ضمن ساخته‌شدن پیوندهای جدیدتر، بنیان مناسبات اقتصادی در آینده ریخته می‌شد. شرایطی نظیر فاصله زیاد از مرکز و مناطق تجاری کشور، فقدان راه‌های ارتباطی مناسب که هزینه‌های داد و ستد را چند برابر افزایش می‌داد، مراودات دو سوی مرز را تشدید می‌کرد. روابط در سطوح مختلف مردمی و قدرت‌های محلی برقرار بود. قدرت‌های محلی (خوانین) با سلیمانیة عراق ارتباطات نزدیکی داشتند و از نفوذ و اقتدار در هر دو سوی مرز برخوردار بودند. محمد رشیدخان یکی از خوانین بانفوذ بانه مالک بسیاری از آبادی‌های کردستان عراق نیز بود (توکلی، ۱۳۵۴). رفتار مردمان دو سوی مرز، برخاسته از الزامات اقتصادی و اجتماعی، تحت تنظیم هنجارها و آداب خاصی در آمده بود. از آن جمله، «مقرراتی

تحت عنوان «آیین‌نامهٔ تعلیف» وجود داشت که بر اساس آن عشایر مرزی هنگام بهار گله‌های خود را به منظور چراندن در خاک همسایه می‌برند» (خلیلی عراقی، ۱۳۲۸: ۲۱۳). هیوا یکی از مطلعان محلی در این زمینه می‌گوید:

«در ایام چَرا، مرزنشینان به‌راحتی در مراتع کنار هم قرار می‌گرفتند. همدیگر را به‌خوبی می‌شناختند و در مورد مسائل مختلف گفت‌وگو می‌کردند. از پسران و دختران دم بخت خود صحبت می‌کردند و در بسیاری از موارد پیوندهای خویشاوندی و فرصت‌های ازدواج برای فرزندان‌شان فراهم می‌گردید. مشتری هم برای اجناسی که هرکدام یک از طرفین داشتند پیدا می‌کردند. از نیازها و کمبودهای یکدیگر حرف می‌زدند. وقتی خبردار می‌شدند که چه اجناسی می‌خواهند قرار می‌گذاشتند و در روزهای آتی برای هم می‌بردند» (مصاحبه با هیوا، ۷۰ ساله، مسجد جامع، ۱۳۹۲/۱/۱۶).

در این دوره، یگانه نیروی برخوردار از اقتدار سیاسی و اقتصادی قدرت‌های محلی بودند که توانستند تا دوران اصلاحات ارضی نفوذ خود را حفظ کنند. همگام با سیاست‌های تمرکزگرایانه، پای دولت مرکزی نیز به‌عنوان کارگزار مهم به منطقه باز شد. ساختن استحکامات مرزی برای کنترل عبور و مرور اقدام عاجلی بود که در جهت سیاست‌های تمرکزگرایانه و تشکیل دولت مطلقه صورت گرفت. محمدرضا خلیلی عراقی در کتاب خاطرات سفر به آذربایجان و کردستان در سال‌های دههٔ ۱۳۲۰ می‌نویسد: «قبلاً از مرزهای این منطقه به طریقی حفاظت می‌شد که شعاع عمل آنها محدود بود، قاچاقچیان و عشایر مسلح عراقی برای دستبرد زدن به هیچ وجه احتیاج به عبور از پای برج [نگهبانی] را نداشتند... [برای غلبه بر این مشکل] اصل تمرکز و تحرک قوا و ساختن دژها در دستور کار قرار گرفت... یکی از نمونه‌های خوب این دژها «اراندژ» است که در قصبهٔ «بلکه» [بانه] واقع شده است و دیگری دژ سیرانبند بانه است» (خلیلی عراقی، ۱۳۲۸: ۲۰۷). دولت مرکزی ایران نگران نفوذ و سرایت مسائل کردستان عراق به داخل کشور بود و تلاش می‌کرد تا جای ممکن مراودات مرزی را محدود و تحت نظارت در آورد. طبعاً چنین اقداماتی داد و ستد اقتصادی را تحت الشعاع قرار می‌داد. دولت در صدد بود هم قدرت‌های محلی را تضعیف کند و تحت کنترل درآورد و هم آنکه ضمن نظارت بر عبور و مرورهای مرزی، روش‌ها و چارچوب‌های قانونی برای توسعهٔ روابط بین مرزی ایجاد کند. از دههٔ ۱۳۳۰ هجری شمسی به بعد بود که اقداماتی نظیر توافق مشترک دولت‌های وقت ایران و عراق برای

محدودیت عبور و مرور غیرقانونی از مرزها، به‌ویژه در شکل جمعی آن (معصومی و قاسمی، ۱۳۹۰)، و تصویب «لایحه تشویق صادرات و صدور پروانه» که در آن تسهیلاتی برای مرزنشینان در نظر گرفته شده بود (جمعه‌پور و علی طالبی، ۱۳۹۱) اجرا شد. بعدها تسهیلات و امتیازات مرزنشینان افزایش یافت و در سال ۱۳۴۴ فعالیت مرزنشینان با عنوان قانون مبادلات مرزی تکمیل شد و به تصویب هیأت دولت رسید (محمودی، ۱۳۸۴).

این سیاست‌ها و قوانین اگرچه گام‌های مهمی برای نهادینه‌کردن مناسبات اقتصادی مرزی بود اما به دلایل توسعه‌نیافتگی دو سوی مرز، شرایط اقتصاد جهانی و تحولات منطقه‌ای نتوانست تغییرات اساسی در ساخت اقتصادی و اجتماعی منطقه ایجاد نماید. بنابراین، تا سال‌های ابتدایی انقلاب اسلامی همچنان تردهای انفرادی با محوریت تأمین معاش و در مقیاس محلی وجود داشت. می‌توان گفت مهم‌ترین ویژگی دوره اول، اقدامات قانونی و حقوقی برای تنظیم مناسبات اقتصادی بین‌مرزی و تردهای غیرمنظم و مبتنی بر ضرورت‌های شغلی در ایام کمیابی محصولات و کالاهای اساسی بود. در این دوره، نگاه دولت‌ها عمدتاً برخواسته از نگرانی‌های سیاسی و امنیتی و معطوف به کنترل مرزها و محدودکردن مراودات مرزی بود. بنابراین، روابط اقتصادی بین‌مرزی نوسانات زیادی داشت و به همین دلیل تغییر چندانی در ساخت اقتصادی، نیروهای اجتماعی و اقتصادی و شیوه‌های مرسوم و سنتی داد و ستد به وجود نیامد.

مرحله دوم مناسبات تجاری از سال‌های اولیه انقلاب اسلامی و خلأ قدرت سیاسی ناشی از آن در منطقه آغاز شد و تا پایان جنگ تحمیلی و شروع دوره سازندگی ادامه یافت. در این سال‌ها استان کردستان ملتهب بود. احزاب محلی از خلأ قدرت ناشی از سقوط رژیم شاه برای به دست آوردن خودمختاری (جلایی پور، ۱۳۸۵) بهره‌برداری کردند. در چنین فضایی، ارتباطات شهرهای مرزی با کردستان عراق در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آزادانه صورت می‌گرفت. شرایط سیاسی حاکم، به داد و ستد میدان داده بود. «نزدیک به دو سال بعد از انقلاب به دلیل نبود کنترل مرزی شدید، رفت‌وآمدها که قبلاً قاچاقی بود، تا حدود زیادی آزاد شد. در این برهه خرید و فروش کالاهای گوناگون انجام می‌گرفت و در خلال جنگ نیز تا حدودی تداوم داشت. کالاهای خوراکی نظیر قند، شکر، روغن، برنج و کالاهای صنعتی مانند تلویزیون، رادیو ضبط و پارچه از عراق وارد بانه می‌شد و از آنجا به دیگر شهرهای ایران ارسال می‌گشت» (امین زاده، ۱۳۹۰: ۱۰۸). این وضعیت دوام چندانی نداشت، کنترل مجدد دولت مرکزی بر

منطقه که توأم با رویکرد امنیتی و سیاسی بود و همچنین شرایط جنگی دهه ۱۳۶۰ (مقصودی و دربندی، ۱۳۹۱) تردهای مرزی را تحت الشعاع قرار داد. نه تنها شرایط باثباتی برای پیدایش بازار به وجود نیامد بلکه توسعه زیرساخت‌های اقتصادی در منطقه تا مدت‌ها در هاله‌ای از ابهام فرورفت.

در پایان جنگ شرایط تغییر کرد. این آغاز مرحله سوم تحولات اقتصادی در منطقه است که تا به امروز ادامه یافته است. پایان جنگ، روی کار آمدن دولت سازندگی و تحولات رخ داده در آن سوی مرز بستر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی لازم برای پیدایش بازار را فراهم کرد. پس از حمله رژیم صدام حسین به کردستان عراق و آوارگی ساکنان این مناطق، ایران از پذیرش آوارگان استقبال کرد و پناهندگان زیادی در ایران ساکن شدند (اکبری، ۱۳۸۸). این اقامت‌ها از زمینه‌های مؤثر آشنایی با فرهنگ ایرانی و ایجاد انگیزه برای مصرف کالاهای ایرانی و نیز آشنایی و تعمیق بیشتر پیوندهای ایرانیان با کردستان عراق بود. اثرات این ارتباطات را می‌توان در حضور تجار کُرد عراقی در شهرهای عمده ایران و همچنین حضور تجار غیرکرد ایرانی در شمال عراق مشاهده کرد. شهردار اسبق بانه در این زمینه می‌گوید:

«بسیاری از آوارگان کرد عراقی به داد و ستد اقتصادی در ایران پرداختند. برای نمونه، اتومبیل‌های عراقی به وفور در شهرهای کردستان و حتی دیگر شهرهای ایران وارد شد. در دولت سازندگی نیز مجوزهای زیادی برای ادارات دولتی و افراد خاص مخصوصاً قضات صادر می‌شد و آنها اقدام به واردکردن انواع اتومبیل لوکس و ماشین‌آلات عمرانی از مرز بانه می‌کردند» (مصاحبه با شهردار اسبق بانه، ۱۳۹۳/۱/۲۸).

الزامات بعد از جنگ، تغییر سیاست‌های دولت به سمت بازسازی اقتصادی و میدان‌دادن به دولتمردان حامل ارزش‌های سرمایه‌دارانه را توجیه می‌کرد. عمده‌ترین جهت‌گیری دولت در این مقطع در قالب رویکرد اقتصادی تعریف می‌شود (مقصودی و دربندی، ۱۳۹۱) و محرومیت‌زدایی از مناطق قومی که بیشتر شامل مناطق مرزی یا سرحدی هستند، بسیار رایج شد. مهم‌ترین شیوه «محرومیت‌زدایی» نیز توسعه مبادلات اقتصادی مرزی بود نه چیز دیگر. در این مقطع زمانی، ورود کالاهای قاچاق از شمال عراق به بانه افزایش یافت. استمرار این مبادلات دولت را بر آن داشت با درک موقعیت و فرصت‌های پیش‌آمده، مبادلات موجود را نهادمند و قانونی کند و در مناطق مرزی مکان‌هایی را تحت عنوان «بازارچه‌های مشترک مرزی» به وجود

آورد. بنابراین، در سال ۱۳۶۷ به صورت عملی اقدام به تأسیس بازارچه‌های مشترک مرزی کرد. بازارچه مرزی بانه در روستای سیران‌بند در سال ۱۳۷۳ ایجاد شد. تا سال ۱۳۸۸ تعداد کل این بازارچه‌ها در کشور به ۵۷ بازارچه رسید (معصومی و قاسمی، ۱۳۹۰: ۱۶۱).

تحولات عمیق‌تر در مناسبات بازار در اوایل دهه ۱۳۸۰ به وقوع پیوست؛ یعنی زمانی که آمریکا و انگلیس به عراق حمله کردند و دولت بعث سقوط کرد. حمله نظامی آمریکا برای کردستان عراق نقطه عطف تاریخی مهمی به حساب می‌آید. «کردستان عراق پس از شکست صدام از نیروهای ائتلاف در سال ۱۹۹۱ در جنگ کویت و نیز سقوط دولت بعث پس از حمله آمریکا و انگلیس در سال ۲۰۰۳ میلادی به صورت یک پدیده ژئوپلیتیکی فعال در منطقه و جهان ظاهر شد و نوعی حکومت خودگردان گردی در این منطقه شکل گرفت» (استانسفیلد، ۲۰۰۳: ۱۲). ادامه حکومت خودگردان در شمال عراق با حمایت نظام بین‌الملل، به‌ویژه آمریکا، با مجموعه‌ای از اقدامات وسیع و درخور توجه در ابعاد مختلف توأم گردید. نوسازی شهرها، تأسیس فروشگاه‌های بزرگ عرضه کالا، ایجاد زیرساخت‌ها، احداث کارخانه‌ها، فراوانی اجناس خارجی و افزایش تجارت مرزی با ایران و ترکیه از آن جمله‌اند (مقصودی، ۱۳۸۴: ۸۷-۸۵).

در چنین فضایی است که ساخت اقتصادی منطقه دچار تغییرات بنیادی می‌گردد؛ به گونه‌ای که می‌توان از صورت‌بندی جدیدی به لحاظ آرایش نیروهای اقتصادی و اجتماعی، هنجارهای کار و سازماندهی اقتصادی سخن گفت. داد و ستد مرزی دولت و نیروهای اجتماعی همواره از عوامل مهم و تعیین‌کننده در تحول تاریخی بوده است. دولت در مواجهه با پایین‌بودن شاخص‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی، نرخ کاهنده مشارکت‌های اجتماعی و اقتصادی، فشار مطالبات و افزایش نارضایتی‌های اجتماعی در این مناطق، به‌علاوه تحولات کردستان عراق و افق‌های جدید پیش روی این ناحیه و در نتیجه، مقایسه وضعیت توسعه‌نیافته کردستان ایران با وضعیت رو به رشد و پیشرفت کردستان عراق، به‌اجبار فضای مساعد برای پیدایش بازار را ایجاد کرد. می‌توان گفت قلمرو اقتصاد در تعامل الزامات سیاسی، اقتصادی و نیروهای اجتماعی با دولت یا نهاد سیاست شکل می‌گیرد؛ گویی نوعی توافق نانوشته میان آنان برقرار است. بازار به‌منزله نهادی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی «تأسیس» می‌شود و عملکرد آن نه صرفاً تابع قواعد اقتصادی بلکه تحت تعین سپهر اجتماعی و سیاسی قرار می‌گیرد. داد و ستد، در شبکه‌های بازار که در مناسبات اجتماعی از یک سو و مناسبات سیاسی از سوی دیگر حک شده‌اند به جریان

می‌افتد و از مقوله‌ای محلی و نامنظم به امری فرامحلی و سازمان‌یافته بدل می‌شود. احمد یکی از ساکنان قدیمی شهر که قبلاً مغازه‌دار بوده است، درباره تغییرات رخ داده در حجم کالاها و نیروهای بازار چنین می‌گوید:

«ارتباط مردم بانه با آن طرف مرز از قدیم وجود داشته. اما به شیوه امروزی نبود. بیست-سی سال پیش در برابر امروز هیچ‌ه و اصلاً به چشم نمی‌آید. اون موقع‌ها تعدادی هر چند وقت یکبار با قاطر یا اسب کالایی می‌آوردند، اما الان صدها ۳ اف [ماشین‌های تویوتای باری] به طور مداوم کالا وارد شهر می‌کنند. در آن زمان اجناسی مانند چای و پارچه از عراق می‌آمد. اما خیلی کم بود. اجناسی که بیشتر نیاز بود می‌آمد. امروزه همه چی می‌آید» (مصاحبه با احمد، ۶۰ساله، بازار بانه، ۱۳۹۲/۱/۱۸).

گروه‌های تشکیل دهنده بازار و روابط آنان در شبکه‌های بازار

تاجران عمده (کسانی که تجارت را در مقیاس بالا انجام می‌دهند)، ضمانت‌چی‌ها (کسی که در ازای دستمزد، تحویل بی‌نقص و ضرر کالاها به دست صاحب کالا را ضمانت می‌کند)، تجار خرده‌پا، کول‌برها («کول بر» یک اصطلاح محلی است و به افرادی اطلاق می‌شود که کالا و بار را بر پشت خود حمل می‌کنند)، دست‌فروشان و باربران گروه‌های عمده بازار را تشکیل می‌دهند. این گروه‌ها به‌عنوان بازیگران اصلی درون بازار و دولت به‌عنوان بازیگر مهم بیرون بازار، بنیان شبکه روابط بازار را می‌سازند. شبکه‌ها در گذر زمان و مبتنی بر پیوندهای فرهنگی، خویشاوندی و شغلی مردمان دو سوی مرز و مناسبات نیروهای اجتماعی با دولت خلق شده و همگام با گسترش تعاملات و فراهم‌شدن شرایط جدید، توسعه یافته است. رفتار بازاریان و روابطشان با یکدیگر در درون شبکه‌های بازار شکل گرفته و بر مبنای اطلاعات و هنجارهایی دست به عمل می‌زنند که در سطح این شبکه‌ها انتشار می‌یابند. شبکه‌ها امکانی را فراهم می‌آورند تا کنشگران مختلف بر مبنای فعالیت‌ها، اطلاعات و هنجارهای منتشره در سطح شبکه تصمیم بگیرند و با یکدیگر تعامل نمایند. مبادله اقتصادی در بازار به سازوکارهای اجتماعی وابسته است. تصمیم‌گیری‌ها و تعریف منافع در چارچوب شبکه‌های مبتنی بر قواعد و هنجارهای غیررسمی - و نه الزاماً قواعد انتزاعی اقتصادی - تعیین می‌شود. قواعد و هنجارهای عمل با خلق و بازتولید شرایط مبادله، به گسترش فعالیت‌های اقتصادی کمک می‌کنند. یکی از مهم‌ترین متغیرهای مبادله اقتصادی دسترسی به اطلاعات است که در کم‌ترین زمان و با حداقل

هزینه‌ها در شبکه بازار به دست می‌آید. جستجوی اطلاعات درباره دایره وسیعی از فعالیت‌ها نظیر انتخاب «ضمانت‌چی»های مطمئن، مسیرها و زمان‌های امن برای ورود کالاها، گزینش «کول بر»های باتجربه و معتمد، وضعیت استقرار و آرایش نیروهای مرزبانی و انتظامی، موجودی کالاها و میزان تقاضا و ... انجام می‌شود. به دست آوردن اخبار و اطلاعات در این موارد و بسیاری موارد دیگر از طریق شبکه بازار ممکن می‌گردد. وجود چنین شبکه‌ای، ضمن کاهش نااطمینانی‌ها و صرفه‌جویی در هزینه‌ها، انتظارات رفتاری هریک از بازیگران را نیز مشخص می‌کند. برای مثال، وقتی یک تاجر و ضمانت‌چی با یکدیگر همکاری می‌کنند، هر دو درک مشترکی از شرایط و ملزومات مبادله دارند. به این معنا که اگر کالاها به دست تاجر نرسند، ضمانت‌چی ناگزیر به جبران خسارت در چارچوب هنجارهای شبکه است. از طرفی، روابط بازیگران بازار با یکدیگر یکسان نیست و شدت و ضعف دارد. برخی از گروه‌ها محوری‌تر هستند و قدرت تعیین‌کنندگی بیشتری در شبکه بازار دارند. جایگاه هر یک از بازیگران در شبکه با توجه به میزان دارایی و نیز میزان ارتباطات و نفوذ آنان در میان بازیگران مختلف، از جمله دولت، تعیین می‌شود. در مبحث بعدی مناسبات بازیگران مختلف بازار را ترسیم می‌کنیم.

تجار - ضمانت‌چی‌ها - دولت

تاجران هم تأمین‌کننده کالا برای بازارند و هم تأمین‌کننده منابع مالی لازم برای سایر گروه‌های بازار. تاجران دو دسته‌اند. دسته اول عمدتاً مالک مجتمع‌های تجاری بازارند و در مقیاس کلان داد و ستد می‌کنند. اینان نفوذ و قدرت بالایی در بازار و سازمان‌های دولتی در سطوح محلی و ملی دارند و نه تنها برای بازار بانه بلکه برای سایر بازارهای کشور نیز کالاهای متنوع وارد می‌کنند. یکی از مسئولین استانی این موضوع را این گونه توضیح داد:

«این افراد هم بانه‌ای هستند و هم از دیگر شهرها. آنها قادرند با استفاده از عوامل خود کالاها را هم در بازار بانه و هم مستقیماً در تهران یا شهرهای دیگر توزیع کنند. ضمانت‌چی‌ها و راه‌پاک‌کن‌ها [کسانی که جلوتر از ماشین حمل کالا حرکت می‌کنند و در مسیر هماهنگی‌های لازم را با مأموران برای عبور کالاها انجام می‌دهند] اجناس آنان را به مقصد می‌رسانند» (مصاحبه با مقام دولتی، استانداری کردستان، ۱۳۹۲/۷/۲۰).

حجم کالاهای وارداتی و قلمرو فعالیت دسته دوم تجار محدودتر از دسته تاجران عمده است. آنها در کار واردات نوع خاصی از کالاها و اجناس هستند و نوعی تخصص‌گرایی در کارشان به چشم می‌خورد. تجار با گروهی دیگر از بازاریان پیوند دارند که وجودشان برای آنان بسیار حیاتی است؛ این گروه «ضمانت‌چی»ها هستند. درآمدهای سرشاری عاید ضمانت‌چی‌ها می‌شود. در حقیقت، این ضمانت‌چی‌ها هستند که به‌عنوان بیمه‌گر (البته غیررسمی)، اجناس را با عبور از مرز به دست تجار می‌رسانند. ضمانت‌چی‌ها با سازمان‌های دولتی پیوند تنگاتنگی دارند. قاچاق کالا به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر بسته به این پیوندهاست. قاچاق مسیر موفقیت در داد و ستد را که در گذشته به حداقل نیم‌قرن زمان، تجربه و کار طاقت‌فرسا نیاز داشت، بسیار کوتاه کرده است. گویی «ره صدساله را یک‌شبه طی کرده باشی». این ضرب‌المثل بار معنایی خاصی دارد که با فعالیت تجار و ضمانت‌چی‌ها مرتبط است؛ قاچاق «شبانه» و در ساعات خاموشی صورت می‌گیرد و چندان دور از انتظار نیست که چند شب فعالیت، ثروت میلیاردی به همراه داشته باشد. زمانی که با بازاریان مختلف در مورد چگونگی ورود کالاهای قاچاق صحبت می‌کردم، اکثریت آنان به زبان کردی می‌گفتند «هه موی پوله»، یعنی «همه‌اش با پول می‌آید». بارها این جمله را شنیدم. وقتی مسئولین و کارشناسان محلی نیز از «راه‌پاک‌کن»ها صحبت می‌کردند، بر همین موضوع تأکید می‌کردند. کالاها پس از عبور از مسیرهای متعدد (چین، دویی، سلیمانیه) سر از پشت مرزهای ایران در شمال عراق درمی‌آوردند. حساس‌ترین مرحله، فرایند حمل و انتقال کالا از مرز به بازار و یا سایر شهرهای کشور است. «ضمانت‌چی»ها در این مرحله نقش حیاتی دارند و موفقیتشان تابع مؤلفه‌های مختلفی نظیر آشنایی به مسیرها، توانایی در جلب همکاری و حمایت نیروهای امنیتی و دسترسی به اطلاعات است. ضمانت‌چی‌ها نیازمند داشتن ارتباطات منظم با بازار و بیرون بازار، به منظور کسب اطلاعات مهم هستند. دسترسی به اطلاعات به‌ویژه درباره وضعیت راه‌ها، آرایش نیروهای انتظامی و مرزبانی، گزینش «کولبر»ها، راننده‌های مطمئن و بهترین زمان‌های عبور دادن کالا از مرز برای ضمانت‌چی بسیار ضروری است. بنابراین، همکاری تجار و ضمانت‌چی‌ها مستلزم وجود معیارهای خاصی است. برخورداری از یک «بنیان مالی مناسب» برای جبران خسارت، داشتن «حسن شهرت»، «اعتبار اجتماعی» و «خبرگی»، تضمین‌کننده اعتماد و همکاری تجار با آنان است. کاوه یکی از تجار بازار این موضوع را به این صورت بیان کرد:

«من به‌عنوان تاجر که اجناس زیادی وارد بازار می‌کنم نمی‌توانم به هرکسی اعتماد کنم و مسئولیت آوردن اجناسم را به وی بسپارم. ممکن است که یک ضمانت‌چی پول داشته باشد و تضمین کند اگر اتفاقی برای اجناسم افتاد ضررم را جبران کند. البته داشتن سرمایه مهم است. ضمانت‌چی ممکن است در کارش خیلی مهارت نداشته باشد و اعتبار صاحب کالا را خدشه‌دار کند و قبلاً در آوردن اجناس دیگران به بازار لو رفته باشد. فردی که اعتبار داشته باشد همه می‌روند سراغش و کار را به وی می‌سپارند» (مصاحبه با کاوه، ۳۵ ساله، بازار، ۱۳۹۲/۷/۹).

ضمانت‌چی می‌باید تمام جوانب کار را بسنجد تا اجناس «به‌موقع» و «بدون ضرر و زیان» به بازار برسند. در غیر این صورت، هم سرمایه‌اش را از دست می‌دهد و هم اعتبارش را. آشنایی و «اعتبار اجتماعی» ضمانت‌چی را از وثیقه‌گذاشتن نزد صاحب کالا برای جبران خسارت معاف می‌کند. اعتبار اجتماعی ضمانت‌چی فقط با امانت‌دار بودن به دست نمی‌آید بلکه به میزان مهارت و «خبرگی» وی نیز بستگی دارد؛ بدین معنا که اعتبار اجتماعی در نتیجه فعالیت مستمر و بدون شکست یا با کمترین شکست در انتقال کالاها از مرز کسب می‌شود. موفقیت ضمانت‌چی در کار خود، «اعتبار اجتماعی» و «حسن شهرت» و مهم‌تر از آن، درآمد بسیار بالا به همراه دارد. میزان موفقیت نیز تابع «خبرگی» و توانایی افراد در جلب همکاری بازیگران مختلف درون شبکه بازار است. در چنین ساختاری است که «اعتبار اجتماعی»، «خبرگی» و «امانت‌داری» به اصلی‌ترین سرمایه یک ضمانت‌چی تبدیل می‌شود. رحمان یک ضمانت‌چی است، می‌گوید:

«درآمد بالایی دارم، اما خطرات و هزینه کارم بالاست. عبور کالا از مرز هزینه‌های زیادی دارد. به خیلی‌ها باید پول بپردازم. به کول‌بر، راهنما، صاحب ماشین و... اگر خرج نکنی نمی‌توانی کالا را به بازار برسانی. هم سختی دارد و هم خرج. باید بتوانی با خیلی‌ها ارتباط برقرار کنی و گرنه نمی‌توانی موفق بشی» (مصاحبه با رحمان، ۵۲ ساله، بازار، ۱۳۹۲/۴/۵).

در میان ضمانت‌چی‌ها دسته دیگری وجود دارند که کارشان انتقال کالاها به صورت بخش‌بخش از بازار بانه به مشتریان در سایر شهرهاست. همان‌طور که گفته شد، دسته اول از آن جهت که مسئولیت انتقال کالاها از مرز به بازار را دارند، کارشان بسیار حساس است. در حالی که گروه دوم مسئولیت تحویل کالا به «مشتریان دوردست» را دارند؛ یعنی خریدارانی که در

مقیاس بسیار محدود و به صورت تلفنی کالاهای خود را سفارش می‌دهند. اینان نیز از یک سو با تجار و از سوی دیگر با مأموران دولتی (ایست‌های بازرسی جاده‌ای) ارتباط دارند.

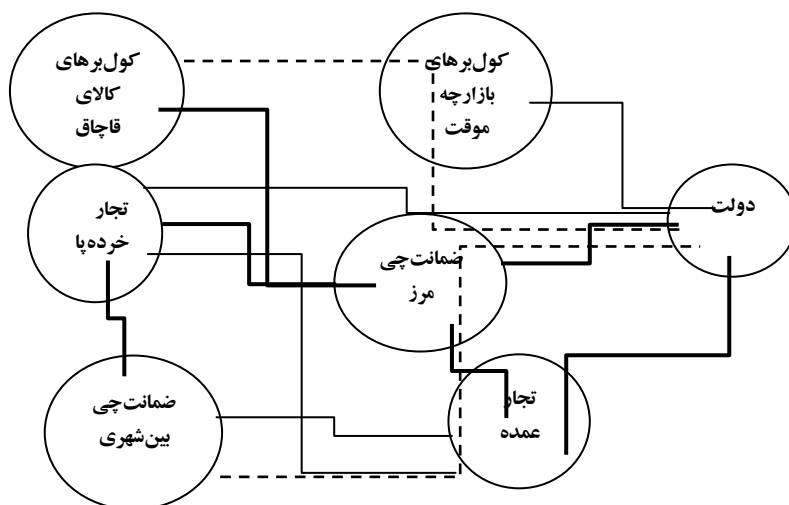
ضمانت‌چی - کول‌بر - دولت

از حیث وابستگی بازار به نیروها، «کول‌بر»ها یکی از گروه‌های بسیار مهم و در عین حال آسیب‌پذیر در مبادلات اقتصادی‌اند. آنان از نظر جایگاه اجتماعی و اقتصادی در پایین‌ترین رده بازار قرار می‌گیرند. اکثریت قریب به اتفاق کول‌برها ساکنان مناطق روستایی هستند. در بازار بانه «کول‌بری» به دو صورت انجام می‌گیرد: «کول‌بری» در «معابر رسمی و تحت نظارت» و «کول‌بری» به شیوه قاچاق. گروه اول تحت نظارت مرزبانی بوده، بیشترین ارتباط آنان با دولت است و سهمیه‌هایی برای داد و ستد با آن طرف مرز دارند. اما به دلیل عدم توانایی مالی، سهمیه قانونی آنان برای واردکردن کالا در اختیار تجار قرار می‌گیرد. تجار برای اجتناب از پرداخت حقوق گمرکی، محدودیت‌های مربوط به مجوز واردات و مشکلات بروکراتیک، از امتیاز و سهمیه قانونی کول‌برها استفاده می‌کنند. ماجرا در اینجا عجیب است. از آنجا که سهمیه متعلق به کول‌برهاست می‌باید خود آنان کالا را از مرز تحویل و در مسافت زیادی بر پشت خود حمل کنند و آن طرف‌تر به تاجر تحویل دهند. آنچه در قبال این کار دریافت می‌کنند، دستمزد حمل و جابجایی کالا است. معاون وقت سیاسی-امنیتی استانداری کردستان در این زمینه می‌گوید: «هدف این معابر ورود کالا اشتغال بوده که محقق نشده است. کول‌برها فقط حمالی و کول‌بری می‌کنند. سرمایه‌دار تهرانی در فاصله ۱۰۰ متری بازارچه مرزی کالا تحویل می‌گیرد و نظارتی بر آن نیست. اگر مرزبانی و نیروی انتظامی هم نظارتی دارند، این نظارت حداقل است. گمرک هم نمی‌تواند مستقر شود، زیرا این کار با قوانین در تضاد است» (حسن‌زاده؛ ۱۳۹۱، ۷۲).

دسته دوم کول‌برها برخلاف دسته اول که دفترچه و مجوز فعالیت دارند، به شیوه قاچاق و تحت امر ضمانت‌چی‌ها فعالیت می‌کنند. کالاهایی نظیر تلویزیون‌های ال. سی. دی، کولر گازی، لوازم خانگی لوکس و... که تقاضای زیادی در بازار دارند، از طریق کول‌بری به شیوه قاچاق وارد می‌شوند. بنابراین، این کول‌برها نقش مهمی در فرایند بازار دارند. عبور کالای قاچاق از مرز حساس‌ترین بخش فرایند مبادلات بازار است و ضمانت‌چی بدون کول‌بر نمی‌تواند کالایی از مرز رد کند. مرتبط‌شدن ضمانت‌چی‌ها با «کول‌بر»ها مبتنی بر شبکه روابط بازار است. فرایند کار بدین طریق است که «ضمانت‌چی» از یکی از «کول‌بر»های شناخته‌شده و معتمد می‌خواهد تا

نفرات موردنیاز برای «کولبری» را پیدا کرده و به وی معرفی نماید. کسانی که شناخته‌شده‌تر، از نظر جسمی قوی‌تر و باتجربه‌تر باشند، انتخاب می‌شوند. به دلیل سختی کار، جلب همکاری کولبرها علاوه بر نرخ دستمزد، مستلزم وجود نوعی اطمینان و تضمین از جانب ضمانت‌چی‌هاست. به گواهی ناصر یکی از این کولبرها:

«کولبری بسیار سخته، مسیره‌ها سخته خیلی‌ها زیر بار آسیب می‌بینند و احتمال مواجهه با نیروهای مرزی هم هست. ضمانت‌چی‌ها قول می‌دهند مسیره‌ها خالی از مأمورهاست و به هر حال در شبی که قرار است کالاها بیایند خطری متوجه کولبرها نیست. اما در مواردی هم پیش می‌آید که ضمانت‌چی دروغ گفته یا اطلاعات اشتباهی بهش دادن و احتمال هر نوع اتفاقی می‌رود» (مصاحبه با ناصر، ۴۲ ساله، روستای نور، ۱۳۹۲/۷/۸).



شبکه روابط در بازار بانه

نکته: این نمودار الگوی روابط گروه‌های عمده در بازار را نشان می‌دهد. خطوط پررنگ‌تر بر روابط بیشتر (از نظر میزان تکرار و دوسوییگی رابطه) دلالت دارند. خطوط نقطه‌چین نشان‌دهنده کمترین میزان ارتباط در شبکه روابط بازار است.

دولت و بازار؛ حکم‌شدگی منافع سیاسی و اقتصادی در شبکه‌ها

در مبحث قبل تلاش کردیم روابط نیروهای مختلف بازار با یکدیگر را ترسیم کنیم. در این بخش تلاش بر این است که درهم‌تنیدگی قلمرو اقتصاد (بازار) و دولت نشان داده شود. دولت

و بازار مناسبات خاصی با یکدیگر دارند. هم دولت و هم بازار منافع مختلفی را در چارچوب شبکه‌های روابط بازار دنبال می‌کنند. سویدبرگ تأکید می‌کند «منافع را می‌توان در کنش متقابل مطالعه کرد و به هیچ وجه وجود مستقلی ندارد. به عبارتی منفعت را هرگز نمی‌توان در انزوا فهمید. تنها در رابطه با منافع دیگران است که می‌توان منافع خود را درک کرد. هیچ راهی برای نگهداری منفعت یک گروه بدون توجه به منفعت دیگران وجود ندارد (سویدبرگ، ۱۳۹۱: ۲۳۷). از این طریق بهتر می‌توان پیوند بازار و سیاست یا نهادهای دولتی را درک کرد. دو نوع منفعت در این رابطه قابل تفکیک‌اند: منفعت سیاسی-امنیتی و منفعت اقتصادی. بازار و دولت از منافی پیروی می‌کنند که به آن وابسته‌اند. به تعبیر سویدبرگ، «نوع منفعتی که یک کنشگر در بازار دارد، به طور وسیع، به این بستگی دارد که منفعت خود را به‌مثابه منفعت اقتصادی، سیاسی و غیره معنا می‌کند یا نه» (همان، ۱۷۵). در نگاه اول، کنشگر بازاری «منفعت اقتصادی» را بر هر نوع منفعتی ترجیح می‌دهد. برای کنشگر سیاسی نیز «منفعت سیاسی» در درجه اول اهمیت قرار دارد. اما با نگاهی عمیق‌تر، ممکن است کنشگر بازاری پیش از اندیشیدن به کسب منفعت اقتصادی، به سایر منافع -برای مثال، منفعت سیاسی و افزایش قدرت چانه‌زنی قومی در نظام سیاسی- نیز بیندیشد. به همین ترتیب، کنشگر سیاسی هم می‌تواند علاوه بر منافع سیاسی-امنیتی و افزایش اعتماد عمومی، به دنبال منافع اقتصادی نیز باشد. وابستگی متقابل دولت و نیروهای اجتماعی و اقتصادی ایجادکننده ساختاری است که در درون آن منافع طرفین توأمان تأمین می‌شود. اسطوره دولت-بازار در معنای بارتی آن، زیرزمینی بودن بخش مهمی از فرایند ورود کالا به بازار و مشکلات ناشی از آن را، در نتیجه این ساختار روابط، به گوشه‌ای می‌راند و در حاشیه قرار می‌دهد و نوعی مقبولیت اجتماعی و سیاسی در ارتباط با کلیت بازار به وجود می‌آورد. وقتی از چنین شبکه روابطی بین قلمرو بازار و حوزه سیاست صحبت می‌کنیم، ضروری است به این نکته عمیقاً توجه کنیم که میزان اهمیت بازار برای جامعه تا چه اندازه است. به عبارت دیگر، آیا بازار آنقدر مهم و تأثیرگذار هست که چنین تعاملی بین آن و قلمرو سیاست صورت گیرد؟ ریچارد سویدبرگ (۱۳۹۱) وقتی در مورد نقش منافع در تحلیل بازار سخن می‌گوید، به‌درستی این فرض را مطرح می‌کند که «منفعتی که کنشگران سیاسی در بازار دارند منوط به این مسأله است که چقدر جامعه، در کل، به این بازار وابستگی دارد». به عقیده ما اهمیت و جایگاه «بازار بانه» در اقتصاد، جامعه و امنیت منطقه انکارناشدنی است. نتایج گفت‌وگوها با مقامات بلندپایه

سیاسی-امنیتی استان کردستان و گروه‌های مختلف، بر اهمیت بازار و کارکردهای متفاوت اقتصادی، سیاسی و امنیتی آن صحنه می‌گذارد. به گفته معاون وقت سیاسی-امنیتی استانداری کردستان:

«از نیمه دوم سال ۱۳۸۸ برای کمک به معیشت مرزنشینان دو معبر موقت ورود کالا در بانه ایجاد شد. فعالیت اینها بدون حضور گمرک است. انتقاداتی به این کار از حیث عدم نظارت بر استاندارد کالا و نیز مسأله اشتغال وارد شد. دولت در سال ۱۳۹۰ مصوب کرد که معابر موقت می‌بایست تعطیل شوند. ما به‌عنوان نماینده دولت مصوبه دولت را اجرا کردیم. نمایندگان فرمانداری که در این معابر مستقر بودند از اواخر سال ۱۳۹۱ فراخوانده شدند. اما مرزبانی زیر بار مصوبه دولت نرفت و اجازه تعطیلی نداد. هنوز هم مرزبانی دارد در آنجا کار می‌کند. استدلال مرزبانی این است که زندگی ساکنان مرزی باید تأمین شود. سپاه هم این نظر را در ارتباط با اشتغال دارد چراکه معتقدند در صورت نبودن اشتغال و فعالیت، ممکن است تمایل افراد به پیوستن به گروهک‌ها افزایش یابد» (مصاحبه با معاون سیاسی-امنیتی استانداری کردستان، استانداری کردستان، ۱۳۹۲/۸/۱۹).

فرمانده سپاه قدس کردستان نیز معتقد است: «تا زمانی که بحث اشتغال در استان کردستان حل نشود، کولبری در مناطق مرزی باید ادامه داشته باشد. نهادهای دیگر مخالف ادامه این روند هستند اما سپاه معتقد است با توجه به اثرات مثبت این اقدام، طرح کولبری از معابر مجاز و بازارچه‌های مرزی کردستان باید ادامه یابد» (خبرگزاری جمهوری اسلامی؛ ۱۳۹۲/۷/۱۷). ورود کالاها از «معابر موقت» -که نهادهای نظامی-امنیتی به‌شدت موافق تداوم فعالیت آنها هستند- در حالی صورت می‌گیرد که دیگر نهادها و مقامات ارشد استانی، آنها را در زمره معابر ورود کالا به شیوه قاچاق می‌دانند. دولت به دنبال به کسب «منفعت سیاسی-امنیتی» است و ابزار اقتصادی آترناتیو مناسب‌تری برای تأمین آن است. از سویی دیگر، بازاریان نیز به اهمیت پیوند با دولت پی برده و آن را تضمین‌کننده منافع اقتصادی بازار می‌دانند. در نتیجه، تعامل بیشتر با دولت جایگزین تقابل با آن شده است. یکی از بازاریان با سابقه می‌گوید: «در اوایل سخت‌گیری‌ها زیاد بود اما کم‌کم هم دولت و هم بازاریان با هم کنار آمدند. خب هر دو زبان هم را می‌فهمند» (مصاحبه با کریم، ۵۵ ساله، بازار، ۱۳۹۲/۷/۱۰). وابستگی متقابل بازار و دولت خود را در

واکنش به رویدادهای سیاسی قومی در منطقه به‌خوبی نشان داده است. اکثریت قریب به اتفاق بازاریان معتقدند که بازار نباید وارد جریان‌های سیاسی شود و همگی ضرورت «قاطی‌نشدن در مسائل سیاسی» را گوشزد می‌کردند. گفته‌های یک مقام دولتی این موضوع را تأیید می‌کند:

«از زمان رونق بازار چالش‌های سیاسی در بانه بسیار کم شده است. بانه شهری سیاسی بود به‌ویژه در ایام نوروز یا مناسبت‌های خاص تنش‌های سیاسی بالا می‌گرفت و جشن و پایکوبی به درگیری سیاسی بدل می‌شد. اما امروزه نوروز شلوغ‌ترین و پردرآمدترین ایام برای مردم بانه است. یا در ایام سالگرد رخداد‌های سیاسی مانند سالگرد تأسیس احزاب قومی، یا کشته‌شدن فلان شخصیت قومی خاص فراخوان‌هایی اعلام می‌شود که شهرهای کردستان در واکنش به این اتفاقات بازارشان را ببندند و خیلی جاها ممکن است این کار را انجام دهند اما بازار بانه تنها جایی است که بسته نمی‌شود» (مصاحبه با مقام دولتی، شهر بانه، ۱۳۹۲/۸/۱۵).

موضوع تعامل بازار با دولت صرفاً محدود به مسائل سیاسی نیست بلکه در حوزه مسائل اقتصادی نیز نمود پیدا می‌کند. به این معنا که شبکه روابط بازار از واردات کالاهای ممنوعه (نظیر مشروبات الکلی) که منافع همگانی را به خطر بیندازد، جلوگیری می‌کند. احمد از تاجران بازار می‌گوید:

«اگر کسی کالایی مانند مشروبات الکلی وارد کند منافع همه به خطر می‌افتد. در کل به آن حساسیت وجود دارد. خود بازاریان اجازه فعالیت به کسی که در این فعالیت‌ها وارد شود، نمی‌دهند. اگر کسی این کار را بکند بازاری‌ها فوراً مطلع می‌شوند و با مأمورها همکاری می‌کنند و او را لو می‌دهند» (مصاحبه با احمد، ۲۲ ساله، بازار، ۱۳۹۲/۷/۱۰).

بنابراین، می‌بینیم که در چارچوب شبکه روابط، دولت و بازار به استراتژی‌های متفاوت اما همسو دست زده‌اند. متفاوت از آن جهت که هر یک معطوف به منافع بخش‌های خاصی از جامعه‌اند و همسو از آن نظر که هر دو خواهان تداوم وضع موجودند. دولت استراتژی جذب نیروهای بالقوه سیاسی در فعالیت‌های اقتصادی (کسب منفعت سیاسی-امنیتی) و ایجاد سرمایه اجتماعی و سیاسی با استفاده از سرمایه اقتصادی و از طریق گسترش اصناف، گروه‌ها و فعالان اقتصادی در بازار را در دستور کار قرار داده است. از دیگر سو، بازار به دنبال جایگزینی سیاست

تعامل به جای تقابل با دولت (کسب منفعت اقتصادی) و تبدیل سرمایه اقتصادی به سرمایه سیاسی در قالب نفوذ در سازمان‌های دولتی بوده است. این مسأله نشان‌دهنده «حک‌شدگی» کنش‌های اقتصادی در روابط و مناسبات سیاسی است. حک‌شدگی سیاسی بر پیوند و همراهی درون بازار با بیرون آن، یعنی دولت، دلالت دارد.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق، بازار بانه در چارچوب جامعه‌شناسی اقتصادی جدید بررسی شد و تلاش گردید از طریق مطالعه روند شکل‌گیری بازار، هنجارهای کار، کنشگران و روابط و پیوندهای آنان با یکدیگر ساخت اجتماعی بازار به دست آید. بر اساس رویکرد نظری پژوهش، کنش اقتصادی امری حک‌شده در سپهر اجتماعی و سیاسی است. ضرورت کار ایجاب می‌کرد که ابتدا سیر تاریخی شکل‌گیری بازار و تحول آن مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین، بر اساس تجارب افراد مطلع محلی و منابع و اسناد در دسترس، روند تکوین بازار و عوامل مؤثر در پیدایش آن ترسیم گردد. این بررسی از جهت صحت‌گذاشتن بر تاریخی‌بودن، بسترمندی و «حک‌شدگی» مناسبات اقتصادی در روابط اجتماعی دو سوی مرز حایز اهمیت بود. داد و ستد مرزی از دوره پهلوی تا پایان جنگ ایران و عراق با محوریت تأمین معاش و در مقیاس محلی صورت می‌گرفت. در این دوره، قوانین و مقرراتی برای تنظیم مناسبات اقتصادی بین مرزی تصویب شد اما تلاش چندانی برای ایجاد نهادهای لازم برای گسترش روابط اقتصادی صورت نگرفت و نگاه دولت‌ها عمدتاً برخواسته از نگرانی‌های سیاسی، امنیتی و معطوف به کنترل مرزها و محدودکردن مراودات بود. بدین ترتیب روابط اقتصادی بین مرزی از کنش‌های غیرمنظم و اتفاقی معطوف به تأمین نیازهای اساسی و روزمره فراتر نمی‌رفت. به همین دلیل تغییر چندانی در ساخت اقتصادی، نیروهای اقتصادی و شیوه‌های مرسوم و سنتی داد و ستد به وجود نیامد. در پایان جنگ بود که شرایط تغییر کرد. پایان جنگ تحمیلی و روی کار آمدن دولت سازندگی، فشار مطالبات اجتماعی و تحولات رخ داده در آن سوی مرز، به‌ویژه به وجود آمدن نوعی خودگردانی سیاسی در کردستان عراق، بستر اجتماعی و اقتصادی و سیاسی لازم برای پیدایش بازار را فراهم کرد. دولت بعد از جنگ با توجه به الزامات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه مورد بررسی تلاش کرد داد و ستد بین مرزی را با قانون‌گذاری و نهادسازی نهادمند کند. نتیجه این تحول، ظهور کنشگران جدید و ورود آنها به عرصه دادوستد مرزی در قالب فعالیت‌های سازمان‌یافته و منظم بود. با پیدایش

بازار، تعداد و ترکیب نیروهای اقتصادی، نوع منافع، ارتباطات، پیوندها و منابع قابل دسترس کاملاً دگرگون شد. تجار، ضمانت‌چی‌ها، کول‌برها، بازیگران دولتی، در تعداد کثیر و با شیوه‌ها و هنجارهای متفاوت‌تر از پیش، عرصه تجارت مرزی را در اختیار خود گرفتند. رفتار گروه‌های بازاری در درون شبکه‌های روابط بازار که مبتنی بر هنجارها و قواعد غیررسمی است، ساختار پیدا کرد و شبکه‌ها تسهیل‌گر مبادله اقتصادی شدند. بازار به‌مثابه کلی با منافع مشخص و تعریف‌شده در تعامل با دولت است و قلمرو اقتصاد در ارتباط متقابل الزامات سیاسی، اقتصادی و نیروهای اجتماعی با نهاد سیاست شکل گرفته است؛ گویی از طریق نوعی «نظام وابستگی متقابل»، رفتارهای تعاملی و تسهیل‌گرانه جایگزین رفتارهای تخریبی و رادیکال می‌گردد. دولت از طریق گسترش اصناف، گروه‌ها و فعالان اقتصادی در پی جذب نیروهای بالقوه سیاسی در فعالیت‌های اقتصادی (کسب منفعت سیاسی-امنیتی) و ایجاد سرمایه اجتماعی و سیاسی برای خود است و بازار به دنبال جایگزینی سیاست تعامل به جای تقابل با دولت (کسب منفعت اقتصادی) و تبدیل سرمایه اقتصادی به سرمایه سیاسی در قالب نفوذ در سازمان‌های دولتی است. بدین ترتیب، از یک سو با شبکه‌های حک‌شده در روابط اجتماعی و فرهنگی منطقه سروکار داریم و از سوی دیگر با شبکه‌های حک‌شده در روابط سیاسی. بازار تحت تعیین این شبکه‌هاست و نمی‌تواند به منزله پدیده‌ای طبیعی یا خودانگیخته، منفک و مستقل از آنها عمل کند. بنابراین، درک فعالیت‌های بازار مرزی - دست‌کم در منطقه کردستان - لازم است در چنین ساختار و منظومه‌ای از تعاملات صورت گیرد. این نگاه می‌تواند چارچوبی برای درک چگونگی عملکرد اقتصاد سیاسی در این منطقه فراهم کند. در این بازار، منافع سیاسی-امنیتی برای کنشگران سیاسی از اولویت خاصی برخوردار است - اگرچه از منافع اقتصادی نیز نباید غافل شد - در حالی که ممکن است در سایر بازارها منافع اقتصادی در اولویت باشد. به عبارت دیگر، در بازار مرزی هدف و منافع دولت ترجیحاً و عمدتاً سیاسی است و بر این اساس، روابط بین بازار و سیاست در مناطق مرزی، از ساختار و اشکال ویژه‌ای برخوردار است. در نتیجه، عملکرد اقتصاد سیاسی در این مناطق متفاوت از سایر مناطق خواهد بود.

منابع

- استراوس، انسلم و جولیت کریبن (۱۳۹۰)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- اسلیتر و تونکیس (۱۳۸۶)، جامعه بازار: بازار و نظریه اجتماعی مدرن، ترجمه حسین قاضیان، تهران: نشر نی.
- اسماعیل‌زاده، خالد و علی‌اصغر سعیدی (۱۳۸۷)، بررسی جایگاه بازارچه‌های مشترک مرزی در وضعیت رفاهی مرزنیسان؛ نمونه موردی پیرانشهر و سردشت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- اکبری، حسین (۱۳۸۸)، بحران حاکمیت در عراق، تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
- امین‌زاده، فتاح (۱۳۹۰)، ۱۰۰ سال تاریخ پیشرفت بانه، تهران: نشر آنا.
- برزویی، مجتبی (۱۳۷۸)، اوضاع سیاسی کردستان از سال ۱۲۵۸ تا ۱۳۲۵ ه.ش، تهران: فکر نو.
- بروگمن، یرون (۱۳۸۹)، درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی، ترجمه خلیل میرزایی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- پولانی (۱۳۹۱)، دگرگونی بزرگ: خاستگاه‌های سیاسی و اقتصادی روزگار ما، ترجمه محمد مالجو، تهران: پردیس دانش.
- توکلی، محمدرئوف (۱۳۵۴)، تاریخ و جغرافیای بانه، بی‌نا.
- جلالی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۵)، فراز و فرود جنبش کردی، فصلنامه مطالعات ملی، سال هفتم، شماره ۲.
- جمعه‌پور، محمود و محمدعلی طالبی (۱۳۹۱)، بررسی نقش تعاونی‌های مرزنیسان در توسعه مناطق مرزی خراسان جنوبی، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۱۰، صص ۱۰۲-۶۵.
- حسن‌زاده، ایرج (۱۳۹۰)، گزارش سخنرانی در مجموعه مقالات همایش تخصصی راهبردهای نوین در پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالا و ارز، تهران: ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز.
- خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۲).
- خلیلی عراقی، محمدرضا (۱۳۲۸)، خاطرات سفر به آذربایجان و کردستان، چاپخانه ارتش، چاپ دوم.

- رازینی، ابراهیم‌علی و علیرضا باستانی (۱۳۸۱)، *تحلیلی بر نقش و عملکرد بازارچه‌های مرزی*، وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی.
- سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۱)، *منفعت‌طلبی و ساختار اجتماعی، مباحثی در جامعه‌شناسی اقتصادی*، ترجمه علی‌اصغر سعیدی، تهران: لوح فکر.
- فلیک، اووه (۱۳۹۱)، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- کوچرا، کریس (۱۳۷۷)، *جنبش ملت‌کرد و خواست استقلال*، ترجمه عزیز ماملی، بی‌جا: بی‌تا.
- محمودی، علی (۱۳۸۴)، *ساختار مبادلاتی بازارچه‌های مرزی و نقش آن در بازرگانی و اقتصاد مناطق مرزینشین*، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- مصاحبه با فعالان بازار، مطلعین محلی و کارشناسان و مقامات دولتی.
- مقصودی، مجتبی و انوشه دربندی (۱۳۹۱)، *بررسی سیاست‌های جمهوری اسلامی در قبال کردها در دولت اصلاحات (۱۹۹۸-۲۰۰۶)*، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال هفتم، شماره چهارم، صص ۱۵۵-۱۷۷.
- Fligstein, Neil (1996) "Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions", *American Sociological Review* 61: 656-73.
- Granovetter, M. (1985) "Economic Action and social structure: The problem of Embeddedness", *American Journal of sociology* 91: 481-510.
- Granovetter, Mark. (1990) "The Old and the New Old Economic Sociology: A History and an Agenda". Pp. 89-112 in *Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society*, ed. Roger Friedland and A. F. Robertson. New York: Aldine de Gruyter.
- Polanyi, K. [1944] (2001) "The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time". Boston, MA: Beacon Press.
- Polanyi, K. (1992) "The Economy as Instituted process" in *The Sociology of Economic Life*, Granovetter, Mark, and Richard Swedberg, eds. Boulder, Colo: Westview Press.
- Smelser, Neil, and Richard Swedberg, eds, (2005) "The Handbook of Economic Sociology". New York and Princeton: Russell Sage Foundation and Princeton University Press.
- Swedberg, Richard and Mark Granovetter, eds, (1992) "The Sociology of Economic Life". Boudler, Westriew Press.
- Richard Swedberg (1991) "Major Traditions of Economic Sociology" *Annual Review of Sociology*, Vol. 17, pp. 251-276
- Stansfield, Gareth R.V, (2003) "Iraqi Kurdistan: Political Development and Emergent Democracy", Routledge Curzon, London.
- Chandoevwit, Worawan, Yonguth Chalamwong & Srawooth Paitoonpong, (2004) "Thailand Cross Border Economy, A case study of Sa Keaoand Chiang Rai", Thailand Development Resource Institute (TDRI).