

مطالعه تفسیری هژمونی ارزش‌های بازار در مناطق مرزی نمونه موردی: شهرستان بانه و روستاهای دهستان شوی

سید احمد فیروزآبادی^۱، حسین راغفر^۲، هیوا احمدی^۳

(تاریخ دریافت ۹۷/۰۳/۲۴، تاریخ پذیرش ۹۷/۱۲/۲۶)

چکیده

در یک دهه اخیر بازار و تجارت مرزی در شهرستان بانه پیامدهای مختلفی داشته که در طول تاریخ این شهرستان بی‌سابقه بوده است. هدف پژوهش حاضر، معنا کاوی دیدگاه و ذهنیات افراد و تفسیر آنان از تحولات ارزشی در جامعه بانه می‌باشد. از روش نظریه زمینه‌ای برای رسیدن به اهداف تحقیق استفاده شده است. به اقتضای روش تحقیق اطلاعات با استفاده از فن مصاحبه عمیق و اسناد و مدارک جمع‌آوری شده است و همچنین با روش نمونه‌گیری هدفمند، دو گروه متفاوت از افراد یعنی بازاریان (تعداد: ۱۳ نفر) و فرهنگیان (تعداد: ۱۴) انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. سه مرحله اصلی کدگذاری برای هر دو گروه به طور جداگانه اجرا و در آخر کلیه مقولات هر دو گروه در سطحی انتزاعی بالاتر و تحت ۱۸ مقوله نهایی ادغام شدند. این مقولات عبارتند از: فقر تاریخی و سختی معیشت- بهبود زندگی بازاریان- بازدهی بالای مشارکت اقتصادی- ضعف بخش صنعت- بازدهی نامناسب

۱. دانشیار گروه مطالعات توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

afirouzabadi@ut.ac.ir

raghfhar@alzahra.ac.ir

۲. استاد گروه اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا

h.ahmadi6@ut.ac.ir

۳. کارشناس ارشد مطالعه توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

پژوهش حاضر از پایان‌نامه کارشناسی ارشد هیوا احمدی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی هژمونی بازار و تحولات جوانان در شهرستان بانه» با راهنمایی دکتر سید احمد فیروزآبادی و مشاوره دکتر حسین راغفر استخراج شده است.

مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره سیزدهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸: ۸۵-۱۰۷

کشاورزی و باغبانی - رونق بازار و تجارت مرزی - ارزش زادایی از تحصیلات عالی - کنشگری اقتصادی - بازاری شدن - کنش فرادستی شدن - کنش ترک تحصیل - سیطره پول - راحت طلبی - خودانگاری - ارزش یافتن هویت مادی - ارزش یافتن منزلت مادی - افت کیفی تحصیل و دلزدگی از آن - تضعیف منزلت روحانیون و فرهنگیان. مقولات مذکور در مدل پارادایمی / نظریه زمینه‌ای درک تحولات ارزشی صورت‌بندی شدند.

کلید واژگان: هژمونی، تحولات ارزشی - بازار - منطقه مرزی بانه - دهستان شوی

مقدمه و بیان مساله

بازار مدرن امروزی بعنوان پدیده‌ای فراتر از اقتصاد، بعدی اجتماعی دارد (سوندبرگ، ۱۳۹۱: ۱۱۹) که بر تولید و مصرف انبوه کالاها استوار است (هال و برم ۱۳۹۰: ۱۲) و همواره در حال کنش با دیگر صورت‌بندیها، از جمله؛ فرهنگی می‌باشد. در جریان این کنش‌ها آنچه امروزه حایز اهمیت است، تاثیرگذاری بازار و اقتصاد بعنوان اجزای جدایی‌ناپذیر سرمایه‌داری در ارزش‌های زندگی و حوزه رفتار انسان‌ها است. در واقع وجود یک سوژه بعنوان یک سرمایه‌دار در دل فرهنگ و ارزش‌های نئولیبرالیسم نهفته است. بازار مدرن امروزی که قدرتی بیشتر از دولت‌ها دارد، توانسته فراتر از هر خطوط مرزی فرهنگ خاص خود را بجای بگذارد، فرهنگی که در آن، انسان صرفاً با داشتن پول، منزلت‌های بالاتری را بدست می‌آورد (مورر^۱، ۲۰۰۶: ۱۶) و افزایش مقدار آن هویت فرد در آن جامعه را مشخص و تثبیت می‌کند (هان^۲ و هارت^۳، ۲۰۰۹: ۱۰۰).

شهرستان بانه نیز به مانند بسیاری از مناطق؛ جامعه‌ای ایستا نبوده و همواره تغییرات را در دوره‌های مختلف به خود دیده است. آنچه به مرز شکنی بازار مدرن بانه، جلوه‌ای خاص می‌دهد؛ شدت تغییر این پدیده چند علیتی است. شهرستان بانه تا یک دهه قبل چندان درگیر اقتصاد جهانی نشده بود و تنها داد و ستد و مناسبات اندکی داشت. اما امروزه به یکی از پرتددترین قطب‌های اقتصادی کشور تبدیل شده است، به اندازه‌ای که نمی‌توان ماهیت این شهرستان را بدون گفتاری از بازار مورد کنکاش قرار داد. امروزه به واسطه بازار تغییرات محسوسی در حوزه‌های مختلف رخ داده است. متعاقب ظهور مراکز غول‌پیکر تجاری و سرمایه‌داری؛ معیارهای مالی، چشم و هم‌چشمی، ذوق و سلیقه، تنوع‌گرایی و کالاهای لوکس مصرفی و غیره بیشتر

1. Maurer
2. Hann
3. Hart

نمود پیدا خواهد کرد و ارزش‌های قبلی رنگ می‌بازند. جوانان به‌عنوان یکی از کنشگران این میدان در محاصره این ارزش‌ها، اشیاء، کالاها و سبک‌های زندگی که بازار و سرمایه‌داری با هژمونی خود به نمایان می‌گذارد، قرار می‌گیرند. به این معنا که مکانیزم بازار حاکم بلامنازع خواهد شد (جرج، ۱۳۸۴: ۵۲). این چیرگی بازار یادآور تحلیل فوکو^۱ (۱۹۹۱) از حکومت‌گری است؛ که از منظر او حکومت به نحوی گسترده به مجموعه اعمالی اطلاق می‌شود که به دنبال تنظیم کردار فردی و جمعی از طریق نهادها، گفتمان‌ها، قواعد، هنجارها و اعمال مختلف‌اند (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۸۶: ۲۴۰). این مذاکره هژمونی‌ها همیشه در طول تاریخ وجود داشته و سیال بودگی خود را حفظ کرده است. در مطالعات فرهنگی نیز تاکید بر آن است که در دوره‌های مختلف سبک‌ها و ارزش‌های مختلفی هژمونی خود را از دست می‌دهند و سبک‌ها و ارزش‌های عرصه‌ای دیگر، به هژمونی نائل می‌شوند.

در منطقه مرزی بانه، بازار بعنوان مهم‌ترین عنصر نفولیب‌الیسم، استقلال دیگر میدان‌ها از جمله فرهنگ را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. اما اینکه چه مقدار بازار توانسته است ارزش‌های خود را هژمون سازد و دارایی زندگی آنان را معنی کند (اوکاس^۲، ۲۰۰۴: ۸۶۹). تنها با رجوع به داده‌های میدانی می‌توان پاسخ داد. بر این اساس هدف نوشتار حاضر تفسیر تحول ارزش‌های جامعه در شهرستان بانه است. با رجوع به کنشگران و واکاوی تجارب زیسته و درک و معنادار کردن اطلاعات میدانی می‌توان به این واقعیت پی برد. مطالعه در این باب از جهاتی مختلفی می‌تواند حایز اهمیت فراوان باشد. در واقع ارزش جامعه و مناسبات تغییری آن همیشه در مطالعات فرهنگی و انسانی اهمیت وافری داشته است. بر این اساس با استفاده از نقطه نظرات افراد محلی و بومی منطقه سعی شده به سوالات اصلی که غنایی تحقیق بر آن‌ها استوار است، جواب داده شود. سلیقه گروه‌های اجتماعی بازاری چه اندازه آرزوهای ذهنی افراد را منعکس می‌کند؟ تصویر ذهنی فرد از خود تا چه اندازه مبتنی بر ارزش‌های مادی است؟ ارزش‌های فرهنگی به مانند تحصیلات چه جایگاهی در ذهنیات افراد دارد؟

پیشینه تجربی پژوهش

کارترایت^۳ (۲۰۱۵) در رساله دکتری خود به بررسی آموزش، بازار کار و دوره مخاطره‌آمیز انتقال به بزرگسالی پرداخته است و سعی کرده که انتخاب جوانان بین آموزش و بازار کار را تجزیه و تحلیل نماید. انگلستان از سال ۱۹۷۰ به بعد تحت یک دوره از تغییرات اقتصادی،

1. Foucault
2. O' Cass
3. Cartwright

سیاسی، اجتماعی قرار گرفته است. این تغییرات اساس ظهور نئولیبرالیسم است؛ فلسفه‌ای که بر پایه گسترش بازار آزاد، مقررات زدایی و کمرنگ شدن نقش دولت تأکید دارد. به دنبال اصلاحات اقتصادی و اجتماعی، بنیاد ساختارها و نهادها نیز دچار دگرگونی شدند. جوانان امروزی باید تصمیم و ریسک‌های را در ارتباط با بازار کار و آموزش و ارزش‌های مورد تأکید اتخاذ کنند. این موارد نتیجه تغییرات قابل توجه در بازار کار بوده؛ که باعث شده به چالشی در زندگی جوانان تبدیل شود. در این مطالعه به بررسی تجارب گروهی از جوانان پرداخته شده است، تا معلوم شود که چگونه فرایندهای نئولیبرالیسم زندگی آنان را تحت تأثیر قرار داده است. با ۲۰ نفر از افرادی که به‌عنوان کارگر موقت شناخته شده‌اند و بین ۳۰-۱۸ سال سن داشته‌اند مصاحبه به عمل آمد است. هدف پی‌بردن به این است که جوانان چگونه در برابر انتخاب‌هایی که در دسترس قرار دارند، برخورد کرده‌اند و چه احساسی دارند در قبال کاری که انجام می‌دهند. نهایتاً مشخص ساختن این‌که موقتی و ماهیت مخاطره‌آمیز و متزلزل بودن این نقش‌ها چه تأثیری بر هویت شخصی خودشان، بلندهمتی و برنامه‌های آینده‌شان خواهد داشت.

باینگانی (۱۳۹۴) در رساله دکتری خود به مطالعه جامعه‌شناختی تغییرات اقتصادی و پیامدهای فرهنگی در مناطق کردنشین پرداخته است. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق بازار مرزی بانه می‌باشد و با روش نمونه‌گیری نظری جدا از اینکه با ۶۸ نفر افراد این جامعه مصاحبه شده است؛ سه فوکوس گروپ هم تشکیل گردیده است. یافته‌های تحقیق با روش کدگذاری باز و محوری در دو سطح توصیفی و تحلیلی ارائه شده است. در سطح توصیفی یافته در سه مقوله؛ تاریخ تجارت و بازار بانه، رشد و گسترش بازارهای تجاری و مصرفی، توصیف مشاغل ناشی از بازار بیان شده است. در بخش تحلیلی جهت دسته‌بندی داده‌ها از مدل پائوسن و تیلی استفاده شده است. تغییرات اقتصادی زمینه‌ساز پیامدهای چون مشکلات زیست‌محیطی و محدودیت منابع شده است. پیامدهای فرهنگی بدین قرار است؛ در بخش خانواده: نمایشی شدن خانواده، زوال منزلت نمادین والدین، گسست نسلی و جنسیتی پوشش، فرسایش بنیان خانواده، تضعیف پیوندهای خویشاوندی و غیره؛ در بخش نظام اعتقادی: مناسکی شدن دین، تضعیف مرجعیت روحانیون، استحاله ارزش‌های دینی، واپس رانی دین‌داری رادیکال؛ در بخش آموزشی: زوال ارزش دانش، مرجعیت زدایی از فرهنگیان، طردشدگی تحصیل‌کردگان، کالایی شدن دانش.

قادرزاده و همکاران (۱۳۹۲) به تجارت مرزی و تفسیر مردم از جهان زیست خانواده پرداخته‌اند. این مقاله به روش کیفی و با هدف بررسی چگونگی تفسیر مردم منطقه مرزی مروان در خصوص تغییرات در حوزه نظام خانواده صورت گرفته است. برای تحلیل داده‌ها روش نظریه زمینه‌ای استفاده شده است. با کمک روش نمونه‌گیری نظری و هدفمند با ۲۸ نفر از

مطالعین کلیدی مصاحبه شده تا اشباع نظری حاصل گردد. داده‌های گردآوری شده در قالب ۳۸ مفهوم اساسی، ۵ مقوله عمده و نهایتاً یک مقوله هسته کُدگذاری و تحلیل شده‌اند، ۵ مقوله عمده عبارتند از: رشد مخرب و ناموزون اقتصاد منطقه، گسست پیوندهای خانوادگی، استحاله ارزشهای وفاداری، زوال آمریت نهادین و نمادین والدین و لغزش بنیانهای خانواده. مقوله هسته نیز که دیگر مقولات کلی را شامل می‌شود مقوله «جهان‌زیست شکننده» نهاد خانواده است.

رضانی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی دیدگاه دبیران و دانش‌آموزان مقطع متوسطه در خصوص نقش مناطق تجاری مرزی در شهرهای مریوان و بانه بر وضعیت تحصیلی دانش‌آموزان برای ادامه تحصیل پرداخته است. رویکرد این تحقیق از نوع کمی است و روش آن از نوع پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموزان پسر مقطع متوسطه سال‌های دوم و سوم دبیرستان و دبیران شاغل به تدریس در شهرهای بانه و مریوان در سال تحصیلی ۹۰-۹۱ است. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای برای انتخاب نمونه استفاده گردیده که بر این اساس ۳۷۲ دانش‌آموز و ۳۰ نفر از دبیران به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب گردیده‌اند. نتایج کلی پژوهش مؤید آن بوده که میان میزان اشتغال به کار با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان رابطه معکوس وجود دارد.

قادرزاده و قادری (۱۳۹۱) به مطالعه کیفی پیامدهای فرهنگی تجارت مرزی در شهرستان مریوان پرداخته‌اند. روش‌شناسی این تحقیق کیفی است. جهت گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و مشاهده مشارکتی و از نمونه‌گیری فرصت‌گرا با استفاده کرده‌اند. ۴ مقوله اصلی عبارت‌اند از: استحاله ارزشی و هنجاری (اجتناب از تقدیرگرایی، گرایش بر غلبه بر طبیعت، گرایش به رفاه، عقل‌گرایی، اتکا بر مدرنیته و ظاهرش، گرایش به مظاهر مادی زندگی و غیره)، سوژه شدن بدن/بژه شدن طبیعت (عادی شدن مرگ، کاهش جمعیت، تنظیم خانواده، افزایش مرگ و تصادفات، اهمیت یافتن جنس و اصول بهداشتی و غیره)، ابزاری شدن ارتباطات اجتماعی (توریسم تجاری، دگرگونی تعاملات والدین و فرزندان، زوال احترام در ارتباطات اجتماعی، تعاملات اداری آکنده از فساد، خویشتاوند گرایی و غیره)، اصالت زدایی از دانش (تحصیل به‌مثابه منبع آتی امرارمعاش، آموزش‌وپرورش مدرن، افت تحصیلی، آینده مبهم تحصیل، کاهش محدودیت‌های جنسیتی برای تحصیل دختران، اهمیت یافتن کلاس‌های زبان و کنکور).

لطفی فر (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی اثرات اقتصادی - اجتماعی بازارچه‌های مرزی در شهرستان سردشت و روستای اطراف پرداخته است. سؤال اساسی این تحقیق این است؛ که بازارچه‌های مرزی چه نقشی در وضعیت اشتغال درآمد و رفاه ساکنین این شهر مرزی داشته و دارد؟ اصولاً مهم‌ترین اهداف شکل‌گیری و تأسیس بازارچه‌های مرزی ایجاد اشتغال، تأمین

معیشت، کنترل قاچاق، افزایش امنیت، گسترش همکاری منطقه‌ای جهت کاهش بحران‌های منطقه‌ای، ایجاد ثبات در مرزها و گسترش فعالیت‌های تولیدی تجاری است.

طالبان، محمدرضا و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی روند دگرگونی در ایران پرداخته‌اند. این مطالعه بر اساس تحلیل ثانوی نتایج پیمایش‌های ملی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۵۳ می‌باشد. مهمترین نتایج آن به شرح زیر بیان شده است: ۱: اهمیت ارزش‌های مادی برای جامعه ایران از دهه پنجاه تا دهه سوم انقلاب افزایش داشته است؛ ۲: نسبت اهمیت بیشتر شاخص‌های ارزش‌های معنوی از دهه پنجاه تا دهه سوم انقلاب کاهش یافته است؛ ۳: اهمیت ارزش‌های مادی و معنوی برای گروه سنی پنجاه به بالا (جوانان قبل از انقلاب) بیشتر از گروه سنی جوانان امروزی است.

جدا از تحقیقاتی که توسط افراد صورت گرفته، در سطح ملی نیز پیمایش‌های مختلفی تحت عناوینی کلی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ موج اول (۱۳۷۹) و دوم (۱۳۸۲)، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی- فرهنگی در ایران (۱۳۷۹) و همچنین سازمان ملی جوانان (۱۳۸۲) تحت عنوان وضعیت، نگرش و مسائل جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله کل کشور انجام داده شده است. به طور کلی نتایج این مطالعات نشان می‌دهد؛ ارزش‌های مادی از نظر مردم نسبت به ارزش‌های فرهنگی به میزان قابل توجهی افزایش یافته است. همچنین نتایج نشان از آن است که ارزش‌های چون دلبستگی به دیگران، عام‌گرایی، در بین جوانان بعد از ارزش‌های اقتصادی تعریف می‌شود. بیشتر نتایج نشان می‌دهد که جامعه به سمت ارزش‌های مادی گرایش پیدا کرده است تا ارزش‌های فرامادی.

به طور کلی میتوان گفت تحقیقاتی که بیشترین دامنه هدفی را با تحقیق حاضر در مناطق کردستان داشته‌اند، مطالعات باینگانی (۱۳۹۴)، قادرزاده و همکاران (۱۳۹۲)، رضانی (۱۳۹۱) و قادرزاده و قاردی (۱۳۹۱) می‌باشند. با توجه به نتایج این مطالعات می‌توان به این امر اشاره کرده رویکرد این مطالعه بحث ارزشی در ابعاد مختلف زندگی می‌باشد در حالی که مطالعاتی چون قادرزاده و همکاران (۱۳۹۲)، رضانی (۱۳۹۱) تنها بر بعد خاصی توجه داشته‌اند. بعلاوه به مانند این مطالعات تنها علت تامه را بازار و تجارت مرزی ندانسته، بلکه وجوهی چون پیشینه فقر و محدودیت‌های محیطی نیز با توجه به متن نتایج مورد تاکید قرار گرفته است.

چارچوب مفهومی

با ظهور گسترده بازار سرمایه‌داری مناسبات اجتماعی در نظام اقتصادی حک می‌شود (پولانی^۱، ۱۳۹۱: ۶) و جامعه به قول فایده‌گرایان؛ «به مجموعه‌ای از افراد مستقل، متفاوت و عاقل، افرادی که تمام مقصود و هدفشان فقط و فقط کسب لذت و پرهیز از رنج است»، تبدیل خواهد شد (میلنر و براویت^۲، ۱۳۸۵: ۲۶). در این رویکرد، فرهنگ به یک «دیگری» سرکوب شده تبدیل خواهد شد و سخنگویان رسمی آن اقتصاد و سیاست خواهند بود (میلنر و براویت، ۱۳۸۵: ۲۳). این چیرگی و خود تنظیم‌گری بازار یادآور تحلیل فوکو^۳ (۱۹۹۱) از حکومت‌گری است؛ که از منظر او حکومت به حیطة رسمی دولت محدود نمی‌شود، بلکه به نحوی گسترده به مجموعه اعمالی اطلاق می‌شود که به دنبال تنظیم کردار فردی و جمعی از طریق نهادها، گفتمان‌ها، قواعد، هنجارها و اعمال مختلف‌اند؛ حکومت هم‌چنین شامل ارزش‌ها و دانش‌هایی است که به اعمال فنی حکومت کردن شکل می‌دهد (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۸۶: ۲۴۰). تحت تأثیر دادن قرار گرفتن تمام این مناسبات اجتماعی، ارزش‌ها و رفتارها، واژه هژمونی را در ذهن متبادر می‌کند. گرامشی عقیده دارد که به دو شیوه یک گروه اجتماعی برتری خود بر سایر گروه‌ها را تضمین می‌کند: یکی از طریق سلطه و دیگری از رهگذر «رهبری اخلاقی و فکری»؛ که مؤید هژمونی است. این اصطلاح به‌زعم گرامشی نوعی رهبری ائدولوژیکی را برجسته می‌کند که بر اساس آن طبقه‌ای (در اینجا سرمایه‌داران خیال‌باف) به مدد کنترل باورهای عامه و جهان‌بینی آن‌ها؛ یعنی کنترل فرهنگ، اقتدار خود بر سایر طبقات را اعمال می‌کنند (رضایی، ۱۳۸۶: ۷۰). هژمونی به این دلیل پذیرفته شده و موثر واقع می‌شود که در معنی گسترده‌تر بر پذیرش گروه‌های تابع که تهدیدی برای چارچوب کلی حاکمیت ایجاد نمی‌کند، استوار است. واقعیت هژمونی بر این فرض استوار است که باید به علایق و گرایش‌های گروه‌هایی که باید طبقه حاکم بر آن‌ها مسلط شود توجه کند و یک موازنه منطقی بدست آید (استریناتی^۴، ۱۳۸۷: ۲۲۴). این حکومت کردن بازار باعث می‌شود که فرهنگ به ابتدال کشیده شود و آن تابعی از مقاصد تجاری گردد.

رابطه اقتصاد و فرهنگ همیشه از مباحث مهم علوم مختلف بوده است؛ چنان‌که بارز (۲۰۰۵) بیان کرده، اصطلاح اول سخت است، اصطلاح دوم نرم، در حالی که اقتصاد درباره واقعیت است، فرهنگ در مورد ارزش‌هاست و در حالی که اقتصاد قوی، رئیس مآب و مردانه

1. Polanyi. K
2. milner & Browitt
3. Foucault. M
4. Strinati

است؛ فرهنگ ضعیف، سلطه‌پذیر و زنانه است (باینگانی، ۱۳۹۴: ۶۴). در واقع طبقه برتر با قدرتی که از مادیات می‌گیرد، می‌تواند بر شکل و محتوایی شیوه زندگی جامعه تأثیر بگذارد (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۳۹). با این تفاسیر هویت پایدار جای خود را به هویت بازاری خواهد داد (شفرز، ۱۳۸۶: ۹۰). در این فرایند که بریکولاژ نام دارد؛ عناصر نمادی یا اسطوره‌ای با هم ترکیب می‌شوند و شکل فرهنگی جدیدی را به وجود می‌آورند. این مفهوم به تحلیل خرده فرهنگی از این رو کمک می‌کند که نشان می‌دهد چگونه ایدئولوژی‌های مسلط مثل سرمایه‌داری مصرفی می‌تواند بر تمام ابعاد فرهنگ جوانان اثر بگذارد و در عین حال به این فرهنگ اجازه دهند که مثلاً از راه تغییر شکل عناصر اولیه، مدعی اصالت باشند (شفرز، ۱۳۸۶: ۶۴). اینگلهارت^۱ به عنوان یکی از عالمان حوزه ارزش؛ با استفاده از دو مفهوم ارزش مادی‌گرایانه و فرامادی‌گرایانه به‌طور عمیقی به بررسی تغییرات ارزشی در جامعه پرداخته است. بر این مبنا معتقد است که اولویت‌های ارزشی در جامعه پیشرفته صنعتی از سمت مسایل و دلبستگی‌های مادی پیرامون امنیت اقتصادی و جانی به سوی تأکید بیشتر بر آزادی و کیفیت زندگی یا ارزش‌های فرامادی گرایش پیدا خواهد کرد (اینگلهارت و آبرامسون، ۱۳۷۸: ۶۰). هر چند اولویت‌بندی ارزش‌های مادی و فرامادی، بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی اوست، به نحوی که فرد بیشترین ارزش ذهنی را به آن چیزهایی می‌دهد که عرضه آن‌ها نسبتاً کم است (ذکائی، ۱۳۸۶: ۲۰۴). به واسطه تغییرات اقتصادی، طبق نظر اینگلهارت ارزش‌ها از بودن به سوی ابراز وجود تغییر می‌کند. انسان‌ها بعد از مرحله بقای وجود خود؛ به ارزش‌های ابراز این وجود می‌پردازند (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۰۵: ۲۹). در واقع برای اینکه شخص در انظار مردم به نیکی شناخته شود، لازم است به میزانی متداول و گاهی نامعین، ثروت داشته باشد. در هر اجتماعی که مالکیت فردی بر کالا رواج می‌یابد، لازم است که شخص برای آرامش فکری خودش، مانند دیگران آن‌قدر مال و منال فراهم کند که در طبقه او مرسوم است و اگر چیزی بیش از دیگران داشته باشد، بسیار خوشنود کننده خواهد بود (وبلن، ۱۳۸۳: ۷۶). در واقع ارزش‌های موجود در آن بافت به چیزی فراتر از ارزش‌های صرف بقا تبدیل شده است و بیشتر کنش‌ها در راستای ارزش‌های وجود قرار می‌گیرد. در این جوامع ارزش‌های وجودی سرمایه‌داری؛ پول بنا به قرارداد می‌تواند به‌عنوان «مظهر مستقل ارزش» (اسلیتر و تونکیس، ۱۳۸۶: ۵۰-۴۹) عمل کند. مصرف‌گرایی یکی از نمودهای است که می‌توان، سازوکار تغییر ارزش‌های جامعه را با آن واکاوی کرد. امروزه و یا چنان‌که در مورد اشرافیت هم همواره چنین بوده؛ مصرف‌گرایی از ارضای نیازهای زیستی جدا شد و به فرایندهای موجود در حول و حوش

شکل‌گیری هویت‌های اجتماعی پیوست. این فرایند هویت‌سازی در پیرامون الگوهای مصرف متمایز از بقای جسمانی صرف، با بعدی نمادین همراه است (باکاک و تامپسون، ۱۳۹۳: ۱۷۵). به این خاطر بیشتر نظریه‌پردازان؛ در عرصه مصرف‌گرایی به این امر اشاره دارند؛ که افراد جامعه مصرف می‌کنند که به ابراز وجود خود و یا همان هویت فردی خود بپردازند. مثلاً گیدنز معتقد است که در دوران مدرنیته افراد از مصرف برای بیان هویت خویش استفاده می‌کنند و هم‌چنین بودریار نیز به این امر اشاره دارد که مصرف به فرایند پویایی تبدیل شده است که متضمن ایجاد حس هویت فردی و جمعی است؛ افراد حس هویت چه کسی بودن را از طریق آنچه که مصرف می‌کنند، تولید می‌نمایند (موسوی و احمدی، ۱۳۹۲: ۱۰۷-۱۰۶) در هر حال کنش اساسی مصرف؛ انتخاب، خرید یا فایده کالا نیست، بلکه آن لذت‌جویی تخیلی است که در تصویر کالا نهفته است. مصرف واقعی عمدتاً از همین لذت‌جویی ذهنی ناشی می‌شود (باکاک و تامپسون، ۱۳۹۳: ۱۷۶). بدین معنا اشیاء، مجموعه‌ای از دال‌هاست که برای یکدیگر حکم فرآیند پیچیده‌تری دارند و برای مصرف‌کننده انگیزه‌های دیگری پدید می‌آورند (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۶-۱۷). زیباترین تفسیر مصرف و ارتباط آن با دگرگونی ارزشی متعلق به وبلن است که با قلم زیبایی به توضیح این امر پرداخته است. به اعتقاد وبلن معیارهای پذیرفته شده مصرف در جامعه یا طبقه‌ای که شخص به آن تعلق دارد، استاندارد زندگی او را تعیین می‌کنند. استاندارد مصرف با جای گرفتن در فهم عمومی شخص به‌عنوان معیار درستی و خوبی، این کار را مستقیماً انجام می‌دهد، زیرا شخص به طور عاداتی اندیشه خود را با آن وفق می‌دهد و شیوه زندگی خود را با این معیارها که به آن تعلق دارند هماهنگ می‌کند. استاندارد مصرف این کار را به‌طور غیر مستقیم نیز انجام می‌دهد، به این معنی که مردم از ترس رسوایی و بی‌حرمتی اجتماعی، تأکید دارند خود را با مراتب صرف هزینه‌های مقبول به‌عنوان الگوی رفتار درست، هم‌نوا کنند. چون رعایت معیار زندگی برای راحتی شخص و موفقیت در زندگی اجتناب‌ناپذیر می‌نماید (وبلن، ۱۳۸۳: ۱۴۵).

روش پژوهش

به تناسب هدف تحقیق روش‌شناسی کیفی که اصولاً مبتنی بر پارادایم تفسیرگرایی-برساخت‌گرایی اجتماعی^۱ است، انتخاب شد. در روش کیفی، سوژها به مانند منبع اطلاعاتی در نظر گرفته می‌شوند که باید به طور عمیق، معناها و تفسیرهای بخشیده شده آنان به پدیده مورد نظر، واکاوی شود. در این تحقیق نیز با استناد به دانش بومی، معناها و مفاهیم و تجربه

زیسته سوژها، اهداف تحقیق دنبال شده است. طبیعت مسئله مورد مطالعه، جدید و بکر بودن نسبی تحقیق، تأکید بر ذهنیت برگرفته از بافت فرهنگی موجود و همچنین تبیین جدید در محیط جدید، روش کیفی را ضروری می‌ساخت. از انواع روش‌های این پارادایم، نظریه زمینه‌ای برای انجام عملیات تحقیق استفاده شده است. از آنجایی که تغییرات اقتصادی در شهرستان بانه در حال شدن است و متعاقب آن پیامدهای آن خصوصاً در حوزه ارزشی ماهیتی سیال دارد، نظریه زمینه‌ای بعنوان روش‌شناسی مناسب انتخاب شده است. سعی می‌شود با این روش کنش‌های ارزشی را به‌گونه‌ای ترسیم کرد که هم خود کنشگران آن را واقعیت اجتماعی خود بپندارند و هم نشان داد که ساختارهای کلان به شدت واقعیت‌های ارزشی را تغییرپذیر می‌سازند. بستر مورد مطالعه در این تحقیق شهرستان بانه است. تغییرات گسترده در حوزه اقتصاد آن منطقه، افت در حوزه آموزشی، حجم عظیم تبادلات فرهنگی و مسافران زیاد و همچنین مشهور و زبان زد شدن افراد بانه‌ای در شهرستان‌های مختلف بخاطر سرمایه اقتصادی فراوان؛ این شهر را بیشتر از هر شهری به بستر مناسبی برای تغییرات ارزشی تبدیل کرده بود. مهم‌ترین فن گردآوری اطلاعات در این تحقیق مصاحبه عمیق است؛ هر چند به تناسب روش از مشاهده آزاد و همچنین اسناد مختلف برای گردآوری اطلاعات بهره گرفته شده است. از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب نمونه‌های مورد نظر و از نظری برای یافتن مسیر مناسب پژوهش استفاده شد. در ارتباط با نحوه انتخاب و گزینش افراد به اصطلاح مطلع، معیارهایی چون؛ آشنایی افراد با جامعه تحت مطالعه، صحبت کردن با زبان بومی و حضور همیشگی در میدان مورد مطالعه، مد نظر قرار گرفت. به اقتضای اهداف تحقیق افراد مورد مصاحبه از دو تیپ متفاوت بازاریان و فرهنگیان انتخاب شده‌اند و در هر گروه شاخصه‌های شغلی، جنسی و سنی متنوع است. با ۱۳ نفر از افرادی که در حوزه بازار و به اصطلاح اشتغال آزاد مشغول بودند، مصاحبه شده است. همچنین در حوزه فرهنگیان با ۱۴ نفر از افرادی چون؛ معلمین، مدیران، معاونین، کارمندان، مسئولین کتابخانه، کتابفروشی‌ها و همچنین روحانیون مصاحبه شده است. در مجموع تعداد ۲۷ مصاحبه عمیق صورت گرفته است. این مصاحبه‌ها در مکان‌های مختلفی چون مغازه، کتابخانه، مدارس، کتابفروشی، پارک و در مواردی در مسجد انجام شده است. در ارتباط با اعتبار در این تحقیق باید گفت که از روش مختلفی استفاده شده است. تقسیم دو گروه بازاری و به اصطلاح مطلعین فرهنگی و مقایسه مداوم اطلاعات این دو گروه با هم یکی از پایه‌های اعتبار این تحقیق را تشکیل می‌دهد. باور پذیر کردن گزینشی بعنوان یکی از لایه‌های اعتبار بخشی در تحقیق کیفی نیز استفاده شده است. بدین معنا یافته‌های پژوهش بوسیله اطلاعات و نقل‌قول‌های فراوان و قابل قبولی مستدل شده است. همچنین ارائه نتایج تحلیلی به

چند نفر از مشارکت کنندگان، مقایسه اطلاعات مصاحبه‌ای با اطلاعات مشاهده‌ای و آنچه در عمل وجود داشت و در آخر عینیت و بسترمندی نتایج تحقیق، دیگر لایه‌های اعتبار این تحقیق را تشکیل می‌دهند. واحد تحلیل در کدبندی اولیه این تحقیق سطر است. نحوه و استراتژی تحلیل داده بدین گونه بوده است که در طول گردآوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز صورت گرفته است. برای پی بردن به جزئیات ذهنی هر یک از مصاحبه شونده‌گان، کل متن‌های مصاحبه در هر گروه‌های مد نظر بصورت جز به جز آورده شده است. به هر یک از سطور مفهومی داده شد که اصطلاحاً کدبندی اولیه نامیده می‌شود. در مرحله بعد که به کدبندی متمرکز معروف است، بخش‌های مرتبط از تجربه هر مصاحبه‌شونده در کنار بخش‌های دیگر که شباهت سنجی داشتند قرار داده شد. در این مرحله به‌طور کلی هر یک از مفاهیم مشابه و متداخل در قالب یک مقوله جمع و مورد کدبندی متمرکز قرار گرفتند. در مرحله بعد هر یک از مقولات به اقتضای شرایط، تعامل و پیامد با هم مقایسه و سازماندهی شدند، به طوری که نظم و منطقی بین آن‌ها برقرار شد. سپس بعد از انتخاب مقولات بر حسب شرایط، راهبرد و پیامد، مقوله تازه دیگری بعنوان مقوله هسته انتخاب شد. در هر دو گروه این کار انجام شده است. در نهایت کلیه مقولات هر دو گروه با هم ترکیب و به سطح بالاتری از انتزاع کشیده شدند و بر مبنای این مقولات جدید، مدلی جامع‌تر ارائه شده است.

یافته‌های پژوهش

اگر هیچ وقت به شهرستان بانه سفر نکرده باشید، در بدو ورود آنچه که توجه شما را جلب می‌کند، نمایانی برندهای مختلف تجاری، تابلوهای تبلیغاتی و خصوصاً تابلوی «به شهر نگین اقتصادی غرب خوش آمدید» است. چیدمان و سلطگی شاخص‌های بصری شهر مرزی بانه به گونه‌ای است که آن را قطعه‌ای کوچک از پازل سرمایه‌داری جذاب معرفی می‌کند. اندک زمانی اگر در شهرستان بانه قدم بردارید متوجه محصور بودن قسمتی از شهر با مجتمع‌های تجاری و دست‌فروشان، باربرها و نظایر آن می‌شوید. در شهر بیش از ۸۰ پاساژ و مجتمع تجاری و مصرفی (باینگانی، ۱۳۹۴) وجود دارد که هر یک در باز تعریف استاندارد زندگی و شاخصه‌های هویتی سهمی دارند و تا اندازه ارزش‌هایی چون؛ رستگاری مساوی است با مصرف را هژمون می‌کنند. این گزاره جامع را می‌توان در لابه‌لای مقولات عمده صورتبندی شده همچون؛ سیطره پول، ارزش یافتن هویت مادی، ارزش یافتن منزلت مادی که به تفصیل در ادامه با نقل قول‌های مستقیم تشریح شده است، پیدا کرد. «هاوری» که خود مغازه دارد در این ارتباط می‌گوید:

«رقابت خیلی زیاده، مشتری را باید با چیدمان و حتی ویتروینی که گذاشتی جذب کنی و خیلی وقت‌ها مشتری بخاطر قشنگی و تفننی بودن کالای را می‌خرد و یا فقط نگاه می‌کند؛ الان مته قدیم نیست هر جا که نگاه کنی، مغازه و اجناس لوکس در این شهر وجود دارد، باید رقابت کنی».

جدا از محصور بودن بخشی از شهر در بین مجتمع‌ها و ابر سازگی آنان، اگر با قدری تعمق بنگریم، متوجه این امر می‌شویم که مالکیت و شأن اقتصادی حتی در وجه تسمیه این مجتمع‌ها وجود دارد. اکثر این مجتمع‌ها با اسامی چون شافعی، خدری، ابراهیمی و نظایر آن شناخته می‌شوند. مالکیت بعنوان جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی از آنجا مقدس است که زمینه اعتبار نیکو را به دست می‌دهد، از آنجا مقدس است که افراد را در زمره گروهی قرار می‌دهد که نوع شیوه زندگی آنان افتخار آمیز و الگو قلمداد می‌شود. درک و تفسیر مردم از تغییرات ارزشی، با این سوال کلی «که تغییرات اقتصادی در بانه چه پیامدهای ارزشی با خود به همراه داشته» مورد واکاوی قرار گرفت و اطلاعات با توجه به کدبندی روش گردند تئوری سازماندهی شدند.

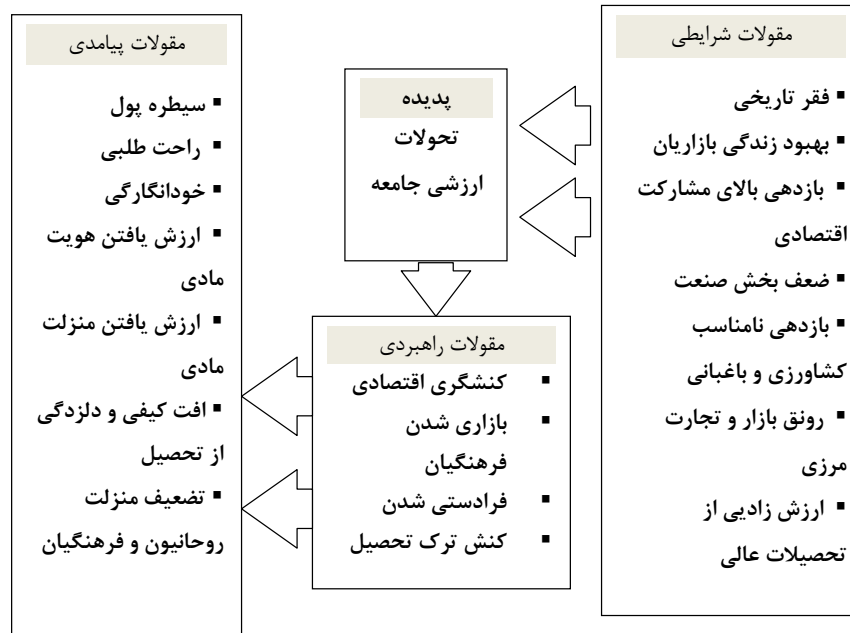
■ بر اساس کدگذاری ۱۰۴ مفهوم عمده استخراج گردید که هر یک از مفاهیم مذکور با توجه به شباهت محتوای زیر یک مقوله عمده نهایی جمع و در نهایت مقولات هر دو گروه، بار دیگر با هم ترکیب و به سطح انتزاعی بالاتری کشیده شده‌اند که مجموعاً تعداد ۱۸ مقوله عمده نهایی مورد صورت‌بندی قرار گرفت. که به تفکیک شرایطی، تعاملی و پیامدی بودن مقولات به شرح زیر است.

■ مقولات شرایطی؛ فقر تاریخی، بهبود زندگی بازاریان، بازدهی بالای مشارکت اقتصادی، ضعف بخش صنعت، بازدهی نامناسب کشاورزی و باغبانی، رونق بازار و تجارت مرزی، ارزش زادایی از تحصیلات عالی.

■ مقولات تعاملی؛ کنگشری اقتصادی، بازاری شدن فرهنگیان، فرادستی شدن، کنش ترک تحصیلی

■ مقولات پیامدی؛ سیطره پول، راحت طلبی، خودانگاری، ارزش یافتن هویت مادی، ارزش یافتن منزلت مادی، افت کیفی و دلزدگی از تحصیل، تضعیف منزلت روحانیون و فرهنگیان در نهایت مقولات نهایی تحقیق در مدل تحقیق با توجه به مقولات شرایطی، تعاملی و پیامدی سازماندهی شدند.

مدل پارادایمی / نظریه زمینه‌ای درک تحولات ارزشی



مقولات شرایطی

ارزش‌های بازار در بین مردمان بانه شرایط متفاوت و در عین حال درهم تنیده‌ای دارد که باید تشریح شود و آن را به صورت داستانی ذکر کرد که خطوط آن حالت گسیختگی نداشته باشد. در گذشته نوع زندگی مردم بانه به دلایل زیادی در فقر و سختی معیشت سپری می‌شد و اکثر مردم زندگی بخور و نمیری داشتند. بسیاری از افراد در فصول مختلف به شهرهای دیگر برای پیدا کردن لقمه‌ای نان کوچ می‌کردند و در بعضی مواقع حدود ۵ ماه، با همه اعضای خانواده به دور از شهر خود بودند. یکی از مشاورین مدرسه در ارتباط با این مسئله می‌گوید «کوره‌های آجرپزی و باغات سیب در استان آذربایجان شرقی، محل درآمد بسیاری از مردم بود و خیلی از افراد در فصل‌های مختلف برای پیدا کردن لقمه نانی به آنجا می‌رفتند و ذخیره‌ای برای فصل‌های پاییز و زمستان خود می‌آوردند». تجربه فقر با این گستردگی طی سالیان مدید، باعث افزایش دو چندان جذابیت بازار و تجارت مرزی شده است. در تایید مقوله شرایطی بالا و ارتباط آن با هژمونی شدن بازار باید گفت؛ در باور اندیشمندان حوزه اجتماعی افرادی که گذشته‌ای همراه فقر مزمن داشته‌اند، همیشه ترس این را دارند که به آن دوران برگردند، به

همین خاطر از موقعیت اقتصادی پیش آمده نهایت استفاده را خواهند کرد. یکی دیگر از مقولات شرايطی که خصوصا با فقر گذشته در بانه ارتباط هميشگی داشته، نبود زمین‌های مناسب کشاورزی در شهرستان بانه است. اکثر افراد بر این باور بودند فراگیری بازار در این شهر را می‌توان نتیجه زیست در منطقه‌ای دانست که زمین آن برای کشاورزی و باغبانی چندان پاسخگو نیست. امید، که در بازار مشغول به کار است در ارتباط با وضعیت بد کشاورزی و باغبانی می‌گوید:

«زمین اینجا اگر توجه کرده باشی چندان مناسب کشاورزی نیست و اغلب کوه و حالت کوهستانی دارد. یک چهارم زحمتی که در کشاورزی بکار میبری، اگر در بازار به کار صرف کنی، زندگیت زیرو رو می‌شه.»

همچنین یکی از مدیران مدارس می‌گوید:

«اکثر افراد زمین‌های دیمی داشتند. کمتر پیش می‌آمد که بگن فردی با کشاورزی چقدر ثروتمند شده. اگر کشاورزی خوب بود و زمین‌های به نسبت خوبی برای کشاورزی در این شهر وجود داشت، این همه کارگر فصلی که در گذشته وجود داشت، پیدا نمی‌شد.»

نبود زیربنای صنعتی یکی دیگر از دلایلی است که به جذابیت بیشتر بازار و تجارت مرزی و متعاقب آن تحولات ارزشی دامن می‌زد. منطقه صنعتی و فراهم آوردن امکانات اشتغال غیرکاذب هر چند با حقوق کمتر، می‌تواند سایر میدان‌های کسب اشتغال را تضعیف کند. یکی از خیرین شهرستان بانه در این ارتباط اظهار می‌کند:

«در شهرهای کوچک نه تنها کارخانه‌ای نمی‌بیند، حتی در داخل شهرک صنعتی‌ها نیز اگر بروید، فقط کارگاهی را مشاهده می‌کنید که وسایل و مواد نه‌چندان زیاد تولید می‌کنند. این کارخانه‌ها اصلا توسعه داده نشده‌اند.»

ارزش‌زدایی از تحصیلات عالی از جمله شرايطی است که به همراه فقر و نبود کشاورزی و صنعت به گستردگی پهنه بازار و تغییرات ارزشی کمک شایانی کرده است. این مساله که در سطح ملی و حتی جهانی وجود دارد، بیش از پیش باعث می‌شد که جوانان به حوزه تحصیلات بی‌اعتماد و در مقابل به بازار آزاد دل ببندند. تبدیل شدن دانشگاه‌ها به بنگاه‌های مدرک‌دهی را می‌توان نتیجه وجود سیاست‌های اقتصادی در سطح جهانی دانست که سوددهی و کسب درآمد را نیز به حوزه دانش انتقال داده‌اند. تأسیس دانشگاه‌های پولی که به ازای پرداخت هزینه، مدرک ارائه می‌دهد، هر ساله تعداد زیادی از فارغ‌التحصیلان عالی را بدون زمینه اشتغال روانه بازار می‌کنند و به میزانی گستره پیدا کرده که ارزش این سطح از تحصیلات را به شدت کاهش داده است. یکی از مدرسین ساعاتی دانشگاه در ارتباط با این مقوله می‌گوید:

« قبلا انسان دارای مدرک دکتری شان و حرمتی داشت. الان شان و حرمت است ولی بخاطر سنش نه مدرک. خیلی از افراد الان مدرک دکتری دارند»

مقولات ذکر شده به صورت زنجیره‌ای، رونق و همه‌گیر شدن بازار و تجارت مدرن در شهرستان بانه را توجیه می‌کنند. دیگر مقولات شرایطی به بعد از شروع بازار و تجارت و مرزی مربوط است. بازدهی بالای مشارکت اقتصادی بیش از پیش باعث می‌شد که دیگر منابع درآمد چون صنعت ضعیف، کشاورزی بی‌بازده، تحصیلات و غیره زیر چرخ بازار و تجارت مرزی نابود شوند. بهزاد که به تجارت آزاد مشغول است در ارتباط با این مقوله می‌گوید:

«پول به یکباره وارد زندگی شد، اوضاع اقتصادی مردم، شاید باور نکنید صد برابر بهتر شده. بانه پر از جوانانی است که ثروت‌های کلانی دارند. فقط کافیه بپرسید. یارو به اندازه‌ای زندگی روبه‌راه شده، که سفرهای مختلف خارجی میره».

یکی از مشاورین شهر نیز در این ارتباط می‌گوید: «یادمه سال ۸۵-۸۴ به یکباره بازار منفجر شد، هر کی یک ماه کار می‌کرد، می‌تونست تکه‌ای زمین بخرد، کم کم نوع پوشش، نوع خانه، امکانات داخل خانه، حتی ماشین سواری نیز تغییر پیدا کرد. این تغییر پیدا کردن فقط سهم بازاریان بود و به هیچ وجه قشر فرهنگی همپای آنان رشد نکرد».

دستاوردهای سرمایه‌داری، بخاطر راحتی‌های که برای انسان و بدن او بعنوان ابژه‌ای زیباشناسانه فراهم کرده است، بسیار جذاب است. این تغییرات ارزشی زمانی بعنوان یک پدیده در نظر گرفته می‌شود که به مساله تبدیل شود. در شهرستان بانه به دلیل رونق بیش از حد تجارت مرزی و بازدهی بالای مشارکت اقتصادی و بهبود زندگی اقتصادی مردم الگوهای ارزشی بیش از پیش تغییرات را به خود دیده است.

مقولات راهبردی

با توجه به بسترهای ذکر شده، مردم بانه و خصوصا جوانان در ارتباط با این تحولات ارزشی و همسو شدن با بازاریان و تجار مرزی راهبردهای مختلفی را اتخاذ کرده‌اند. کنشگری اقتصادی بعد از رونق بازار و تجارت مرزی تنها کنشی است که با تاکید می‌توان گفت، اکثر افراد انجام می‌دهند. راهبرد اقتصادی افراد برای نیل به این ذهنیت است که امروزه ارزش پسندیده در جامعه در معنای گذشته باقی نمانده است و باید همسو با آن بافت حرکت کرد. محمد که در بازار مرزی مشغول به کار است در ارتباط با این مقوله می‌گوید؛

«آینده زندگی بستگی به انتخاب مسیرهای پیش رو دارد و کسی پیروزه که بتونه به درستی انتخاب کند. اگر زرتنگ باشی می‌تونی خودتو پیدا کنی و در بازار کلی پول دربیاری. به اندازه‌ای که همه مردم تو را ببینند».

کارمند دولتی نیز در این ارتباط می‌گوید:

«بیشتر افراد اینجا کار اقتصادی انجام می‌دهند. در پاساژها، مغازه‌ها، دست‌فروشی، دلالی، سر مرز و حتی باربری و کولبری».

زندگی بخور و نمیر افراد فرهنگی چون کارمندان و خصوصا معلمان باعث شده، آنان نیز به سمت مشاغل بازاری و تجاری روی بیاورند. یکی از مشارکت‌کنندگان که در پست بانک مشغول است بیان می‌کند:

«اینجا اغلب معلمان شغل دوم دارند، از راننده تاکسی گرفته تا واسطه‌گری‌های اقتصادی و حتی کارمندان. چون بازار درآمدی به نسبت خوبی دارد، مشغول به کار تجارت هستند».

فراَدستی شدن یکی دیگر از راهبردهایی است که افراد برای همسو شدن با تحولات ارزشی جامعه در پیش گرفته‌اند. واقعیت امر آن است که شناخت سازوکار بازار و تجارت در بانه بدون شناخت و اهمیت قشر نوظهور دلال اقتصادی امکان‌پذیر نیست. این دسته گروه‌های منزلتی خاصی را به عرصه ظهور می‌گذارند که الگوهای مبتنی بر پول و مصرف را وسیله عمده تشخیص و نمادپردازی یا متمایز ساختن هویت و سبک زندگی‌شان از دیگران قرار می‌دهند. انور که مغازه موبایل فروشی دارد در این باره می‌گوید:

«افرادی در این شهر هستند، تعجب می‌کنید این همه پول را از کجا آورده‌اند. در کدام برهه زمانی کار می‌کنند که امروزه مورد تایید همه هستند و الگوهای فرد موفق را در شخصیت او می‌بینند».

راهبرد فراَدستی شدن خصوصا در بین جوانان یکی از مقولاتی است که اکثر افراد به آن اذعان داشتند. با تغییرات اقتصادی و تحولات ارزشی که در جامعه رخ داد، بیشتر جوانان به دو دلیل راهبرد ترک تحصیل را در پیش گرفتند. اول اینکه حوزه تحصیلات چندان پاسخگویی زندگی اقتصادی آنان نبود و فرد بازاری همیشه موفق‌تر بنظر می‌رسید و دوم آنکه بازار درآمدهای هنگفتی را برای آنانکه به کار تجارت مشغول بودند، به ارمغان می‌آورد. یکی از مشاورین در ارتباط با کنش ترک تحصیل جوانان بیان می‌کند:

«هرم سنی دهه ۶۰ و بیکاری آن در بانه و دیگر شهرهای ایران، پرتنگ‌تر شدن ناکارآمدی آموزش عالی، فقر و شرایط محیطی بانه، همه و همه باعث مشروعیت بازار شد». این تحولات

ارزشی جوانان را بیش از همه متقاعد می‌کرد که زندگی تحصیلی، چندان همسو با ارزش‌های فعلی جامعه نیست.

مقولات پیامدی

مدل‌های کلی رفتار و هنجارهای کرداری در شهرستان بانه، به مانند همه جوامع دیگر در حال دگرگونی و تبدیل شدن است؛ با این تفاوت که رونق بازار و تجارت مرزی آن را تشدید و الگوی متفاوت اندیشیدن و عمل کردن را ارائه کرده است. ارزش در شهرستان بانه آمیخته‌ای از ارزش‌های سنتی و اسلامی بود، ولی امروزه گسیختگی ارزشی در بین نسل‌های مختلف دیده می‌شود. راهبردهای اتخاذ شده مردم بانه در قبال رونق بازار و تجارت مرزی پیامدهای مختلفی با خود به همراه داشته است، پیامدهای که در نظام روابط عینی که افراد در آن قرار گرفته‌اند، بیشتر از همه رنگ و لعاب ارزش‌های بازار را دارند. وقتی که افراد در مدت کوتاهی پول زیادی را صاحب شوند، ارزش‌های آنان نسبت به زمانی که در حالت فقر بودند به‌طور کلی دگرگون می‌شود. افراد در ارتباط با راحت طلبی بیشتر به این امر تأکید داشتند، وقتی چیزهایی که خواستارند، می‌توانند اینجا به دست بیاورند، دیگر لزومی ندارد که به شهرهای غریب بروند و یا کارهای طاقت فرسا انجام دهند. «هه‌ژار» که مغازه لوازم برقی دارد در این ارتباط می‌گوید «کاش که من ۱۰ سال زودتر متولد می‌شدم، چون دورانی که این بازار به اوج خود رسید، آدم راحت می‌تونست در طول یک سال به همه چی برسه، ولی آلان به نسبت گذشته سخت‌تر شده است».

آرام که شغل آزاد داشت بر این باور بود: «بعد کلی کار و جون کندن ماهی یک میلیون نیم به حسابت بریزن، چه ارزشی داره؛ بازاریان با نصف این زحمت سه چهار برابر پول پیدا می‌کنند». همچنین «هیوا» که قدیم کشاورز بود و الان در بازار کار می‌کند معتقد است: «حاضر نیستم به کارای طاقت فرسا و بی‌درآمد گذشته بازگردم، زندگی نداشتیم اون زمان، همش جون کندن بود».

به اعتقاد وبلن (۱۳۸۳) هنجار مصرفی تن پروری نوعی سازوکار اقتصادی است، که در قالب پوشش‌های ارزشی نمایان می‌شود. بر این مبنا یکی از راه‌های که افراد با ورود این بازار و تجارت در بانه تجربه کردن اوقات و خوشی‌های تظاهری است که موقعیت مالی آنان را هر چه بیشتر مورد نمایش قرار می‌داد. یکی دیگر از پیامدهای ارزشی که می‌توان با رونق گرفتن بازار و تجارت مرزی در بانه به آن اشاره کرد بحث باور بیش از حد جوانان به تجربه ذهنی خود است؛ به طوری که تجارب والدین و نزدیکان جایگاهی در ذهن آنان ندارد. جوان بانه‌ای ادعا دارد که تنها او و تجربیاتش وجود دارند. به‌نوعی که یگانه فاعل شناسای همه تجربیات به‌گونه‌ای

مشخص، خود اوست. بیشتر مصاحبه‌هایی که با افراد بازاری انجام گرفته، به این امر منتج شده که خود را شناساتر و واقع‌بین‌تر از هر کسی می‌دانند و ادعا دارند که وقتی واقعیت این است، چطور می‌توان از آن چشم پوشید. بهروز که مشغول فروش لوازم آرایشی بود، در ارتباط با این پیامد می‌گوید:

« اگر بازاری نشی، آزادی و خوش‌گذرانی نداری و نمی‌توانی زندگی مناسب و راحتی در آینده برای خود فراهم آوری.»

فاعلین شناسا تجربه را تنها در حس و مفهومی که از آن دارند دنبال می‌کنند و واقعیت را تنها در فهم خود از دنیای تجربی (وجود چشم و هم چشمی، مصرف، رقابت و غیره) می‌دانند. اگر وارد مباحث ارزشی شویم، واضح است که جوانان در تصمیم‌گیری‌های اساسی خود دچار نوعی خودانگاری گردیده‌اند و متأثر از آن تصمیم‌های حیاتی برای زندگی اتخاذ کرده‌اند. فرایند صورت گرفته در تصمیم‌گیری این فاعلان بدین صورت است که بعد از دریافت اطلاعاتی منظم و غیرمنظم تصویرسازی‌های ذهنی دیگران و واقعیت‌های موجود از یک واقعه اقتصادی و تقابل آن با گذشته‌ی محرومی که داشتند دست به تصمیم‌گیری‌های زندگی خود می‌زنند. «جلیل» که مغازه‌دار بود در ارتباط با این مقوله می‌گوید:

«به نظر من با این اوضاع پیش آمده بازم اگر موقعیت تحصیلی پیدا کنم، همین راه تجارت رو پیش می‌کشم. چون راه اشتباهی رو انتخاب نکرده‌ام که پشیمان باشم». فاعلان شناساگر خود را تنها سوژه‌های واقعی می‌دانند که تصور می‌کنند واقعیت آن چیزی هست که آن‌ها درک و در ذهن خود تفسیر کرده‌اند. بحران شناختی افراد از ارزش‌های سنتی و سرخوردگی‌های ناشی از آن، باعث شده که فرد وارد بازار شود و به قولی دست به فعالیت‌هایی در راستای کسب پول بزند. فروشنده کتاب در ارتباط با این پیامد می‌گوید:

«مهمانی می‌رفتی، اول می‌گفتن پسر شما هم در بازار کار می‌کند؟ تابستونا چی؟ حداقل بفرستین دست فروشی کند. نمیدونم پسر فلانی روزانه این مقدار پول درآورده (خیلی جالبه خانم‌ها با هم حساب می‌کنن). حتی میگن این جنس بهتر بفروش می‌رسه. این بحث‌های خانوادگی داغ است.»

به اعتقاد وبلن در این جوامع لازم است که شخص برای آرامش فکری، مانند دیگران آن‌قدر مال‌ومنال فراهم کند که در طبقه او مرسوم است و اگر چیزی بیش از دیگران داشته باشد، بسیار خوشنود کننده خواهد بود (وبلن، ۱۳۸۳: ۷۶) و مورد تایید قرار خواهد گرفت. در جامعه بانه با وارد شدن پول و گزاره‌های اقتصادی در تعاملات انسانی ذهن و عین فرد با آن سنجیده می‌شود و مقدار دارایی او، مقدار قدرت آن را نشان می‌دهد. مسئول کتابخانه بر این نظر است:

«کمتر مجالسی پیدا می‌کنید که بحث شاخ و بال دادن به شخصیت و اصالت بخشی به بازاریان نباشد. شخصیت فرد برحسب پولی که داره سنجیده می‌شه. فلان کس چقدر زرنگ است. چرا چون پولدار است».

افت کیفی و دلزدگی از تحصیل و به تعداد زیادی انتخاب بازار در برابر تحصیلات در بین جوانان یکی دیگر از پیامدهای ارزشی است که رونق تجارت مرزی با خود به همراه آورده است. یکی از وجوه بارز این مقوله کاهش به نسبت زیاد قبولی در کنکور در سال‌های بعد از رواج بازار و تجارت مرزی است. بیشتر افراد به امر افت قبولی در کنکور اشاره می‌کردند. یکی از معاونین مدرسه اشاره می‌کرد:

«تنها کاری که با مدرک دیپلم می‌کنن، اخذ گواهی‌نامه است، و دیگر تحصیلات و ادامه تحصیل هیچ ارزشی ندارد».

و یکی دیگر از مشاورین مدرسه اعتقاد داشت: «بانه رتبه آخر پیشرفت تحصیلی را در سال‌های اخیر داشته است».

تضعیف جایگاه فرهنگیان و افراد مذهبی در اذهان عمومی یکی دیگر از تحولات ارزشی است که در جامعه بانه به وقوع پیوسته است. در شهر بانه که اکثر افراد با عینک خوشبینانه به بازار نگاه می‌کنند؛ اجماع کلی بر این امر است که افرادی که بازار و زندگی تجاری در پیش گرفته‌اند زندگی بهتر و منزلت بالاتری دارند. خود افراد فرهنگی و مذهبی به اشتغال در بازار روی آورده‌اند. بازار، اخلاق و ارزش‌های مختص به خود را داراست و در بعضی موارد حتی حالت تضاد با ارزش‌های سنتی پیدا می‌کند. در جامعه بانه که کمک بعنوان ارزش‌های سنتی و دینی حرف اول را می‌زد، امروز جایگاه خود را به رقابت داده است. معلمی در این بابت بیان می‌کند:

«آنچه خواسته بازار است، رقابت است. کمک وجود دارد، ولی نه به آن معنای قدیمی».

همچنین یکی از مشاورین اعتقاد دارد:

«امروزه دیگر در جوانان آن شور و شوق همیشگی که به نماز و مسجد داشتند، وجود ندارد و خیلی از افراد هر بار می‌گویند، فلانی از صبر در برابر فقر می‌گه؛ ولی خودش همیشه کار بازاری انجام می‌ده».

مشاوره دیگری بر این بار بود: «که من خودم با چشم‌های خودم دیدم که فلان نفر، صرفاً بخاطر اینکه پولدار است، مشاوره طلاق می‌ده و تعجب می‌کنم که چطور خانواده‌ها او را بعنوان مشاور قبول کردند».

تضعیف گروه‌های مرجع فرهنگیان و روحانیون را با مواردی چون کاهش طلبه‌ها، کاهش اعتقادات دینی جوانان و همچنین دل‌سردی جوانان از درس و تحصیلات به خوبی می‌توان در شهر بانه مشاهده کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

مقبولیت بازار و تجارت مرزی واکنش به مجموعه عللی است، که در آن بستر، کنش فرد را معنادار می‌سازد و به پدیده تجارت مرزی به معنای امروزی جلوه‌ای متناسب با آن بافت می‌دهد. برای پی بردن به سوالات در ابتدا با این ادعا شروع به کار شد، که شهرستان بانه طی یک دهه اخیر تغییرات چشم‌گیری را در حوزه بازار به خود دیده، که نقطه عطفی در تاریخ این شهرستان است. بازار امروز جامعه بانه، با بازارهای سنتی به کلی فرق دارد. گستردگی دست‌های سرمایه‌داری در حدی است که با پا گذاشتن به این شهرستان به خوبی می‌توان نظریات ویلن «مبنی بر مصرف انواع کالاها و خدمات، مبنایی برای تمایزات تبعیض‌آمیز میان مردم» را دید و به این دست یافت که شهر محصور از عادت‌واره‌های بازار است و تا جایی سلطگی دارد که در اذهان مردمانش جایگزینی برای بازار مرزی وجود نخواهد داشت. بنابراین بازار بانه جدا از سیاست‌های نئولیبرالیستی جهانی در نظر گرفته نشده است، بلکه در ارتباط با دوره‌های تاریخی و سلطه‌اندیشه‌های جهانی؛ همچون: همجواری با مرزهای کردستان عراق که به خوبی نمایی از فتوحات نئولیبرالی در آن دیده می‌شود، فرض شده است. تغییرات اقتصادی باعث شده که ارزش‌های جامعه، به ارزش‌های بازار محور تغییر یابد. نتایج این تحقیق که برگرفته از درک مردم و معرفت کنشگران بومی است، در تایید نظریات مربوط به مارکس و اینگلهارت می‌باشد که اقتصاد را تعیین کننده تغییرات ارزشی می‌دانند. نتایج تأیید می‌کند که مسیر تغییرات ارزشی به سمت بازار محوری است. تحولات ارزشی به‌مثابه مقوله مرکزی تحلیل می‌باشد.

تحولات ارزشی در جامعه بانه بعد از رونق تجارت مرزی به اوج خود رسیده است. فقر و معیشت سخت، کشاورزی نامناسب و کوهستانی بودن، نبود زیربنای صنعتی و خیل عظیم بیکاران تحصیل کرده بیش از هر مواردی باعث شده که افراد بازار و تجارت مرزی را تنها ریسمان نجات خود در گودال معیشت سخت قلمداد کنند و به آن بیش از هر پدیده‌ای شایسته شوند. رونق بازار و تجارت مرزی باعث شد که مردم زندگی اقتصادی بهتری داشته باشند و هر روز مشارکت اقتصادی خود را بیشتر و پول بیشتری به جیب بزنند. از مالکیتی ساده گرفته، تا درک جدیدی از منزلت و معیار احترام که ویلن نیز بر آن اشاره کرده است، همه جزو ارزش‌های رسوخ کرده پولی است که بازار بانه با خود به همراه آورده است. از آنجا که داشتن ثروت و

دارایی مبنایی برای پایگاه برتر و سربلندی قلمداد می‌شود، مردم راهبردهایی را همسو با این تحولات در پیش گرفتند و همواره سعی کردند، فرادست شوند، منزلت مادی کسب کنند و کنشگر اقتصادی باشند و از آن دسته از افراد نباشند که همانند گذشته در زندگی بخور و نمیر بسر می‌برند. به طوری که دقیقاً اینگلهارت به آن اشاره کرده است. پیامدهای ارزشی این بازار طیف وسیعی را در برمی‌گیرد. یکی از این موارد ارزش یافتن مستقل پول بعنوان یک کالا است. پول برای صاحب آن، همان قدرتی را به بار آورده است که تحصیلات آکادمی در گذشته برای یک فرد به بار می‌آورد. به همان اندازه که جایگاه روحانیون و ارزش‌های دینی و همچنین تحصیلات و افرادی چون معلمین کاهش پیدا کرده است، فرد بازاری قدرت بیشتری یافته و در انظار به نیکی از او یاد می‌کنند. در این بافت، فرهنگ و شرایط طبقه برتر (ثروتمندان) است که معین می‌کند کدام شیوه زندگی به عنوان سبک آراستگی و افتخارآمیز می‌تواند در زندگی حضور داشته باشد که این خود نمودی از هژمونی استرانی و فوکو می‌باشد. جوانان بیش از آنکه خود را با هویت تحصیلی معرفی نمایند، درگیر شناخت بازار و کنشگری در آن میدان شده‌اند و کمترین ایمان را به ادامه تحصیل پیدا کرده‌اند. ارزش هویت دینی، تحصیلات، ارزش تلاش و سخت‌کوشی، باور و همچنین وفاداری جای خود را به ارزش‌های دنیای سرمایه‌داری چون هویت پولی، راحت‌طلبی، خودانگاری، دنیاگرایی، مصرف و چشم و هم چشمی داده است و جایگاه روحانیون و افراد فرهنگی به شدت تضعیف شده است. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات طالبان و همکاران (۱۳۸۹)؛ قادرزاده و همکاران (۱۳۹۱) و باینگانی (۱۳۹۴) مبنی بر گرایش به زندگی رفاهی، گرایش به زندگی مادی، اهمیت ارزش‌های مادی و کاهش اهمیت ارزش‌های معنوی و همچنین هژمونیک شدن پول تطابق دارد، با این تفاوت که بازار و رونق تجاری تنها علل در نظر گرفته نشده است؛ بلکه موارد دیگری چون کشاورزی، صنعت و در سطح ملی ناکارایی آموزش عالی، باعث شده است شهرستان بانه تا این حد و اندازه در بازار حل شود. همچنین نتایج این تحقیق با یافته‌ی لطفی‌فر (۱۳۹۱) در زمینه بازارچه‌های مرزی که به زعم نتایج آن به افزایش فعالیت‌های تولیدی کمک کرده، هم‌راستا نیست، بلکه تنها فعالیت دلالی و واسطه‌گری را افزایش داده است.

منابع

- اسلیتر، دن و تونیکس، فرن (۱۳۸۶). *جامعه بازار: بازار و نظریه اجتماعی مدرن*، مترجم: حسین قاضیان، تهران، انتشارات نی
- اینگلهارت، رونالد؛ آبرامسون، پل. آر (۱۳۷۸) «امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی»، ترجمه شهناز شفیع‌خانی، *نامه پژوهش*، شماره های ۱۴ و ۱۵. صص ۱۰۵-۵۹

- باکاک، رابرت و تامپسون، کنت (۱۳۹۳). فهم جامعه مدرن، کتاب سوم: اشکال اجتماعی و فرهنگی مدرنیته، مترجم: فیروزمند، کاظم و همکاران، انتشارات آگه، چاپ اول.
- باینگانی، بهمن (۱۳۹۴). مطالعه جامعه‌شناختی تغییرات اقتصادی و پیامدهای فرهنگی در مناطق کردنشین (اتنوگرافی انتقادی بازار مرزی بانه)، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، رشته جامعه‌شناسی، پایان‌نامه برای دریافت درجه دکتری
- بودریار، ژان (۱۳۸۹). جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها، ترجمه: پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث، چاپ اول
- پولانی، کارل (۱۳۹۱). دگرگونی بزرگ: خاستگاه‌های سیاسی اقتصادی روزگار ما، مترجم: محمد مالجو، تهران، انتشارات شیرازه
- جرج، سوسان (۱۳۸۴). «بررسی وجوه، ابعاد و آثار اجتماعی و تاریخی نئولیبرالیسم»، مترجم: علی اصغر سعیدی، نشریه اقتصاد و تعاون، شماره ۱۷۰، صص ۵۷-۵۱
- ذکائی، محمد سعید (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جوانان ایران، تهران، انتشارات آگه. چاپ اول
- رمضانی، قباد (۱۳۹۱). بررسی دیدگاه دبیران و دانش‌آموزان مقطع متوسطه در خصوص نقش مناطق تجاری مرزی شهرهای بانه و مریوان بر وضعیت تحصیلی دانش‌آموزان، دانشگاه کردستان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۲). وضعیت، نگرش و مسائل جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله کل کشور. تهران: سازمان ملی جوانان، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی، دفتر مطالعات و تحقیقات سازمان ملی جوانان
- سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۱). مباحثی در جامعه‌شناسی اقتصادی منفعت‌طلبی و ساختار اجتماعی. ترجمه‌ی علی‌اصغر سعیدی. تهران: انتشارات لوح فکر.
- شفرز، برنهارد (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی جوانان، مترجم: کرامت‌اله راسخ، تهران، نشر نی، چاپ ششم
- صوفی، یوسف؛ امامعلی عاشری و همکاران؛ اکبر صوفی و یوسف احمدی، (۱۳۹۱). بررسی تاثیر واردات بر فرهنگ شهرستان مرزی پیرانشهر، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالشها و رهیافتها، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان
- طالبان، محمدرضا؛ مبشری، محمد و مهرآیین، مصطفی (۱۳۸۹). «بررسی روند دگرگونی ارزشی در ایران»، دانشنامه علوم اجتماعی، دوره ۱، شماره ۳، ۶۳-۲۳
- قادرزاده، امید و قادری، امید (۱۳۹۱). «مطالعه کیفی پیامدهای فرهنگی تجارت مرزی در شهرستان مریوان»، مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره هفتم، شماره ۲، تابستان، ۱۵۴-۱۳۵
- قادرزاده، امید؛ احمد محمدپور و امید قادری (۱۳۹۲). تجارت مرزی و تفسیر مردم از تغییرات زیست‌خانواده، راهبرد فرهنگ، شماره ۲۲، صص ۸۴-۶۲

- لطفی فر، مجتبی، (۱۳۹۱).، بررسی اثرات اقتصادی - اجتماعی بازارچه های مرزی در شهرستان سردشت و روستای اطراف، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت ، چالش‌ها و رهیافت‌ها، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۹). بررسی آگاهی‌ها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی- فرهنگی در ایران. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت پژوهشی و آموزشی، انتشارات اداره کل دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی
- موسوی، یعقوب، احمدی، طیبه (۱۳۹۲). تاثیر تبلیغات تجاری شهری بر مصرف‌گرایی زنان شهر تهران، فصلنامه تحقیقات اجتماعی- فرهنگی، دوره اول، شماره ۴، صص ۹۹-۱۲۳
- میلنر، آندرو/ براویت، (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ی فرهنگی معاصر، تهران: ققنوس
- وبلن، تورستاین (۱۳۸۳). نظریه طبقه مرفه، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران، نشر نی
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۷۹). ارزشها و نگرش‌های ایرانیان (موج اول) یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور. تهران: دفتر انتشارات طرحهای ملی
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). ارزشها و نگرش‌های ایرانیان (موج دوم) یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور. تهران: دفتر انتشارات طرحهای ملی
- هال، استوارت و برم، گین (۱۳۹۰). درآمدی بر فهم جامعه مدرن: کتاب سوم، اشکال اجتماعی و فرهنگی مدرنیته، ترجمه: مرتضوی، حسن و؛ کریمیان، رامین و همکاران، تهران، نشر آگه
- Cartwright, Laura (2015). *Permanently Temping? – Education, Labour Markets and Precarious Transitions to Adulthood*. PhD thesis, University of Leeds.
- Hann, C.H & Hart, K (2009). *Market and Society: The Great Transformation Today*, New York: Cambridge University Press.
- Inglehart, R.o & C. Wlzel.,(2005) *Modernization, cultural change and democracy: the human, development sequence*, New York: Cambridge university press.
- Maurer, B. (2006). “The Anthropology of Money”, *the Annual Review of Anthropology*, 2006. 35.:, pp 15-36
- O’Cass, A. (2004). “Fashion clothing consumption: Antecedents and consequences of fashion clothing involvement.” *European Journal of Marketing*, 38 (7), 869-882