

**Fragile Subjectivity Amid Market and State:
(Ethnographic Study of Subjectivity in Baneh)**

Kamal Khaleghpanah^{1*} – Hiwa Karimzadeh²

Abstract

The main purpose of this paper is to explore the nature of subjectivity in today's uneven neoliberal sphere in the social life of the Iranian frontiers, and in particular the city of Baneh. Accordingly, in the context of an ethnographic narrative in the city of Baneh in Iran-Iraq border the encounter of local culture and global neoliberal market is investigated. We aim to investigate the way in which subjectivity is constructed and articulated amid the encounters of frontier city of Baneh with both neoliberal economic space and political sphere of Iran. The methodology of this paper is a combination of ethnography and local autobiographies. Our narration from the ethnography of the mentioned encounters clarifies that there is not a universal pattern in world or even in a particular country, and to explore in this area of study is to explore in specific dimensions of the experience. In the uneven social space of Iran and specifically Baneh, subjectivity amid the social, political, economic and cultural fields acquire a life full of conjunctures, fortunes and misfortunes. Subjectivity is neither free and autonomous nor fluid or synthetic, but fragile and vulnerable. Neoliberal and market components and governmental relations in its particular form in Baneh city have entered the realm of individuals' lives, family life and other social relationship, constructing fragile individual; cultural and social destabilization of symbolic life, changes in social norms and cultural values, commodification of human relationships and ultimately constructing a fragile subjectivity between the market and the state.

Keywords: Neoliberalism, Baneh city, Market and Government Relations, Fragile Subjectivity, Cultural Destabilization.

1. *Assistant Professor, Dpt. Sociology, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

Corresponding Author: (kkhaleghpanah@yahoo.com)

2. M. A of Sociology, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.



سوژ کتیویته شکننده در میانه بازار و دولت (مطالعه مردم‌نگارانه سوژ کتیویته در بانه)

کمال خالق پناه^{۱*} - هیوا کریم زاده^۲

چکیده

هدف مقاله حاضر کاوشی در ماهیت سوژ کتیویته در فضای نئولیبرال ناموزون امروز در حیات اجتماعی مرزهای ایران و به‌طور خاص، شهر بانه است. بدین منظور در چارچوب روایتی مردم‌نگارانه در شهر بانه در مرز ایران - عراق به مواجهه فرهنگ محلی و بازار نئولیبرال جهانی پرداخته‌ایم. پرسش ما این است که مواجهه شهری مرزی بانه با فضای نئولیبرال اقتصاد ایران و فضای سیاسی دولت چگونه سوژ کتیویته را بر ساخت و مفصل‌بندی می‌کند؟ روش این مقاله ترکیبی از مردم‌نگاری و خودزندگی‌نامه‌نویسی است. روایت ما از مردم‌نگاری این مواجهه بیانگر آن است که در رابطه با چگونگی رویارویی با نئولیبرالیسم، الگویی عام در جهان و حتی در یک کشور خاص وجود ندارد و کاوش در این حوزه، کاوش در زمینه‌های خاص تجربه مورد نظر است. در فضای اجتماعی ناموزون ایران و در شهر بانه، سوژ کتیویته در میانه میدان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی هستی سرشار از مخمصه، اقبال و بد اقبالی دارد. سوژ کتیویته نه آزاد و مستقل و نه سیال و ترکیبی بلکه شکننده و آسیب‌پذیر است. حاکمیت مولفه‌های نئولیبرال و مناسبات بازار و دولت در شکل خاص آن در شهر بانه به سپهر حیات روانی افراد، حیات خانوادگی و دیگر مناسبات اجتماعی ورود پیدا کرده، فردی شکننده بر ساخت شده، ناپایدارسازی فرهنگی و اجتماعی زندگی نمادین تغییراتی در راستای تغییر هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی، کالایی‌شدن روابط انسانی و در نهایت بر ساخت سوژ کتیویته شکننده در میانه بازار و دولت ممکن ساخته است.

واژگان کلیدی: نئولیبرالیسم، شهر بانه، مناسبات بازار و دولت، سوژ کتیویته شکننده، ناپایدارسازی فرهنگی.

۱. *استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران. نویسنده مسئول: (kkhaleghpanah@yahoo.com)

۲. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

مقدمه

این مقاله نتیجه مردم‌نگاری مواجهه با بازار جهانی در شهری مرزی میان ایران و عراق است. شهر بانه به گونه‌ای غیررسمی، در مرز ایران و عراق به یکی از جایگاه‌های رویارویی غیررسمی با نئولیبرالیسم بدل شده است. اجتناب‌ناپذیری این وضعیت، دولت ملی را به اتخاذ موضع‌گیری‌ها رسمی و غیررسمی واداشته است، به گونه‌ای که بعضاً نادیده گرفته می‌شود و گاهی هم محدود شده و یا مرزهای اصلی بسته می‌شود؛ با این همه شهر بانه به بازاری برای خرید و فروش کالاهای جهانی بدل شده است. از سراسر ایران برای خرید ارزان قیمت انواع مختلف کالاهای جهانی به بانه سفر می‌کنند و مردم خود بانه نیز از طریق کولبری، قاچاق، سفر به چین و تجارت غیررسمی با این وضعیت درگیر هستند. این وضعیت، حیات فرهنگی محلی بانه را عمیقاً تغییر داده است، اقتصاد محلی متروک شده و هر روز افراد بیشتری به کار در این وضعیت روی می‌آورند. نتیجه این وضعیت در سطح خرد اجتماعی، پیچیده و سرشار از ناخوشایندی است. خاصیت فرهنگی (Tugal, 2012)، موضع‌گیری‌های پرنوسان دولت و همچنین وضعیت سیاسی خاص مرز ایران و عراق در قالب کردستان عراق، تجربه بازار جهانی را به تجربه‌ای سرشار از تناقض^۲ بدل کرده است؛ کاوش در این تجربه موضوع این مقاله است. مفروضه زمینه‌ای ما این است که مرز ایران و عراق و شهرهای مرزی در کردستان ایران، زمینه غیررسمی مواجهه با نئولیبرالیسم به واسطه کالاهای جهانی هستند. ایده نظری ما این است که شکل خاص رویارویی غیررسمی با نئولیبرالیسم در مرزها سرشار از نوسانات سیاسی-اقتصادی است و پیامدهای این مواجهه در مرزها نه یک «شهروندی انعطاف پذیر» (kanna, 2010)، بلکه سوژکتیویته‌ای شکننده است. بنابراین پیگیری ترجمه اصول نئولیبرال به میانجی کالاهای جهانی به روایت‌های شخصی در شهر بانه حاکی از اشکالی از به هم ریختگی فرهنگی است. بی‌ثباتی در موقعیت مواجهه با کالای جهانی در شهر بانه به واسطه مداخله دولت، بستن مرز و وضعیت بی‌ثبات کردستان عراق، سوژکتیویته‌ای شکننده خلق کرده است. اما باید همواره به خاطر داشت که شکل این شکنندگی بر اساس وضعیت طبقاتی افراد متمایز است، ما در این مقاله بیشتر به توصیف این سوژکتیویته همچون نتیجه وضعیت کشاکش دولت و بازار مرزی، ماهیت شکننده آن و پیامدهای آن در زمینه خاص و توسعه نیافته شهر بانه می‌پردازیم.

1. specificity
2. contradiction

هدف ما در این مقاله مردم‌نگاری مواجهه افراد با فضای نئولیبرال در حال گسترش در شهر بانه همچون نمونه‌ای از زمینه توسعه‌نیافتگی است. شهر/ بازار بانه فضایی گشوده به‌روی توصیف گسترش نئولیبرالیسم خاص کشور ایران در زمینه توسعه‌نیافتگی اقتصادی و ثبات نسبی فرهنگ است. شهر/ بازار بانه در طول دو دهه گذشته عملاً به مرز نئولیبرالیسم جهانی و دولت ایران بدل شده است، مرزی در کشاکش میان بازار در حال هجوم کالاهای جهانی و محدودیت‌های دولتی در برابر آن است. کالاهای جهانی به شکل‌های مختلف و از مجراهای گوناگون در بانه عرضه می‌شود، دولت عملاً با آن مدارا و گاهی همدستانه برخورد می‌کند، مردم از سراسر ایران برای خرید به بانه مراجعه می‌کنند. در پی این مواجهه بانه دیگر یک شهر کوچک با حاکمیت فرهنگ محلی و اقتصاد کشاورزی باقی نمانده است، بانه به‌واسطه کالاهای جهانی به شهر جدیدی با محوریت بازار بدل شده است. سؤال ما این است که افراد، چگونه خودشان و فضای جدید را می‌فهمند؟ تاریخ آنها، رؤیاهای، ترس‌ها و امکانات آنها در فضای آشنا/بیگانه موجود، چیست و چگونه و چه روایتی از سوپژکتیویته خود ارائه می‌دهند؟ سعی ما در این مقاله بیشتر ارائه‌ای از توصیفات خام زندگی اقشار متوسط شاغل در فعالیت‌های خدماتی در بانه است و نه تبیینی نظری.

پژوهش‌های مرتبط با این موضوع در ایران بیشتر به امکانات این مواجهه پرداخته‌اند و نه مخصه‌های آن. در این رابطه می‌توان به دو پژوهش‌های ذیل اشاره کرد. باینگانی و جلائی‌پور (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «مطالعه جامعه‌شناختی پیامدهای اقتصادی بازار و تجارت مرزی (اتنوگرافی انتقادی بازار مرزی بانه)» پیامدهای اقتصادی ظهور و گسترش بازارهای مرزی از منظر درک و تفسیر و تجربه مردم را بررسی نموده‌اند. نتایج پژوهش مذکور نشان داده است که مهم‌ترین پیامدهای اقتصادی بازار و تجارت مرزی عبارتند از خدماتی‌شدن جامعه، افزایش مهاجرپذیری، هم‌مونیک‌شدن پول، تضعیف شیوه‌های تولید سنتی، تضعیف طبقه متوسط، پیدایش قشر تاجر سرمایه‌دار نوظهور، افزایش فاصله اقتصادی و کالایی‌شدن فضا. کیاسرای (۱۳۹۵) در پژوهش «تحلیل جامعه‌شناختی سیاست‌های نئولیبرالیسم در ایران (مورد دولت هاشمی رفسنجانی)» به بررسی نقش سیاست‌های نئولیبرال دولت‌های پس از جنگ پرداخته است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که اجرای برنامه‌های خصوصی‌سازی و تجارت آزاد در زمینه واردات و صادرات، نه تنها کمک قابل توجهی به بهبود وضعیت اقتصادی کشور نکردند، بلکه کشور را با چالش‌های جدیدی نیز روبرو نمودند. روند کوچک‌شدن دولت نیز تنها

در زمینه اجتماعی و فرهنگی صورت گرفت، که این امر منجر شد تا اقشار ضعیف جامعه از بسیاری از امکانات رفاهی بی‌بهره بمانند، اماطبقات بالا از فرصت‌های ویژه جهت رفاه بیشتر سود جویند. در این پژوهش ما نشان خواهیم داد که سوپزکتیویته مصاحبه‌شوندگان، با شکنندگی تشخیص می‌یابد، هستی اجتماعی آنها مخصصه‌ای است از تقابل‌ها (از قبیل دولت-بازار جهانی، فضای اجتماعی محلی و کالای جهانی، سیالیت روابط و شکل‌های مسلط منجمد) و انتخاب‌هایی که به لحاظ سوپزکتیو ممکن و به لحاظ ایزکتیو مسدود هستند.

۱- چارچوب مفهومی: نئولیبرالیسم و سوپزکتیویته

امروزه مباحث مربوط به نئولیبرالیسم به پیش‌زمینه مطالعات انسانی بدل شده است. شکل‌گیری و تدوین آن در جهان و در فضاها اجتماعی محلی، شکل و پیامدهای آن بر وجوه مختلف زندگی انسانی در حال گسترش است. دیوید هاروی، نئولیبرالیسم را به‌عنوان نظریه‌ای اقتصادی-سیاسی تعریف می‌کند که رفاه و بهروزی انسانی را نتیجه چارچوب‌های نهادی بازار آزاد، تجارت آزاد و مالکیت خصوصی می‌داند (هاروی، ۲۰۰۵: ۲). هاروی شکل‌گیری و تکوین نئولیبرالیسم را در نهادهای آکادمیک خاصی همچون مکتب شیکاگو و گسترش آن در سراسر جهان به شکل‌های مختلف (شیلی، آمریکای دوره ریگان، انگلستان دوره تاچر و چین) را به بحث می‌گذارد. مفروض ما با توجه به این مباحث این است که تاریخ نئولیبرالیسم گشوده و متنوع و متکثر است و فرایند هژمونیک‌شدن آن از زمینه‌ای دیگر متفاوت است، پویایی، محدودیت‌ها، مقاومت در برابر آن و تاثیرات آن نیز متفاوت خواهد بود. در این فضا انگ^۱ از مفصل‌بندی‌های متفاوت نئولیبرالیسم صحبت می‌کند. مفصل‌بندی‌های متفاوت نئولیبرالیسم را می‌توان در میدان‌های مختلف جستجو کرد، از اشکال مختلف سیاست‌گذاری در حوزه‌های سلامت و آموزش و فرهنگ گرفته تا جنسیت، قومیت و نژاد (سعدفیلو، ۲۰۰۴). جامعه ایران با توجه به توسعه ناموزون آن در طول دهه‌های گذشته به شکلی کاملاً متمایز با نئولیبرالیسم مواجهه شده است (نعمانی و بهداد، ۱۳۹۳). در این چارچوب مواجهه نئولیبرالیسم با امر محلی و فرهنگ محلی و هستی سوپزکتیویته خاص این مواجهه موضوعی جدی برای پژوهش است. غیاب این تلقی از نئولیبرالیسم در ایران ضرورت این

1. ong

امر را دو چندان می‌کند. در مطالعات آکادمیک پژوهش در سوژه‌سازی^۱ نئولیبرال بیشتر بر سیاست‌گذاری‌های نئولیبرال، تکنولوژی‌ها و یا گفتمان‌هایی تمرکز دارند که مردم با آن رویارو می‌شوند (schwiter. 2013).

ما در عصر نئولیبرالیسم زندگی می‌کنیم (سعدفیلو، ۲۰۰۴)؛ بخشی از یک طرح هژمونیک که نمی‌توان آن را از منظومه مفاهیم جهانی‌شدن، امپریالیسم، حاکمیت مصرفی، جامعه مصرفی و غیره جدا کرد. نئولیبرالیسم واقعاً موجود دیدگاهی عملی‌تر و متمرکز بر برنامه ثبات اقتصاد کلان، آزادسازی تجارت و خصوصی‌سازی اقتصاد است. در طرح نئولیبرال، مداخله دولتی نامطلوب تلقی می‌شود، چرا که عقلانیت را زیر پا گذاشته و علیه آزادی فردی است (مونک، ۲۰۰۴). این ایده مشترک در نظام نئولیبرال، تاریخ و تحول خاص خود را در کشورهای مختلف دارد. بنابراین نئولیبرالیسم و پیامدهای آن بدون در نظر گرفتن سوبژکتیویته دشوار به نظر می‌رسد. بنابراین همانگونه که دیوید گاندلر^۲ و جولیان رید^۳ عنوان می‌کنند، ما بدون بحث از چگونگی پروبلماتیک کردن سوبژکتیویته در نظام نئولیبرال، عملکرد آن به‌عنوان یک برنامه اجتماعی-اقتصادی را نخواهیم فهمید (گاندلر و رید، ۲۰۱۶: ۲). به نظر گاندلر و رید این امر مستلزم گسست از فهم موجود از سوژه لیبرال متعارف در نظریه اجتماعی و سیاسی است که با عنوان فیگوری به نام انسان اقتصادی شناخته شده است؛ سوژه‌ای عقلانی، مستقل، قدرتمند و غیره در روابط خود. به نظر رید یک جنبه مهم سوبژکتیویته نئولیبرال که بایستی در ذهن داشته باشیم، دگرگونی‌پذیری پویای آن، سیالیت و ترکیبی‌بودن آن است (رید، ۲۰۱۶: ۸). توجه رید به این قضیه را بایستی با ویژگی‌های زمینه‌مند جوامع و میدان‌های مختلف اجتماعی همراه کرد. به‌عبارت دیگر سوبژکتیویته، حامل وضعیت اجتماعی-سیاسی نیز هست. بر این اساس بایستی با پروژه بازاندیشانه خود که از سوی گیدنز ارائه شده است (گیدنز، ۱۳۹۴) با احتیاط برخورد کرد و بایستی به این امر پروژه زندگی‌نامه‌ای خودتحقق‌بخشی نیکلاس روز (Rose. 1999) و مدرنیزاسیون بازاندیشانه بک (۲۰۰۱) را نیز اضافه کرد. در اینجا از نظر ما روایت افراد درگیر و مردم‌نگاری فضای اجتماعی، فرم مفیدی برای تحلیل حیات اجتماعی، گفتمان‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی است. این امر به‌معنای درافتادن در رویکردهای تفسیرگرایانه نیست، بلکه در سراسر این

1. subjectification

2. Ghandler

3. Reid

مردم‌نگاری سعی در افشای مخمسه‌ای داریم که سوژکتیویته را در نهایت خلق می‌کند؛ سوژکتیویته‌ای پاره پاره و شکننده که تداوم هستی‌اش به جایی بیرون از خود وابسته است. برای این کار ما بر روی مصرف و کار افراد در فضای بازمانده شهر بانه متمرکز خواهیم شد. رفت و آمد ما در این فضا، در میانه ساحت‌های اجتماعی متکثر - محلی/جهانی، مرزهای سیاسی، ارتباطات فرهنگی و بین‌فرهنگی و میدان قدرت دولتی - میدان بازار آزاد کالای جهانی گویای آن است که گفتمان نئولیبرال بازار جهانی را پذیرفته‌اند و به لحاظ اجتماعی سرسپرده^۱ آن هستند، اما به لحاظ سیاسی همواره به واسطه تهدید دولتی بسته‌شدن مرز آسیب‌پذیر هستند. از طرف دیگر میدان فرهنگی آنها به وضوح لذت‌گرایی بازار را به رسمیت نمی‌شناسد و حیات نمادین مخالف حیات مادی آنها را صورتبندی می‌کند. بر این اساس سوژکتیویته نه تنها مبتنی بر آزادی و استقلال فیگور انسان اقتصادی نیست، بلکه در عنوان سیالیت و ترکیبی بودن آن نیز بایستی محتاط بود. زمینه‌مندساختن سوژکتیویته در فضای نئولیبرال ناموزون جهان امروز گویای آن است که بر آسیب‌پذیری و شکنندگی سوژکتیویته‌ها تأکید بیشتری داشته باشیم.

ادبیات گسترده‌ای در باب نئولیبرالیسم و سوژکتیویته در حال شکل‌گیری است. مجموعه‌ای از نظریات که خودچیرگی^۲ خودآینی، تفاوت و مسئولیت‌پذیری و خلاقیت فردی را ارج می‌نهند و گرایش نظری دیگری که بر وضعیت‌های خاص زمینه‌های خاص محلی و فرهنگی تأکید می‌کند. ایپهوا انگ معتقد است که نئولیبرالیسم از طریق مفصل‌بندی با مؤلفه‌های غیر نئولیبرال همچون طرد عملی می‌شود. به نظر وی می‌توان دو نوع تکنولوژی را در این رابطه از هم جدا کرد. تکنولوژی‌های سوژکتیویته و تکنولوژی‌های انقیاد^۳. اولی مبتنی بر انتخاب آگاهی و استقلال شهروندان است و دومی استراتژی‌های سیاسی برای قاعده‌مندساختن جمعیت را شامل می‌شود (tugal, 2012). احمد کانا نیز در مقاله‌ای در نشریه انسان‌شناسی فرهنگی (۲۰۱۰) معتقد است که شهروندی انعطاف‌پذیر دریافت‌های سنتی خود را با دریافت‌های نئولیبرال جایگزین نمی‌کند، بلکه تلاش می‌کند نئولیبرالیسم را با مفاهیم غیرنئولیبرال از خویشتن هم‌تراز کند. در رابطه با وضعیت زمینه مورد پرسش ما بایستی هم‌راستا با مباحث انگ، ماهیت

1. subjected
2. self-governing
3. subjection

متناقض نئولیبرالیسم را تأیید کرد، اما با توجه به خاصیت جغرافیای سیاسی مرزها، تکنولوژی‌های سوپژکتیویته و انقیاد هم وزن نیستند و همواره تکنولوژی‌های انقیاد امکان تکنولوژی‌های سوپژکتیویته را مشروط می‌سازند. نتیجه این امر همان چیزی است که ما از آن با عنوان سوپژکتیویته آسیب‌پذیر و شکنده یاد می‌کنیم.

۲- روش‌شناسی پژوهش

روشی که در این تحقیق اتخاذ شده است مردم‌نگاری و خودمردم‌نگاری است. میشل دونیر (۲۰۱۳) می‌گوید «مردم‌نگاری روشی است در علوم اجتماعی که به بررسی زندگی مردم، کنش‌ها و باورها در بستر روزمره آن می‌پردازد. پیمایش‌ها آزمایش‌ها و مصاحبه‌های رسمی همگی به‌وسیله محققان علوم اجتماعی به کار گرفته می‌شوند، در مقابل مردم‌نگار به جستجوی فهم زندگی می‌پردازد آن‌گونه که زیسته می‌شود» (دونیر، ۲۰۱۳: ۴). وی در ادامه می‌افزاید: نتایج کار او عمدتاً مبتنی بر کار میدانی است که مستلزم ورود به دنیای مردم تحت مطالعه همچون مشاهده‌گری نزدیک یا حتی مشارکت‌کننده در مدتی نسبتاً طولانی می‌باشد. مردم‌نگار با سهیم‌شدن در تجارب زندگی روزانه سوژه‌ها بیشتر با شرایط و موقعیت کمتر قابل‌مشاهده‌ای که زندگی این سوژه‌ها را شکل می‌دهد هماهنگ می‌شود (دونیر، ۲۰۱۳: ۶).

هسته اساسی مردم‌نگاری شهری بر این مبنا استوار است که مشاهده مردم در بستر روزمره‌شان در موقعیت‌های سازمان‌نیافته مختلف در یک بازه زمانی طولانی ممکن است سرخ‌هایی از اینکه آنها چگونه جهان‌شان را برمی‌سازند یا معنا می‌کنند به دست دهد. در حقیقت مردم‌نگاری بر سودمندی تجارب شخصی تأکید می‌گذارد، چه تجارب آنانی که مطالعه می‌شوند و چه آنانی که مطالعه را انجام می‌دهند. به‌عبارت دیگر مردم‌نگارها به اینکه در یک لحظه مشخص بودن به چه چیزی شبیه است، به تجارب روزمره مردم عادی در روزهای معمولی، به تفسیرهایی که آنها وارد تجارب‌شان می‌کنند، علاقه‌مند هستند. دونیر تا آنجا پیش می‌رود که اظهار می‌کند «در طول زمان یک مردم‌نگاری خوب می‌تواند تبدیل به یک تاریخ اجتماعی بی‌نظیر شود» (دونیر، ۲۰۱۳: ۹-۱۰).

روش نمونه‌گیری در کار مردم‌نگاری به شیوه نظری است. به این معنا که پژوهشگر بایستی در محیط مورد پژوهش شروع به جمع‌آوری داده‌ها از انواع منابعی کند که به لحاظ نظری پژوهش وی را غنا بخشیده و به موضوعات مورد بحث نزدیک‌تر می‌نماید و تا در پایان محقق را به اشباع نظری برساند. مقاله حاضر در درجه اول حاصل تجربه زیسته مردم‌نگار در

بستر مورد مطالعه بوده و حقیقت امر آن است که یافتن افراد کلیدی یا مطلع^۱ به شیوه معمول در این بستر کاری بسیار دشوار بود چرا که اکثریت عاملان شرکت‌کننده را افرادی تشکیل می‌دهند که بیشتر دارای وضعیت ذهنی منفعت‌گرا و واقع‌بین - به معنای انجام هر آنچه به اهداف و نیازهای من کمک می‌رساند - هستند و از هرگونه برداشت یا بینش خاصی که به شکلی جمعی به بیان مشکلات و مسائل اجتماعی بپردازد خالی‌اند.

میدان مطالعه نیز گروه‌های فعال مختلف در فضای بازار در شهر بانه هستند که عموماً فروشنده‌گان جوان را شامل می‌شود. افرادی که مستقیماً درگیر خرید و فروش کالای جهانی بوده و گروه منحصر به فردی را در سطح فرهنگ محلی تشکیل می‌دهند. البته باید متذکر شد که هر گونه سخن، بحث، نکته و مشاهده‌ای در فضای بازار و در موضوعات مورد بحث از زبان هر کسی به‌عنوان جزئی از کار پژوهش مردم‌نگار خوشه‌چین مورد استفاده قرار گرفته است. نحوه انتخاب نمونه و شناسایی مطلعین بر اساس شناخت مردم‌نگار از شرکت‌کننده‌گان در بازار و مدت زمان سپری‌شده برای آشنایی با افراد بوده است. در این راستا با ۳ نفر مصاحبه رسمی و ۱۴ نفر مصاحبه غیررسمی انجام شده است. گرچه اتکای اصلی مردم‌نگار بر تجربه زیسته و مشاهدات غیرمشارکتی بوده است. روش‌های گردآوری داده مصاحبه رسمی و غیررسمی با استفاده از پرسشنامه باز و مشاهده مشارکتی بوده است. به‌طور کلی حضور در محل اصلی‌ترین کار مردم‌نگار بوده است. همچنین واحد تحلیل در پژوهش حاضر فرد است. برای تحلیل داده‌های مردم‌نگاری در اینجا تحلیل مضمونی را به کار گرفته‌ایم؛ به این معنا که مضامین اصلی داده‌ها را بررسی و به مفاهیم نظری مرتبط ارجاع داده‌ایم.

مردم‌نگار سعی کرده است در حد وسع و امکان به تصویر جریانات و مسائلی از بستر پژوهش بپردازد که به موضوعات اصلی پژوهش ارتباط دارد و فضای کلی بستر محلی نیز در اختیار خواننده قرار گیرد و کلیت نیز دچار آسیب یا تجزیه نگردد و به حاشیه رانده نشود. بر اساس آنچه گفته شد در چارچوب مفهومی و روشی ذکرشده، در جستجوی تاریخ اجتماعی تجارت مرزی در شهر بانه، مناسبات و تعامل متعارض و پرنوسان دولت و بازار در پدیده تجارت مرزی و در نهایت به ناپایداری فرهنگی و ازجاکنندگی اجتماعی وضعیت پیش‌گفته می‌پردازیم. این سه مضمون بنیادی نتیجه مشارکت زیسته و مصاحبه رسمی و غیررسمی با کنشگران درگیر در میدانی به گستردگی شهر/بازار بانه بوده است.

1. gatekeepers

۳- تحلیل یافته‌ها و میدان مورد مطالعه

شهرستان بانه چه به لحاظ جغرافیایی و چه به لحاظ فرهنگی تا همین اواخر دارای وضعیتی حاشیه‌ای و بسته بود و مردم این شهرستان فرهنگ و تاریخ اجتماعی خاص خود را داشتند؛ بنابراین طبیعی است که ارزشهای محلی مختص به خود را پرورش داده و فرهنگ متمایزی نیز در جامعه تولید نمایند؛ اما امروزه به واسطه موقعیت مرزی و همچنین گسترش بازارهای جهانی وضعیتی استثنایی را به دست آورده است، چرا که طی سالهای اخیر خیل عظیمی از کالاهای جهانی به بانه سرازیر شده و از تمام نقاط ایران برای خرید کالا به این شهرستان سفر می‌کنند که شاید در طول تاریخ با این وسعت با جهان خارجی و کالاهای آن مواجهه و برخورد نداشته و هرگز تجربه چنین تحولاتی را از سر نگذرانده باشد.

کسانی که در بانه زندگی می‌کنند شاهد روندی از تحولات در سالهای اخیر بوده‌اند که فضای سنتی و بافت فرهنگ محلی این شهر را به طرز محسوسی دگرگون نموده است؛ بازاری که در نهایت شکل گرفت منجر به تغییرات بسیار وسیع و شدیداً عمیقی در فضای شهری، فرهنگ مردم محلی و حتی استراتژی‌های کلی دولت گشته است. پاساژها، شرکت‌های حمل و نقل باری بین‌المللی، بنگاه‌های تعویض ارز (صرافی‌ها)، دفاتر آژانس‌های مسافرتی بین‌المللی، بانک‌ها و مؤسسات مالی متنوع با شعب متعدد، توره‌های توریستی، هتل‌ها و مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها و غذاخوری‌ها در راستای نیازهای جدید بازار مدرن وارد این فضا شده و چهره شهر را به کلی دگرگون نموده‌اند. در واقع مقوله‌ای که می‌توان از این وضعیت استخراج نمود مدرنیزاسیون خصوصی و از پایین بازار است.

۳-۱- تاریخ اجتماعی تجارت مرزی

مرزها واقعیت سیاسی امروز و محصول تاریخ، سیاست و قدرت‌اند و مرز آگاهی نتیجه توامان شرایط درونی و بیرونی است با پیامدهای عینی و ذهنی. مخرمه بنیادی سوپژکتیویته در این شرایط، نتیجه این وضعیت است. بر این اساس مرزها همواره فراتر از آن چیزی هستند که به نظر می‌رسند. در وضعیت مدرن خاورمیانه این استعلای مرزی درهم آمیختگی پیچیده‌ای از سیاست‌هاست. در رابطه با کردستان از روزگاران گذشته مرزها ماهیتی فرهنگی داشتند و بخشی از فرایند زیست اقتصادی. اما در جهان دولت-ملت‌ها و ظهور نتولیبرالیسم و به‌ویژه پس از سقوط صدام و رسمیت اقلیم

کردستان عراق مخصصه حیات مرزی در شهرهایی همچون بانه (گسترش پدیده کولبری، مدارا با فروش گسترده کالای جهانی، سیاست‌های متناقض دولتی و بی‌ثباتی فرهنگی) آغاز شد. در این چارچوب همواره مردم محلی که جزئی از گروه‌های «در حاشیه مانده»^۱ -اگر نگوئیم به حاشیه رانده شده- جامعه ایران بودند همواره به مرز به‌عنوان مفرّ و یا منبعی برای از سرگذراندن بحران‌های منطقه‌ای و بین‌المللی نگریده‌اند که نوعی مرزآگاهی فرهنگی، سیاسی و در رابطه با موضوع ما در این مقاله اقتصادی را به‌دنبال داشته است.

در کشورهای جهان سوم توسعه به‌طور نامتوازن صورت گرفته است و اغلب دولت‌های مرکزی از توجه به مناطق حاشیه‌ای و مرزی و تأمین نیازهای آنان باز می‌مانند. منطق توسعه در قالب سیاست‌های توسعه‌ای بانی خلق تضادها، شکاف‌ها، عدم توازن، تهیدستی و به‌طور کلی ناپایداری اجتماعی-اقتصادی است. نگاهی سطحی به شرایط اقتصادی و اجتماعی این نواحی، شخص ناظر را از سختی و فرسایشی بودن معیشت آنها آگاه می‌سازد. این شرایط و مضاعف‌شدن وضعیت مرزی همیشه انتخاب دیگری را در اختیار مرزنشینان قرار داده است: آن سوی مرزها. نمونه بارز این وضعیت در دوران جنگ بین ایران و عراق و همچنین جنگ دولت بعث عراق با مناطق شمالی کردنشین رخ داد که مردم محلی بانه با خیل عظیم آواره‌گان کرد عراقی روبرو شدند. اما توجه به مرز به‌عنوان فرصتی تجاری و امکان رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی آن برای مردم شهر هنگامی شروع شد که دولت مرکزی بعد از پایان جنگ در سال ۱۳۶۸ رشد اقتصادی را در اولویت برنامه‌های خود قرار داد. از طرف دیگر به‌دلیل ناآرامی‌های داخلی عراق و جنگ با کویت بنیادهای اقتصادی و علی‌الخصوص کشاورزی این کشور به‌دنبال جنگ‌های پی‌درپی به‌شدت تخریب شده و فرصتی صادراتی را برای ایران مهیا کرد. به این ترتیب دولت با احداث بازارچه مرزی و بنگاه‌های پیلهوری و استفاده از قرابت‌های زبانی و فرهنگی و حتی خویشاوندی مردم محلی در دو سوی مرز کالاهای ضروری و در مراحل بعدی هرگونه کالایی را که تقاضا برای آن وجود داشت به عراق صادر می‌نمود. متعاقباً نگرش مردم محلی به مرز از فاز بحرانی- معیشتی خارج شده و همچون فرصتی برای اشتغال و درآمد تغییر یافت و دیدگاهی بازرگانی- تجاری غالب شد. اما دیری نپایید که ورق برگشت. مردم محلی تا حدودی با تفاوت قیمت کالاها در دوسوی مرز هر

1. marginalized

چه بیشتر آشنا شدند و از طرفی با خروج تدریجی عراق از بحران و سقوط صدام حسین بحران‌های عراق فروکش کرده و به تبع آن صادرات اقلام ضروری و کشاورزی نیز کاهش پیدا کرد. از سوی دیگر سیاست اقتصادی درون کشور و کشاکش‌های سیاسی با غرب، بانه را در مرز رویارویی مستقیم با بازار جهانی کالاها قرار داد. تحمیل تعرفه‌های گمرکی توسط دولت مرکزی که روی اغلب اقلام و به‌ویژه کالاها لوکس تا چندین برابر وضع می‌شد باعث وارونه‌شدن جریان شده و مردم محلی به سمت واردات کالا از طریق کولبری اقدام نمودند. وضعیت زمینه‌ای و مداخله‌گر عمده در این رابطه توسعه‌نیافتگی استان کردستان است و همین دیالکتیک کولبری را در این استان و استان‌های همجوار ممکن ساخته است. بنابراین ما در رابطه با این دیالکتیک مفهوم «حک‌شدگی»^۱ پدیده تجارت مرزی در متن تحولات اجتماعی این شهر پرداخت چرا که تجارت مرزی با بسیاری از شرایط و مناسبات محلی اعم از اقتصادی، فرهنگی و سیاسی گره خورده بود. در نتیجه تجارت با عراق چنین تصویری در ذهن مردم شکل گرفت که مرز یک امکان بالقوه اقتصادی برای شهر است. بنابراین سیر تاریخی تکوین مرز-آگاهی به شکلی است که در ابتدا دارای فرمی بحرانی/معیشتی بوده و به‌دنبال تحولات و مسائل مختلف محلی در حال حاضر به بازرگانی/تجاری تغییر یافته است که می‌بایست در تاریخ اجتماعی و نحوه شکل‌گیری بازار بانه لحاظ گردد. تصورات پیرامون شکل‌گیری بازار را معنی‌هایی مانند فرصت، مقاومت و درآمد فراگرفته بود که باعث همراهی و همدلی اغلب پنهان و ناگفته مردم در حمایت از قاچاقچیان (به زبان مردم محلی راننده سه اف) و در نهایت منجر به استقرار بازار شد. مضاف بر اینها به‌دلیل گران‌بودن کالاها وارداتی از گمرکات رسمی و فضای بسته داخلی میل به مصرف کالاها خارجی ارزان در میان مصرف‌کنندگان داخلی شکل گرفته بود که با گذشت چند سال و جاافتادن نسبی بازار حجم وسیعی از مسافران به این شهر سرازیر شدند. از طرفی چون آن دسته از کالاها وارد شهر می‌شدند که هیچ‌گونه اصطکاک را با خط قرمزهای دولت بر نمی‌انگیخت و کالاها معمولی زندگی روزمره را شامل می‌شد بهانه‌ای به‌دست دستگاه‌های اجرایی نمی‌داد و نوعی از مشروعیت را برای بازاریان به‌همراه داشت که کسب و کار خود را حلال قلمداد می‌کردند. آنچه از ذکر این تاریخچه مختصر در نظر داریم اشاره به روند تاریخی تحول مرز-آگاهی مردم محلی از فاز بحرانی/معیشتی به بازرگانی/تجاری است.

1. Embeddedness

دوره دوم / شماره اول / بهار و تابستان ۱۳۹۸

هم اکنون مردم با ورود سریع و به روز کالاها از بازارهای جهانی - کالاهایی که هر یک نماد فرهنگی خاص و حامل معانی ویژه خود می باشند - از یک سو و ارتباط با فرم های متنوع فرهنگی به واسطه هجوم مسافران از تمام نقاط کشور به محیط خود از سوی دیگر، روبرو هستند. همچنین فضای نوظهور شهری در بانه مردم محلی را مجموعه مکان ها و اشیاء جدیدی که همان پاساژها و کالاهای جهانی هستند روبرو کرده است. اینها تجربه ای ویژه را برای مردم محلی فراهم کرده است. بنابراین کنکاش چالش های پیش روی چنین مردمان شهری که در طی چند سال به طور ناگهانی به ورطه جهانی شدن افتاده است پرسش زیربنایی پژوهش حاضر و دغدغه خاص مردم نگار است.

۲-۳- تعامل متعارض دولت و بازار در پدیده تجارت مرزی

کالاهایی که به بانه وارد می شوند به لحاظ قانونی و از دید حکومت مرکزی همچنان غیرمجاز یا قاچاق هستند و علی رغم ماهیت غیرقانونی، شاهد نوعی تحمل و یا چشم پوشی از سوی دستگاه های اجرایی دولتی نسبت به بازار هستیم. گرچه شاید این چشم پوشی ها تحت فشارهای اجتماعی و مدنی مردمی و جهت کنترل شکاف های مختلف قومی و مذهبی اعمال شوند. در هر صورت بازار اکنون هیچگونه سازوکار قانونی و حقوقی نوشته شده ای نداشته و تعامل با آن به شیوه ای بوده است که در هر زمان و هر شرایطی هیچ نوع امتیاز یا حقی را برای مردم به ارمغان نیاورد و بنا بر مصلحت و موقعیت، قدرت بتواند امکان ابتکار عمل هرگونه برخوردی را در دست داشته باشد.

م.کننده: تا حالا فکر کردی که قاچاق به اقتصاد کشور ضربه می زنه؟ می دونی که دولت این کار شما رو قاچاق میدونه؟

م.شونده: من خودم رو قاچاقچی نمیدونم من یه کاسبم ... دولت برای من چیکار کرده که من به فکر دولت باشم؟

م.کننده: باشه ولی خوب کارخانه و کارگاهها تعطیل میشه وقتی این کالاها رو وارد بازار می کنی.

م.شونده: بابا این عددها که واسه اقتصاد ایران چیزی نیست ... اینها کاسبی چمدانیه ... تازه مگه خود دولت انقدر برنامه ریزیش درسته؟ این حرفها فقط واسه گیر دادن به مردم بیچاره س که کاسه کوزهها رو سر اونها بشکنن ... اینجا هر کی باید به فکر خودش باشه مگه اون تهرانی وقتی من نون نداشتم بخورم به فکرم بود؟

م.کننده: بله ... درسته...» (مصاحبه غیر رسمی - ریبوار. م).

هچنین به میدان مورد نظر و نحوه پیدایش آن نگریت که از سوی نیازه‌های محلی مردم بومی، همسویی نیازه‌های مصرف‌کننده‌گان محلی و داخلی کشور که از نقاط دور و نزدیک به این شهر مسافرت می‌کردند از سوی دیگر- و حتی مهم‌تر از همه- نیاز بی‌پایان سیستم جهانی سرمایه‌داری به فتح بازارهای جدیدی که تحت سیطره دولت-ملت‌های مرکزی هستند با هم همگام شده و دولت-ملت مرکزی را به سمتی سوق داد که شکل‌گیری چنین بازاری رقم زده شود. بنابراین روشن شد که مجموعه‌ای از شرایط تاریخی-اجتماعی متشکل از نقصان‌های محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی در کنار هم قرار گرفته و بانه به بازاری مرزی بدل شد.

از سوی دیگر میل به مصرف کالاهای خارجی از سوی مصرف‌کنندگان داخلی ایران در رونق بازار بانه بسیار مؤثر بود و گویی این بازار میل مصرف‌کننده ایرانی را به مصرف کالای خارجی شناسایی کرده است و از طرفی هم دسترسی به کالای خارجی در بازار داخل ایران برای آنان همچون فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی برای جوانان اروپای شرقی بود که میل مفرطی به مصرف کالاهایی با برند غربی (از جمله کوکاکولا) داشتند. شاید بتوان پا را از این هم فراتر گذاشت و گفت نوعی از اعتراض به فضای داخلی در گرایش به مصرف کالای خارجی در میان مصرف‌کننده ایرانی به‌خصوص در میان اقشار متوسط و ضعیف به‌حاشیه‌رانده‌شده وجود داشته است. در واقع اگر بخواهیم به سبک تاملینسون (۲۰۰۵) استدلال نماییم گروه‌های متوسط و کم‌درآمدتر جامعه ایران به‌واسطه مصرف کالای خارجی به هاله پیرامون این کالاها نیز دست یافته‌اند و در مقابل از هاله معنایی کالای داخلی نیز گریزان بوده‌اند. همچنین از دیگر تأثیرات شکل‌گیری بازار، تلطیف چهره بازنمایی شده از کردها و عقاید قالبی در میان دیگر قومیت‌های ایرانی بود به شکلی که بسیاری از مسافران هنگام ورود به شهر از تفاوت آنچه از کردستان و کرد در ذهن داشتند با آنچه خود تجربه می‌کردند، دم می‌زدند و به این ترتیب بازار و قیمت ارزان‌تر وجهه‌ای فرهنگی مناسب‌تر و حتی مترقی‌تری را از مردم بانه و کردستان به‌طور کلی ایجاد نمود که نوعی از مشروعیت و رسمیت را برای کسب‌وکار مردم محلی و بازار نوظهور آن به همراه داشت و معانی منفی‌تر قاچاق را به حاشیه‌راند.

در واقع چنانچه بخواهیم صورت‌بندی درستی از ایجاد و استقرار بازار در بانه به‌دست دهیم، می‌بایست تأکید کنیم بازار چه از جنبه ایجادکننده‌گان آن از لحظه‌ای که شهر را درگیر خود نمود چه از جنبه مشتریان و مصرف‌کننده‌گان آن، شکلی بسیار مردمی و

عامیانه^۱ به معنای تخصصی آن داشته است، حقیقت آن است که حکومت مرکزی چنانچه خواستار مدیریت درست و به عبارتی مردمی بازار می‌بود، توان سازماندهی و تعیین تکلیف را برای شرایط این ناحیه دارا بود. در واقع قدرت شاید به واسطه سوءمدیریت از طریق القای وضعیت ممنوع و غیرقانونی و انگ قاچاقچی، متمرّد، قانون‌گریز و ... سعی در نگهداشت و تثبیت شرایط بحرانی در شهر داشته است تا بدین وسیله مدیریت و کنترل جوانب مختلف بازار را در دست خود داشته باشد. از این رو چنین برداشتی دور از ذهن نبوده است که رابطه‌ای که دولت با شهر/بازار بانه برقرار نمود عرضه وضعیت بحرانی و آشفتگی بوده است تا نوعی از بی‌نظمی را بر منطقه تنظیم و نهادینه سازد و از این طریق آزادی در برخورد و به‌طور کلی‌تر ابتکار عمل را برای خود حفظ نماید. چنانچه بخواهم به صورت دیگری به این وضعیت وارد شویم می‌توانیم این چنین به بیان موضوع بپردازیم که بالابودن نرخ بیکاری در منطقه و همپوشانی شکاف‌های قومیتی، مذهبی و طبقاتی مناطق کردنشین از جمله فشارهای جامعه مدنی کردستان و در اینجا بانه بود که دولت مرکزی را وادار به نوعی مصلحت‌گرایی و مدارا در مقابل بازار مذکور نمود. در واقع باید این نکته را تصریح نمایم که قدرت سعی کرده است به‌طرز نامحسوسی مقاومت اجتماعی را مدیریت و مهندسی نماید. گذار حکومت از مرحله انکار و برخورد مستقیم به مدارا، مهندسی، مدیریت و جهت‌دهی روندی است که قدرت در مواجهه با بازار بانه در پیش گرفته است که حاکی از نوعی عقب‌نشینی استراتژیک و تاکتیکی است.

با وجود چنین جریاناتی می‌توان اظهار نمود که استقرار بازاری هرچند غیررسمی و بسیار آسیب‌پذیر در شهر توانست با بسیاری از ابعاد بستر محلی و متن زندگی مردم ارتباط برقرار نماید و نوعی از مشروعیت و رسمیت را برای خواست‌ها و نیازهای مردمان محلی -به‌ویژه در برابر قدرت- به ارمغان آورد. بنابراین بازار همان پدیده‌یغیررسمی‌ای است که به زندگی اقتصادی بانه و پدیده تجارت مرزی رسمیت می‌بخشد.

۳-۳- ناپایداری فرهنگی و ازجاکندگی اجتماعی

گرچه استقرار بازار نتیجه حکم‌شدگی آن در متن شرایط و مناسبات تاریخی/جغرافیایی محلی بود اما با گذار از این برهه این بازار است که شرایط و قوانین خاص خود را بر متن

1. popular

محلی تحمیل و حتی حک کرده و فرم‌ها یا عقلانیت مختص به خود را حاکم نمود و در ادامه منطق خاموش اقتصاد کاپیتالیستی استقلال، رهایی، انتزاع یا «از جا کندی»^۱ مجموعه روابط بازار را با تمام متعلقات آن از متن محلی فراهم نمود. اقتصاد نئولیبرالی متأخر هرگونه پایبندی به «امر اجتماعی»^۲ را رد می‌کند تا آنجا که دولت-ملت مدرن هم تا جایی مشروع و کارآمد است که به اصول اقتصاد سیاسی «بازار آزاد»^۳ پایبند باشد. در ادامه روند این انتزاع را در عرصه‌هایی که برای مردم‌نگار مشهود بوده است بررسی می‌نماییم.

۳-۳-۱- فردگرایی ضداجتماعی

به محض آنکه واژه بازار مطرح می‌شود سازوکارهایی به دنبال آن به ذهن می‌رسد که مستلزم عملکرد درست آن در اقتصاد سرمایه‌داری است- رقابت، فروش، عرضه، تقاضا و یکی از تحولات جالبی که بازار با خود به این متن محلی وارد کرد رقابت بازاریان برای فروش کالاها است که منجر به فردگرایی ضداجتماعی در عرصه فروش شد.

«م.کننده: شنیدین که بعضی‌ها جنس تقلبی می‌فروشن و ادعا هم می‌کنن که اصلی هستن... نظرتون راجع به اینها چیه؟»

م.شونده: می‌خواوی من نفر نشونت بدم که با تانکر شامپو پاوه می‌خره می‌ریزه تو قالب شامپوی خارجی و ده نفر هم براش کار می‌کنن ... فکر هم می‌کنه آدم زرنگیه ... اما الان همه می‌شناسنش و باعث بدنامی بازار بانه هم شده... می‌خوان یک شبه همه چی رو به دست بیارن» (مصاحبه رسمی-کریم. م).

افراد به دلیل فروش در شرایط بحرانی به آسانی دریافته‌اند چنانچه بخواهند فروش کنند می‌بایست همه تلاش خود را به کار گیرند که مشتری را وادار به خرید محصول خود کنند. در این راستا شروع به بدگویی از اجناس موجود در بازار و حتی مابقی بازاریان همشهری خود می‌کنند. مکان بازار بانه به حدی متراکم است که مشتری به شعاع حداکثر یک کیلومتر انواع کالاهای لوکس زندگی روزمره را به راحتی می‌تواند به دست آورد؛ بنابراین فروشندگانی که در این مکان به فعالیت می‌پردازند از طرفی

1 disembeddedness

2. The social

3. laissez-faire

به واسطه نوسانات شدید ارزی و دیگر موانع ساختاری پیش‌روی کالای قاچاق و همچنین حاکمیت فضای نوکیسه‌گی در بستر کلی‌تر کشور به‌شدت اقدام به «دامپینگ»^۱ قیمت محصولات نموده‌اند تا حدی که ممکن است کالاهای گران قیمت با سود بسیار پائین به فروش برسند. مضاف بر این به واسطه شرایط داخلی اقتصاد کشور قدرت خرید مصرف‌کنندگان به‌طور مستمر تضعیف شد که موجب ظهور و ورود کالای بدل و به اصطلاح کپی به بازار بانه گشت. به‌راحتی فروشندگان شروع به تعریف از جنس خود کرده و مابقی کالاهای بازاریان را بدل و کپی‌شده معرفی می‌کنند. این شرایط باعث گسیختگی‌های رفاقتی، فامیلی و حتی صنفی نیز شده است. فروش تنها وظیفه‌ای است که بر عهده یک بازاری گذاشته شده است و مابقی امور اجتماعی می‌بایست به کناری زده شده و معلق شوند.

«الف. صادقی: من با یکی از دوستان مشورت کردم حرف خیلی جالبی زد اون گفت بین تو شاگرد یا شریک یا دوست نمی‌خوای ... فروشنده می‌خوای ... کسی که بلد باشه بفروشه ...
ه. کریم زاده: اها ... باشه من فکرهام رو بکنم بهتون خیر میدم» (مشاهده مشارکتی - تجربه شخصی).

در واقع از این سخنان کاملاً مشخص بود که این شخص از قبول هرگونه مسئولیت و رابطه‌ای با کسی که می‌خواست استخدام کند خودداری کند و تنها برای او فروش کند. در واقع روابط به سمت نوعی از روابط سرد و رسمی در حال گذار بود.

«م.کننده: کاک شیرکو این مشتری که دیروز اینجا بود الان رفته پیش پسر خالهت ریوار ... چی شد که رفت اونجا؟

م.شونده: نمی‌دونم بازاره دیگه مشتری‌ها رو از هم می‌دزدیم هر کس زرنگ باشه بتونه مشتری خودشو جذب کنه مفتنه چنگش» (مصاحبه غیررسمی).

«م.کننده: به نظرت چرا رقابت انقدر زیاده تو بانه؟ اصلاً رقابتش که به کنار چرا پشت سر هم بدگویی میکنن؟

م.شونده: چون همه می‌خوان زود به همه چی برسند... چون چک داده واسه کرایه مغازه کل سال اگه نتونه بفروشه نابود میشه و از بازار عقب میفته» (مصاحبه غیر رسمی).

1. Dumping

علاوه بر اینها به واسطه شکل‌گیری بازار گروه‌های پایین‌دست مختلفی از جمله دست‌فروشان، کولبران، گاری‌چی‌ها و... به وجود آمده است که مغازه‌داران کمترین اطلاعی از نحوه کسب و کار آنان نداشته، دارای رابطه خشک و رسمی بوده و کاملاً از یکدیگر فاصله گرفته‌اند که به «جزئی شدن»^۱ یا پاره‌پاره شدن اجتماع محلی انجامیده است.

م.کننده: تا حالا با نیروی انتظامی و گمرک و ... برخورد داشتین؟

م.شونده: نه... ما بارو میدیم به برابری که ضمانتی کار می‌کنن... اگه جنس هم گرفته بشه اونها پولشو برامون بر می‌گردونن... هیچ ارتباطی باهاشون نداریم.

م.کننده: با خود باربرها و کولبرها چی؟

م.شونده: در همین حد که بار رو ازشون تحویل می‌گیریم تو انبار... دیگه نمیدونم چه جوری بار رو میارن یا از کجا میارن یا با ماشین میاد یا با الاغ و کولبر» (مصاحبه رسمی - ریبوار. م).

روابط خویشاوندی و خانوادگی هم از هجوم عقلانیت بازار مصون نمانده و فرم روابط تماماً زیر سیطره بازار شکل می‌گیرد:

«برادر اول: برام هشتصد میلیون تومان حواله کن با اسه هزار و پانصد و اسی و پنج تومن

برادر دوم: نمی‌بینی چهل تومنه؟

زیادی حرف نزن الان سی و پنج بود...

نخیر الان دیگه چهله برو یه جا دیگه حواله کن...

احمق... [پدر دو برادر هم در حال تماشا کردن بود]» (مشاهده مشارکتی - صرافی).

م.کننده: اگه یه فامیل یا یه دوست به یاد و بخواد از شما جنس بخره چطور باهاش برخورد می‌کنی؟

م.شونده: خیلی عادی مثل یه مشتری

م.کننده: اگه توقع نابجایی داشته باشه چی؟ مثلاً بخواد خیلی ارزون باهاش حساب کنی؟

م.کننده: نه اصلاً اجازه نمی‌دم و نمی‌زارم روابطم قاتی کارم بشه

م.کننده: اگه بخواد ازش سود نگیری چی؟

م.کننده: نه من حتماً سود خودمو ازش می‌گیرم...» (مصاحبه غیر رسمی - شیرکو. ص).

1. fragmentation

دوره دوم / شماره اول / بهار و تابستان ۱۳۹۸

۲-۳-۲- مناسکی شدن عرف و حذف میراث فرهنگی

علاوه بر نحوه استقرار روابط و مناسبات، آداب و رسوم عامه نیز از این قضایا مصون نمانده است و این وضعیت به حدی رو به پیشرفت است که افراد خویشاوند تنها در موارد خاص با یکدیگر برخورد می‌کنند:

«دنیا جوری شده که قوم و خویش فقط برای عروسی و عزا فامیل هم هستن» (قول معروف).

از جمله تغییرات و تحولات دیگر افزایش ازدواج‌های بین‌فرهنگی و بین‌قومیتی است. قبلاً به واسطه تفاوت‌های فرهنگی، مذهبی و ملی کمتر موردی از این دست قابل مشاهده بود، حال آنکه بعد از گذشت یک دهه بسیاری از جوانان بانه‌ای فعال در بازار با انبوه مسافران از نقاط مختلف کشور روبرو هستند که منجر به ایجاد آشنایی و مراودات دوستانه با مشتریان آنان شده است. فروریختن عقاید قالبی چه از طرف مسافران و چه از طرف مردم محلی از عوامل کلیدی این نزدیکی بوده است؛ اما آنچه ریشه تاریخی‌تری دارد تحقیر فرهنگی اقلیت‌ها در ایران است که باعث شده است در شرایطی که اکنون که اعضای فرهنگ اقلیت در وضعیت مادی بهتر یا شاید برتری نسبت به گذشته قرار گرفته‌اند سعی در جبران شأن اجتماعی خود داشته و برای به رسمیت شناخته شدن، اقدام به «کردارهای بین فرهنگی»^۱ از این دست کنند. به عبارتی «همسایگی فرهنگی» (آپادورای، ۱۹۹۶) از نتایج ورود جریان جهانی شدن به این شهر است که برای چنین اعمالی ترسیم یک مرز فرهنگی خاص ناممکن می‌نماید.

«آیا بازار بانه برای شهر شما سقز منفعتی داشته است؟»

سقزی: بله چطور نداشته همه مسافران بانه خریدشون رو می‌کنن میان اینجا قضای حاجت می‌کنن» (قول معروف)

همچنین تغییر معانی مشترک جمعی پیرامون عدالت و صداقت و آزادی در متن فرهنگ محلی از دیگر تغییرات عمده‌ای است که عمیقاً به استقرار بازار پیوند خورده است. این مفاهیم جمعی که قبلاً در بافت سنتی فرهنگ محلی روابط درهم‌تنیده‌ای با ساختار اجتماعی و اعتقادی داشتند اکنون دچار تحولات عمیق معنایی شده‌اند. «م.کننده: آقای محمودی شما که صاحب برند هستید چرا کاری نمی‌کنید که اجناس شما دارای بهترین کیفیت باشند... البته نمی‌گم اجناس تون بی کیفیته...»

1. cross-cultural practice

م.شونده: الان قدرت خرید بازار در همین حده... این حد از کیفیت رو می‌خره... بیشتر از این ور نمی‌داره...

م.کننده: اها یعنی شما می‌فرمایین کیفیت جنس‌هاتون به نسبت قدرت خرید بازار خوبه ... خوب شاید اینطوری ارزش مارک و برند شما پایین بیاد... درسته؟
م.شونده: به هر حال کیفیتی که من به مشتری ارائه می‌دهم به نسبت پولیه که میده... حقش همینه» (مصاحبه رسمی - ک.م)

آقای ک.م که از سرشناس‌ترین تاجران نیز هستند در این گفتگو به طرز ظریفی از نحوه برقراری عدالت و انصاف میان قیمت و کیفیت اجناس خود در بازار سخن می‌گوید. در واقع شاید در لحظه اول مصرف‌کننده/مشتری انتظار داشته باشد که بهترین جنس را بالاترین کیفیت خریداری کند و در همان حال پول زیادی هم نپردازد یا حداقل به‌طور قابل توجهی خرید صرفه‌جویانه‌ای انجام داده باشد. اما غافل از اینکه این توقع با واقعیت بازار و تعادلی که میان قیمت و کیفیت برقرار می‌کند هم‌خوانی ندارد. به این ترتیب تفاوت معنایی عدالت نزد مشتری و نزد فروشنده مشخص می‌شود. از این رو است که در هنگام فروش بازاریان از اینکه جنس بدل بفروشند ابایی ندارند چرا که در ذهن خود اینطور قضیه را توضیح می‌دهند که من پول جنس بدل را از او گرفتم هرچند جنس بدل فروخته باشم.

مبنای قضاوت‌های اخلاقی درباره افراد هم بر محور کسب‌وکار و فعالیت اقتصادی آنان می‌چرخد و کسی که از لحاظ اقتصادی به موفقیت نرسیده باشد انواع گمان‌های اخلاقی بر وی حمل می‌شود:

«فرهنگ سنتی ما فرهنگی تعارفی بود پدر و مادرها دوست داشتن بچه هاشون شرم و حیا داشته باشن و بچه با ادب و شرمگین مورد پسند و تمجید بود و درصد زیادی از افراد اجتماع ما شرم و حیا داشتن... اما الان اگه همینطور باشی و یا تو تعارف رفاقت گیر کنی قطعاً موفق نمی‌شی... به‌نظر من هیچ‌کس از نظر مادی موفق نمیشی از نظر معیارهای اخلاقی هم موفق نخواهی بود چون ورشکست میشی و آبروت میره» (مصاحبه رسمی - حسین.ا).

۳-۳-۳- اقبال و بد اقبالی‌های سوژه

اغلب افرادی که در بازار موفق می‌شوند و به سرمایه قابل توجهی دست پیدا می‌کنند وقتی که از دوران پر فراز و نشیب کار خود از روز اول صحبت می‌کنند مرحله‌ای را ذکر

می‌کنند که از آن با عبارت «ثاورم نه کرده‌وه» (آتیش به پا می‌کردم) یاد می‌کنند. اینجا فرد مانند شخصیتی بدون قید و بند یا بسیار پرخاشگر ظاهر می‌شود تا همه از او حساب ببرند و چنین تصور شود که نمی‌توان پول او را بالا کشید. همچنین شخص با پس‌زدن همه عرف‌ها خود را از فضای سنتی محدودکننده و دست‌وپاگیر خلاص می‌کند. فردی هم که به چنین شخصی مقروض است دچار یک شوک یا نوعی بهت فرهنگی می‌شود چرا که متوجه این نکته می‌شود که او هیچ شخصیت و ارزش و اعتباری بدون داشتن پول ندارد. به این ترتیب هویت او به صورت بخشی‌شده یا جزئی‌شده در می‌آید یا حداقل این توانایی را پیدا می‌کند که بنا بر شرایط خاص کارهای خلاف عادت انجام دهد:

«الف. رحیمی: اون دوره آتیش به پا می‌کردم کاک مهدی... مگر کسی می‌تونست جرئت کنه باهام بد قولی کنه؟... هر کی پولمو نمی‌داد می‌رفتم تو مغازه ش دو تا داد سرش می‌کشیدم و حرف‌های بو دار بهش می‌پرندوم که خجالت بکشه م. کرمی: چی می‌گفتی مثلاً؟»

الف. رحیمی: مثلاً می‌گفتم اینجوری نون زن و بچه‌ات رو در میاری؟ م. کرمی: برات سخت نبود؟

بازار اینطوری می‌کنه آدم رو کاک مهدی... ساده باشی و محترم بازی در بیاری یک شبه می‌خورنت» (مشاهده مشارکتی غیر مستقیم).

به این ترتیب فرهنگ مردم محلی هر چه بیشتر به سوی پاره‌پاره‌شدن پیش می‌رود. این امر در کلیت آن بیشترین تأثیری که داشته است زوال و نابودی فرهنگ یکپارچه و مشترک عمومی مردم محلی است که به هرج‌ومرج عقیدتی، دل‌زدگی نسبت به همه مرام‌ها و مسلک‌های بومی و محلی، تشمت آرا، عدم جذابیت تفکرات ایدئولوژیک و به‌طور کلی زوال اجتماع انجامیده است. با ادامه این روند آنچه باقی خواهد ماند هویت‌های مصرف‌گرای تمرکز زوده، خرده‌فرهنگ‌های مختلف و حتی فرقه‌گونه‌شدن گروه‌های اجتماعی و توده‌ای شدن جامعه در سرانجام آن است؛ هویت بازاری: شناسایی فرد و اعتبار او بر مبنای تعهدات مالی او در ارتباط با سایر بازاریان است نه اخلاق به معنای سنتی/محلی آن. افراد به آسانی می‌توانند در بازار فعالیت اقتصادی داشته باشند در حالیکه شاید در حوزه خصوصی دارای مشکلات اخلاقی حادی باشند که نشانه‌ای از تفکیک حوزه خصوصی از حوزه عمومی/بازاری است.

«م.کننده: به نظر شما چرا دولت اجازه داده داخل شهر این کالاها فروخته بشه و کسی هم قاچاقچی محسوب نمیشه؟»

م.شونده: دولت میخواد مردم سرگرم باشن...

م.کننده: چطور؟ توضیح میدی بیشتر؟

م.شونده: خوب اینطوری مردم کاری به چیزی ندارن فقط به فکر معامله و کاسبی هستن... دنبال خیلی چیزها نمیرن» (مصاحبه رسمی- امید. ر).

از سوی دیگر بداقبالی‌های سوپژکتیویته به واسطه جای‌گیری بازار بحران‌زده از نتایج بسیار پنهان و مطلوب برای قدرت در چهارچوب روابط و شرایط اجتماعی نوظهور منطقه است. قدرت توانسته است با بازگذاشتن امکان فعالیت اقتصادی مرزی در داخل شهر، عامه مردم را به سمتی سوق دهد که هرگونه مطالبات هویتی، زبانی، فرهنگی، مذهبی و غیره به حاشیه رانده شود و در واقع تنها فعالیت‌هایی که ظاهراً قدرت با آن کمتر مخالفت دارد عرصه فعالیت اقتصادی است. حال آنکه چه بحران‌های اقتصادی وابسته به بازار بین‌المللی (مانند بی‌ثباتی نرخ ارز) و بحران‌های داخلی کشور (از قبیل تورم و بیکاری) فشارهایی را در وهله اول بر بازاریان و در وهله دوم بر جامعه محلی وارد می‌کند که هرگونه «امر اجتماعی» را به محاق و فراموشی می‌برد. این مباحث چگونگی تأثیر «جغرافیای سیاسی» را بر روابط متن محلی متجلی می‌سازد. این وضعیت با تفاوت‌هایی در سراسر ایران قابل مشاهده است. همه آنچه از زیستن در بحران نصیب جامعه مدنی شده است فرو ریختن اعتماد اجتماعی، دل‌زدگی و مسخ‌شدن ارزش‌های اخلاقی/دینی و مناسکی‌شدن آنها است. در واقع مهندسی اجتماعی قدرت (خواه برنامه‌ریزی‌شده خواه ناخواسته و خارج از برنامه‌ریزی دقیق) یک پدیده کاملاً مردمی را در متن محلی حاضر به همسویی با ساختار کلی کشور سوق داده است. نحوه برخورد و مدیریت به سبکی است یا دارای روالی است که هر پدیده اجتماعی را لاجرم وارد مفصل‌بندی و شکل‌بندی‌های ساختاری خود نموده و آن را منحرف، آسیب‌زا و مسخ می‌نماید.

نتیجه‌گیری: سوپژکتیویته شککنده

قبل از هر چیز بایستی دوباره بر این نکته تأکید کرد که سوپژکتیویته برخلاف تصور رایج کلیتی منسجم و ایستا که مردمانی با فرهنگ خاص دارای یک‌سری ویژگی‌های مشخص باشند نیست، بلکه امری فردی، متکثر، پاره‌پاره، مصرفی، دست‌کاری‌شده و بخشی از حوزه خصوصی است. در بستر و متن پژوهش حاضر نیز با پیچیدگی‌های خاصی حرکت به سمت این وضعیت قابل مشاهده است. جریان‌هایی که در بستر محلی مشاهده شد نشان داد که زندگی گران‌قیمت، لوکس و مصرف‌گرای البته جهانی در حال

دستیابی به جایگاه یک ارزش عمومی و سبک زندگی نسبتاً غالب و تا حدود زیادی مطلوب است. همچنین مشخص شد جوانان فعال در بازار به‌منظور تعیین موقعیت و جایگاه خود در طبقات اجتماعی مصرف کالاها را به صورتی نمایشی انجام می‌دهند تا ادعای دستیابی به تجربه موثق و معتبر را بیان کنند. از این‌رو سوپزکتیویته هرچه کمتر مجال و امکان بروز، جلب توجه و حتی مقاومت می‌یابد و خود و انمودی به میدان عمل سوژه/هویت «مرکز زدوده»^۱ و «بخشی‌شده» حداقل در زمان مصرف تبدیل می‌شود. هویت به‌عنوان مانعی درونی کمترین مقاومت را در برابر کالاها از خود نشان می‌دهد. در واقع گویی کالا دارای نمودی خنثی است یا بیرون از حوزه اخلاق قرار دارد. در واقع نقدها به عاملان منفعل از دیدگاه انتقادی به این حوزه از آنجا وارد است که افراد توسط دستگاه‌های تبلیغاتی بازار به آسانی برای مصرف کالاها جدید قانع و تحریک می‌شوند. معیارهایی که در باب کالا در مرحله خرید به کار گرفته می‌شود بیشتر فایده‌گرایانه است اما به هنگام مصرف با سیاست‌های مصرف و معیارهای زیبایی‌شناختی ترکیب شده و به مصرف می‌رسد که به «مستمراتی شدن»^۲ (هاوس، ۱۹۹۶) مصرف انجامیده است. به‌هنگام مصرف است که فرد میدان آزادی عمل و خلاقیت خود را باز می‌یابد و شروع به بر ساخت هویت خود می‌نماید. در پژوهش حاضر مشخص شد که کالا با برانگیختن میل مصرف‌کننده به‌واسطه کارایی در سطح فرم جامعه جهانی مصرف‌کنندگان را وادار به مصرف‌برترین‌ها و آخرین‌ها می‌کند و در سطح معنایی و هنجارین، مصرف‌کننده عاملیت خود را بازیافته که به‌صورت اغلب غیرمستقیم اما همواره ملموس معنای خود را بر مصرف حک می‌کنند. جالب اینکه در میان تمام خرده‌فرهنگ‌های حاضر در بستر مورد مطالعه اعم از ملی‌گرا، مذهبی و سکولار این امر با تفاوت‌های اندک مشترک است. این قسمت از بحث را می‌خواهیم با عبارت «سلفِ نئولیبرال»^۳ (مک‌گوین^۴، ۲۰۱۴) به پایان برسانیم که به زیبایی پیوند امر خرد و کلان در آن مشهود است. منظور از سلفِ نئولیبرال خودی است که اقتدار مصرف را به‌واسطه سلبریتی‌های راهبر پذیرفته است که سبک‌زندگی شهرت و عقاید به‌شدت ترویج‌یافته آن‌ها رهنمودهایی برای عمل مناسب در دنیای نابرابر و رقابتی فراهم می‌کنند.

1. decentered
2. colonization
3. neoliberal self
4. Mcguin

اما سویژکتیویته‌شکننده در تمامی این فرایندها به‌لحاظ ضمنی حضوری پررنگ دارد. مردم محلی بنا به تصور خود بازار را به منطقه وارد کردند و تصور محدودی نسبت به عواقب و پیامدهای آن داشتند؛ تنها جوانب مادی و معیشتی قضیه را می‌دیدند حال آنکه بازار تبدیل به روح حاکم بر فرهنگ کنونی شهر و موتور محرکه و انگیزه اصلی همگان را برای کار و فعالیت تشکیل می‌دهد. به‌طور مختصر و روشن خود، بازار را راه انداختند اما اکنون این بازار است که آنان را وادار به حرکت و فعالیت می‌کند. به این ترتیب تغییری که شهر از سر گذرانده است به زبان جامعه‌شناختی از این قرار است که از حک شدگی (پولانی) به ازجاکنندگی (گیدنز) یا فک‌شدگی مجموعه مناسبات بازار از بستر محلی سیر نموده است. چنانچه دلایل ظهور این وضعیت را به‌روشنی بیان نماییم ابتدا ورود کالاهایی است که قبل از هر چیز بازار جهانی آنها را فراهم می‌کند و سلیقه فرد محلی در آن دخالتی ندارد. دوم مصرف‌کنندگانی هستند که از سایر نواحی وارد این شهر/بازار می‌شوند و باز هم فرد محلی چنانچه بخواهد در این فضا فعالیت داشته باشد نایستی میان میل تحریک شده مصرف‌کننده و محصولات موجود در بازار مانعی ایجاد کند. سوم و مهم‌تر آنکه فرم روابط را عقلانیت بازار کنترل می‌کند و از این جهت نیز باز هم این بازار است که اوضاع را در دست گرفته است. از این رو فرد محلی تنها به پلی برای تشکیل روابطی از این دست بدل شده است.

مدت زیادی را در پی کشف روایت کلی مردم که از بازار بانه و شرایط آن دارند، بودیم. اما هیچگونه نظم و نظام استقرار یافته‌ای از فرهنگ مادی و معنوی حضور ندارد. نکته اساسی که پس از مدت‌ها کلنجار رفتن با تصورات مردم راجع به بازار یافتیم این است که روایتی کلی، منسجم و کلان راجع به بازار وجود ندارد که مردم‌نگار بخواهد در پی آن باشد. حقیقت این است که بازار روایت‌ها را درباره ماهیت خود فردی پاره‌پاره کرده است و اتفاق نظری در این زمینه وجود ندارد. به این ترتیب به‌نظر می‌رسد مکانیزم بازار در متن حاضر عبارت است از القای هیجان ناشی از اسطوره پیشرفت - اعم از مادی و معنوی - به‌منظور اقناع برای شرکت در آن و همچنین ایجاد برداشتی فردی و سکولار از آزادی که به مصرف پیوند خورده است. بنابراین روند فردی‌شدن و فروریختن تصورات جمعی مشترک را رقم زده است.

منابع

- آفردو، سعدفیلو. (۱۳۹۴). *نئولیبرالیسم: خوانش انتقادی*. ترجمه: میرجواد سیدحسینی. تهران: نشر پرسش.
- باینگانی، بهمن و جلائی‌پور، حمیدرضا. (۱۳۹۵). «مطالعه جامعه‌شناختی پیامدهای اقتصادی بازار و تجارت‌مرزی (اتنوگرافی انتقادی بازار مرزی بانه)». *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. شماره ۴. ۵۷۲-۵۳۹.
- عمانی، فرهاد و بهداد، سهراب. (۱۳۹۳). *طبقه و کار در ایران*. ترجمه: محمود متحد. تهران: آگاه.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۹۴). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*. ترجمه: ناصر موفقیان. تهران: نشرنی.
- مجتهدکیاسری، هانیه و رجب‌لو، قنبرعلی. (۱۳۹۵). تحلیل جامعه‌شناختی سیاست‌های نئولیبرالیسم در ایران (مورد دولت هاشمی رفسنجانی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: گروه جامعه‌شناسی دانشگاه الزهرا.
- هاروی، دیوید. (۱۳۹۱). *تاریخ مختصر نئولیبرالیسم*. ترجمه: محمود عبدالله‌زاده. تهران: انتشارات دات.

References

- Chandler, d and Julian, Reid. (2016). *The neoliberal subject: Resilience, adaptation and vulnerability*. Rowman & Littlefield, Lanham.
- Duneier, M. Kasinitz, P. & Murphy, A. (Eds.). (2013). *The urban ethnography reader*. Oxford University Press.
- Howes, David. (1996). *Cross cultural consumption*. Routledge.
- Kanna, Ahmed. (2010). Flexible Citizenship in Dubai: Neoliberal Subjectivity in the Emerging City-Corporation. *Cultural Anthropology*, 37 (1): 100-129.
- Kanna, Ahmed. (2011). *Dubai, the City as Corporation*. Minneapolis. MN: University of Minnesota Press.
- McGuigan, Jim. (2014). The Neoliberal Self. *Culture Unbound*, Volume 6, 2014: 223-240.
- Rose, Nicolas. (1999). *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. Free Association Books.

Schwiter, K. (2013). Neoliberal subjectivity – difference, free choice and individualised responsibility in the life plans of young adults in Switzerland. *Geogr. Helv.*, 68.

Tomlinson, Alan. (2005). *Consumption, identity and style*. Routledge.

Tugal, Cihan (2012). Serbest meslek sahibi: Neoliberal subjectivity among Istanbul's popular sectors. in *New Perspectives on Turkey*, 46 (46): 65-93.

