

پژوهشی
جامعه‌عشایری (قسمت سوم)
مشکلات اساسی
اقتصاد عشایر
(صنایع دستی، مبادله)



امروزه فراتر از مصارف شخصی، جنبه تولید برای عرضه و فروش را یافته است.

انواع صنایع دستی در عشایر موارد زیر را شامل می‌گردد است:

ریسندگی، پشم‌ریسی، بافندگی بصورت‌های قالبیافی، جاجیم بافی، گلیم بافی، خورجین بافی، چادربافی، و تهیه پستی و کیسه پوستی، و انواع مشکها برای حمل آب، دوغ، روغن و...

سیاه‌چادر که بعنوان سرپناه و بعنوان یکی از ضرورت‌های زندگی عشایری مطرح بوده است، و با جاجیم که بعنوان رواندازه استفاده می‌شود و کلاً تولیداتی از این قبیل جنبه خود مصرفی داشته، و تولیداتی مانند قالی و گلیم و... علاوه بر مصرف در داخل جامعه ایلی، برای فروش و مبادله نیز عرضه می‌شده است.

ظرافت و زیبایی برخی از این فرآورده‌ها، خریداران و طرفداران جدی را در شهرهای مجاور و گاه دورتر نسبت به آنها جلب نموده است.

در عشایر کردستان، یک نوع شالیافی رواج داشته که «پارچه‌ای است که از موی بزتابیده

در ادامه مطالب گذشته پیرامون اقتصاد عشایری، در این شماره به صنایع دستی و مبادلات عشایری اشاره‌ای داریم.

۳- صنایع دستی:

زندگی عشایری قبل از ارتباط وسیع با شهر و قبل از روی آوردن به مبادله پولی، یک زندگی بسته بود، و بدین جهت تقسیم‌بندی فعالیتها و تنوع آن ظوری بوده است که نیازمندیهای این جامعه را در داخل برآورده سازد. بنابراین وجود صنایع دستی در عشایر جزئی از زندگی این مردم بوده و همه عشایر به این امر می‌پرداخته‌اند.

عشایر، حداقل به انواع مشکها برای حمل آب، دوغ و روغن، کیسه پوستی برای نگهداری غلات، چادر، گلیم، جاجیم و قالی نیازمند بوده‌اند. اگر چه امروزه افزایش ارتباط با شهر، تغییراتی در نوع و شیوه تهیه این نیازمندیها بوجود آورده است.

وجود چادر برزنتی، توزیع موکت و اجناس از این قبیل، طبیعتاً نوع و میزان تولیدات دستی عشایر را دستخوش تحولاتی ساخته است، و بخصوص آنکه تولید برخی از محصولات صنایع دستی عشایر،

قالی باقی و گلیم بافی را مورد توجه بیشتر و اساسی تر قرار داده و در جهت توسعه و بهبود کیفی و کمی آن برنامه ریزی نمود.

بهر صورت هر برنامه ای که در امر و جهت گسترش و بهبود صنایع دستی عشایر پیشنهاد می شود باید این نکته را نیز مورد توجه قرار دهد که اولاً عشایر را از کار اصلی خود (دامداری) باز ندارد و ثانیاً موجب آن نشود که کودکان را بجای مدرسه فی المثل در کنار دار قالی قرار دهد، ثالثاً زنان عشایری را از تربیت فرزندان باز ندارد و به تحمل رنج و مشقت طاقت فرسا مبتلا نسازد. امکانات و توسعه آن باید در خدمت انسان عشایری باشد و نه اینکه انسان عشایری را فقط به صورت یک عامل تولید درآورد.

۴- مبادله

مبادلات عشایری در گذشته ای نه چندان دور دارای ویژگی‌هایی بود که امروزه دستخوش تغییرات عمده ای شده است. از مهمترین این خصوصیات، پایاپای بودن مبادلات بوده است. هر ایل و قبیله ای براساس نیازمندیهای محدود و شناخته شده، مقداری از تولیدات خود را برای تأمین نیازمندیهایش پرداخت می کرده که هر چند خود، در اصل، نیازمند این محصولات بودند، اما از آنجا که امکان تولید کالاهای مورد نیاز در داخل جامعه ایلی نبود، بناچار این محصولات وارد بازارهای خارج از جامعه ایلی می شد.

عشایر در ازاء تأمین نیازمندیهایی چون آرد، قند، چای، پارچه، کفش و... اخیراً کالاهایی مانند موکت، چادر برزنتی و امثالهم، از مناطق شهری و روستائی، در مقابل تولیداتی مانند روغن، کره، پشم، مو، محصولات جنگلی و محصولات مرتعی را بعنوان بها، پرداخت می کرده اند.

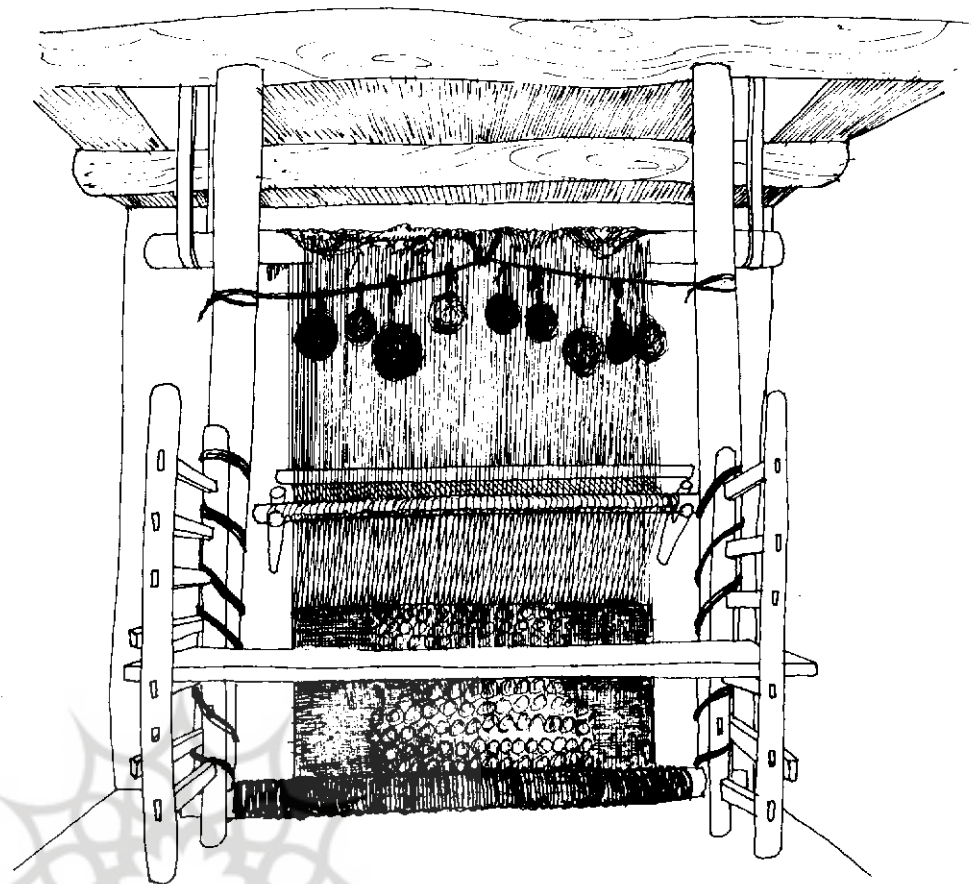
در موارد نیز ناچار بوده اند دامهای خود را قبل از آنکه از رشد کامل برخوردار گردد در سنین ۵-۶ ماهگی به فروش برسانند و از این راه خسارت زیادی به خود وارد نمایند.

بطور کلی، چه در گذشته و چه در حال حاضر دو نوع مبادله داشته اند:

۱- مبادله درون ایلی.

۲- مبادله با بازار.

مبادله درون ایلی میان خود عشایر صورت می گرفته که به دلایلی گسترش چندانی نیافته است. اصولاً در نظام ارزشی ایلی و در فرهنگ عشایر، فروختن جنس یک شیوه مطلوب و پسندیده نبوده است. همچنین از سوی دیگر اقلام مورد نیاز



۶- پائین بودن بازده اقتصادی، چه در ارتباط و مقایسه با دامداری و زراعت و چه بصورت مجرد و مطلق. برطبق یک برآورد از گروهی از عشایر فارس، تنها ۸ درصد درآمد خانوارهای کوچرو از طریق صنایع دستی تأمین می گردیده است. در حال حاضر صنایع دستی عشایر، با مشکلاتی روبروست که برنامه ریزی در جهت حل این مشکلات می تواند گامی مؤثر در بهبود وضعیت این صنایع باشد. اهم این مشکلات عبارتند از:

- ۱- مشکل تهیه وسائل و ابزارآلات.
- ۲- مشکل تهیه برخی از مواد لازم.
- ۳- مشکل آموزش برای بهبود وضعیت صنایع دستی.

۴- مشکل عرضه و بازاریابی محصولات صنایع دستی.

بهر حال رفع مشکلات و نارسائیهای موجود در بخش صنایع دستی این جامعه، و برنامه ریزی در جهت توسعه آن و ایجاد صناعی نظیر صنایع تبدیلی احتیاج به دقت خاصی دارد که شناخت عمیق ترین جامعه و ویژگیهای زندگی ایلی را ایجاد می کند.

اما در یک فضاوت کلی و با توجه به خصوصاتی که بر شمرده شد، عموماً می توان

شده و با ظرافت خاصی تهیه می شود و لباس محلی از آن تهیه می کنند، جنس و رنگ آن بقدری ظریف و مورد پسند است که به جوامع شهری نیز نفوذ کرده و برای لباسهای زنانه و مردانه از آن استفاده می کنند.^۱

از سوی دیگر کیفیت برخی از تولیدات دستی عشایر نظیر قالیبافی به دلایلی پائین بوده و مرغوبیت قابل توجهی ندارد و طبعاً برای عرضه در بازار نیز مناسب نمی باشد.

در مجموع، ویژگیهای صنایع دستی عشایر را به این صورت می توان دسته بندی نمود:

۱- رواج و عمومیت داشتن در تمام ایلات و طوایف.

۲- اشتغال به این فعالیت در اوقات فراغت.

۳- اختصاص این فعالیت به زنان و دختران.

۴- به لحاظ تأمین مواد اولیه ارتباط با دام و دامداری، مواد اولیه این صنایع از فعالیت های دامداری حاصل می شود. مانند پشم، پوست، مو، و مواد رنگرزی سابق بر این مواد طبیعی بوده اما امروزه از مواد مصنوعی نیز در رنگرزی استفاده می شود.

۵- پائین بودن قدرت رقابت در بازارهای خارج.

عشایر در داخل جامعه ایلی تهیه و تولید نمی‌گردیده است.

مبادله با بازار— این نوع مبادله در طول زمان، به لحاظ شیوه و ماهیت دچار تحولات و تغییراتی گردیده و از شکل پایاپای به مبادلات پولی، و از ارتباط با پیله‌ور به تشکل در تعاونیها، و از حالت استثمارگرانه شدید در گذشته، به وضعیت متعادلتری در حال حاضر تغییر یافته است.

در گذشته این مبادلات بین عشایر و پیله‌ور انجام می‌گرفته است، و پیله‌ور کسی بوده کسه کالاهای مورد نیاز عشایر را از بازار شهر تهیه می‌کرده و در هر کجا که عشایر نیاز داشته‌اند در اختیار آنها قرار می‌داده است، و بدین ترتیب دشواری ارتباط عشایر با شهر را حل می‌نموده است. رابطه پیله‌ور با عشایر، رابطه‌ای نزدیک و ظاهراً بسیار دوستانه اما در عین حال بسیار ظالمانه بوده است. اغلب معاملات در این حالت پایاپای بوده و با توجه به وضعیت عرضه محصولات عشایر، پیله‌ور با زیرکی خاصی امکان می‌یافته تا حاصل دسترنج عشایر را به جیب خود سرازیر نماید، بطوریکه گاه تمام سرمایه یک خانوار عشایری که دامهای آن بوده، در تملک پیله‌ور قرار می‌گرفته است.



همانطور که قبلاً اشاره شد، آنچه که توسط عشایر در مقابل تأمین و تحویل کالاهای مورد نیازشان پرداخت می‌گردیده، فرآورده‌های دامی از قبیل دام، روغن، پشم، کره و... بوده، که به لحاظ زمان و حجم، عرضه این محصولات وژیگی خاصی می‌یافته و این فرصت و امکان را در اختیار پیله‌ور قرار می‌داده که بهره‌کشی نماید. از یک سو عواملی مانند خشکسالی، آفت، مرگ و میر و... تأثیری کاهنده در میزان عرضه تولیدات دامی داشته و دارد، و از سوی دیگر زمان تولید این محصولات ثابت و معین بوده (اواخر بهار و تابستان) و در تمام طول سال امکان تولید و عرضه این فرآورده‌ها وجود نداشته است.

همینطور عشایر کالاهایی را نیاز داشته‌اند که در خارج از جامعه ایلی تولید می‌گردیده کسه دسترسی به این کالاهای برای عشایر با دشواریهایی همراه بوده است، زمان تهیه این کالاهای نیز عموماً فصل زمستان بوده و در چنین فصلی عشایر چیزی برای عرضه و مبادله نداشته‌اند. در چنین وضعیتی پیله‌ور، یک‌ه‌تاز بازار و قیمت می‌گردیده و قیمت دلخواه را در واقع تعیین و تحمیل می‌کرده است. گرچه این قشر به شیوه‌های خاص دیگری در

طول سالیان با این دکاندار و تاجر معینی صورت می‌گرفته است. «این دکانها تمام احتیاجات عشایر را به او عرضه می‌کنند و در مورد اجناسی که جنبه تخصصی دارد بصورت واسطه عمل می‌کنند... از طرف دیگر خانوارهای یک واحد کوچک ایلی که در یک محل با هم زندگی می‌کنند، بیشتر طالب آن هستند که با (یک) دکان طرف معامله باشند».

در این مبادلات پرداخت بهای کالاهای به یکباره صورت نمی‌گرفته است. عشایر در ارتباط با چگونگی عرضه محصولات خود، ناچار به نسیه‌خوری بوده‌اند و پیله‌وران و دکانداران نیز، در طول سال و به دفعات، در داخل ایلی حضور می‌یافته و طلبهای خود را وصول می‌کرده‌اند.

بر اساس مطالعه‌ای که در ارتباط با گروهی از عشایر منطقه فارس و در سال ۵۳ انجام یافته (۵۰/۵) درصد از واحدهای مورد مطالعه فقط با شهر مبادله داشته‌اند، ۲۲/۵ درصد هم با شهر و هم با روستا، ۱۰ درصد با شهر و روستا و پیله‌ور، ۷ درصد فقط با روستا، ۵ درصد فقط با پیله‌ور، در نتیجه ۸۴ درصد از آنها با شهر مبادله داشته‌اند...^۲ در اثر گذشت زمان، عشایر بعنوان جزئی از کل یک

تعیین قیمت کالاهای عمل می‌کرده‌اند، در برخی از ایلات «... اول عید پیله‌ور به نزد خان ایلی می‌رفت و قیمت کالاهای تولید عشایر را برای تمام مدت سال از سوی خان تعیین می‌کرد، هرچند هدایاهای پیله‌ور به خان افزایش می‌یافت، قیمت تولیدات کاهش می‌یافت...» اما با این حال، رابطه، رابطه‌ای مستحکم بوده است. «بین خریدار و فروشنده روابطی بسیار مستحکمتر از آنچه که در شهر و روستا می‌توان تصور نمود وجود دارد». معمولاً هر طایفه‌ای، تنها با یک یا دو پیله‌ور معین مبادلات خود را انجام می‌داده و از این رهگذر نیز امکانی ایجاد می‌گردیده تا پیله‌ور بدون دغدغه به آئینده و تداوم معاملات پرسود خود بیندیشد. به مرور زمان و در اثر تماس عشایر با روستاها و شهرهای مجاور، مغازه‌داران و تجار شهری و روستائی وارد زندگی عشایر گردیده‌اند، عشایر در این حالت نیز، احتیاجات خود را در طول سال و از دکاندار تأمین می‌ساخته‌اند و اساس مبادله نیز پایاپای بوده و به همین دلیل نیز عشایر کالاهای خود را بندرت از جای دیگری تأمین می‌کرده و یا مازاد تولیدات خود را به فرد دیگری می‌فروخته‌اند. تمام مبادلات و در

عشایری، لازم است درجه اول تعاونی ها به صورتی گسترش پیدا نمایند که همه عشایر را تحت پوشش داشته باشند و در اسرع وقت نسبت به خرید محصولات و فرآورده ها اقدام نمایند، و البته در کنار آن ایجاد مراکز فروش در شهرهای بزرگ و مراکز استانها حائز اهمیت است که در این جهت تقویت اتحادیه تعاونی ها میتواند کارساز باشد. در جهت امکانپذیر ساختن فروش محصولات عشایر در سراسر کشور، رعایت نکات بهداشتی در تهیه فرآورده های دامی، و همچنین توجه به عامـل استاندارد ضروری می باشد.

برای کالارسانی به عشایر نیز، گسترش و تقویت تعاونی ها و قبل از آن شناخت دقیق نوع و میزان احتیاجات عشایر حائز اهمیت است.

در جهت برچسیدن دست سلف خران و پیله وران از زندگی عشایر، هم گسترش سیستم اعتباری و هم توجه بر نوع اعتبارات قابل دقت است. نوع اعتبارات باید به گونه ای باشد که جوابگوی نیازمندیهای عشایر باشد، به عنوان مثال اگر این اعتبارات به صورت در اختیار گذاردن کالاهای مورد نیاز عشایر، و یا وسایل و امکانات و مواد اولیه تولید، و در اسرع وقت و زمانی که عشایر نیاز دارند باشد، خواهد توانست بخشی از مشکلات این جامعه را حل نماید.

مأخذ:

جلد سوم - جزوه سمینار بررسی مسائل جامعه عشایری
۲ و ۳ جلد دوم - جزوه سمینار بررسی مسائل جامعه عشایری



است. شرکتهای تعاونی عشایری با هدف کوتاه کردن دست پیله وران در زمان انقلاب اسلامی شکل گرفت و در سال ۱۳۶۱ اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری تشکیل شد و تاکنون نیز مشغول به فعالیت و ارائه خدمات می باشد. طبق آمار رسمی اتحادیه مرکزی تعاونیهای عشایری ایران در سال ۶۴، کل اعضاء شرکتهای تعاونی در ۱۹ استان عشایرنشین، ۱۵۵۵۰۶ خانوار می باشد که بدین ترتیب اکثر خانوارهای عشایری را تحت پوشش دارد. این تعاونیها از بدو تأسیس تاکنون تعاونیهای مصرف بوده اند که به مرور نقش تعاونیهای اعتباری را نیز ایفا نموده اند و در حال حاضر بصورت تعاونی مصرف و اعتباری مشغول به کار می باشند.

تجربه نشان داده است اگر ارائه کالاها متناسب با الگوی زیست عشایر و از نظر زمانی به موقع باشد، میزان استقبال عشایر بالا خواهد بود. در غیر این صورت نیازهایشان را از طرف پیله وران تأمین می کنند. یکی از مشکلات عشایر در خرید از تعاونیها، شکل خرید نقدی آن است.

این تعاونیها بطور کلی سه نوع خدمت ارائه می کنند:

۱- توزیع کالاهای اساسی.

۲- توزیع کالاهای غیر اساسی.

۳- توزیع اعتبار نقدی.

در یک جمع بندی کلی، و در ارتباط با بهبود وضعیت مبادلات عشایر، پیشنهادات زیر قابل توجه است: در مورد بازاریابی محصولات جامعه

جامعه بزرگتر، و متأثر از شیوه زندگی و اقتصاد ... جامعه بزرگتر، زندگی شان و مبادلاتشان دستخوش تحول گردیده است، و در نتیجه از روابط پولی مبادلات پولی بدور نمانده اند و در تائید این مطلب شاید بی مناسبت نباشد که بگوئیم در حال حاضر یکی از تقاضاهای عمده عشایر از دولت، دریافت وامهای نقدی است. براساس مطالعه سابق الذکر در عشایر فارس «حدود ۷۰ درصد معاملات نقدی و ۲۳ درصد نقدی و جنسی و فقط ۸ درصد جنسی بوده است»^۳.

طبیعی است که با ورود پول (یک عامل) چه بعنوان ضرورت و معلول، و چه بعنوان یک علت، مبادلات عشایر ماهیاً نیز دگرگون گسرد و از حالت محدود و تولید برای نیاز، بصورت گسترده و تولید برای فروش در بازار تغییر شکل دهد. از سوی دیگر با توجه به شیوه استثمارگرانه پیله وران و دکانداران ... و توجه به ضرورت حل مسائل و مشکلات جامعه عشایری و رفع ستم از آنها، بخصوص پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تشکیلات تعاونی بعنوان یک راه حل وارد زندگی عشایر می گردد.

«اصولاً زندگی عشایر بر تعاون استوار است و ما در همه مناطق عشایری از دیرباز با تعاون در تولید، مصرف و مبادله میان خود عشایر روبرو بوده ایم، همیاری افراد ایلی در تولید محصولات مختلف، در نگهداری دام، دریافت، در بکارگیری اعضای خانوارهای کدام و مبادله محصولاتشان، همگی نشانه وجود ریشه تعاون در زندگی عشایر