

واکاوی علل مخالفت بازاریان با حکومت پهلوی

روی آوردن اختیاری و اجباری به سازمان‌دهی سیاسی در قالب دولت مدرن در ایران معاصر، خواسته و ناخواسته بر تاثیرگذاری نظام‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در کلیت ساختار قدرت سیاسی افزود. از این رو، اهمیت هماهنگی و هم‌سنجی این نظام‌ها با قدرت سیاسی افزایش یافت. این بدان معنا بود که چنانچه قدرت سیاسی نوین نتواند نظام‌های تحت حاکمیت را با خود همراه کند، با تهدیدات امنیتی روبرو خواهد شد. شکافی که بر اثر برنامه‌های اقتصادی و فرهنگی پهلوی دوم میان حکومت محمدرضاشاه با بازار، به مثابه نهادی اقتصادی — فرهنگی، به وجود آمد، زمینه‌ساز مخالفت این قدرت سنتی با حکومت پهلوی دوم گردید؛ به گونه‌ای که این نهاد به صورت تهدیدی امنیتی، در بخشی از سیر تکوین انقلاب اسلامی در جهت سقوط نظامی شاهنشاهی فعالیت نمود. مقاله پیش رو، کالبدشکافی این موضوع را مدنظر داشته است.

طرح مساله:

بازار و بازاریان و نقش آنان در سیر تحولات سیاسی و اجتماعی ایران یکی از موضوعات حائز اهمیت جامعه‌شناسی سیاسی — طبقاتی است که متأسفانه محققان ایرانی و خارجی در بررسی‌های تاریخی و جامعه‌شناختی خود کمتر به آن توجه کرده‌اند. اهمیت و اعتبار سرنوشت‌ساز تاریخی بازار سنتی در تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران و بخصوص انقلاب اسلامی نه فقط به خاطر این است که اساس و ستون فقرات ساخت اجتماعی و اقتصادی جامعه ایران را تشکیل می‌داده، بلکه همچنین به خاطر داشتن ارتباط تنگاتنگ تاریخی و سازمانی با مراکز و موسسات مذهبی است. به عبارت دیگر، بازار با خصوصیات شرقی خود در حکم قلب اقتصادی شهر، و مساجد و مدارس مذهبی در حکم پایگاه‌های فرهنگی و ایدئولوژیک بوده‌اند.

همبستگی عمیق بازار و مسجد در ایران، همزیستی آن دو در تحولات اقتصادی و اجتماعی، رشد منابع مالی و انسانی آنان و تائیری که در همه جنبش‌های سیاسی یک قرن اخیر داشته‌اند وزنه سیاسی و اجتماعی آنان را به مراتب سنگین‌تر از هم‌تایشان در دیگر کشورهای اسلامی کرده است. به‌رغم اینکه تحولات نوین اقتصادی، بازارهای سنتی کشورهای همسایه ایران را به ضعف و نابودی دچار کرده است، این نهاد سنتی در ایران نه تنها به چنین سرنوشتی دچار نشده است، بلکه «بازار شهرهای بزرگ غالباً رونق گرفته‌اند و بازار تهران نیز روز به روز بر حجم فعالیتش افزوده شده است»^۱ و البته وابستگی مسجد

و بازار در ایران در این امر بی‌تاثیر نبوده است. بازاریان، که از لایه‌های اجتماعی قدیمی ایران محسوب می‌شوند، در اتحاد سازمانی و تاریخی با روحانیت شیعه در طی تاریخ ایران در هر نوع حرکت اجتماعی و سیاسی شرکت داشته‌اند. وقتی در شهر شایع می‌شد: «دکان‌ها را بستند» یا «بازار به حال تعطیل درآمده»، مردم حتی ناآگاهان هم، می‌فهمیدند که اعتراضی در بین است و ماجرابی در حال وقوع.^۲ در واقع اعتصاب بازار به مانند یک شبکه خبری در دوران فقدان وسایل ارتباط جمعی عمل می‌نمود؛ چرا که بسته شدن بازار به مفهوم رسیدن خبر آن از طریق هزاران مغازه سطح شهر به مردم عادی بود. تعطیلی بازار در کار غیرسیاسی‌ترین مردم نیز اختلال ایجاد می‌نمود و آن‌ها را نسبت به کم و کیف موضوع کنجکاو می‌کرد. در دوران وجود وسایل ارتباط جمعی نیز «اعتراض بازار اغلب پرده از روی بعضی جریانات برمی‌داشت، چون در شرایط اختناق، جراید، رادیو و تلویزیون سانسور شده بودند».^۳

تلاش سازمان‌یافته بازاریان برای تشکیل مجلس وکلای تجار، مشارکت مؤثر بازاریان، به ویژه کسبه و تجار در پیروزی نهضت تنباکو و جنبش مشروطیت، حضور در مجلس موسسان و نقش سرنوشت‌ساز و سازمان‌یافته همراه روحانیون در تاسیس مجلس شورای ملی، نقش کاسب‌کاران و پیشه‌وران در تولید «امتنع عمومی» و تقویت بورژوازی ملی در سال‌های آخر سلطنت رضاشاه، مشارکت بازاریان همراه عده‌ای از روحانیان در به قدرت رسیدن دکتر مصدق و نهضت ملی کردن صنعت نفت، در سازمان‌ها و گروه‌های سیاسی ضد استبدادی چون جبهه ملی، نهضت مقاومت ملی و نهضت آزادی، هیأت‌های مؤتلفه اسلامی، مشارکت همه‌جانبه بازاریان در مخالفت با لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی و نیز حضور در قیام خرداد ۱۳۴۲ در حمایت از روحانیان و بالاخره نقش بسیار مؤثر بازاریان از طریق اعتصابات عمومی در تهران و شهرستان‌ها علیه دستگاه حکومتی و نهضت ضد استبدادی در سال‌های ۶۵۳۱ و ۱۳۵۷ که به استقرار جمهوری اسلامی منجر گردید، نشان می‌دهد که بازار در فاصله بین دو انقلاب در هر اعتراضی علیه دولت نقش مهمی داشته است.^۴ طبیعی است که نه فقط همبستگی تاریخی و سازمانی مسجد و بازار، روحانیان و بازاریان، زمینه‌ساز حضور و مشارکت پیشه‌وران، تجار و کاسبکاران در رویدادهای سیاسی بود، بلکه عامل اساسی قدرت آنان را باید همچنین در تداوم توان و نقش مالی و اقتصادی بازار جستجو کرد.

در این نوشتار ضمن بهره‌گیری از جامعه‌شناسی تاریخی — سازمانی در بررسی بازار و بازاریان تلاش شده است نشان داده شود که بازار سنتی و بازاریان نه به یک علت و دلیل واحد، بلکه به علل مختلف، به انقلاب اسلامی روی آوردند و این درست بر خلاف

بازار سنتی و بازاریان نه به یک علت و دلیل واحد، بلکه به علل مختلف، به انقلاب اسلامی روی آوردند و این درست بر خلاف نظریه افرادی چون رابرت لونی و منصور معدل است که تلاش می‌کنند با بهره‌گیری از نظریات نظریه‌پردازان توسعه وابسته نشان دهند که عکس‌العمل انقلابی طبقه متوسط سنتی — اقتصادی (بازار سنتی) ناشی از هجوم سرمایه‌های خارجی و داخلی و ضدیت اقتصادی رزیم با آنان بوده است.^۵ به بیانی دیگر اصلی‌ترین فرضیه این پژوهش این است که ضدیت بازار با رژیم پهلوی دوم و حضور همه‌جانبه در انقلاب اسلامی، حاوی «مجموعه علل و دلایل تاریخی، مذهبی، سیاسی و اقتصادی» بود. جنبه اقتصادی آن نیز به گونه‌ای که در پژوهش گفته شده است، با بسیاری از نظریه‌ها تفاوت دارد. در حالی که بسیاری از نظریه‌پردازان بر ضرر مالی بازار و سایر طبقات اقتصادی سنتی در دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ تأکید دارند، تأکید این نوشتار بر یک نوع پیش‌بینی و پیشگیری بوده است. به عبارتی دیگر بازار نه بدان خاطر که از سیر اصلاحات اقتصادی رژیم ضرر دیده باشد، بلکه بدان خاطر که در آینده‌ای نزدیک یا دور از ادامه این سیر — که کاملاً به سمت حذف اقتصاد سنتی و بومی می‌رفت — ضرر خواهد دید، به انقلاب روی آوردند، و گرنه سود بسیاری را از نظر مالی در دو دهه آخر حیات رژیم پهلوی دوم عاید خویش ساخته بود؛^۶ بنابراین هدف اقتصادی بازار، مبتنی بر نوعی پیش‌گیری و آینده‌نگری بود.

تعریف مفاهیم

در مورد اینکه بازار و بازاریان دارای چه معانی و مفاهیمی می‌باشند، هیچ اتفاق نظری میان علمای علوم اجتماعی وجود ندارد؛ چراکه بازار در طی تاریخ اجتماعی ایران تحت تأثیر عوامل و متغیرهای متعدد داخلی و خارجی، چه از بابت سرشت و ماهیت و چه از جنبه کارکرد، دستخوش دگرگونی و تحول گردیده است، و معمولاً هر کسی واژه بازار را برای آمیزه‌ای از مفاهیم، آن هم با مسامحه به کار می‌برد. در دیدگاه سنتی، بازار همراه مسجد و ارگ شاهی اسکلت جامعه شهری را تشکیل می‌داده است که عموماً به صورت دالان‌های سرپوشیده و گنبدی متشکل از قیصریه‌ها، سراها، تیمچه‌ها، کارگاه‌های کوچک، سازماندهی امور اقتصادی و مالی و تأمین مایحتاج عمومی را بر عهده داشتند؛ به مانند جان اگنیف که در کتاب «فضا و سیاست» (Place & Politics) معتقد است فضا سه بعد دارد: یکی «محل»، دیگری «هویت» براساس مکان» و سوم «موقعیت». محل همان فضای فیزیکی است که عمل و عکس‌العمل در آن انجام می‌شود و هر مکان در برابر یک مکان و فضا یا فرآیند دیگری قرار می‌گیرد و توانایی تولید و بازتولید یک هویت را دارد. احمد توکلی و محسن رنایی نیز بر این اعتقادند که بازار در ایران، علاوه بر دادوستد، وظایف متفاوت دیگری را نیز بر عهده داشته است. در واقع چند حالت مرتبط با یکدیگر را می‌توان

بازار نامید: بازار یعنی ۱- مکان خرید و فروش کالا؛ ۲- مجموعه شرایطی که دادوستد یا مبادله کالا را امکان‌پذیر می‌سازد؛ ۳- سازوکارهای درونی بازار که معاملات را شکل می‌دهند؛ ۴- عواملی که دادوستد به دست و به نفع طرفین انجام می‌شود.^۷

در این نوشتار، بازار به مثابه یک نهاد به کار رفته است. در واقع مجموع سه مفهوم بازار به عنوان مکان دادوستد، بازار به عنوان مجموعه شرایط و ساختارهای دادوستد و بازار به عنوان سازوکارهای تنظیم‌کننده دادوستد، نهاد بازار را تشکیل می‌دهند. یکی از ویژگی‌های بسیار مهمی که از قدیم‌الایام در بازار حاکم بوده است، شرایط تعامل‌آمیز حاکمی می‌باشد که بین مصرف‌کننده — خریدار — و تولیدکننده — فروشنده — وجود داشته است که تصمیمات خویش را به صورت مستقل اتخاذ می‌کردند.^۸ حال که دانستیم بازار دارای چه مشخصاتی است، این مسأله نیز باید کاملاً مشخص شود که بازاریان در چه گروه‌ها و لایه‌های اجتماعی جای می‌گیرند و جزء چه طبقات و قشرهایی از جامعه ایران محسوب می‌شوند؟

اگر بپذیریم که به طور کلی جوامع سنتی و نیمه مدرن از سه طبقه فرادستان، فرودستان و طبقه متوسط تشکیل شده‌اند، باید بدانیم که بازاریان در اینجا جزء کدام یک از این سه گروه اجتماعی می‌باشند. در این باره که بازاریان همراه روحانیان از لایه‌های اصلی شکل‌دهنده طبقه متوسط سنتی می‌باشند میان جامعه‌شناسان و تاریخ‌نگاران اجتماعی اجماع نظر است. طبقه متوسط در هر جامعه‌ای قشرهای مختلفی را دربرمی‌گیرد که دارای منشأ اجتماعی، خواسته‌ها و گرایش‌های سیاسی متفاوتی هستند. این طبقه به دو گروه سنتی و جدید تقسیم می‌شود. طبقات متوسط جدید دربرگیرنده کارمندان، تحصیل‌کردگان، مدیران، صاحبان مشاغل آزاد، مانند پزشکان، حقوق‌دانان می‌باشند و طبقه متوسط سنتی را روحانیان و خرده‌بورژوازی شهری تشکیل می‌دهند.^۹ «بورژوازی سنتی قدیمی‌ترین و اصیل‌ترین لایه بورژوازی ایران را تشکیل می‌دهد که پایگاه عمده آن در بازار است... در میان لایه‌های بورژوازی تنها بورژوازی سنتی به علت قدمت تاریخی، پایگاه گسترده طبقاتی، ایدئولوژی ریشه‌دار و سنن صنفی از استحکام و اعتبار مادی و اجتماعی برخوردار بوده است.»^{۱۰}

هر چند که به موازات گسترش تجارت ایران با کشورها و شرکت‌های خارجی در اواخر قرن نوزدهم، نقش بورژوازی سنتی در زندگی اقتصادی و مالی کشور بیشتر گردید، این نوع بورژوازی به تدریج وضعیت سنتی — ملی خود را از دست داد، به نحوی که از آن تاریخ به بعد «تشخیص و تمایز میان سرمایه‌داری وابسته و ملی به علت نبود تخصص در فعالیت‌های اقتصادی» بسیار دشوار گردید.^{۱۱} در هر حال هرگاه در اینجا از بازاریان صحبت به میان آید، تجار، اعم از خرد و کلان، پیشه‌وران و کاسبکارانی مطرح نظر است که

با یاری جستن از تعدادی همکاران به سازماندهی امور اقتصادی و تأمین مایحتاج مردم مشغول هستند.^{۱۲}

اکثر علما و جامعه‌شناسان تحولات سیاسی - اجتماعی ایران، از جمله جان فوران، سلسله‌مراتب اجتماعی اصناف و گروه‌های فعال تولیدی و خدماتی نهاد بازار را به ترتیب ذیل مشخص کرده‌اند:

گروه اول را پیشه‌وران و کسبه معتبر مانند بنکداران، فرش‌فروشان، عطاران، زرگران و منبت‌کاران، چینی و بلورفروشان، صاحبان مشاغل خدماتی معتبر مانند معماری و صاحبان صنایع فلزی و نساجی تشکیل می‌دهند؛ گروه دوم شامل کسبه و پیشه‌وران معمولی مانند نجار، آهنگر، مسگر، سراج، کفاش، بقال، قصاب و میوه‌فروش می‌شوند؛ در درجه سوم مراتب اجتماعی، کسبه و پیشه‌وران جزء مانند سمسار، نعل‌بند، پالان‌دوز، سناده‌کار، زهتاب، پیله‌ور، شیرینی‌پز قرار دارند؛ در مرحله آخر کارگران ساختمانی، حمل‌ان، طبق‌کش‌ها، هیزم‌شکن‌ها و... قرار می‌گیرند.

همچنین می‌توان سلسله‌مراتب بازاریان یا نیروهای فعال در بازار را نه از جنبه مالکیت و نیروی کار و تولید، بلکه از جنبه شأن، مدیریت و قدرت، به ریش سفیدان، استادان، شاگردان و پادوها تقسیم نمود.^{۱۳}

ویلیم فلور از میان پنج گروه فعال درون بازار، یعنی تاجر، بنکدار، صراف، دلال و فروشنده، فقط تاجر و بنکدار را جز تاجر می‌داند. او می‌نویسد: «بازرگانان تاجر واقعی محسوب می‌شوند که خودشان را به صدور و ورود کالا برای سود مشخصی مشغول می‌دارند. عمده‌فروشان که مانند واسطه‌ها میان تاجر و خرده‌فروشان عمل می‌کنند، بنکدار نامیده می‌شوند. آن‌ها نیز در زمره تاجر به حساب می‌آیند، در حالی که خرده‌فروشان مانند صنعتگران بر طبق شغلی که دارند در شمار اصناف هستند. بنابراین تاجر عمده‌فروشان‌اند و حال آنکه بقیه گروه‌ها خرده‌فروش‌اند.»^{۱۴}

البته به موازات رشد کمی و کیفی اقتصادی و اجتماعی تعاریف و مفاهیم سنتی بازار و بازاریان برای جامعه امروزی ایران نمی‌تواند کاربرد داشته باشد. به عبارت دیگر بعد از گذشت بیش از ربع قرن از

انقلاب شکوهمند اسلامی به علل مختلف ذیل، سرشت و نقش سنتی بازار و بازاریان مورد سوال قرار گرفته است: ۱- تهاجم و نفوذ گسترده کالا و سرمایه خارجی؛ ۲- افزایش حرقه‌ها و تنوع کالاها؛ ۳- افزایش جمعیت و گستردگی نیازمندی‌های عمومی؛ ۴- فعالیت‌های سودجویانه و بلندپروازانه گروه‌های اجتماعی نو رسیده؛ ۵- و بالاخره با تأسیس فروشگاه‌های زنجیره‌ای، بوتیک‌ها، سوپرمارکت‌ها و پاساژها، بازار تا حدودی خصوصیات سنتی خود را به مثابه کانون اصلی اقتصاد شهری از دست داده است، به نحوی که امروز شهروندان قادر هستند نیازمندی‌های عمومی خود را خارج از بازار سنتی در هر نقطه از شهر تأمین نمایند.^{۱۵}

علاوه بر این، در جامعه سنتی ایران قبل از پهلوی تفاوت و تمایزی میان طبقات و قشرها و مراتب اجتماعی چه از جنبه بهره‌مندی از مواهب مادی و چه از بابت شأن اجتماعی وجود نداشت و پایین بودن ثروت عمومی، ساده زیستن و هماهنگی میان تمامی شهروندان - بدون در نظر گرفتن جایگاه طبقاتی - در اجرای مراسم مذهبی و وجود ارتباط و تماس روزانه میان آنان به خاطر کوچک بودن و کم‌جمعیت بودن شهرها پیدایش نوعی همگنی اجتماعی و تداوم آن میان قشرها و طبقات مختلف جامعه را موجب شده بود. در حالی که در گذر جامعه از صورت‌بندی اجتماعی ارباب - رعیتی به شبه‌بورژوازی، گسترش اختلاف طبقاتی و بروز شکاف‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی متعددی را شاهد هستیم که هر یک از آن‌ها به نحوی به جایابی قشرها و مراتب اجتماعی و بی‌اعتباری نقش سنتی طبقات و قائل شدن نقش جدیدی برای آنان کمک نموده است.^{۱۶}

بازار از نگاه تحلیلگران انقلاب اسلامی

بدون شک و با یقین می‌توان گفت همه تحلیلگران انقلاب اسلامی، چه پژوهشگران ایرانی مثل پرواند آبراهامیان، علیرضا ازغندی، صادق زیباکلام، میثاق پارسا، محمدهاشم پسران، علی بنوعزیزی، و چه پژوهشگران غیرایرانی همچون نیکی کدی، فرد

هالیدی، جان فوران، اسکاچپول و ... اتفاق نظر دارند که بازار جزء ائتلاف نخست انقلابیون مذهبی بوده و نقش آن در سرنگونی رژیم پهلوی حیاتی و انکارناشدنی است.

از دیدگاه صادق زیباکلام، نقش بازار در نهضت مشروطه و در قضیه ملی شدن صنعت نفت و نیز انقلاب اسلامی، آنقدر آشکار است که نیازی به اثبات ندارد. نام بازار با این مبارزات گره خورده است. بازاری‌ها با گروه‌ها و دستجات اسلامی نظیر «فدائیان اسلام» و «هیأت‌های مؤتلفه» در بروجوه انقلاب یا رابطه نزدیک داشته یا خود از بنیان‌گذاران آن حرکت‌ها بوده‌اند. در مبارزات ۱۳۴۱ - ۱۳۴۲ و قیام ۱۵ خرداد، بازاری‌های مبارز پشت سر امام خمینی (ره) قرار داشتند. در سال‌های تبعید ایشان جدا از آنکه بسیاری از بازاری‌ها با او ارتباط داشتند، با مجاهدین خلق هم همکاری می‌کردند. در سال‌های بعد از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، بازار عملاً چلودار اعتراض به رژیم کودتا بود و همراه دانشگاه در راس حرکت‌های اسلامی و سیاسی مخالف قرار داشت. اعتصاب و باز و بسته شدن بازار در آن سال‌ها تنها اثری بود که از مبارزه با استبداد و اختناق بر جای مانده بود.^{۱۷}

میثاق پارسا نیز شبکه‌های بازار را دارای پیوندهای قوی با مساجد می‌بیند که از طریق وجوهات مذهبی از آن حمایت می‌کرد. در نتیجه مسجد به صورت پایگاه حمایت از طبقه متوسط سنتی در مقابل شاه درآمد؛ به ویژه در زمانی که عده‌ای از روحانیان به پیروی از آیت‌الله خمینی به مخالفت با شاه برخاستند. در پاییز سال ۱۹۷۷ م، طبقه متوسط سنتی به بسیج منابع خود علیه دولت دست زد. اعضای این طبقه با بستن بازار، شرکت در تظاهرات و برگزاری مراسم عزاداری در مساجد به اعتراض پرداختند و پس از چند ماه مبارزه پی‌درپی، سرانجام موفق شدند طبقات و گروه‌های دیگری را که به اشکال متفاوت از این سیاست‌ها تأثیر پذیرفته بودند، به ائتلاف با خود وارد کنند.^{۱۸}

به گفته علی میرسپاسی آشتیانی در مقاله «بحران سیاست غیردینی و ظهور اسلام سیاسی ایران»، در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰، فضای سیاسی سنتی، در مساجد، حسینیه‌ها، مدارس مذهبی و بازارها حاکم گردید که پیامد آن، تغییر جهت فرهنگ سیاسی جامعه در این دو دهه به سمت مبارزه جدی علیه فعالیت‌های سیاسی غیردینی بود. فرهنگ سیاسی نوینی که به این ترتیب شکل گرفت، بیشتر جنبه مذهبی داشت و به همین علت در صدد برآمد تا نمادهای معنوی شیعی (به خصوص واقعه کربلا) را معرفی کند و ایدئولوژی شیعه را در مقابل سیاست‌های مخالفان غیردینی قرار دهد. نتیجه این وضعیت، قرار گرفتن کنترل فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه در دست روحانیان شیعه و شدت گرفتن جناح‌بندی‌های جدید و فعالیت‌های سیاسی مخالف بود.^{۱۹}



بعضی از تحلیلگران نیز همچون محمدشاه پسران، از اتحاد میان علما و بازاریان در طی انقلاب سخن به میان می‌آورند. او پس از ذکر عوامل نارضایتی اقتصادی بازار سنتی از رژیم، نقش آن‌ها را در کنار روحانیت بررسی می‌کند. بازار از نگاه پسران دارای قدرت مالی و شبکه اطلاعاتی بسیار وسیعی بوده است. شبکه و سازمانی که به مدت چندین سده در بازارها و مساجد برای گردهمایی و مراسم مذهبی برای گرامی‌داشت شهادت امامان، به‌ویژه امام حسین(ع)، سرور شهدا وجود داشت، عملاً در اختیار اتحاد روحانیان — بازار بود. اینان از طریق سازمان دادن به روضه‌خوانی، تعزیه، دسته‌های عزاداری، سفره حضرت ابوالفضل و اشکال دیگر مناسک مذهبی، موفق شدند خیل ناراضیان را بر ضد حکومت بسیج کنند و از پایان ماه رمضان سال ۱۳۵۶، این اتحاد به رهبری روحانیت، میلیون‌ها نفر ساکن تهران را برای شرکت در عزاداری‌ها و اجتماعات مردمی فراخواند. این آغاز مجموعه‌ای از تظاهرات توده‌ای خیابانی، اعتصاب کارکنان بخش‌های خصوصی و عمومی، به‌ویژه اعتصاب کارگران شرکت نفت در استان‌های

زندگانی اعتصاب‌کنندگان کارگر و کارمند بودند که همین امر، آن‌ها را از وحشت از دست دادن وضعیت معیشتی خویش بازمی‌داشت و به اعتصاب و تداوم آن تشویق می‌نمود. بازاریان از نظرگاه وی، ۶۴ درصد از تعداد ۲۴۸۳ تظاهرات را در طی انقلاب سازماندهی کردند. مطلب مهم اینکه منابع مالی بازار، جنبش‌های مذهبی را قادر ساخت که خود را فراتر از مرزهای سنتی‌شان گسترش دهند.^{۲۱}

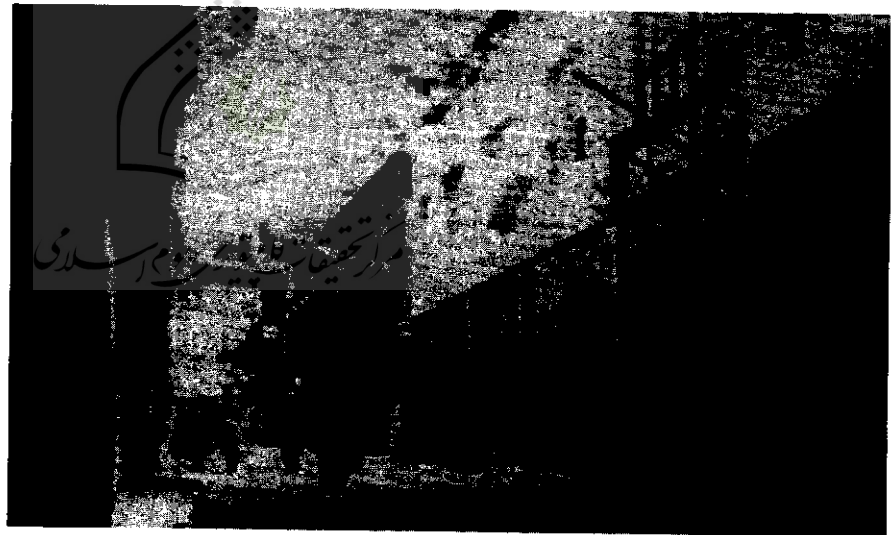
همچنین اسکاچپول علاوه بر این‌ها بر نقش تعیین‌کننده اجتماعات سنتی شهری ایران تأکید می‌کند و می‌گوید این اجتماعات، نه تنها مجموعه‌ای بی‌شکل، منزوی و فاقد سازمان و جهت‌گیری نبودند، بلکه بر عکس، مراکز سازمان‌یافته فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شدند. بازار، که هسته اصلی این اجتماعات شهری بود، به دلیل موقعیت تاریخی و رابطه‌اش با دولت، به هسته مرکزی جنبش مقاومت شهری تبدیل شد. بازار، قشرهای وسیعی از عمده‌فروشان تا خرده‌فروشان را در سرتاسر شهرهای ایران در بر می‌گرفت و با یکدیگر پیوند می‌داد. بازار همچنین از طریق اقتصادی و مذهبی با دیگر قشرها

به اعتقاد فرد هالییدی یکی از طرف‌های عمده ائتلاف گسترده علیه رژیم پهلوی، بازاریان بودند که تأثیر مهمی در انقلاب مشروطه و اسلامی بر جای گذاشتند. ورود کالاهای خارجی مرغوب در مقابل کالاهای غیرمرغوب و گران‌تر ساخت داخل، قدرت مالی سرمایه‌داران خارجی، حمایت گسترده حکومت از این سرمایه‌ها، قدرت مالی حکومت، اقدامات عمرانی شهرداری تهران مانند کشیدن اتوبان که از وسط بازار تهران می‌گذشت و ...، همگی نارضایتی بازار را از رژیم شاه سبب شد. علاوه بر این میان بازار و روحانیت از ابتدا پیوند وجود داشت و اقدامات ضد مذهبی رژیم نیز تأثیر مهمی در مخالفت آن‌ها با رژیم داشت.^{۲۲}

آبراهامیان نیز بازار را از مخالفان عمده رژیم شاه می‌خواند که با وجود تحولات عمیق در قشربندی اجتماعی ایران اهمیت خود را همچنان حفظ نموده است. وی علل تداوم حیات و اهمیت بازار را در این موارد می‌داند: ۱- بازاری‌ها بر خلاف طبقات جدید توانسته بودند بخشی از سازمان‌های صنفی خود را حفظ کنند که کاملاً مستقل از دولت بود؛ ۲- بازاری‌ها نه فقط بر کارگران و دستیاران خود، بلکه بر هزاران دست‌فروش، خرده‌فروش و دلال جزء نیز نفوذ درخور ملاحظه‌ای داشتند، چرا که حیات اقتصادی این افراد کاملاً وابسته به بازاری‌ها بود؛ ۳- دامنه نفوذ بازار، مناطق غیر شهری نظیر مزارع تجاری و کارگاه‌های کوچک روستایی را نیز در برمی‌گرفت. این نفوذ و دسترسی از راه مغازه‌داران روستایی، دست‌فروشان دوره‌گرد، مزارع تجاری ایجادشده پس از اصلاحات ارضی و کارخانه‌های صنعتی کوچکی انجام می‌شد که به منظور برآوردن نیاز روزافزون به کالاهای مصرفی مانند کفش، کاغذ، لوازم منزل و فرش در اواخر دهه ۱۳۴۰ در مناطق روستایی ایجاد شده بود؛ ۴- یکی از ابزار مهم قدرت بازار، پیوندهای عمیق اجتماعی، مالی، سیاسی، ایدئولوژیک و تاریخی با تشکلات مذهبی و روحانیان بود که هر لحظه با فشارهای رژیم بیشتر می‌شد.^{۲۳}

از نظر آبراهامیان آنچه موجب شد بیگانگی بازار با رژیم شاه تشدید گردد، تغییر سیاست رژیم در مواجهه با بازار، از سال ۱۳۵۴ به بعد بود. سیاست جدید شامل انحلال اصناف سنتی و ایجاد تشکلات جدید تحت نظارت دولت و بورژوازی غرب‌گرای خارج از بازار (اتاق اصناف)، ایجاد تشکلهای اعتباری برای بازاریان با خیابان‌کشی، اتوبان و ... و به‌ویژه اجرای طرح مبارزه با گران‌فروشی بین سال‌های ۱۳۵۴-۱۳۵۶ — که جریمه و زندانی شدن صدها بازاری، تاجر و مغازه‌دار جزء را سبب گردید — بود که مبارزه با بازار را جدی‌تر ساختند.^{۲۴}

جان فوران نیز همچون سایر تحلیلگران، نقش اساسی برای بازاریان در پیروزی انقلاب قائل است. وی بازاریان را ستون فقرات جنبش طرفدار امام خمینی(ره) می‌پندارد. به اعتقاد او بازاریان در مقابل عملکرد ضد



و طبقات ناراضی شهری نظیر روحانیان، کارگران، و دانشجویان مرتبط بود.^{۲۵} او نقش بازار را در بسیج دیگر نیروهای اجتماعی این گونه توصیف می‌کند: «در جنبش توده‌های سال‌های ۱۹۷۷ — ۱۹۷۸ علیه شاه، اجتماعات سنتی شهرنشین ایران نقش غیرقابل انکاری را در بسیج و تداوم مرکز مقاومت مردمی ایفا کردند. کارگران صنعتی مدرن که دست به اعتصاب می‌زدند به کمک‌های اقتصادی بازار وابسته بودند. طبقات متوسط حرفه‌ای و غیر مذهبی مخالف شاه به ائتلاف با رهبران روحانی و غیر روحانی بازار، که توانایی بسیج توده‌ها از طریق شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی را داشتند، وابسته بودند.»^{۲۶}

جنوبی، بود که صنایع را فلج، و زندگی در همه مراکز شهری را سخت کرد و نهایتاً، ابزاری برای خروج شاه و سرنگونی حکومت در بهمن ۱۳۵۷ فراهم آورد. بدینسان بازاریان متحد با روحانیت، بودجه بسیاری از فعالیت‌های مذهبی، حوزه‌های علمیه و محل‌های تجمع همچون حسینیه‌ها، مساجد، مدارس مذهبی، مراسم سوگواری و مهم‌تر از همه برگزاری مراسم محرم و سفرهای زیارتی تأمین می‌کردند. آن‌ها نه تنها تأمین‌کننده مالی برای روحانیان طی انقلاب بودند، بلکه محل جلسات و اماکن اختفا از پلیس شاه را نیز برای آن‌ها مهیا می‌کردند.^{۲۷} از دیدگاه بنو عزیزی نیز بازاریان تأمین‌کننده خرج

بازاری رژیم، شبکه‌های اطلاعاتی، نظام بانکی، گروه‌های بحث و مناظرهٔ دینی و سنت‌های همبستگی اجتماعی خاص خود را تقویت نمودند. آن‌ها نقش عظیمی در تأمین منابع مالی و تشکلاتی انقلاب داشتند و پرشورترین طرفداران امام خمینی (ره) بودند.^{۲۷}

بازار و بازاریان در فاصله بین دو انقلاب

جامعه ایران در دوره قاجار متأثر از شرایط بیرونی و درونی با تغییرات جزئی در شیوه تولید، ابزار تولید و ترکیب طبقاتی روبرو شد. تولید شیانکاری نسبت به دوره‌های قبل از جنبه کمی به طرز چشمگیری، حدود ۵۰ درصد کاهش یافت، در حالی که شیوه تولید بورژوازی و خرده‌کالایی به دو برابر افزایش یافت.^{۲۸} همچنین در آغاز قرن بیستم، ساختار طبقاتی ایران شکل جدیدی به خود گرفت و در کنار طبقات سنتی (زمین‌داران، دهقانان، روحانیان و بازاریان) با شکل‌گیری طبقه کارگر، دیوانیان و روشنفکران با تمایلات و خواسته‌های جدید روبرو می‌باشیم و البته سیر این تغییرات جزئی در ساختار تولید و ترکیب طبقاتی در سال‌های بین انقلاب مشروطیت و کودتای سوم اسفند ۱۲۹۹ (۲۱ فوریه ۱۲۹۹) به خاطر بی‌ثباتی‌های سیاسی و اجتماعی ناشی از انقلاب مشروطیت، خرابی‌های ناشی از اشغال ایران توسط چهار دولت قدرتمند روسیه، انگلستان، عثمانی و آلمان در جنگ جهانی اول، کارا نبودن دولت‌های مشروطه در تأمین ثبات، حضور و فعال شدن نهضت‌های ضد استبدادی و ضد خارجی، تا اندازه‌ای و به نحوی متوقف گردید. بنابراین طبیعی بود که تمام قشرها، طبقات و لایه‌های پایین جامعه از بی‌ثباتی سیاسی مستمر حاکم بر جامعه رنج می‌بردند و از اقداماتی سیاسی یا حتی کودتا، که هدف اصلی آن تأمین ثبات باشد، نمی‌توانستند ابراز نارضایتی نمایند. در چهار سال کودتا (۱۳۰۰-۱۳۰۴) به خاطر وجود امکانات فعالیت، نهادهای مشارکت قانونی همچون مجلس، سندیکا، احزاب، و بازاریان در انتخابات مجلس مؤسسان شرکت کردند و در سقوط قاجاریه و روی کار آمدن پهلوی به نوعی دست داشتند.^{۲۹}

کودتای سوم اسفند ۱۲۹۹ به تاریخ چندین قرنی حکومت ایلاتی - ملوک‌الطوایفی خاتمه بخشید. رضاشاه با تحولات بنیادی که در ساختار اقتصادی، نظام آموزشی، اداری و نظامی ایجاد کرد، شکل و محتوای زندگی جامعه و روابط اجتماعی را دگرگون ساخت. از جنبه اجتماعی شانزده سال سلطنت رضاشاه دوره کلیدی گذار جامعه ایران از تولید شیانکاری ایلاتی به دوره کامل تولید بورژوازی و خرده‌کالایی است. زمین‌داران قدرت سیاسی خود را به نحوی از دست دادند و به خاطر گسترش شهرها تعداد روستاییان با مهاجرت به شهر کاهش یافت.^{۳۰} هر اندازه که دولت از روحانیت فاصله می‌گرفت به بازار و بازاریان وابسته‌تر می‌شد. ریچارد کاتن در این زمینه

می‌نویسد: «رضاشاه می‌خواست ایران را یکپارچه صنعتی و مدرن سازد و در این رهگذر، مخالفان طبیعی او روحانیت و زمین‌داران بودند، پس متحدان طبیعی رضاشاه بازاریان و روشنفکران بودند.»^{۳۱}

در سال‌های سلطنت رضاشاه، به خاطر گسترش بوروکراسی‌های اداری، هشت وزارتخانه با حدود بیست‌هزار کارمند به چهارده وزارتخانه با حدود ۲۵۰ هزار کارمند افزایش یافت^{۳۲} و با توجه به سرمایه‌گذاری‌های پر حجم دستگاه حکومتی و بخش خصوصی در ایجاد صنایع، به ویژه صنایع نظامی، بافندگی، غذایی، سیمان و کبریت، و گسترش زیرساخت‌های اجتماعی، از جمله راه آهن و راه‌های شوسه، طبقه کارگر شکل سازمانی و حرفه‌ای جدیدی به دست آورد. بدون تردید دولت «یک استراتژی صنعتی شدن جایگزینی واردات را دنبال می‌کرد تا صنایع احداث کند که نیازمندی‌های داخلی کشور را تأمین نمایند و نیازی به واردات نباشد.»^{۳۳}

در سال‌های سلطنت رضاشاه اکثر پیشه‌وران و کاسب‌کاران همانند گذشته، بدون تأثیرپذیری از سیاست‌های دولت و دگرگونی‌های اقتصادی، در بازار ماندند و به کسب و کار خود ادامه دادند، ضمن اینکه کالاهایی که عرضه می‌کردند با نیازهای جامعه شهری هماهنگ شده بود. به گفته دکتر علیرضا ازغندی، این گروه از بازاریان به خاطر سیاست‌های حمایتی دولت در تولید کالاهای داخلی از رونق کمی و کیفی نسبتاً خوبی برخوردار شدند. گروهی از بازرگانان با پشتوانه مالی زیاد، محیط بازار را ترک کردند و به تنهایی یا با همکاری و مشارکت سرمایه‌ای و مدیریتی دیگران به ایجاد صنایع و تولید سرمایه‌داری روی آوردند. عده‌ای دیگر از بازاریان که توان مقاومت در مقابل هجوم سرمایه و کالا را نداشتند و اصولاً آماده نبودند که خود را از لحاظ فکری و ابزار با وضع په‌وجودآمده هماهنگ سازند، مشاغل بازاری را کاملاً رها کردند.^{۳۴} روی هم رفته می‌توان گفت دستگاه حکومتی رضاشاه به دو علت سیاسی نتوانست با بازاریان، اعم از بازرگانان، تجار، پیشه‌وران و کاسبان خرده‌پا، همانند گذشته ارتباط برقرار سازد: اولاً در این امر بین تاریخ‌نگاران اجماع نظر است که بازار سنگر سنتی اسلام بوده است. بنابراین بازار به خاطر ایجاد محدودیت فعالیت‌های مساجد و روحانیان، کانون نارضایتی از دولت محسوب می‌شد، هر چند که نارضایتی‌ها هیچ‌گاه به صورت علنی ابراز نگردید و هیچ مخالفتی به شکل سازمانی در این مقطع تاریخی انجام نشد. ثانیاً، به رغم اینکه بازاریان در امور دادوستد و تجارت آزادی عمل داشتند و در بسیاری مواقع از حمایت‌های دولت بهره می‌گرفتند، به هیچ وجه امکان فعالیت سیاسی نداشتند. در واقع دولت به طرق مختلف فعالیت بازاریان و رؤسای اصناف را زیر نظر داشت و هر گونه فعالیت در جهت تشکیل جلسه و انجمن بدون اطلاع پلیس محلی از آنان سلب شده بود.^{۳۵}

تجربه تاریخی نشان می‌دهد که نیروهای اجتماعی فعال در بازار با هدایت روسا، اصناف و ریش‌سفیدان و داشتن ارتباط تنگاتنگ با مسجد و روحانیان، بیش از آنکه بر اثر تضادهای طبقاتی رودرروی یکدیگر قرار گیرند، با ایجاد ارتباط مالی و خانوادگی و برپایی محافل بحث و گفت‌وگو، همیشه سعی کردند همبستگی سنتی میان خود و بازار را حفظ و تقویت نمایند بدین خاطر رژیم هیچ‌گاه نتوانست بر خلاف انتظار موفق به ازهم‌پاشیدگی اجتماعی کاسب‌کاران و پیشه‌وران گردد

پس از طرح و اجرای اصلاحات ارضی، جامعه و اقتصاد از وضعیت بورژوازی تجاری متأثر از سیاست‌های عمرانی — اقتصادی دولت و وابستگی مالی به محافل قدرتمند بیرونی، به تدریج وارد مرحله‌ای از صورت‌بندی اجتماعی با برتری طبقه سرمایه‌داری مالی و صنعتی گردید

گرایش همه‌جانبه نظامی، امنیتی، تجاری و فرهنگی رضاشاه به رایش سوم و آلمانی‌ها، از یک سو، و اولویت قائل شدن او به تأمین امنیت نظامی و توسعه صنعتی به قیمت قربانی کردن توسعه سیاسی، از سوی دیگر، به اشغال ایران توسط قوای روسیه و انگلستان در ۳ شهریور ۱۳۲۰ / ۲۵ اوت ۱۹۴۱ و سقوط رضاشاه کمک کرد. با کناره‌گیری رضاشاه از قدرت، جمعیت پانزده‌میلیونی ایران و قشرها و طبقاتی که طی شانزده سال سلطنت رضاشاه تحت فشار قرار گرفته بودند، فرصت پیدا کردند با استفاده از فضای باز سیاسی به‌وجودآمده و با بهره‌گیری از نهادهای مشارکت قانونی چون مجلس، مطبوعات، احزاب و سندیکاها، فعالیت‌های تشکیلاتی و سیاسی خود را دوباره شروع نمایند. صف‌آرایی قشرها و طبقات در نهادهای مشارکتی، به‌ویژه در مطبوعات و مجلس چهاردهم شورای ملی، گسترده و بسیار چشمگیر بود. بخش‌های کشاورزی، خدمات، بازرگانی خارجی، صنایع و بودجه دولت از رهگذر جنگ و حضور نظامیان روسی، انگلیسی و امریکایی به شدت آسیب دیده بودند. «تنها فعالیت شهری که در خلال جنگ رونق یافت، بخش تجاری و سفته‌بازی و دلالتی بود. بازرگانان کوچک و متوسط در مجموع از وضعیت نابسامان اقتصادی آسیب دیدند، اما بازرگانان عمده در موقعیتی قرار داشتند که سود سرشار و یادآورده‌ای به چنگ آوردند... جامعه بازرگانی ایران در مجموع به دلیل ایفای نقش واسطه‌گی بازارهای محلی و نیازهای زمان جنگ سود برده، هر چند سایر بخش‌های اقتصادی دستخوش نابسامانی و پریشانی بود.»^{۳۶}

اشغال نظامی ایران بیشترین فرصت فعالیت مجدد را برای روحانیان فراهم کرد. در سال‌های جنگ، روحانیان موفق شدند تمام امکانات و امتیازات از دست‌داده سال‌های سلطنت رضاشاه را به دست آورند، به نحوی که شمار طلاب در حوزه‌های علمیه و مدارس دینی به سرعت افزایش یافت و در مدت زمانی کوتاه به حدود سه هزار نفر رسید.^{۳۷} اکثر روحانیان، اعم از مراجع، مجتهدان و طلاب، به سیاست روی آوردند و در اتحاد با بازاریان، هم‌پیمانان سنتی خویش، و همراه تحصیل‌کردگان، دیوانیان و سیاست‌مداران وطن‌دوست در برپایی دولت ملی و رهایی از قید و بندهای استعماری شرکت نفت ایران و انگلیس فعالانه مشارکت ورزیدند. البته جدا از فضای باز سیاسی موقتی سال‌های ۱۳۲۰ — ۱۳۳۲ عوامل متعدد دیگری مانند استقلال مالی، همبستگی درون‌گروهی و منزلت سنتی آنان میان مردم موجب رشد کمی و کیفی روحانیان شده بود.^{۳۸}

در واقع طبقه متوسط سنتی یکی از گروه‌های اجتماعی تأثیرگذار و بزرگ است که در تأسیس و فعالیت جنبش ملی کردن صنعت نفت مشارکت داشته است.^{۳۹} پس از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ تا اوایل دهه ۱۳۴۰ دولت در مواجهه با بازاریان به استثنای چند مورد از

جمله در مقابل اعتراض مردم نسبت به عقد قرارداد فروش نفت و گاز — کنسرسیون — جانب احتیاط را در پیش گرفت و سعی کرد از رویارویی مستقیم نظامی بپرهیزد. در سال‌های ۱۳۳۹ تا ۱۳۴۲ جامعه ایران تحت تأثیر عوامل داخلی و شرایط خارجی کاملاً بی‌ثبات بود. قیام روستاییان، فعالیت نهضت دانشجویی، برگزاری انتخابات مجلس بیستم شورای ملی و انحلال آن به خاطر تقلبات متعدد، فعال شدن دوباره احزاب و گروه‌های سیاسی و تغییر و جابه‌جا شدن مرتب کابینه‌ها، دستگاه حکومتی را در بحران عمیقی فرو برد. محمدرضاشاه به منظور رهایی تخت و تاج خود به اتخاذ سیاست‌های اقتصادی جدیدی متوسل گردید و به نخست‌وزیری دکتر علی امینی و اجرای اصلاحات اجتماعی و عمدتاً ارضی مطمئن نظر دولت امریکا رضایت داد. با وجود این، بحران طی حدود پانزده ماه صدارت علی امینی ادامه یافت، به ویژه زمانی که اکثر روحانیان صاحب‌نام ایران شدیداً به مخالفت با اصلاحات ارضی برخاستند. در سرتاسر سال ۱۳۳۲ مردم به رهبری روحانیت با نیروهای امنیتی شاه درگیر بودند. در این سال ائتلاف مجددی در مخالفت و مقابله با دستگاه حکومتی بین مسجد و بازار، و روحانیان و بازاریان به وجود آمد که نقطه اوج مقاومت و مخالفت آن در قیام ۱۵ خرداد ۱۳۳۲ بود.^{۴۰} دستگاه حکومتی هرگونه سیاست و روشی را که به منظور جلوگیری از همبستگی سازمانی بین دو نیروی اجتماعی به کار گرفت مؤثر واقع نگردید و بورژوازی سنتی و خرده‌بورژوازی شهری، یعنی تجار خرده‌پا، پیشه‌وران، کاسب‌کاران، همانند گذشته به عنوان پایه قدرت مالی نهاد روحانیت و سنگر جنبش‌های مردمی عمل نمودند.^{۴۱}

پس از طرح و اجرای اصلاحات ارضی، جامعه و اقتصاد از وضعیت بورژوازی تجاری متأثر از سیاست‌های عمرانی — اقتصادی دولت و وابستگی مالی به محافل قدرتمند بیرونی، به تدریج وارد مرحله‌ای از صورت‌بندی اجتماعی با برتری طبقه سرمایه‌داری مالی و صنعتی گردید. به عبارت دیگر نوسازی صنعتی و دگرگونی اجتماعی در سال‌های صدارت امیر عباس هویدا ساختار طبقاتی را متحول کرد. نیروها و لایه‌های اجتماعی فعال در بازار با اصلاحات اقتصادی و حمایت دولت از بخش صنعتی و تولیدی، با تنگناها و محدودیت‌های بسیاری روبه‌رو شدند. بدین خاطر بازار و بازاریان به تدریج به دولت تحصیلدار (رانتیر) و اقتصاد جهانی وابسته شدند. هر چند که بازاریان در خلال دوره توسعه سرمایه‌داری با در اختیار داشتن منابع مهم اعتبارات بخش خصوصی سود بسیاری به‌دست آوردند، دستگاه حکومتی با تصمیمات و اقدامات سیاسی و مالی، که در ذیل به بعضی از آن‌ها اشاره شده است، تلاش کرد به گونه‌ای عمل نماید که توانایی مقاومت و مخالفت آنان از بین برود.^{۴۲} دولت از یک طرف تمام امکانات سرمایه‌گذاری

بزرگ صنعتی را فراهم می‌کرد و از سوی دیگر بازاریان را از لحاظ وام، میزان بهره و اجازه کار و قوانین اجرایی تحت فشار قرار می‌داد و با تعیین قیمت کالاها، هر کاسب‌کار و مغازه‌دار و پیشه‌ور و تولیدکننده را که از نرخ مصوب تخطی می‌نمود، جریمه یا زندانی می‌کرد. ایجاد بانک‌ها و مراکز جدید خرید کالا، گسترش سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای کوروش از دیگر عوامل نارضایتی بازاریان از دولت بود. با مهاجرت خیل عظیم روستاییان به شهرها، تعداد بسیاری از آنان به مثابه رقیب به صنف مغازه‌داران پیوستند.

دولت سیاست‌های اعتباری و نفتی را به زیان بازرگانان و پیشه‌وران تنظیم می‌کرد، اصناف را توسط سازمان اطلاعات و امنیت کشور (ساواک) تحت کنترل می‌گرفت و بازاریان را مسئول تورم قلمداد می‌کرد. حزب رستاخیز ملت ایران، که در سال ۱۳۵۴ تأسیس گردید، اصناف را زیر پوشش اتاق بازرگانی هر شهر قرار داد و تجار و بازرگانان غیر بازاری و مورد تأیید خود را به تصدی آن گماشت و حدود ده‌هزار نفر را در گروه‌های مختلف بازرسی سازمان داد و ظاهرا برای مبارزه با گران‌فروشان و محتکران روانه بازارها نمود.^{۳۳} به نوشته فرد هالیدی، دادگاه‌های صنفی بیست‌هزار فروشگاه را جریمه نقدی کردند، ۲۳ هزار نفر را به تبعید فرستادند و هشت‌هزار نفر از کسبه خرده‌پا و مغازه‌دار که اکثر آن‌ها بازاری بودند به زندان‌های پنج تا بیست سال محکوم شدند.^{۳۴}

نیکو کدی در کتاب «ریشه‌های انقلاب ایران»، درباره اقدامات شاه علیه بازاریان نوشته است: «رژیم پهلوی در طول سالین متمادی سعی کرد که از طریق ساختن خیابان‌ها، مغازه‌ها، مدارس و موسسات جدید در فاصله‌های دور از بازار حتی‌المقدور آن را تضعیف کند، همچنین از کارهای دیگر رژیم... کنترل توزیع کالا و مبارزه علیه گران‌فروشان سودجو و... بالاخره محدود کردن اعتبارات کم‌بهره دولتی در مورد بازاری‌ها بود.»^{۳۵}

طبیعی بود که با این اقدامات، نارضایتی میان خرده‌بورژوازی سنتی افزایش یابد. بازاریان با درک خطرهای ناشی از این نوع اقدامات غیرمنطقی و جاه‌طلبانه شاه، که تمامی آن به منظور تأمین منافع بورژوازی بزرگ و سرمایه‌داران کمپرادور بود، زودتر از دیگر قشرها و طبقات اجتماعی با بهره گرفتن از کمک‌های روحانیان با دستگاه حکومتی مخالفت کردند.

محمد سوداگر علت مخالفت خرده‌بورژوازی سنتی با دستگاه حکومتی و بورژوازی کمپرادور حاکم را ناشی از عوامل ذیل ارزیابی کرده است: «۱- هراس از پیامدهای سیاست فرهنگی و نوگرایی شاه که با زیر پا گذاشتن ارزش‌های مذهبی و فرهنگ سنتی همراه بود؛ ۲- گسترش بی‌بندوباری بوروکراسی دولتی و بیگانگی‌اش با خواسته‌ها و علایق مردم؛ ۳- ادامه سیاست درهای باز در مورد کالاهای خارجی و انواع

فرآورده‌های کشاورزی که صنایع دستی و سنتی را در معرض تهدید قرار داده بود...؛ ۴- برکناری جامعه بازار از تصمیم‌گیری‌ها و حتی مشاوره در مورد سیاست‌های مالیاتی، واردات و صادرات که ارتباط مستقیم با منافع بازاریان داشت...؛ ۵- بازاریان همان گونه که سیاست ضد روحانیت شاه را تأیید نمی‌کردند، سیاست ضد ملی او را در براندازی دولت مصدق نیز توجیه نکردند.»^{۳۶}

به این دلایل باید سه علت دیگر مخالفت بازاریان با دستگاه حکومتی را اضافه کرد: یکی تلاش سازمان‌های امنیتی - پلیسی شاه که به ایجاد تفرقه میان بازاریان و متلاشی کردن همبستگی اجتماعی آن‌ها کمک می‌کرد و دوم گسترش سرمایه‌داری صنعتی و نفوذ همه‌جانبه غرب در ایران که باعث آسیب‌دیدگی بازاریان از وابستگی فراینده اقتصاد ایران به اقتصاد سرمایه‌داری جهانی گردید بود. این مساله باعث شد در سال‌های ۱۳۴۳ تا ۱۳۵۷ خرده‌بورژوازی ایران تضعیف شود. تضعیف بازاریان نفوذ روحانیان بر بازار را تشدید کرد و آخرالامر اینکه به اعتقاد فرد هالیدی «چیزی که بازاریان را خشمگین‌تر کرد اقدامات دولت در جهت تکمیل کنترل خود بر آنان بوده است.»^{۳۷}

تجربه تاریخی نشان می‌دهد که نیروهای اجتماعی فعال در بازار با هدایت روسا، اصناف و ریش‌سفیدان و داشتن ارتباط تنگاتنگ با مسجد و روحانیان، بیش از آنکه بر اثر تضادهای طبقاتی رودرروی یکدیگر قرار گیرند، با ایجاد ارتباط مالی و خانوادگی و برپایی محافل بحث و گفت‌وگو، همیشه سعی کردند همبستگی سنتی میان خود و بازار را حفظ و تقویت نمایند و حتی اگر اختلافی میان آنان بروز می‌کرد، به خاطر داشتن دشمن مشترک، یعنی



دارا بودن وجه مشترک نارضایتی، اختلافات خود را با میانجی‌گری ریش‌سفیدان حل و فصل می‌نمودند. بدین خاطر رژیم هیچ‌گاه نتوانست بر خلاف انتظار موفق به ازهم‌پاشیدگی اجتماعی کاسب‌کاران و پیشه‌وران گردد. اصولا مبادله و مفاهمه اجتماعی از قدیم‌الایام بین بازاریان با یکدیگر و بازاریان با ارباب‌رجوع و خریدار کالا وجود داشته است. بدین خاطر بازار را می‌توان به عنوان رکن اساسی جامعه مدنی تلقی کرد که خواسته‌ها و منافع فردی را به سمت‌وسوی هماهنگی و توافق عمومی سوق می‌دهد. حاکم بودن نوعی پیوستگی و هماهنگی بر بازار، در واقع نظم اجتماعی مشابهی است که بر جامعه مدنی حاکم است. در هر دو حالت نظم نتیجه نوعی توافق جمعی می‌باشد. این مدنیت بازاری را به نحو احسن می‌توان در تشکل بازاریان در انجمن‌های صنفی، یعنی اصناف، مشاهده کرد. روسای اصناف دو مسئولیت عمده بر عهده داشتند: یکی اینکه پاسخگوی اعمال و رفتار اعضای خود بودند و دوم اینکه، به عنوان نماینده اعضای صنف، با دستگاه حکومتی و هیات حاکم ارتباط برقرار می‌نمودند و خواسته‌های اعضا را به آنان انتقال می‌دادند.^{۳۸}

بازار سنتی و بازاریان از طریق همبستگی جمعی، چه به صورت بیرونی، یعنی از طریق اصناف و انجمن‌ها و مساجد، و چه به صورت درونی، یعنی ارتباط بین خود بازاریان، می‌توانستند در تحقق جامعه مدنی تأثیر مهمی داشته باشند. ساختار پیچیده اصناف به بازاریان اجازه می‌داد که اصناف را مستقل از دولت نگاه دارند و این در حالی بود که سندیکاها و اتحادیه‌های حرفه‌ای تحت نظر و کنترل کامل دولت قرار داشتند.^{۳۹} با وجود آنکه خرده‌بورژوازی در سال‌های ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷ شدیداً تحت فشارهای مالی و سیاسی دستگاه حکومتی قرار داشت، کارایی و قدرت خود را نسبتاً حفظ کرد. «بازاری‌ها نه دچار ترس شدند و نه از تعدادشان کاسته شد.»^{۴۰} چرا که در مقام مقایسه با سرمایه‌داران جدید خودآگاهی طبقاتی بیشتر و روابط اجتماعی سازمان‌یافته‌تری داشتند. علاوه بر این بورژوازی سنتی، هر چند که در پویای نوسازی اجتماعی و صنعتی از افزایش درآمدهای عمومی بهره فراوان برد، هیچ تعهد و دینی را نسبت به دولت به گردن نگرفت. بورژوازی سنتی نه می‌توانست خود را با فرهنگ شبه‌غربی بورژوازی نوپا و دلال وفق دهد و نه می‌توانست از فرهنگ ملی - مذهبی خود دست بردارد. علاوه بر موارد فوق، بازاریان در سال‌های قبل از انقلاب اسلامی، به‌رغم توانایی گسترده مالی دولت، نتوانستند استقلال خود را در برابر دولت رانتی‌ر پهلوی به دلایل ذیل حفظ نمایند: اول اینکه بازار با بیش از ۲۵۰ هزار مغازه و حجره دوسوم داد و ستد خرده‌فروشی، سه‌چهارم تجارت عمده‌فروشی و ۵۰ درصد تولید صنایع دستی را در اختیار داشت.^{۴۱} دوم اینکه بیشتر بازاریان خوداشتغال،

و از نظر مالی به ندرت به دولت وابسته بودند. به عبارت دیگر مشغله داد و ستد مالی آنان به نحوی بود که کمتر به دولت اجازه مداخله می‌داد. دلیل سوم این است که دامنه نفوذ بازار و بازاریان، حتی مناطق وسیع خارج از بازار، مناطق غیرشهری، روستاها و مراکز کوچک تجاری را از بابت تأمین نیازمندی‌های آنان دربرمی‌گرفت. چهارم اینکه بازاریان علاوه بر کارگران خود، بر هزاران دست‌فروش، دلال و خرده‌فروش‌های کوچک نیز نفوذ داشتند. و نهایتاً اینکه بازار به طور سنتی با تشکیلات مذهبی، دارای پیوندهای اجتماعی، مالی، سیاسی، ایدئولوژیک و تاریخی بود که این خود حمایت نهاد مذهب را از آن‌ها باعث می‌گردید.^{۵۲}

بازار و بازاریان در آستانه انقلاب اسلامی

با وجود رشد طبقه جدید سرمایه‌دار مدرن در ایران و خصومت کلی دولت با بخش سنتی، به ویژه بعد از سال ۱۳۴۰، سرمایه‌داران سنتی بازار توانسته بودند قدرت اقتصادی خود را حفظ نمایند. در سال ۱۳۵۵ بازاریان حدود ۲۲۵ هزار نفر (۶/۸ درصد نیروی کار) شامل مغازه‌داران کوچک و صنعتگرانی بودند که خارج از حوزه فیزیکی بازار قرار داشتند، ولی با جامعه بازار گره خورده بودند.^{۵۳} در اینجا دو واقعیت روشن است: اول اینکه بخش سنتی رشد کرده و دوم اینکه قدرت اقتصادی خودش را حفظ نموده بود.

در سال ۱۳۵۴ تعداد بازاری‌ها در حدود ۵۶۱/۵۸۳ نفر بود که در خرده‌فروشی و عمده‌فروشی مشغول به کار بودند. در حالی که این تعداد در دهه ۱۳۴۰، حدود ۴۸۲ هزار نفر بود. در هنگام وقوع انقلاب، بازار ۲/۴ درصد از عمده‌فروشی داخلی و ۲/۳ درصد از خرده‌فروشی و ۵۰ درصد از تولید صنایع دستی را در اختیار داشت. بازاریان بر صادرات سنتی مثل فرش و پسته کنترل داشتند و این امر برای آنان منبع مستقل درآمد بود. در همین زمان بازاریان جویگویی سهم بزرگی از واردات نیز بودند. با وجود توسعه نظام بانکداری رسمی (دولتی)، بازار همچنان نقش مهمی در قرض دادن پول داشت و در سال ۱۳۵۴، ۱۵ درصد از قروض بخش خصوصی را تأمین نمود.^{۵۴} به طور خلاصه، افزایش تجارت به بازار اجازه داد که قدرت اقتصادی خود را حفظ نماید.

بازاری‌ها نه تنها می‌توانستند موقعیت اقتصادی خود را حفظ کنند، بلکه همچنین قادر بودند منافع اقتصادی‌شان را خارج از محدوده کنترل دولت نگاه دارند. این امر به دو دلیل امکان‌پذیر شد: اول اینکه بیشتر افراد مشغول در بخش سنتی خوداشتغال بودند. دوم اینکه نوع فعالیت‌های بازاریان، کمتر مستلزم مداخله دولت بود. در نتیجه بازار بدون ترس از تلافی دولت، به اقدام جمعی دست می‌زد.^{۵۵} استقلال مالی و ساختار پیچیده اصناف بازار، به بازار اجازه داد که اصناف را مستقل از دولت نگاه دارد، و این در حالی بود که اتحادیه‌ها و انجمن‌ها تحت کنترل دولت بودند.

به علت ضعف دستگاه‌های استخراجی دولتی، بازاریان از بازاری غیرتنظیمی منتفع شدند. به عبارتی دیگر به علت رانتیر بودن رژیم پهلوی و وجود درآمدهای نفتی، دولت هیچ‌گاه یک نظام مالیاتی کارآمد به وجود نیاورد که همین امر سبب مالیات‌گریزی گسترده قشرهای مختلف جامعه می‌شد. به عنوان مثال در سال ۱۳۵۳، از بیست‌هزار شرکت ثبت‌شده، فقط ۶۳۲ شرکت، گزارش‌های مالیاتی خود را ثبت کردند. مالیات‌گریزی، به ویژه در میان طبقات خوداشتغال مثل بازاریان، که به دلیل مشروعیت نداشتن رژیم، هیچ دلیلی برای کمک به خزانه دولت نمی‌دیدند، بسیار بالا بود. در نتیجه چنان‌که نمودارهای صندوق بین‌المللی پول نشان می‌داد، در حالی که از اواسط دهه ۱۹۷۰ میانگین مالیات‌ها در کشورهای در حال توسعه برابر ۱۹ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشورها بود، این رقم در ایران برابر با ۹ درصد بود.^{۵۶} فرد هایدی حتی این رقم را پایین‌تر از رقم نمودار صندوق بین‌المللی پول و در حدود ۵/۳ درصد می‌داند.^{۵۷}

نتایج توسعه نیافتن نظام مالیاتی در ایران در سال ۱۳۵۵ آشکار است. زمانی که دولت آموزگار با رکود



اقتصادی مواجه شد و تلاش کرد که درآمد مالیاتی را افزایش دهد، سیاست جدید مالیاتی فقط در بعضی از بخش‌ها موفقیت‌آمیز بود. مطابق آمارها و نمودارهای صندوق بین‌المللی پول، بین سال‌های ۱۳۵۶-۱۳۵۷، مالیات‌های اخذشده از حقوق‌بگیران بخش دولتی از حدود چهل به حدود ۴۵ بیلیون ریال افزایش یافت. در همین زمان مالیات‌های جمع‌آوری‌شده از اشخاص ۲/۵۰۰/۰۰۰ ریال تنزل کرده بود. به عبارت دیگر، دولت نمی‌توانست مالیات را در میان گروه‌های خوداشتغال افزایش دهد. شکست دولت پهلوی در توسعه نظام مالیاتی در ایران به ضرر کنترل دولت بر روی تولید سرمایه در داخل تمام شد.^{۵۸}

بازاری‌ها، که به مالیات‌گریزی عادت داشتند، مالیات‌های بالاتر را تجاوز به امور خود می‌دانستند. در همین زمان، بازاری‌ها همچنین آماج اقدامات دولت بر ضد گران‌فروشی، که از سال ۱۳۵۴ شروع شده بود، قرار گرفتند. در سال ۱۳۵۵-۱۳۵۶، از حدود دویست‌هزار نفر مغازه‌دار در تهران ۱۰۹/۸۰۰ نفر در دادگاه‌های ویژه رسیدگی به تخلفات قیمت‌ها محاکمه شدند.^{۵۹}

اگر از مطالب فوق چنین نتیجه گرفته شود که شکایت اصلی بازاریان مربوط به اوضاع اقتصادی است، اشتباه خواهد بود؛ به طوری که بازار از افزایش تجارت در نتیجه ترقی ناگهانی قیمت نفت منتفع شد و در اواخر عصر پهلوی این نهاد هنوز موسسه اقتصادی قدرتمندی به حساب می‌آمد؛ ولی بازاری‌ها از نظامی منتفع می‌شدند که هیچ وفاداری به آن نداشتند.

علاوه بر این، بازاری‌ها به این نکته پی برده بودند که در تعبیر رژیم از جامعه جدید، برای آن‌ها هیچ جایی وجود ندارد. دیدگاه رژیم پهلوی را در مورد بازار شاید بتوان به صورت بهتری در گفتار خود شاه مشاهده کرد که می‌گفت: «بازار نهاد تجاری اجتماعی بزرگی در کل خاورمیانه است، اما به نظر من دوره و زمان آن سپری شده است. بازاریان خیلی متعصب شده‌اند و در برابر تغییر، مقاومت زیادی نشان می‌دهند، چون موفقیت آن‌ها انحصار پرسودی را نصیبشان کرده است. من یک کشور مدرن می‌خواهم، حرکت در مقابل بازار، یک نوع ریسک اجتماعی و سیاسی است، ولی من می‌خواهم در مسیر نوسازی حرکت کنم...»^{۶۰}

از نظر شاه برای صنعتگران و بازرگانان سنتی در جامعه مدرن جایی وجود نداشت. این در حالی بود که هنجارهای فرهنگی و سیاسی رژیم مورد قبول بازاریان نبود. برای شاه، تجدد مترادف با غربی شدن به معنای کامل آن، بی‌توجه به ابعاد سیاسی و فکری غرب بود، اما بازاریان این عقاید را تهاجمی و در مقابل ارزش‌ها و باورهای خود می‌دانستند؛ بنابراین آن‌ها نه فقط از رژیم پهلوی مستقل بودند، بلکه با رژیم اختلاف‌های اساسی نیز داشتند. در روزهای اول انقلاب، آن‌ها به تعدادی از تظاهرکنندگان کمک مالی کردند. به عبارتی نیازهای مالی اعتصاب کارگران و کارمندان دولت را تأمین کردند و حدود ۶۴ درصد از تعداد ۲۴۸۳ تظاهرات را در طی انقلاب سازمان دادند. اما نکته مهم‌تر این است که منابع مالی بازار، جنبش‌های مذهبی را قادر ساخت که خود را فراتر از مرزهای سنتی گسترش دهند.^{۶۱}

از کلیه مطالب گفته‌شده درباره بازار می‌توان علت پیوستن بازار به نیروهای انقلابی را توضیح داد. گفتیم که سیاست‌های اقتصادی رژیم، کاملاً به سود بازاریان بود، از این رو زیان مالی هرگز نمی‌توانست انگیزه ورود بازار به صف نیروهای انقلابی باشد. به عقیده نگارنده، علل انقلابی شدن بازار و ضدیت آن‌ها با رژیم در چهار عامل بود: نخست آنکه بازاریان مانند سایر قشرهای جامعه ایران، به ویژه قشرهای سنتی، مذهبی و شیعه متعصب بودند و خواهناخواه مانند دیگران در مقابل اقدامات اسلام‌ستیزانه حکومت و رواج الگوها، باورها و مظاهر غربی عکس‌العمل نشان می‌دادند. دوم آنکه بازار سنتی و بازاریان از ابتدا پیوند عمیقی با روحانیت داشتند و همانند روحانیت سنتی ایران، حکومت غیرمعصوم را غیرشرعی می‌دانستند.

غیرشرعی دانستن حکومت و افکاری چون حلال شدن درآمدها در صورت پرداخت خمس و زکات، سبب گردید که بازار به هر طریقی از پرداخت مالیات به دولت طفره رود و از سوی دیگر فقط به روحانیت، خمس و زکات دهد تا خرید و فروش اموال، حکم شرعی پیدا کند. بدیهی است که در چنین صورتی، هرگاه اندیشه تأسیس حکومت شرعی و اسلامی عنوان می‌شد، بازاریان، هم به خاطر غیرشرعی بودن حکومت و هم پذیرفتن توصیه علما، به طور علنی با رژیم مخالفت می‌کردند؛ بنابراین پیوند نزدیک علما و بازاریان، آن‌ها را هرچه بیشتر به پیروی از علما و ضدیت با رژیم سوق می‌داد.

علاوه بر دلایل مذهبی و سیاسی، می‌توان به دو دلیل اقتصادی نیز استناد کرد، و از این رو دلایل سوم و چهارم کاملاً اقتصادی است. سومین علت ورود بازار به صف نیروهای انقلابی، پیش‌بینی درست بازار از سیر اصلاحات اقتصادی است. سخنان شاه و دیگر مقامات دولتی، همگی از آینده‌ای نابسامان و نامطمئن برای بازار خبر می‌داد. شاه، همان‌گونه که دیده شد، علناً از ضدیت با بازار سخن می‌راند. او بازار را اقتصاد سنتی و مانع توسعه می‌خواند و معتقد بود که با وجود آن، سیر نوسازی با شکست مواجه می‌شود. اقدامات شهرداری تهران نیز در تخریب بعضی از مغازه‌ها برای شهرسازی و به ویژه کشیدن اتوبان از وسط بازار تهران، برای بازاریان معنایی جز مخالفت سیاسی - مذهبی با آنان نمی‌داد. تصور بازار بر این بود که هدف رژیم، پراکندن بازاری‌ها و جلوگیری از اتحاد آنان است. این امر به ویژه با سخنان شاه نیز تقویت می‌شد.^{۶۲}

به عقیده رؤسا و رهبران بازار، اگر اصلاحات اقتصادی ادامه می‌یافت، آن‌ها نیز باید مانند زمین‌داران در دهه ۱۳۴۰ از بین می‌رفتند. آن‌ها گمان می‌کردند شاید بتوانند از افزایش واردات و نوسازی شاه به نفع خود استفاده کنند، ولی این امر موقتی بود و در درازمدت باید از صحنه حذف می‌شدند. ضدیت رژیم با طبقه بازار و اقتصاد سنتی، با افزایش قدرت مالی بورژوازی نوظهور و کمپرادور همراه بود.

بورژوازی جدید، به نام تأسیس صنایع یا اعمال نفوذ خود در میان مقامات، اعتبارات مالی هنگفتی را نصیب خویش می‌ساخت. اکثر این اعتبارات، به خاطر سود کلان و کوتاه‌مدت تجارت، صرف داد و ستد، دلالی و واسطه‌گری می‌شد، از این رو کشور با بورژوازی کمپرادور بزرگی مواجه شد که حمایت مالی و سیاسی رژیم را دارا بود که مهم‌ترین آن تخصیص وام و حذف موانع گمرکی به شمار می‌رفت. در مقابل این قشر، بازار سنتی قرار داشت که مبادله و خرید و فروش کالا در داخل و خارج، بزرگ‌ترین منبع درآمد آن بود، ولی هرگز مانند بورژوازی نوظهور، از حمایت مالی و سیاسی دولت برخوردار نبود. با وجود این، اگرچه بازار توانست در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰،

سود بسیاری به خاطر دارا بودن سابقه تاریخی در کارخانجات و داشتن مشتری‌های ثابت و قدیمی و به ویژه اعتماد بیشتر مغازه‌داران، خرده‌فروشان و خریداران داخلی به آنان، عاید خویش سازد، آینده‌ای نامعلوم برای خود متصور بود. مخالفت شدید رژیم با این قشر و حمایت مالی - سیاسی گسترده دولت از بورژوازی نوظهور، که به جای تجارت بیشتر پول خود را صرف صنعت می‌نمود، حذف کامل بازار و از دست دادن تجارت در آینده را در پیش روی داشت که بازار به آن پی برده بود. بنابراین بدیهی بود که عقلانیت اقتصادی مانع چنین زبانی شود.^{۶۳}

چهارمین عامل که در واقع اتمام حجت بازار سنتی و بازاریان نسبت به رژیم بود و تصور و دلیل سوم را هرچه بیشتر تقویت و تأیید می‌کرد، سیاست ضد تورمی رژیم بعد از بحران اقتصادی سال ۱۳۴۵-۱۳۵۶ بود. جریمه و زندانی نمودن بازاریان بزرگ و مغازه‌داران همراه تبلیغات شدید رژیم علیه بازار، هیچ جای تردید برای بازار باقی نگذاشت که رژیم درصد است آنان را ناپود سازد. سیاست ضد تورمی، که کاملاً غیرعادلانه و در قالب رستاخیز ملی اجرا گشت، نه تنها بحران اقتصادی را حل نکرد، بلکه سبب ضدیت بیشتر بازار و حتی بورژوازی کمپرادور و صنعتی گردید. رژیم برای حفظ قدرت خویش چنان دیوانه‌وار به همه حمله می‌کرد که در مدتی کوتاه حتی دوستان خویش را از خود روی گردان نمود.

نتیجه:

مطابق یافته‌های پژوهشی حاضر، پیدایش، تکوین و فعالیت گسترده بورژوازی نوظهور و کمپرادور و همسازی آنان با تحولات سرمایه‌داری جهانی در سال‌های آخر سلطنت پهلوی دوم از اجرای نقش اصلی بازار سنتی جلوگیری کرد، ولی قادر نشد بازار سنتی و خرده‌بورژوازی شهری، یعنی تجار، پیشه‌وران و کاسب‌کاران، را به کلی از فعالیت بازدارد؛ به طوری که بازار سنتی و بازاریان سنتی کماکان به مثابه پایه قدرت سیاسی و مالی و سنگر جنبش‌های مردمی باقی ماندند.

به بیانی دیگر نهاد بازار و بازاریان سنتی در دوره سلطنت پهلوی دوم، به‌رغم حاکمیت خفقان و فشارهای سیاسی و مالی دستگاه حکومتی، کارایی و قدرت خود را نسبتاً حفظ کردند؛ زیرا در مقام مقایسه با سرمایه‌داران جدید، خودآگاهی طبقاتی بیشتر و روابط اجتماعی سازمان‌یافته‌تری داشتند. به علاوه بازاریان سنتی، هر چند در پویش نوسازی اجتماعی و صنعتی از ازدیاد درآمدهای عمومی بهره فراوان بردند، هیچ تعهد و دینی را نسبت به دولت به گردن نگرفتند؛ چراکه نه می‌توانستند خود را با فرهنگ شبه‌غربی سرمایه‌داری نوظهور و دلال وفق دهند و نه می‌توانستند از فرهنگ مذهبی و ملی (ایران) خود دست بردارند. این خصوصیات، که عامل همبستگی

از نظر شاه برای صنعتگران و بازرگانان سنتی در جامعه مدرن جایی وجود نداشت. این در حالی بود که هنجارهای فرهنگی و سیاسی رژیم مورد قبول بازاریان نبود. برای شاه، تجدد مترادف با غربی شدن به معنای کامل آن، بی توجه به ابعاد سیاسی و فکری غرب بود، اما بازاریان این عقاید را تهاجمی و در مقابل ارزش‌ها و باورهای خود می‌دانستند؛ بنابراین آن‌ها نه فقط از رژیم پهلوی مستقل بودند، بلکه با رژیم اختلاف‌های اساسی نیز داشتند

این طبقه با روحانیت بود، خود در تعارض با منافع طبقه حاکم قرار داشت.

بنا به نوشته حاضر و مطابق رویکرد چندعلیتی، دسته‌ای از علل اصلی مخالفت نهاد بازار و بازاریان سنتی با دستگاه حکومتی و بورژوازی جدید وابسته، و حضور همه‌جانبه آن‌ها در وقایع انقلاب اسلامی را می‌توان به شرح ذیل خلاصه کرد: ۱- هراس و نگرانی از سیاست‌های فرهنگی و نوگرایی شاه و زیر پا گذاشته شدن ارزش‌های مذهبی و فرهنگ سنتی مردم توسط این رژیم؛ ۲- سیاست شبه‌مدرنیستی محمدرضا پهلوی در مواجهه با روحانیت و اسلام؛ ۳- تلاش رژیم پهلوی برای تضعیف همبستگی و پیوند سنتی بازار و روحانیت؛ ۴- تداوم سیاست درهای باز در مورد کالاهای خارجی و انواع فرآورده‌های کشاورزی؛ ۵- به حاشیه راندن جامعه بازار از تصمیم‌گیری‌ها و حتی مشاوره نکردن با آن‌ها در مورد سیاست‌های مالیاتی، واردات و صادرات که ارتباط مستقیم با منافع نهاد بازار سنتی داشت؛ ۶- گسترش بی‌بندوبار بوروکراسی فاسد دولتی و بیگانگی آن با خواسته‌ها و علایق مردم.

پی‌نوشت‌ها

* عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.

۱- احمد اشرف، «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، مجله گفتگو، ش ۱۴، (زمستان ۱۳۷۵)، ص ۳۳
۲- محمد عقیق‌پور، نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی، تهران، بی‌نا، ۱۳۸۵، ص ۷
۳- همانجا.

۴- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تهران، قوس، ۱۳۸۵، صص ۱۵۳-۱۲۴
۵- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۳، صص ۲۸۶-۲۸۰
۶- مهدی رهبری، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی ایران، بابل، دانشگاه مازندران، ۱۳۸۴، صص ۲۰۷-۱۹۶
۷- احمد توکلی، کامیابی‌ها و ناکامی‌های بازار - دولت، تهران، سمت، ۱۳۸۰، ص ۱۷؛ نیز رک: محسن رئانی، بازار و یا نابازار، تهران، سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۶، ص ۷۱ به بعد.

۸- علیرضا ازغندی، همان، ص ۱۳۷؛ نیز رک: دانشنامه اسلام، «مقاله بازار»، تهران، انتشارات دانشنامه اسلام، ۱۳۷۲، ص ۳۰۶

۹- علیرضا ازغندی، نخبگان سیاسی ایران بین دو انقلاب، چاپ سوم، تهران، قوس، ۱۳۸۵، ص ۴۹

۱۰- محمدرضا سوداگر، رشد روابط سرمایه‌داری در ایران (مرحله گسترش)، تهران، شعله اندیشه، ۱۳۶۹، ص ۲۲۴

۱۱- احمد اشرف، موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران: دوره قاجاریه، تهران، زمینه، ۱۳۵۹، صص ۳۱-۳۰

۱۲- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۳۸؛ نیز رک: محمدرضا فشاهی، تکوین سرمایه‌داری در ایران، تهران، گوتنبرگ، ۱۳۶۰،

ص ۲۰۲ به بعد.

۱۳- جان فوران، تاریخ تحولات اجتماعی ایران (مقاومت شکننده)، ترجمه احمد تدین، تهران، موسسات خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۸، ص ۴۹۶

۱۴- ویلم فلور، جستارهایی از تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجاریه، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران، طوس، ۱۳۶۵، ج ۲، ص ۵۲ به بعد.

۱۵- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۳۹

۱۶- همان، ص ۱۳۹

۱۷- صادق زیباکلام، مقدمه‌ای بر انقلاب اسلامی، تهران، روزنه، ۱۳۷۲، ص ۹۸

18- Misagh Parsa, "Economic Development and political Transformation: A Comparative Analysis of the United States, Russia, Nicaragua and Iran", Theory and society, 1985, PP.623-675

۱۹- علی میرسیاسی، «بحران سیاست غیر دینی و ظهور اسلام سیاسی ایران»، ترجمه معصومه خالقی، فصلنامه نامه پژوهش، ش ۱۰-۱۱، ۱۳۷۷، ص ۱۱۰؛ نیز رک: مهدی رهبری، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی ایران، همان، صص ۲۰۹-۲۰۸

20- M. H. Pesaran, Economic Development and Revolutionary Upheavals in Iran, in Haleh Afshar (ed), Iran, Revolution in Turmoil, The Macmillan press LTD, 1989, P. 15

۲۱- مهدی رهبری، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی ایران، همان، ص ۲۱۰

22- Skockpol, Revtier State and Shi's Islam in the Iranian Revolution, Theory and society, vol. 11, PP265J272

23- Ibid, P.272

۲۴- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، همان، صص ۸۵-۸۴

۲۵- همان، صص ۱۰۰-۹۸

۲۶- همان، ص ۱۰۰

۲۷- جان فوران، همان، صص ۵۶۸-۵۵۴

۲۸- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۴۳

۲۹- حسین مکی، تاریخ بیست‌ساله ایران، تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۷، ج ۳، ص ۴۹۳ به بعد.

۳۰- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۴۴

۳۱- ریچارد کاتم، ناسیونالیسم در ایران، ترجمه احمد تدین، تهران، کویر، ۱۳۷۱، صص ۴۲-۴۱

۳۲- جان فوران، همان، ص ۳۵۱

۳۳- علیرضا ازغندی، «جایگاه و نقش طبقه متوسط جدید در عصر مشروطیت»، مجله علمی و پژوهشی دانشنامه، ش ۲۸، ۱۳۷۷، ص ۵۵

۳۴- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی ایران، همان، ص ۱۴۵

۳۵- همانجا.

36- J. Vpten, the History of Modern Iran, Cambridge, Harvard university, 1988, PP.70-77

۳۷- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی ایران، همان، ص ۱۴۶

۳۸- همانجا.

۳۹- همانجا.

۴۰- همان، ص ۱۴۷

۴۱- فرد هالیدی، دیکتاتوری و توسعه سرمایه‌داران در ایران، ترجمه فضل‌الله نیک‌آیین، تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۸، ص ۲۳۱

۴۲- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۴۷

۴۳- همان، ص ۱۴۸

۴۴- فرد هالیدی، همان، ص ۲۳۱

۴۵- نیکی کدی، ریشه‌های انقلاب ایران، ترجمه عبدالرحیم گواهی، تهران، قلم، ۱۳۶۹، ص ۳۶۲

۴۶- محمدرضا سوداگر، همان، ص ۲۳۱

۴۷- فرد هالیدی، همان، ص ۲۳۱

۴۸- علیرضا ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران، همان، ص ۱۴۹

۴۹- همان، ص ۱۵۰؛ نیز رک: ویلم فلور، همان، ص ۱۱۱

۵۰- نیکی کدی، همان، ص ۳۶۲

۵۱- احمد اشرف و علی بنو عزیزی، «طبقات اجتماعی در دوره پهلوی»، ترجمه عماد افروغ، فصلنامه راهبرد، ش ۲، (پاییز ۱۳۷۲)، ص ۱۱۰

52- E. Abrahamian, "The structural Causes in the Iranian Revolution", in Middle East Research and Information Pagects Reporsts. NO. 87, may 1980, P. 24

۵۳- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، ص ۲۸۰

54- Robert Graham, "Iran: The Illusion of power", New York, St. martin's, 1980, P. 224

۵۵- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، همان، ص ۲۸۰

۵۶- همان، ص ۲۸۱

۵۷- فرد هالیدی، همان، صص ۲۳۱-۲۰۷

۵۸- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، همان، صص ۲۸۲-۲۸۱

۵۹- همان، ص ۲۸۲

۶۰- ه. شامیاتی، «مخالفت با دولت تحصیلدار و مقایسه جنبش‌های اسلامی ایران و الجزایر»، ترجمه عبدالقیوم شکاری، پانزده خرداد، سال ششم، ش ۲۷، (زمستان ۱۳۷۶)

۶۱- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، همان، ص ۲۸۳

۶۲- مهدی رهبری، اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران، همان، ص ۲۸۴

۶۳- همان، ص ۲۸۵