

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت در جمهوری اسلامی ایران*

دکتر مسعود مطلبی**

چکیده

نوشتار حاضر با بهره گیری از روش تحلیلی - توصیفی و رویکرد نهادگرایی تاریخی تلاش دارد نقش سیاسی - اجتماعی نهاد بازار سنتی، شکل های وابسته و بازاریان را به عنوان بخشی از طبقه متوسط سنتی در ساخت سیاسی و فرایند سیاست و قدرت جمهوری اسلامی ایران بازخوانی نماید. نتایج تحقیق نشان می دهد هر چند این نهاد اجتماعی سنتی همسو با روحانیت قبل از پیروزی انقلاب اسلامی دارای نقش و کارکردی انتقادی و براندازانه علیه سیستم بود اما پس از پیروزی انقلاب بواسطه تسلط برخی از متنفذین بازار و شکل های وابسته همچون موتلفه و انجمن های اسلامی بازار و اصناف بر مدیریت سیاسی کشور، در کنار روحانیت از ارکان تحکیم ساخت قدرت سیاسی جمهوری اسلامی به شمار می آید. در این تحقیق فرض بر این است که بازار از نقشی اساسی در ساختار قدرت سیاسی جمهوری اسلامی ایران برخوردار است و بین روحانیت و بازار پیوندی تاریخی و فرهنگی و سیاسی برقرار بوده و هست با این حال در مقاطعی و بخصوص در دهه چهارم انقلاب اسلامی رابطه بازار با دولت دگرگون شده و این نقش مسلط در ساخت قدرت سیاسی رو به ضعف نهاده است.

کلیدواژه‌ها

بازار سنتی، ساخت قدرت، طبقه متوسط سنتی، انجمن های اسلامی بازار و اصناف، هیات های موتلفه اسلامی.

* مقاله حاضر مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «بازار سنتی، نهادهای وابسته و تاثیر آن بر فرایند سیاست و حکومت در جمهوری اسلامی ایران» برای معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد آزادشهر می باشد.

** استادیار گروه علوم سیاسی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران
mmtph2006@yahoo.com

مقدمه

تاریخ سیاسی- اجتماعی ایران معاصر شاهد ظهور و نقش آفرینی نهادها، گروه‌ها و احزاب سیاسی - اجتماعی چندی می باشد چنان که هر یک از این نهادها، احزاب و گروه‌ها بنابر شرایط زمانی و زمینه های فکری، اجتماعی و اقتصادی خود روابط متفاوتی با ساخت قدرت سیاسی حاکم برقرار نموده و در تحولات و پویس‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مشارکت و دخالت داشته‌اند. یکی از این نهادها و گروه‌ها، نهاد بازار سنتی، بازاریان و تشکل های وابسته می باشد. شناخت رابطه ساخت سیاسی قدرت با بازار به عنوان یک نهاد اقتصادی - اجتماعی سنتی در ایران معاصر و بخصوص دوره جمهوری اسلامی دارای اهمیت ویژه‌ای است. لذا پژوهش حاضر می‌کوشد که با شیوه توصیفی - تحلیلی و بهره گیری از رویکرد نظری جامعه شناسی تاریخی این مهم را در دوره جمهوری اسلامی مورد بررسی قرار دهد. با وقوع انقلاب اسلامی، بازاریان به دلیل نقش و مشارکت گسترده‌ای که در جریان مبارزه و پیروزی انقلاب داشتند، توانستند از طریق ائتلاف با بخشی از روحانیت که از منافع بازار و تشکل های بازاری حمایت می‌کردند، به ساخت قدرت ورود یافته و جایگاه سیاسی خویش را در مدیریت قدرت سیاسی ارتقاء بخشند(حاضری و حسین زاده، ۱۳۹۰؛ اکبری، ۱۳۹۳). ارتقاء جایگاه سیاسی و نفوذ بازار و نهادهای وابسته به آن در ساخت سیاسی در دوره جمهوری اسلامی به طور مشخص از طریق اصلی‌ترین تشکل های سیاسی وابسته آن یعنی «جمعیت مومتلفه اسلامی»، «انجمن های اسلامی بازار و اصناف» و «اتاق بازرگانی» صورت پذیرفت. تحقیق حاضر تلاش دارد نشان دهد که ورود بازار سنتی و بالخصوص اعضای تشکل های وابسته به آن به مدیریت سیاسی در ساخت قدرت در جهت‌گیری‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن تاثیر ویژه‌ای داشته و قدرت چانه‌زنی این بخش از طبقه متوسط سنتی را در تعیین سیاست‌های برخی از دولت های پس از انقلاب بالا برده است. البته ورود نهاد بازار و تشکل های وابسته به آن به ساخت قدرت در جمهوری اسلامی نافی عدم وجود تنش میان بازار سنتی و قدرت حاکمه نمی باشد چنانکه در سال های اولیه انقلاب اسلامی میان بازار و جریان های چپ‌گرا و مدرن اختلافات عمیقی پیش آمد و این مساله در دولت احمدی نژاد به گونه ای دیگر تکرار شد.

۱. رویکرد نظری

آن چنان که جوئل میگدال^۱ تاکید دارد غلبه رویکرد «دولت محور» و باور به قدرت بلامنازع دولت در جهت دهی و اعمال تغییرات و کم توجهی به ساختار و مقاومت و استقلال بخش های پیرامونی جامعه و کم توجهی به کسانی که سلطه بر آنها اعمال می‌شود، ویژگی اصلی بسیاری از کارهای عمده اولیه

1. Joel. S. Migdal

در زمینه توسعه و همچنین بسیاری از مطالعات معاصر است (Migdal, 2004: 200). میگدال در کتاب معروف خود با عنوان «جوامع قدرتمند، دولت ضعیف؛ روابط دولت و جامعه و ظرفیت‌های دولت در جهان سوم»، با تأکید بر دیدگاه «دولت درون جامعه» به سنجش قابلیت‌ها و ناکامی‌های دولت در بستر اجتماعی خود می‌پردازد؛ به اعتقاد او، دولت، بخشی از محیط منازعه است و در کنش متقابل با سایر بازیگران اجتماعی قرار دارد (Migdal, 1988: 24). فی الواقع دولت همان‌گونه که بر دیگر نهادهای اجتماعی تأثیر دارد، به نوبه خود از آن‌ها نیز تأثیر می‌پذیرد و بدین ترتیب باید دولت را به عنوان نهادی در میان بی‌شمار نهادهای اجتماعی دیگر که حیات اجتماعی را شکل می‌دهند، در نظر گرفت.

جامعه در نظر میگدال، ترکیبی از سازمان‌های اجتماعی قلمداد می‌شود که هر یک، به‌طور مستقل از قدرت و آزادی عملی بالا برای کنترل اجتماعی بهره‌مندند. بدین ترتیب براساس نظر میگدال و در تصویری واقع‌بینانه‌تر از جامعه، بایستی آن را «آمیزه‌ای از سازمان‌های اجتماعی»^۱ و «عرصه‌های متکثر سلطه و مقاومت در جامعه»^۲ در نظر گرفت. بر این اساس، ازسویی، کنترل اجتماعی در جامعه به‌طور نامتجانس از طرف گروه‌های مختلف اجرامی‌شود و ازسوی دیگر امکان دارد که قدرت کنترل اجتماعی، میان گروه‌های مختلف تقسیم‌شده باشد. میگدال به تعدد بازیگران اجتماعی و سیاسی اشاره می‌کند و اینکه هیچ تضمینی وجود ندارد که دولت بر سایر گروه‌های اجتماعی تسلط یابد؛ از نظر او، زمینه اجتماعی که دولت در آن فعالیت می‌کند، باید شناخته شود. دولت به نیروهای اجتماعی قدرت می‌دهد، همان‌گونه که نیروهای اجتماعی به دولت قدرت می‌بخشند؛ در واقع، میگدال، رابطه میان دولت و جامعه را تعاملی و دوسویه می‌داند (T. Russel, 2005: 3)؛ از نظر میگدال، دولت‌های جهان سوم برای تغییر و اصلاحات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی با «مقاومت» از جانب نیروهای اجتماعی خارج از دولت، روبه‌رو هستند؛ میگدال، عبارت «جامعه شبکه‌ای» را برای توضیح این وضعیت به کار می‌برد و می‌نویسد: «ظرفیت یا ناتوانی دولت‌ها به‌ویژه توانایی آنها برای اجرای سیاست‌های اجتماعی و همچنین بسیج اجتماعی به ساختار جامعه، مربوط می‌شود. بنابراین، برخلاف دیدگاه‌های دولت‌محور که نقش و سهمی بسیار برای دولت در فرایند تحولات کشورهای جهان سوم و در حال گذار قائل‌اند، دولت را تنها بازیگر اصلی میدان سیاست نمی‌داند (سمیعی اصفهانی، ۱۳۸۷: ۱۱۹)؛ به عبارت دیگر، میگدال به پراکندگی، تفرق و چندپارگی قدرت در جوامع شبکه‌ای اعتقاد دارد و قدرت دولت را لویاتان گونه و حداکثری تلقی نمی‌کند.

1. Society as a Mélange of Social Organization
2. Multiple Arenas of Domination and Opposition

رویکرد نهادگرایی تاریخی که در اواخر دهه ۱۹۷۰ با آثار اسکاچیل، کاتزنشتاین، کراسنر و اسکورنک آغاز شد، به عنوان یکی از شاخه های نهادگرایی جدید با تاکید بر پیکربندی نهادی جامعه و نحوه توزیع قدرت در این پیکربندی، زمینه نظری و روشی مناسبی را برای فهم این منظور و عملیاتی سازی دیدگاه میگدال در جامعه ایرانی فراهم می کند. از جمله ویژگی های این رویکرد جدید نهادی که زمینه مناسبی را برای مطالعه روابط بین نهادهای متکثر جامعه و تاثیر این روابط بر تحولات و دگرگونی های سیاسی فراهم می کند، تاکید بر «ویژگی ارتباطی» نهادها می باشد. فی الواقع می توان گفت مهمترین ویژگی های این رویکرد، پرداختن به رخدادهای خاص واقعی، جدی گرفتن تاریخ و ردیابی فرآیندهای تاریخی، توجه به زمینه و پیکربندی نهادی^۱، مورد توجه قرار دادن قدرت و تضاد منافع در تحولات نهادی و محوریت تحلیل های با برد میانه و پیوند رابطه عاملیت- ساختار است (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۶۴-۲۹).

توجه ویژه نهادگرایان تاریخی به رخدادهای واقعی، ناگزیر آن ها را به اتخاذ یک رویکرد تاریخی می کشاند. اهمیت تاریخ برای نهادگرایان تنها به این دلیل نیست که ارجاعات و شواهد آن ها برای تحلیل را افزایش دهد، بلکه تاریخ مهم است چون رخدادهای درون یک زمینه تاریخی رخ می دهند که تأثیر مستقیمی بر تصمیم گیری ها و رخدادهای دارد. همچنین یکی دیگر از دلایل تمرکز نهادگرایی بر فرآیندهای تاریخی، جلب توجه ما به «بزنگاه های مهم» و فرآیندهای اجتماعی طولانی مدت پهن دامنه اما آهسته است. نهادگرایان تاریخی در تحلیل های تاریخی خود به ندرت بر یک زمینه نهادی یا سازمانی منفرد تمرکز می کنند و در مقابل به تحلیل های با برد متوسط یا پهن دامنه ای پرداخته که به بررسی نهادهای متکثری که در یک زمینه گسترده تر با یکدیگر کنش متقابل کرده، عمل می کنند و تحت تأثیر آن زمینه گسترده تر قرار می گیرند، می پردازند (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۳۳). چنانکه بنا به گفته اسکاچیل و پیرسون در مقاله «نهادگرایی تاریخی در علوم سیاسی معاصر»، نهادگرایان تاریخی علاقمند به بررسی خاستگاهها، تاثیرات و ثبات یا بی ثباتی کلیت پیکربندی نهادی می باشند (Pierson & Skocpol, 2002:693). همچنین از دیدگاه نهادگرایان اهمیت تاریخ به این نیست که امکان آموختن از گذشته را فراهم می سازد بلکه به ویژه، به این دلیل است که حال و آینده به واسطه تداوم نهادهای یک جامعه با گذشته پیوند دارند. ایشان بر این باور هستند که از یک طرف این گذشته است که انتخاب های امروز و فردا را شکل می دهد و از طرف دیگر، گذشته را تنها در قالب حکایت تحول نهادی می توان به خوبی فهمید (نورث، ۱۳۷۷: ۱۳).

از منظر نهادگرایان تعامل و کنش متقابل بین نهادها در یک زمینه گسترده نهادی، تنها مبتنی بر هماهنگی و روابط کارکردی بین نهادها نمی باشد، بلکه تضاد و عدم توازن قدرت و بی ثباتی نیز

1. Institutional Configuration

برجسته است (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۳۴). برخلاف دیدگاه غالب مبنی بر شکل‌گیری و ظهور نهادها در جهت تولید منافع جمعی، همان‌گونه که جک نایت در کتاب «نهادها و تضاد اجتماعی»، بیان کرده است، نهادها بیشتر منعکس‌کننده تضاد اجتماعی میان کنشگرانی با اهداف متفاوت و مغایر می‌باشند. از نگاه جک نایت در کتاب «نهادها و منازعات اجتماعی» نهادهای اجتماعی دستاورد و نتیجه تلاش برخی کنشگران برای محدود کردن کنش دیگرانی است که با آنها کنش می‌کنند (Night, 1992: 19). بر این اساس، نهادگرایی تاریخی با تأکید بر پیکربندی نهادی و تضاد موجود در این زمینه نهادی گسترده، به بررسی توازن‌های بی‌ثبات قدرت و منافع پرداخته و نهادها را همچون محصولات در حال تحول منازعات کنشگران نابرابر می‌دانند (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۳۴).

نهادگرایی تاریخی با مورد توجه قرار دادن منازعات و منافع کنشگران در شکل‌گیری نهادها و همچنین اتخاذ تعریفی از نهاد که «بر نهادهای سطح میانه‌ای همچون سیستم‌های حزبی، و ساختار گروه‌های ذینفع اقتصادی همچون اتحادیه‌ها تأکید دارد» (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۳۴)، در نظر کاتلین تیلین و سون استینمو در مقاله «نهادگرایی تاریخی در سیاست‌های مقایسه‌ای» یک پیوند نظری میان افرادی که تاریخ را می‌سازند و شرایطی که تحت آن این کار را می‌کنند- یا به عبارت دیگر پیوند عاملیت- ساختار- فراهم می‌سازد (Thelen & Steinmo: 2002: 10-11).

تحقیق حاضر نهادها را به‌طور خلاصه «عناصر سازنده نظم اجتماعی» تعریف کرده است. براساس تعریف ولفانگ استریک و کاتلین تیلین، نهادها، بیانگر انتظارات و توقعات مرتبط با رفتار گروه‌های خاصی از کنشگران یا انجام فعالیت‌های خاصی هستند که از لحاظ اجتماعی تایید شده و به‌صورت جمعی پذیرفته شده هستند. بر اساس تعریف این دو اقتصاد دان، دولت و حتی سازمان‌های خصوصی مانند اتحادیه‌های صنفی و ... بعنوان نهاد در نظر گرفته می‌شوند. به این شرط که سازمان‌ها یا کنشگران جمعی را به‌میزانی می‌توان به‌عنوان نهاد در نظر گرفت که وجود و عملکرد آنها به شیوه خاصی به صورت عمومی به رسمیت شناخته شده و دارای امتیاز خاصی باشند و این از طریق پشتیبانی این سازمان‌ها بوسیله هنجارهای اجتماعی و قابلیت اجرایی مربوط به آنها صورت می‌گیرد. به‌عنوان مثال اتحادیه‌های تجاری تا زمانی که امکان داشته باشد مجوز فعالیت آنها از طریق دولت لغو شده و یا ممنوع و غیرقانونی اعلام شوند، صرفاً سازمان هستند. اما در جوامعی که وجود این سازمان‌ها و فعالیت آنها به‌وسیله ارزش‌های جمعی و هنجارهای سیاسی پذیرفته شده حمایت شوند، و بتوانند محدودیت‌هایی را که از لحاظ اجتماعی تایید شده‌اند، بر کنشگران اقتصادی اعمال کنند، نهاد در نظر گرفته می‌شوند (Streck & Thelen: 2005: 9-12).

بدین ترتیب نهادگرایان تاریخی تعریفی از نهاد را پذیرفته‌اند که هم نهادهای رسمی و هم نهادهای غیر رسمی را در بر می‌گیرد و از نظر آنها رفتار واقعی افراد، منعکس‌کننده اثر متقابل نهادهای رسمی و

غیر رسمی است. اصطلاح نهادهای غیر رسمی برای مجموعه مغشوش و گسترده‌ای از پدیده‌ها همچون شبکه‌های فردی، کلان‌ها (گروه‌های خویشاوندی، قبیله، طایفه و...)، جامعه مدنی، و... به کار برده شده است (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۳۸). براین اساس در تحقیق حاضر، نهادهای غیر رسمی عبارتند از قواعد اجتماعی مشترکی که معمولاً نانوشته بوده و خارج از مجاری مصوب رسمی، ایجاد شده ارتباط برقرار کرده و اداره می‌شوند. مطابق با این تعریف، نهاد سنتی مورد نظر این تحقیق یعنی نهاد بازار سنتی را می‌توان زیر مجموعه نهادهای غیر رسمی طبقه‌بندی کرد که خارج از مجاری دولت یا نهادهای حکومتی شکل گرفته و فعالیت می‌کند.

۲. روابط متقابل بازار سنتی، حکومت و روحانیت از صفویه تا انقلاب مشروطه

۲-۱. چیستی و مفهوم شناسی بازار سنتی و بازاریان

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 تاثیر 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 تامین مایحتاج عمومی را بر عهده داشتند؛ به مانند جان اگنیف که در کتاب «فضا و سیاست»^۱ معتقد است فضا سه بعد دارد: یکی «محلّه»، دیگری «هویت براساس مکان» و سوم «موقعیت». محلّه 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 (مطلبی، ۱۳۸۶: ۶۵-۶۳). احمد توکلی و محسن رنانی 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

_____ بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در... می‌دهند؛ ۴- عواملی که دادوستد به دست و به نفع طرفین انجام می‌شود (توکلی، ۱۳۸۰: ۱۷؛ رنایی، ۱۳۷۶: ۷۱).

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 داد و ستد 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 (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۳۷؛ دانشنامه جهان اسلام، ۱۳۷۲: ۳۰۶). حال که دانسته شد 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 پذیرفته شود 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 در برمی‌گیرد 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 (ازغندی، ۱۳۸۸: ۴۹). در نگاه محمد رضا سوداگر «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.» (سوداگر، ۱۳۶۹: ۲۲۴).

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 اشرف،

۱۳۵۹: ۳۱-۳۰). در هر حال هرگاه در اینجا از بازاریان صحبت به میان آید، تجار، اعم از خرد و کلان، پیشه‌وران و کاسبکارانی مطمح نظر است که با یاری جستن از تعدادی همکاران به سازماندهی امور اقتصادی و تامین مایحتاج مردم مشغول هستند (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۳۸؛ فشاهی، ۱۳۶۰: ۲۰۲).

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، سنباده‌کار، 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 (فوران، ۱۳۸۵: ۴۹۶).

ویلم فلور از میان پنج گروه فعال درون بازار، یعنی تاجر، بنکدار، صراف، دلال و فروشنده، فقط تاجر و بنکدار را جز تجار می‌داند. او می‌نویسد: «بازرگانان تجار واقعی محسوب می‌شوند که خودشان را به صدور و ورود کالا برای سود مشخصی مشغول می‌دارند. عمده‌فروشان که مانند واسطه‌ها میان تجار و خرده‌فروشان عمل می‌کنند، بنکدار نامیده می‌شوند. آن‌ها نیز در زمره تجار به حساب می‌آیند، در حالی که خرده‌فروشان مانند صنعتگران بر طبق شغلی که دارند در شمار اصناف هستند. بنابراین تجار عمده‌فروشان‌اند و حال آنکه بقیه گروه‌ها خرده‌فروش‌اند.» (فلور، ۱۳۶۶: ج ۲: ۵۲).

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 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 حرفه‌ها 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

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

امروز شهروندان قادر هستند نیازمندی‌های عمومی خود را خارج از بازار سنتی در هر نقطه از شهر تأمین نمایند (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۳۹). 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 جابجایی قشرها و مراتب اجتماعی و بی‌اعتباری نقش سنتی طبقات و قائل شدن نقش جدیدی برای آنان کمک نموده است (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۳۹).

۲-۲. بازار سنتی و حکومت

مطالعات انجام شده در باب بازار نشان می‌دهد این نهاد اجتماعی از اواخر صفویه از میزانی خودسامانی برخوردار بود (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۶۴-۲۹). خودمختاری و استقلال نسبی بازار در دوره قاجار ادامه یافت و حتی به میزان آن افزوده شد. اصناف از خودمختاری برخوردار بودند و تجار و بازاریان، از دخالت حکومت در امور داخلی خود جلوگیری می‌کردند زیرا آن را به‌زیان خود می‌دانستند و دعاوی و مشکلات به‌وجود آمده در میان خود را با تشکیل مجلسی مرکب از اعضای مهم جامعه تجار حل و فصل می‌کردند (فلور، ۱۳۶۶: ج ۱، ۱۱ و ۷۰). روابط بین بازار و حکومت عموماً از طریق مجاری مشخصی که مبتنی بر نمایندگی بود، برقرار و تنظیم می‌شد و از این طریق از دخالت مستقیم حکومت در امور بازار جلوگیری می‌شد. ملکم با اشاره به سیستم نمایندگی به‌عنوان یک نظام عمومی در ایران دوره قاجار، بیان می‌کند که این رویه درخصوص تجار و ارباب حرف و صنایع مختلف نیز جاری بود و نه تنها انتصاب روسا و نمایندگان اصناف بلکه عزل آنها نیز از سوی خود اصناف صورت می‌گرفت (ملکم، ۱۳۸۰: ج ۲، ۷۷۲ و ۷۴۶). بدیهی است که منظور، نظام نمایندگی به مفهوم امروزی نیست. بلکه در هر صنفی با شور و مشورت اعضا، با توجه به سوابق و جایگاه و موقعیت سنی، اجتماعی و اقتصادی اعضا، فردی بعنوان نماینده صنف معرفی می‌شود (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۵۳-۵۲).

تصمیم درخصوص تعیین مالیات سالانه و تعیین قیمت‌ها بویژه قیمت محصولات و کالاهای مورد مصرف روزانه مردم به‌طور مشترک توسط نمایندگان اصناف و ماموران دولتی اتخاذ می‌شد (فلور، ۱۳۶۶: ۱۹-۱۸؛ عیسوی، ۱۳۶۲: ۴۳). بدین ترتیب بازار نه تنها در سازمان درونی خود از خودمختاری و استقلال برخوردار بود بلکه در تعیین قیمت‌ها و مالیات نیز، تعیین کننده بود. و در مواردی که مقامات دولتی می‌خواستند با زور قیمت‌ها را دستکاری کنند با مقاومت بازاریان روبرو می‌شدند (مارتین، ۱۳۸۹: ۹۹).

بدین ترتیب برخلاف دیدگاه کسانی همچون اشرف که اصناف را در حد کارگزاران مالیاتی حکومت تنزل داده‌اند (اشرف، ۱۳۷۴: ۴۰-۵)، می‌توان گفت حتی اگر اصناف در آغاز وسیله‌ای برای جمع‌آوری مالیات برای حکومت بودند، به تدریج استقلال عمل و قدرتی به دست آوردند که حکومت نمی‌توانست به شیوه خودسرانه با آن‌ها رفتار کند به گونه‌ای که ژولین دو روششوار علت تشکیل انجمن‌های صنفی دوره ناصری را سامان یافتن در برابر زیاده‌روی و زورگویی حکومت گزارش کرده بود (دو رو ششوار، ۱۳۷۸).

استقلال و خودمختاری نسبی‌ای که بازار از آن برخوردار بود، ناشی از تمرکز قدرت مالی جامعه در آن بود. قدرت مالی بازار، دولت را نیازمند آن و وابسته به آن می‌ساخت و بدین دلیل، حکومت در تعامل با بازار محتاطانه عمل می‌کرد و به تعبیر فلور «مقامات حکومتی مرگی را که تخم طلائی داشت نمی‌توانستند بکشند» زیرا نارضایتی تجار و اصناف به فاجعه‌ای اقتصادی برای دولت منجر می‌شد (فلور، ۱۳۶۶: ج ۲، ۱۸۱). حکومت در سطوح مختلف از شاهان گرفته تا شاهزاده‌ها و حکام ایالتی نیازمند کمک مالی بازار بود بگونه‌ای که بدون کمک تجار و بازاریان، دولت در برابر تعهدات مالی خود، به‌سویه می‌آمد و کاری از دستش ساخته نبود (دوگوبینو، ۱۳۶۰: ۳۰). همچنین دولت در هنگام تشکیل ارتش منظم و دائمی با توجه به مشکلاتی که برای تامین هزینه‌ها داشت، هزینه‌های لازم را بوسیله وام‌هایی که با بهره کلان از بازاریان گرفته بود تأمین می‌کرد (فوران، ۱۳۷۸: ۲۱۶). در سطح ایالات نیز، حکام محلی هم برای تامین هزینه لازم برای خرید منصب حکومت ایالت و هم برای تامین مالیات مطالبه شده از سوی حکومت مرکزی نیازمند قدرت مالی بازاریان بودند (سپهر، ۱۳۴۴: ج ۴، ۱۷؛ مارتین، ۱۳۸۹: ۹۹ و ۶۱). علاوه براین، حکومت در بخش خدمات عمومی و تاسیسات عام‌المنفعه همچون مدارس، مساجد، حمام‌ها، پل‌ها، کاروانسراها، قنات‌ها، دارالایتام‌ها و ... نیز سخت به بازار نیازمند بود و از بازاریان انتظار داشت از ثروتشان در جهت رفاه عمومی استفاده کنند (آزاد ارمکی و

_____ بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

جنادله، ۵۳:۱۳۹۳؛ هدایت، ۱۳۸۵: ۴۹۵؛ ضرابی، ۱۳۴۱: ۲۲۷؛ حسینی فسایی، ۱۳۸۲: ج ۲، ۹۸۴ و ۹۱۸؛ حاج سیاح، ۱۳۴۶: ۱۱۶؛ نادر میرزا، ۱۳۵۱: ۵۶-۵۵).

با وجود همکاری مالی و اقتصادی که بازاریان با حکومت و مقامات دولتی داشتند، در صورت زیاده‌خواهی دولت در برابر آن مقاومت می‌کردند. بستن بازار یا بخشی از آن و بست نشستن در مساجد به‌عنوان یک شیوه اعتراضی در برابر دخالت‌های حکومت در بازار و زیاده‌خواهی‌های مقامات دولتی، الگویی بود که در دوره قاجاریه بسیار تکرار می‌شد (مارتین، ۱۳۸۹: ۴۱؛ دوگوبینو، ۱۳۶۰: ۵۷-۵۶؛ ترابی فارسانی، ۱۳۸۴: ۴۷). بازاریان با این شیوه‌های نافرمانی مدنی، اعتراض خود نسبت به زیاده‌خواهی‌ها و دخالت‌های دولت را بیان کرده و از استقلال و خودمختاری بازار دفاع می‌کردند. این شیوه‌های نافرمانی مدنی بخشی است از آنچه ونسا مارتین از آن تحت عنوان «نظام پیچیده حفظ موازنه» بین حکومت قاجار و نهادهای مختلف اجتماعی از جمله بازار نام می‌برد. اتحاد بازاریان برای مقاومت در برابر تعدی حکومت به حقوق خود به شیوه‌های دیگری نیز نشان داده می‌شد (مارتین، ۱۳۸۹: ۴۲). چنانچه حاکمی از پس دادن وام یا قرضی که از یک تاجر گرفته بود خودداری می‌کرد، نه تنها آن تاجر از دادن وام یا قرض به آن حاکم خودداری می‌کرد بلکه، تاجر دیگر نیز همین رویه را درخصوص آن حاکم درپیش می‌گرفتند (دوگوبینو، ۱۳۶۰: ۳۰). همچنین تاجر برای تضمین پس گرفتن وجوهی که به دولت پرداخت می‌کردند اغلب انحصارات یا واگذاری درآمدهای بعضی از ایالات و یا احجار کریمه و دارایی‌های مشابهی را به‌دست می‌آوردند (عیسوی، ۱۳۶۲: ۵۲). علاوه براین، رابطه دو طرفه‌ای میان حکومت و بازار برقرار بود بدین‌گونه که حکومت در مقابل دریافت کمک‌های مالی از سوی بازاریان و تاجر، از یک سو استقلال و خودمختاری آن‌ها را به رسمیت می‌شناخت و از سوی دیگر تأمین امنیت آن‌ها را برعهده می‌گرفت (آوری، ۱۳۶۹: ۱۵۴؛ ترابی فارسانی، ۱۳۸۴: ۵۰ و ۵۲؛ عیسوی، ۱۳۶۲: ۴۴۴). از جمله امتیازات دیگری که حکومت در اوایل دوره قاجار برای بازرگانان در نظر گرفته بود، معافیت آن‌ها از مالیات به جز عوارض گمرکی بود (آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳: ۵۴؛ دوگوبینو، ۱۳۶۰: ۳۰؛ عیسوی، ۱۳۶۲: ۵۴).

همچنین پادشاهان قاجاری تا قبل از عصر امتیازات در جهت حمایت از تاجر و فعالیت هایشان گام‌های برداشته‌اند. مثلاً ناظران اروپایی اوایل سده نوزدهم میلادی (آغاز استقرار قاجاریه) به سیاست قاجاریه در مورد معاف کردن بازرگانان از پرداخت کلیه مالیات‌ها، به جز عوارض گمرکی، اشاره کرده‌اند. آغا محمدخان دستور داد تا هرکسی را که مزاحم تاجر شود به شدت مجازات نمایند (آوری، ۱۳۶۹: ۱۵۴). همچنین رشد تجارت در دوره حکومت کوتاه آغا محمدخان و ایجاد پایگاه‌ها و مراکز مهم تجاری در

شهرهای مرو، ایروان، خوی، رشت، قزوین، یزد و کرمان، دستور جلوگیری از واردات شال از کشمیر از سوی فتحعلی شاه به منظور حمایت از تولیدکنندگان شال در کرمان (آوری، ۱۳۶۹: ۱۵۴)، افزایش فوق العاده حجم تجارت در دوره فتحعلی شاه (حاضری و رهبری، ۱۳۸۶: ۷۸)، ساخت بازار بزرگ تهران به دستور امیرکبیر به منظور کمک به بازرگانان، گسترش داد و ستد، ایجاد مکان مناسب برای عرضه کالاها و مرکز خرید و فروش کالاهای داخلی و خارجی. این ها نمونه های از مواردی است که در جهت حمایت از بازرگانان از سوی پادشاهان انجام شد. بطوریکه در فاصله سال های ۱۸۰۰ الی ۱۸۶۷ میلادی بازرگانان واقعا به صورت یک طبقه «نازپروره» در آمدند (آوری، ۱۳۶۹: ۱۵۴).

بدین ترتیب روابط بین دولت و بازاری سنتی در بخش اعظم دوره قاجار رابطه ای دوسویه و مبتنی بر منافع متقابل و موازنه قدرت میان آن دو بود. از یک طرف، بازار ضمن دفاع از استقلال و خودمختاری نسبی خود، از طریق وامها، مالیاتها، عواید گمرکی و عوارض راهداری، نیاز مالی دولت را فراهم می کرد و در مقابل نیز دولت ضمن به رسمیت شناختن استقلال بازار، تامین امنیت آن را برعهده داشت و امتیازهایی را برای جلب رضایت بازاریان همچون معافیت های مالیاتی در نظر گرفته بود. البته این رابطه دو سویه در اواخر دوره قاجار و بخصوص در انقلاب مشروطه و نیز در دوره های پهلوی و جمهوری اسلامی که در ادامه بدان اشاره خواهد شد با چالش ها و تضاد های فراوانی روبرو گشت. در دوران وزارت رضاخان و پس از آن به سلطنت رسیدنش - تا قبل از مساله کشف حجاب - به دلیل امنیت نسبی که در راه های بین شهری ایجاد نمود و همچنین تأسیس راه آهن که شمال ایران را به مناطق جنوبی متصل می ساخت و تا حدود بسیار زیادی سختی های گذشته را تسهیل می نمود بازار رویکرد نسبتاً مثبتی به پهلوی اول نشان می داد اما در دوران پهلوی دوم این مساله روز به روز تغییر حالت می داد. یکی از مهمترین چالش های پهلوی دوم که دست به نوسازی بافت های اجتماعی ایران زده بود بازار سنتی ایران بود. در طرح جدیدی که محمدرضاشاه برای ایران به اصطلاح مدرن پهلوی ترسیم کرده بود بازار سنتی با همان ماهیت فکری مذهبی و محافظه کار هیچ جایگاهی نداشت.

۲-۳. بازار سنتی و روحانیت

شبکه روابط متقابل تنها منحصر به رابطه بازار و حکومت نبود بلکه دو نهاد روحانیت و بازار سنتی نیز با یکدیگر روابط متقابل و دوطرفه ای داشتند. معروف است که بازار سنگر سنتی اسلام است و روحانیت با اتحاد بازاریان در طول تاریخ و مخصوصاً در تاریخ ۲۰۰ ساله معاصر ایران بیشترین نقش را در تاریخ

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

تحولات ایران داشته اند. آن ها با اتحاد با یکدیگر در جنبش تنباکو، انقلاب مشروطه، ملی شدن صنعت نفت و پیروزی انقلاب اسلامی نقش بسزایی داشته اند. روحانیت و بازار از دوره صفویه روابط مستحکمی داشتند که مبتنی بر نیازهای متقابل سیاسی و اقتصادی بود. «بازار مبانی اقتصادی و مالی روحانیت مستقل را فراهم می ساخت و از نظر سیاسی نیز مبانی مردمی قدرت روحانیت در برابر حکومت و عمال دیوانی بود. در برابر این خدمات و فایده ها روحانیت نیز در مواقع ضروری حامی بازاریان در برابر تعدیات عمال دیوانی بود» (اشرف، ۱۳۵۹: ۱۱۱). روابط متقابل بین روحانیت و بازار، با شبکه ای از وصلت های متقابل خانوادگی، و منافع مشترکی که از رهگذر موقعیت مشترک اجتماعی و اقتصادی داشتند، هرچه بیشتر محکم تر می شد (آزاد ارمکی و جنادله، ۵۸: ۱۳۹۳؛ ترابی فارسانی، ۱۳۸۴: ۴۷).

همبستگی عمیق بازاریان و روحانیون در ایران و نقش مهم آن ها در همه ی جنبش های سیاسی یک قرن اخیر ایران، وزنه ی سیاسی و اجتماعی آن ها را به مراتب سنگین تر از همتایانشان در دیگر کشورهای اسلامی کرد، البته در اسلام از همان آغاز رابطه ی عمیقی بین بازار و دین وجود داشته است، خاستگاه اسلام از مراکز عمده ی تجارت یعنی مکه بوده، پیامبر اسلام پیشه تجارت و لقب امین داشت و تصویر خداوند قادر فعال در اسلام همچون تاجر امین حساب و کتاب دانی است که ترازو در دست ذره ذره اعمال و رفتار آدمیان را بر کفه آن می گذارد و سبک و سنگین می کند و عقوبت و پاداش می دهد (اشرف، ۱۳۷۵: ۳۳). علاوه بر این، مجاورت و وابستگی مسجد و بازار در ساختار شهرهای اسلامی پیوند نزدیکی بین آن ها برقرار می کرد که بخشی از آن به فضای محصور بازار مربوط می شد و به همین سبب آگاهی علما و بازاریان از فعالیت های عمومی یکدیگر افزایش می یافت. عواطف مذهبی و جهت گیری های سنتی بازاریان از طریق پیوند آن ها با علما، موقعیت مکانی و مشخصه جمعی بازار تقویت می شد. پرداخت خمس و زکات، مشارکت در امور خیریه و حفظ رابطه مطلوب با علما، همه نشانه تقوا به شمار می رفت و باعث حفظ احترام و اعتبار فرد در بازار می شد. علما نیز به نوبه خود به حمایت بازاریان به عنوان اساس قدرت سیاسی خود نیاز داشتند. هنگامی که بازاریان با سلطه ظالمانه و خودکامانه حکومت به تقابل برمی خاستند و خود صاحب قدرتی برای مصادف با آن نبودند به زیر چتر حمایت علما پناه می بردند. این پیوندهای جمعی و عقیدتی موجب شد که بازاریان و علما در جهان بینی و سبک زندگی تا اندازه ای به هم شباهت بیابند (اشرف، ۱۳۸۸: ۱۲۴).

یادآوری این نکته مفید است که بازار به خاطر بافت سنتی خود هنجارها، ارزش ها و مناسبات اجتماعی خاص خود را داشت. بازار از لحاظ ایدئولوژیکی به روحانیون وابسته بود، از سوی دیگر روحانیون از

لحاظ اقتصادی تا حد زیادی متکی به بازار بودند، بازاریان خمس و زکات و هزینه نگهداری و اداره اماکن مقدس را به روحانیون می‌پرداختند. هالیدی خاطرنشان می‌کند پولی که بازاریان به روحانیون می‌دادند بیشتر از مالیاتی بود که به دولت می‌پرداختند (هالیدی، ۱۳۵۸: ۲۴). بازار بسیاری از فعالیت‌های مذهبی حوزه‌ها، حسینیه‌ها، مسجدها و مراسم ایام محرم را تامین مالی می‌کرد. بازاریان توجه زیادی به حج و زیارت خانه‌ی خدا داشتند، آن‌ها برای اقدام به چنین کاری باید پیش روحانیون می‌رفتند و مال خود را با دادن وجوهات دینی حلال می‌کردند. روحانیون به این وسیله به فعالیت اقتصادی تجار مشروعیت و حیثیت می‌دادند و آن‌ها نیز در مقابل از روحانیون حمایت اقتصادی می‌کردند (کمالی، ۱۳۸۱: ۲۰۷).

نشانه‌های زیادی در خصوص تاثیر اعتقادات مذهبی بر فعالیت‌های اقتصادی بازار می‌توان یافت، برای مثال بازاری‌هایی که می‌خواستند از فعالیت‌های اقتصادی خود بهره‌مند شوند باید دو شأن اجتماعی-دینی در جامعه اسلامی کسب کنند، نخست اینکه می‌بایست درآمد خود را حلال کنند، برای این کار می‌بایست خمس و زکات می‌پرداختند و به این ترتیب علما مال آن‌ها را مشروعیت می‌بخشیدند. دوم آنکه با فعالیت‌های اجتماعی-دینی چشمگیر مثل ساختن مسجد، مدرسه و زیارت مکه خود را شخصی پاک و مومن نشان دهند. این فعالیت‌های طرحی آگاهانه برای ترکیب مشروعیت دینی و چهره‌ی اجتماعی بود. در حالی‌که علما کسب و کار بازاریان را مشروع می‌کردند، بازاریان نیز پشتوانه‌ی مالی علما محسوب می‌شدند. این بستگی‌های متقابل اجتماعی-سیاسی و خویشاوندی‌های خانوادگی، شالوده‌ی آن اتحاد تاریخی بود که کانون یک اقتدار اجتماعی به عنوان وزنه‌ای در برابر اقتدار دولت را به وجود آورد. تعامل حوزه‌ی خصوصی زندگی خانوادگی و حوزه‌ی عمومی زندگی اقتصادی با برخورداری از مشروعیت الهی پایگاه مطمئنی برای تداوم و تحکیم اقتدار روحانیون و بازاریان در جامعه مدنی ایران ایجاد کرد (کمالی، ۱۳۸۱: ۷۰-۷۱).

در طول تاریخ ایران در هر اعتراض علیه حکومت، بازار نقش مهمی داشته است. وقتی در شهر شایع می‌شد: «دکان‌ها را بسته‌اند» همه‌ی مردم حتی ناآگاهان هم می‌فهمیدند که اعتراضی در بین است. در واقع اعتصاب بازار به مانند یک شبکه‌ی خبری در دوران عدم وجود 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 افراد نیز اختلال ایجاد نموده و آن‌ها را به کم و کیف موضوع کنجکاو می‌کرد. در دوران وجود وسایل ارتباط جمعی نیز اعتراض بازار اغلب پرده از روی بعضی

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...
جریانات بر می‌داشت چون در شرایط اختناق، جراید و رادیو و تلویزیون سانسور می‌شدند (رهبری، ۱۳۸۴: ۱۹۸).

۳. بازار سنتی و انقلاب اسلامی

از مهم‌ترین متغیرهایی که در وقوع انقلاب اسلامی تاکید زیادی بر آن می‌شود، نقش بازار سنتی است. به عقیده‌ی این متفکران، بازار یا طبقه سرمایه‌دار و تجار سنتی از اصلاحات اقتصادی شاه دچار ضررهای مالی هنگفتی شدند که برای جبران آن علیه حکومت به پا خاستند. هرچند دلایل اقتصادی از انگیزه‌های ورود بازاریان به جریان انقلاب بود ولی مسلماً تنها دلیل نبود و این امر دلایل دیگری نیز داشت، انگیزه‌هایی ارزشی و دینی که از طریق پیوند با روحانیت تقویت می‌شد.

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 هیات‌های مؤتلفه در بحبوحه انقلاب یا رابطه نزدیک داشته یا خود از بنیانگذاران آن حرکت‌ها بوده‌اند. در مبارزات سال‌های ۱۳۴۱ تا ۱۳۴۲ و قیام ۱۵ خرداد، بازاری‌های مبارز پشت سر امام خمینی (ره) قرار داشتند. (زیباکلام، ۱۳۷۲: ۹۸). در سال ۱۳۴۱ که علیه انقلاب شاه تحریمی از جانب مراجع تقلید در رابطه با فراندوم شاه صورت گرفت، روزنامه‌ها و رادیو که در انحصار دولت بودند کلمه‌ای راجع به تحریم ننوشتند، اما بازار و تعطیلی آن مردم را به سمت مبارزه رهنمون کرد. در خرداد ۱۳۴۲ دوباره با تعطیلی بازار علیه دستگیری و تبعید امام خمینی (ره) مردم به مبارزه کشانیده شدند (عتیق‌پور، ۱۳۸۵: ۹). قیام خرداد ۱۳۴۲ سه روز به طول انجامید و صدها و شاید هزاران کشته بر جای گذاشت و نه تنها در تهران و قم بلکه اصفهان، شیراز، مشهد و تبریز را هم دربر گرفت (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۵۲۳).

اعتصاب بازار تبریز پس از واقعه ۱۵ خرداد با فراز و نشیب‌هایی تا ۲۵ خرداد طول کشید و همسویی بازاریان و علمای تبریز را به مدت بیش از یک هفته با وقایع تهران نشان داد. در مشهد بیشتر هیات‌های مذهبی متشکل از بازاریان فعال بودند، در تهران و قم در روز ۱۶ خرداد بازاریان، سازماندهی تظاهرات را بر عهده گرفتند و در اقدامی سمبلیک به صورت کفن پوشیده در تظاهرات شرکت کردند.

یکی از وقایعی که ارتباط قوی میان بازار و علما را نشان می‌دهد تعطیلی درس‌های حوزه علمیه قم جهت اعتراض به اعدام طیب بود. در جریان ۱۵ خرداد از فهرست اسامی و مشاغل دستگیرشدگان چنین برمی‌آید که میدان‌داران و سران و کارگران میدان میوه و تره‌بار نیز از فعالین بوده‌اند. در فهرست اسامی دستگیرشدگان در روز ۲۸ خرداد، نام بیش از ۱۰ تن از میدان‌داران تهران به چشم می‌خورد. همچنین ورود فردی مانند طیب حاج‌رضایی به صف طرفداران قیام و دستگیری افرادی مانند او برای حکومت پهلوی هزینه سنگینی به همراه داشت. لذا پس از اعدام وی، حوزه علمیه ساکت نشست و به قول حمید روحانی تا آن روز سابقه نداشت که حوزه علمیه قم برای یک مقام غیر روحانی درس‌های خود را تعطیل کند (روحبخش، ۱۳۸۱: ۷۵-۶۵).

در مورد نتایج سرکوب قیام ۱۵ خرداد، جزئی معتقد است که سرکوب اعتراضات مردمی ۱۵ خرداد ۴۲، ضمن پایان دادن به مبارزات قانونی گروه‌های سیاسی در چهارچوب قانون اساسی، امیدواری طبقات متوسط جدید و سنتی برای بهبود اوضاع سیاسی و توزیع عادلانه قدرت را به یأس مبدل ساخت و به آنان ثابت کرد که رژیم به هیچ وجه حاضر به کارگیری مجاری و ابزارهای قانونی برای بازی سیاسی نیست (جزئی، ۱۳۷۵: ۱۴۵).

فی الواقع بازاریان در جامعه‌ای به کسب و کار مشغول بودند که به دلیل نوسازی آمرانه و سریع رژیم پهلوی به شدت در حال تغییر بود، شاه با اتکا به درآمدهای هنگفت نفتی سعی در تغییر نظام اقتصادی و فرهنگی جامعه‌ی ایران داشت و این امر نه با منافع اقتصادی بازار سازگاری داشت و نه با ارزش‌های فرهنگی آن همخوان بود. بازاری‌ها از سیاست‌های اجتماعی- فرهنگی رژیم در رواج شیوه زندگی غیردینی غربی در مقابل شیوه سنتی شهری بیزار بودند. از جمله مسائلی که باعث معارضه بیشتر می‌شد شیوه زندگی و ظاهر طبقات مرفه‌تر غرب‌زده و نیز عدول از موازین اسلامی در رفتار اجتماعی، انتشار اندیشه‌های غیراسلامی و ضداسلامی در رسانه‌های دولتی، محتوای غیراسلامی کتاب‌های درسی در مدارس جدید و نفوذ و حضور روزافزون آمریکایی‌ها و سایر غربی‌ها در همه سطوح حیات اقتصادی و اجتماعی کشور بود (اشرف، ۱۳۸۸: ۱۴۸).

شاه احساس می‌کرد که بازاریان به واسطه‌ی استقلال از دولت و قدرت اقتصادی‌شان و نیز ارتباط نزدیکشان با روحانیون، تهدیدی جدی علیه وی به شمار می‌روند. علاوه بر این، او بازار را حقیر می‌شمرد و آن را به عنوان علامتی از عقب‌ماندگی جامعه ایران تلقی می‌کرد و طرح‌هایی برای جایگزینی آن با سوپرمارکت‌ها داشت. شاه در کتاب «پاسخ به تاریخ» اظهار می‌کند: «بازاریان یک

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

دسته‌ی متعصب هستند و در مقابل تغییر بسیار مقاومت می‌کنند، موقعیت این گروه در محوطه بازار به آن‌ها امکان داده بود تا سودهای سرشاری را به انحصار خود درآورند. من نمی‌توانستم تاسیس سوپرمارکت‌ها را متوقف سازم. من یک کشور مدرن می‌خواستم. حرکت علیه بازاریان نمونه‌ای از ریسک‌های سیاسی و اجتماعی من بود که مجبور بودم در حرکت به سوی مدرنیزاسیون اتخاذ کنم.» (پهلوی، ۱۳۷۱: ۱۵۶).

از نظر شاه هیچ جایی برای صنعتگران و بازرگانان سنتی در جامعه‌ی مدرن وجود ندارد. این در حالی است که هنجارهای فرهنگی و سیاسی رژیم هم مورد قبول بازاریان نبود. برای شاه، تجدد مترادف با غربی شدن به معنای کامل آن بود، اما بازاریان این عقاید را تهاجمی و مقابل ارزش‌ها و باورهای خود می‌دانستند. بنابراین بازاری‌ها نه تنها از رژیم پهلوی مستقل بودند، بلکه تفاوت‌های اساسی نیز با رژیم داشتند (رهبری، ۱۳۸۴: ۲۰۳). مخالفت و مبارزه شاه با بازار پس از سال ۱۳۵۴ به اوج خود رسید، در این سال شاه به بهانه‌ی مبارزه با گران‌فروشی از طریق حزب رستاخیز یک گروه ضربت برای مبارزه با گران‌فروشی تشکیل داد و این گروه ضربت حدود دو هزار دانشجو را به منظور نظارت بر قیمت‌ها به کار گرفت و از گران‌فروشان به دادگاه شکایت برد. بسیاری از بازاریان در تهران مورد بازرسی قرار گرفتند و «دانشجویان بازرسی» بازاریان را به ستوه آورده و تحقیر کردند. مجازات گران‌فروشان جریمه‌های سنگین، پلمپ شدن مغازه‌ها به صورت موقت یا دائم، تبعید و زندانی شدن بود (اشرف، ۱۳۸۸: ۱۴۸)، طی سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۵۶ از حدود ۲۰۰ هزار مغازه‌دار تهران، ۱۰۹۸۰۰ نفر در دادگاه‌های رسیدگی به تخلفات قیمت‌ها مورد محاکمه قرار گرفتند (رهبری، ۱۳۷۹: ۲۸۶). جریمه و زندانی کردن بازاریان بزرگ و مغازه‌داران همراه با تبلیغات شدید رژیم علیه بازار، هیچ جای تردیدی برای بازار باقی نگذاشت که رژیم درصدد نابودی آنهاست. سیاست شاه برای مبارزه با گران‌فروشی نه تنها بحران اقتصادی را حل نکرد بلکه سبب ضدیت بیشتر بازار با حکومت گردید. این اتفاقات تقابل بازار و دولت را به اوج رساند. ایجاد حزب رستاخیز به بهانه‌ی مقابله با گران‌فروشی که تضعیف موقعیت بازاریان و روحانیون را هدف قرار داده بود، اتحاد بین بازار و روحانیون را محکم‌تر ساخت. فشار دائمی دولت بر روی بازاریان منتج به مبارزه آن‌ها با دولت شد، بدین‌گونه بود که اتحادشان با مقامات مذهبی و حمایت مالی‌شان از انقلاب اسلامی پشت سلطنت پهلوی را به خاک مالید (امجد، ۱۳۸۰: ۱۸۰-۱۷۹).

محمد رضا سوداگر علت مخالفت خرده بورژوازی 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 بی‌بند و باری بوروکراسی دولتی و بیگانگی‌اش با خواست‌ها 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 از بازار تصمیم‌گیری‌ها و حتی مشاوره در مورد سیاست‌های مالیاتی، واردات و صادرات که ارتباط مستقیم با منافع بازاریان داشت...؛ ۵. بازاریان همان‌گونه که سیاست ضد روحانیت شاه را تأیید نمی‌کردند، سیاست ضد ملی او را در براندازی دولت مصدق نیز توجیه نکردند (سوداگر، ۱۳۶۹: ۲۳۱).

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 تشکیلات جدید تحت نظارت دولت و بورژوازی غرب‌گرای خارج از بازار (اتاق اصناف)، ایجاد تنگناهای اعتباری برای بازاریان با خیابان‌کشی، اتوبان و... و به ویژه اجرای طرح مبارزه با گران‌فروشی بین سال‌های ۱۳۵۴ تا ۱۳۵۶ که جریمه و زندانی شدن صدها بازاری، تجار و مغازه‌دار جزء را سبب گردیده بود که مبارزه با بازار را جدی‌تر ساختند (رهبری، ۱۳۸۳: ۱۰۰).

در آستانه‌ی انقلاب، بازاری‌ها آماده بودند که برخی تاکتیک‌های اعتراضی را علیه رژیم به کار گیرند؛ از جمله تعطیل کردن مغازه‌ها، تحصن در مساجد و ساختمان‌های عمومی، پشتیبانی مالی از جنبش و شرکت در گردهمایی‌های توده‌ای و تظاهرات خیابانی. بازاریان در موقعیتی بودند که می‌توانستند در بسیج انقلابی اثر عمده‌ای داشته باشند. در مراحل اولیه انقلاب از دی ۱۳۵۶ تا تیر ۱۳۵۷ مشارکت بازاریان به طور عمده به حضور در راهپیمایی‌ها و گردهمایی‌هایی در یادبود شهدای شورش‌های شهرهای قم، تبریز و یزد محدود می‌شد. بستن مغازه‌های بازار موثرترین تاکتیک مقاومت بود، روشی که بلافاصله در اقتصاد شهر تاثیر می‌گذاشت و می‌توانست به ایجاد یک حالت بحرانی در بسیاری از شهرها منجر شود. بازاریان دریافته بودند که بستن مغازه‌هایشان با روشی هماهنگ، یک عمل تحریک‌آمیز است که پیام مهمی به رژیم و توده‌ها می‌دهد. اولین عمل هماهنگ برای تعطیلی بازارها در سراسر کشور در ۱۵ خرداد ۱۳۵۷ در پانزدهمین سالگرد قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ به وقوع پیوست. بازارهای تبریز، اصفهان و مشهد به طور کلی و ۷۰ درصد از بازار تهران و بخش‌های بزرگی از بازارها در چند شهر دیگر به طور کامل تعطیل شدند. نخستین تعطیلی موفقیت‌آمیز همه بازارها در سراسر کشور در ۳۴ مهر ۱۳۵۷ اتفاق افتاد، هنگامی که امام خمینی (ره) و سه تن از آیات عظام قم، بازاریان را به

اعتصابی عمومی فراخواندند. از آن پس بستن بازارها یک قاعده منظم در انقلاب شد که در واقع به عملی نهادینه تبدیل شده بود. تامین منابع مالی گروه‌های انقلابی و سازماندهی آن‌ها توسط بسیاری از تجار مرفه صورت می‌گرفت و با نیروی اوج‌گیرنده انقلاب مبالغ جمع‌آوری شده نیز افزایش می‌یافت. کمک‌های مالی برای اعضای خانواده کسانی که طی انقلاب کشته، مجروح و یا زندانی شده بودند، همچنین اجرت شاگردان مغازه‌ها، کارآموزان کارگاه‌ها و کارگران طی اعتصاب‌های مکرر بازار توسط تجار بازار پرداخت می‌شد. بازاریان همچنین حمایت‌های مالی قابل توجهی از برگزاری تظاهرات، اعتصاب، شورش‌ها و انتشار روزنامه‌ها، اعلامیه‌ها و نوارها می‌کردند (اشرف، ۱۳۸۸: ۱۵۱-۱۴۹).

جان. دی. استمپل نیز بازار را دارای یک بافت روابط اجتماعی قدرتمند می‌داند که برای مثال در تهران بیش از ۹ کیلومتر فضای سرپوشیده را داراست، این فضا شامل یک هزار مغازه است که سهولت تماس میان کلیه آن‌ها را فراهم می‌کند. وی نقش بازار را در کنار مسجد بسیار مهم می‌شمرد. بازاریان در حوادث سال ۱۳۴۲ که نزدیک بود موفق شود، مهارت خود را در به صحنه کشیدن مردم، به عنوان یک عامل مهم نشان دادند. در سال ۱۳۵۷ همچنان که بر تعداد تظاهرکنندگان افزوده می‌شد، بازاریان نیز برای سازماندهی این تظاهرات از حداکثر توان خود بهره می‌گرفتند (استمپل، ۱۳۷۷: ۷۲). در مناسبت‌های مذهبی نیز عزاداران همواره در اطراف بازار جمع شده و شروع به عزاداری می‌کردند و آنگاه شعارهایی علیه ظلم و ستم، بی‌عدالتی، فساد و ... سر می‌دادند. میثاق پارسا 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 روحانیون به پیروی از امام خمینی (ره) 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 پی در پی، سرانجام موفق شدند طبقات و گروه‌های دیگری را که به اشکال متفاوت از این سیاست‌ها تأثیر پذیرفته بودند به ائتلاف با خود وارد کنند (Parsa, 1985: 623- 675).

همانند سایر تحلیل‌گران؛ جان فوران نیز نقش اساسی برای بازاریان در پیروزی انقلاب قائل است. وی بازاریان را ستون فقرات جنبش طرفدار امام خمینی (ره) می‌پندارد. در مقابل عملکرد ضدبازاری و ضددینی رژیم، بازاریان شبکه‌های ارتباطی، نظام مالی، گروه‌های بحث و مناظره دینی و سنت‌های همبستگی اجتماعی خاص خود را تقویت کردند. آن‌ها نقش عظیمی در تامین منابع مالی و تشکیلاتی

انقلاب ایفا کردند و پورشورترین طرفداران امام خمینی (ره) را تشکیل می‌دادند (فوران، ۱۳۸۵: ۵۵۴-۵۶۸).

از دیدگاه علیرضا ازغندی، اکثر جامعه‌شناسان و تاریخ‌نگارانی که در باب انقلاب اسلامی تحقیق کرده‌اند، بر استقلال بازاریان و روحانیون از دستگاه حکومتی و ائتلاف تاریخ‌ساز طبقه متوسط سنتی با طبقه متوسط سنتی جدید و نقش کاریزمایی رهبری در ایجاد این ائتلاف علیه دشمن مشترک در پیروزی انقلاب اسلامی تاکید می‌ورزند. در واقع انقلاب اسلامی، بازار و مسجد را بر تمام شئون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه مسلط کرد و به تلاش‌های رقابت گونه یک قرن اخیر تجددگرایان با سنت‌گرایان به نفع گروه دوم خاتمه بخشید (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۵۱-۱۵۰).

بدین‌سان، همه‌ی تحلیلگران انقلاب اسلامی اتفاق نظر دارند که بازاریان از اعضای فعال و مهم انقلابیون مذهبی بودند و نقش آن‌ها در سرنگونی رژیم حیاتی بوده است، بازاریان در جریان انقلاب اسلامی به دلایل مختلف به انقلابیون پیوستند و از مسیرهای مختلفی جزو یاری‌گران اصلی انقلاب اسلامی بودند.

۴. تشکیلات وابسته به نهاد بازار سنتی و قدرت سیاسی در عصر جمهوری اسلامی

پس از انقلاب، بازار با حمایت روحانیت به تدریج وارد صحنه مدیریت کشور شد و برخی از بازاریان شاخص در کلیه نهادهای سیاسی، نظامی، قضایی و حتی اجرایی به طور چشمگیر و تأثیرگذاری حضور یافتند. این حضور در بعضی عرصه‌ها قوی‌تر و در برخی عرصه‌ها محدودتر بود. بازار تأثیرگذارترین نیرویی بود که پس از انقلاب موفق شد در نظام مدیریت کشور جای بگیرد و نقش مورد نظر خود را ایفا کند. روند امتیازهایی که بازاریان از قدرت نوپای ایران اسلامی گرفتند از همان روزهای اول تشکیل شورای انقلاب شروع شد. در اوایل انقلاب، شورای انقلاب چند قانون برای تأمین منافع اصناف بازار به تصویب رساند که مؤید تلاش اصناف برای تأمین منافع خودشان است. تصویب این قوانین نشان می‌دهد که اصناف بازار بسیار فرصت شناس بوده و از فضای انقلاب و روابط جدید استفاده کرده و مطالبات خود را تعقیب می‌کرده‌اند. دیگر این‌که، اصناف و بازار، از سال ۱۳۵۱ تا سال‌های پس از پیروزی انقلاب، هیچ‌گاه خواستار تغییر جایگاه خود در وصول مالیات نشدند. تلاش اصناف در این زمینه به قرار زیر است:

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

اول اینکه: در ۲۷ اسفند ۱۳۵۷؛ شورای انقلاب دادگاه های صنفی را لغو و محکومین این دادگاه را عفو کرد.

دوم اینکه: در ۲۴ آذر ماه ۱۳۵۸؛ کارگاه های کوچک صنفی از پرداخت حق بیمه به سازمان تأمین اجتماعی معاف شدند و سازمان تأمین اجتماعی موظف گردید، بدون دریافت سهم کارفرما و سهم بیمه شونده و تنها با دریافت سهم دولت به این واحدها خدمات ارائه دهد.

سوم اینکه: در ۱۷ بهمن ۱۳۵۸؛ شورای انقلاب به بانک مرکزی مجوز پرداخت ۵۰۰ میلیون تومان وام را به صندوق تعاون صنفی داد (حاضری، حسین زاده، ۱۳۹۰:۷۱).

بنابراین، مصوبه «انحلال دادگاه های نظام صنفی و عفو متخلفین از مقررات قانون نظام صنفی» در تاریخ ۲۷ اسفند ۱۳۵۷، یعنی ۳۵ روز پس از پیروزی انقلاب، نمایانگر این امر است که اصناف قدرت زیادی در تعریف قوانین متناسب با منافع خود دارا بوده اند. این مصوبه قدرت اصناف را در مجازات متخلفان نشان می دهد و دخالت دولت را به حداقل می رساند. علاوه بر این، اصناف با صدور «مجوز واحد صنفی» به افراد، تا حدی کنترل بازار را در اختیار داشته و از ورود بدون کنترل به بازار و اصناف جلوگیری می کردند. پس از وقوع انقلاب فعالیت اصناف نیز تحت نظارت بازار قرار گرفت. در ۹ اسفند ۱۳۵۷، کمیته انقلاب اسلامی به فرمان امام خمینی (ره)، حکمی را به «آیت الله انواری» تفویض کرد تا تشکیلات جدیدی را برای سازماندهی اصناف ایجاد کند. بازاری ها با حمایت آیت الله انواری، کمیته ای با عنوان «کمیته نایب امام در امور صنفی» را تشکیل دادند، که این کمیته، اصناف را تحت نظارت خود داشت. اعضای کمیته اصناف که از طرف آیت الله انواری تعیین شد، عبارت بودند از: سید تقی خاموشی، مجتبی قائم مقامی، علی اکبر رخ صفت، حبیب الله شفیق و سعید امانی، که همگی از بازاری های معروف بودند. این گروه سه ماه امور اصناف تقریباً را بدون دخالت دولت در اختیار داشتند. در این دوره اتاق اصناف از ادبیات اقتصادی و سیاسی ایران حذف شد. دولت موقت بازرگان، بعد از سه ماه در ۱۸ اردیبهشت ۱۳۵۸ هیأت جدیدی را برای سرپرستی اداره امور اصناف تعیین کرد که بعد از هشت ماه فعالیت، سرپرست جدیدی برای این امر تعیین شد. در این هیأت که توسط دولت موقت روی کار آمد، بازاری های سنتی نفوذ زیادی داشتند (غفاریان، ۱۳۸۸: ۵۸). این هیأت جدید تا تشکیل مجلس و کابینه امور اصناف را در اختیار داشتند. با تشکیل کابینه دولت و وزیر بازرگانی شدن «حبیب الله عسگرآبادی»، بازاری ها، به میزان قابل توجهی کنترل بازار و توزیع را در اختیار گرفتند. در این دوره، نمایندگان دولت در اصناف، همگی از اصناف بودند که توسط جامعه انجمن های اصناف و بازار

معرفی شدند. آن ها کمیته امور صنفی را تشکیل دادند. در این دوره، مهم ترین کالاهای مورد نیاز شهروندان از طریق دولت تأمین می شد و در اختیار کمیته امور صنفی قرار می گرفت تا از طریق «مساجد» توزیع گردد. این فرآیند توزیع تحت نظارت کمیته بود. در این دوره، تجارت خارجی به بازاری ها واگذار شده بود (حاضری، حسین زاده، ۱۳۹۰: ۷۶-۷۵).

با استعفای حبیب‌الله عسگراولادی «حسن عابدی جعفری» برای وزارت بازرگانی در دولت میرحسین موسوی انتخاب شد. وی در قدم اول، تعداد زیادی از کارمندان وزارت بازرگانی را تغییر داد و اقداماتی را برای کنترل بازار در دستور کار خود قرار داد. «مجمع امور صنفی» جایگزین «کمیته امور صنفی» شد و عابدی جعفری با نگارش نامه ای «کمیته امور صنفی» را غیرقانونی اعلام کرد. توزیع کالاها را هم از کمیته گرفت و فعالیت آن ها را محدود کرد. کمیته امور صنفی نیز تسلیم وزیر جدید نشد. زیرا، نمایندگان که از طرف وزیر برای کمیته انتخاب شده بودند، مورد موافقت کمیته قرار نگرفتند. کمیته امور صنفی که نماینده بازاری بود، در سال ۱۳۶۴ نهاد جدید «شورای مرکزی اصناف» را تشکیل داد که دولت آن ها را به رسمیت نشناخت. دولت تمام فعالیت های اقتصادی را به «مجمع امور صنفی» واگذار کرده بود و برای تحدید قدرت بازار «دفتر امور اصناف و بازرگانان» را در وزارت بازرگانی تشکیل داد. در سال ۱۳۶۶ نخست وزیر، در صدد محدود کردن قدرت شورای مرکزی اصناف برآمد. در نامه‌ای به امام خمینی (ره) و پاسخ امام مسئولیت های شورای مرکزی اصناف به «مجمع امور صنفی» واگذار شد (حاضری، حسین زاده، ۱۳۹۰: ۷۶). فعالیت شورای مرکزی اصناف در کنار مجمع امور صنفی تهران تا سال ۱۳۶۸ ادامه یافت و در اردیبهشت ماه همان سال قانون نظام صنفی برای برخی از اصلاحات به مجلس شورای اسلامی رفت و تصویب شد. که از جمله ماده ۴ این قانون، اصناف به چهار گروه صنوف تولیدی، خدمات فنی، توزیع و خدماتی تقسیم شد. در ۱۳ اسفند ماه همان سال توسط مجلس نام شورای مرکزی اصناف از متن قانون حذف شد. در سال ۱۳۸۲ قانون مذکور با اصلاحات کلی مجدداً تدوین و به تصویب مجلس ششم شورای اسلامی رسید. قانون قبلی از نقاط ضعفی چون عدم تناسب وظایف و اختیارات اتحادیه ها و مجامع امور صنفی، مشکلات تشکیلات سازمان های صنفی، فقدان پیش بینی بودجه لازم و عدم شفافیت اختیارات مجامع و امور صنفی و مداخله زیاد سایر دستگاه ها در حوزه اصناف مواجه بود. اما قانون مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۴ از ویژگی های مهمی برخوردار بود از جمله تقویت حضور اصناف در تصمیم گیری اقتصادی کشور و تقویت اتحادیه و تقویت بنیه مالی آن ها و نیز ایجاد اتحادیه استانی و کشور و ...

همچنین با دسترسی بازار به اتاق بازرگانی و اتاق اصناف در اوایل انقلاب یکی از مهمترین این تحولات، تغییرات در این تشکل ها بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بازاری ها تلاش کردند تا در اتاق بازرگانی نفوذ پیدا کنند. بازاری هایی که به اتاق بازرگانی دست یافته اند، جزو فهرست ۵۲ نفره سرمایه دارانی نبودند که پس از وقوع انقلاب اموالشان مصادره شده بود (غفاریان، ۱۳۸۸: ۵۴ - ۵۲).

به لحاظ تاریخی و قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران در اسفند سال ۱۳۴۸ از ادغام دو اتاق بازرگانی و اتاق صنایع و معادن ایران به وجود آمد. ضمناً با ادغام دو اتاق سهم اتاق از درآمد مشمول مالیات بازرگانان و صاحبان صنایع و بهره برداران معادن از ۱/۵ در هزار به ۳/۵ در هزار افزایش یافت. در آغاز دوره دوم، مجموع اعضای اتاق ایران، شعبه تهران به ۷۰۷۰ نفر و در ۲۰ شعبه دیگر به ۱۸۲۵ نفر رسید. در قانون ادغام اتاق ها، هیات نمایندگان اتاق ایران ۷۲ نفر پیش بینی شده بود که ۳۵ نفر نماینده شعبه تهران، ۲۰ نفر نماینده شعبه ها و ۱۷ نفر نماینده ۲۵ اتحادیه سندیکاهای تولیدکنندگان و صادرکنندگان و وارد کنندگان وابسته به اتاق بودند. در این سال ها، تا هنگامی که ابتدا ناآرامی ها و بعد اعتصابات منجر به پیروزی انقلاب اسلامی ایران شد، دولت علی رغم رشد سریع بخش خصوصی، بر امور اتاق ایران تسلط کامل داشت و اتاق نیز نظرات مشورتی خود را در همه زمینه های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، معدنی و حتی کشاورزی برای دولت می فرستاد. چنانکه در سال ۱۳۹۰ بر اساس قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، واژه کشاورزی به نام اتاق اضافه شد و نام اتاق به «اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران» تغییر یافت.^۱

در سال ۱۳۵۷ بلافاصله پس از پیروزی انقلاب اسلامی، هیاتی به فرمان امام خمینی (ره) اداره امور را در دست گرفتند. این هیات عبارت بودند از: علی حاج طرخانی، سید علینقی خاموشی، اسدالله عسگراولادی، میرمحمد صادقی، محمود میرفندرسکی، محمد علی نوید و ابوالفضل احمدی. در اولین

۱. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به منظور ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن فعالیت می کند. در جلسات این اتاق نمایندگان دولت و بخش خصوصی شرکت می کنند. همکاری با سازمان های دولتی و سازمان های وابسته به دولت یا تحت نظارت آن و شهرداری ها از جمله ارائه مشاوره در زمان تهیه لوایح و مقرراتی که با امور بازرگانی و صنایع و معادن ارتباط دارد، از وظایف این نهاد به شمار می رود. اتاق ایران بر اساس قانون، مدیریت دبیرخانه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی را بر عهده دارد. این اتاق ۶۰ نماینده دارد که ۴۰ نماینده آن از بخش خصوصی و ۲۰ نماینده آن از طرف دولت انتخاب می شوند. اتاق بازرگانی ایران نزدیک به ۲۰ هزار عضو در سراسر ایران دارد. داشتن کارت عضویت این اتاق و حداقل سه سال سابقه فعالیت اقتصادی از شرایط شرکت در انتخابات آن است. این اتاق کمیته ملی اتاق بازرگانی بین المللی در ایران است.

انتخاباتی که پس از ماموریت کمیته منتخب امام (ره) در اتاق صورت گرفت، مهندس سید علی نقی خاموشی به سمت ریاست اتاق ایران و ریاست اتاق تهران انتخاب شد. در سال ۱۳۵۹ شورای انقلاب قانونی را تصویب کرد که بر اساس آن به وزرای بازرگانی و صنایع و معادن اختیار داده شد نصف منهای یک نفر از اعضای هیات نمایندگان را انتخاب کنند و نصف بعلاوه یک نفر نیز از طریق انتخاب مستقیم از طرف بخش خصوصی انتخاب گردند.

در تاریخ ۱۵ اسفندماه ۱۳۶۹ مجلس شورای اسلامی قانون جدید اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران را در ۳۲ ماده و ۱۹ تبصره تصویب کرد که در تاریخ ۶ فروردین ماه ۱۳۷۰ به تصویب شورای نگهبان رسید، لیکن آئین نامه اجرایی این قانون، که باید وزارت بازرگانی تنظیم نماید، تهیه نشد و اجرای قانون جدید در پاره ای زمینه ها معلق ماند. لیکن اتاق بازرگانی در هر کجا که مجاز بود به فعالیت‌های خود ادامه داد و هیات نمایندگان و هیات رئیسه خود را انتخاب کرد. در همین حال، باید گفت در سال‌های پس از انقلاب و تحت شور و هیجانی که خواه ناخواه به دنبال داشت، اتاق بازرگانی با تلاش نمایندگان امام خمینی (ره) توانست با سعی و گاه تا سرحد فداکاری موجودیت خود و موقعیت بخش خصوصی را حفظ کند و رفته رفته به مقامات دولتی و به جامعه بشناساند که پیشرفت هر جامعه در گرو داشتن بخش خصوصی قوی و سیستم آزاد و دادن نقش رهبری و ارشادی و نظارت به سازمان‌های دولتی می باشد.

تاریخچه اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران پس از انقلاب اسلامی را می توان به سه دوره تقسیم بندی کرد:

دوره حفظ و تثبیت (۱۳۶۸-۱۳۵۷): در این دوره عواملی مانند نو پا بودن انقلاب، جریان‌ات افراطی چپ‌گرا و سوسیالیستی، مهاجرت سرمایه داران و صاحبان صنایع، احساسات ضد سرمایه داری و جنگ تحمیلی باعث شده بود که اتاق در معرض انواع هجمه ها و آسیب‌ها قرار داشته باشد. هیأت رئیسه وقت اتاق که عموماً از منصوبین امام (ره) بودند با اتکای به حکم ایشان و رایزنی با مسئولین و مقامات ارشد کشور تلاش نمودند که اتاق را از این تلاطمات مصون نگه دارند و این نهاد را برای بخش خصوصی حفظ کنند و در انجام این مهم موفق شدند.

دوره سکون (۱۳۸۲-۱۳۶۸): پس از پایان جنگ تحمیلی و آغاز دوران سازندگی در کشور انتظار می‌رفت که اتاق همراه با مقتضیات این دوره و در راستای سازماندهی مجدد بخش خصوصی کوچک و کم توان کشور، تجدید ساختار نماید و نقش پیشگامی بخش خصوصی برای توسعه این بخش و جبران

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

مافات را به عهده گیرد. اما به دلیل عدم تغییر پارادایم حاکم بر اتاق و عدم استقبال از نسل دوم مدیران بخش خصوصی پس از انقلاب برای پیوستن به هیأت نمایندگان و هیأت رئیسه اتاق و رهبری بخش خصوصی، در این دوران گذار اتاق ها نتوانستند نقش خود را آنچنان که انتظار می رفت ایفا نمایند و سکون و رکودی نسبی بر اتاق ها حاکم شد.

دوره نوسازی (۱۳۸۲-۱۳۹۵): در این دوره مطالبات انباشته فعالان اقتصادی تحصیل کرده و نوگرا و تلاش جمعی ایشان موجب گردید که نسل دوم مدیران بخش خصوصی بتوانند به اتاق راه یابند. استقلال و هویت یابی اتاق تهران و اتاق های شهرستان، افزایش اعضای اتاق ها و رشد تشکیل تشکل ها و اتاق های مشترک، ارتقاء سطح گفتمان اتاق ها با دولت و سایر قوا، افزایش تولید فکر و اندیشه اقتصادی در اتاق از دستاوردهای این دوره می باشند. البته در این دوره در ساختار و فرایندهای اتاق تحول لازم بوجود نیامد و متناسب جایگاه و مأموریت های جدید آن نگردید. در این دور زمانی و در دور هفتم انتخابات ریاست اتاق بازرگانی در اسفند ۱۳۸۹، محمد نهان‌دیان با کسب ۱۷۵ رای به ریاست این اتاق انتخاب شد. وی پس از طولانی شدن مدت حضورش در دولت از ریاست اتاق ایران استعفا کرد و پس از آن غلامحسین شافعی جایگزین نهان‌دیان شد، و پس از آن نیز، در دوره هشتم اتاق ایران، محسن جلال پور جایگزین غلامحسین شافعی شد (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۴/۳/۲۵).

یکی از نشانگان پیوند بازار و روحانیت و نیز مکانیسم اقتصادی دیگری که منجر به دخالت بازار و بازاریان در فرایند سیاسی قبل و بخصوص بعد از انقلاب اسلامی شده است «صندوق های قرض الحسنه» می باشد. این صندوق ها گذشته از آن که نوعی مقابله با سیستم بانکداری و نظام ربوی حاکم بر آن به شمار می رفت، منبع مالی مهمی برای کمک به گروه های انقلابی بود. چنانکه با اوج گیری روند مبارزه و افزایش تنش در سال های ۵۶ و ۵۷ میزان دخالت منابع صندوق های قرض الحسنه برای کمک به آسیب دیدگان از حکومت پهلوی افزایش یافت. هرچند دست اندرکاران آن ها همواره این اقدام را به طور مستقیم رد کردند، اما کمک های غیرمستقیم منابع این صندوق ها در حمایت از برخی خانواده های زندانیان سیاسی و عمدتاً مذهبی و بازاری گزارش شده است. نخستین صندوق قرض الحسنه را گروه هیات های موتلفه اسلامی در مسجد لرزاده تهران در سال ۱۳۴۶ و با نام «صندوق قرض الحسنه ذخیره جاوید» تأسیس کردند. انگیزه اصلی بنیان گذاران این صندوق کمک به محرومان و نیازمندان واقعی بود. صندوق جاوید در آغاز فعالیت خود، به نیازمندان وام های بلاعوض می داد، اما پس از چندی در چارچوب یک نهاد اقتصادی به احیای سنت قرض الحسنه مبادرت ورزید و با موفقیت هایی

که در این زمینه به دست آورد سرمشق و الگوی مساجد و دیگر نهادهای دینی شد چنان که در همان زمان تعدادی از بازاریان خیر صندوق دیگری موسوم به «صندوق قرض الحسنه کوثر» را راه اندازی کردند.

درباره چگونگی بنیان گذاری صندوق ذخیره جاوید، علی اصغر رخ صفت از اعضای هیئت های موتلفه می گوید: «عده ای به عنوان مستمند به این مسجد (لرزاده) مراجعه و از کمک های آن سوء استفاده می کردند. مدتی بعد به این نتیجه رسیدیم که صدقه های مردم را در صندوقی جمع آوری کنیم و پس از تحقیق این صدقات را به دست محتاج واقعی آن برسانیم. کم کم موجودی صندوق ها افزایش پیدا کرد و به این نتیجه رسیدیم که بهتر است این وجوه انباشته شده صدقه را در مسیر وام قرض الحسنه قرار دهیم. یعنی مثل بانک ها، دفترچه پس انداز تهیه کردیم و اولین صندوق قرض الحسنه در مسجد لرزاده تأسیس شد. البته بعضی از متدینین مسجد معتقد بودند که این کارها صدقه نیست بلکه ریا است، اما با کمک مرحوم آیت الله حاج میرزا علی آقای فلسفی امام جماعت روشن بین مسجد لرزاده به کارمان ادامه دادیم» (ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۷).

محمدرضا اعتمادیان که از سال ۱۳۵۰ با این صندوق همکاری می کرد در این باره با بیان مطالب بیشتری گفته است: «در آن سال ها من در صندوق اندوخته جاوید که برای کمک به مستمندان تشکیل شده بود شروع به فعالیت کردم. این صندوق توسط اشخاص متدینی بنیان گذارده شده بود. از جمله مرحوم فرسایی که محل صندوق را در اختیار مؤسسين صندوق گذاشته بود. مرحوم حاج کریم انصاری مدیرعامل این صندوق و دو برادر به نام های حاج اصغر و اکبر رخ صفت و همچنین مرحوم عطایی و آقایان خادم حسینی و آل احمد و شهید درخشان جملگی دست به دست هم داده و برای راه اندازی کار مردم، این صندوق را تأسیس کرده بودند. در اوایل، صندوق تنها برای حل مشکلات امور متدینین ایجاد شده بود. اما به تدریج با گرایش متدینین به مبارزه علیه رژیم، صندوق نیز در مسیر حمایت از گروه های مبارز و مخالفین رژیم قرار گرفت» (ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۸).

پیشنهاد تأسیس این صندوق و چند صندوق دیگر از جانب آقای تقی خاموشی بود که به انجام رسید. من نیز از طریق آقایان رخ صفت و شهید درخشان در سال ۱۳۵۰-۱۳۵۱ با آن ها آشنا شده و از آن زمان به صورت پاره وقت در صندوق شروع به فعالیت نمودم که این فعالیت بحمدالله هم اکنون (سال ۱۳۷۷) نیز ادامه دارد ... ما از طریق صندوق جاوید به خانواده های زندانیان سیاسی کمک می کردیم. کمک بیشتر به صورت وام داده می شد و اقساط آن را مؤمنین متدین یعنی صاحبان صندوق

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...

می‌پرداختند. به این صورت کارکنان صندوق مطلع نمی‌شدند به کدام یک از خانواده‌های زندانیان کمک شده است. نیروهای امنیتی یکی- دو بار به صندوق ما حمله کردند که یک بار شعبه صندوق را در حسن‌آباد تعطیل و آقای خاموشی را نیز دستگیر کردند. در بازجویی‌ها به ایشان گفته بودند شما به زندانیان و تروریست‌ها کمک می‌کنید و پول‌هایی که شما به‌عنوان وام داده‌اید برای خرید اسلحه بوده است. البته من تا آن زمان نمی‌دانستم وام‌هایی که می‌دهیم در چه مسیرهایی به کار گرفته می‌شود. چون سعی می‌شد آن دسته از وام‌هایی که به خانواده مبارزان داده می‌شد در اسناد منعکس نشود. همه کمک‌های صندوق در دادن وام خلاصه نمی‌شد. بلکه بر اساس برخی از ضوابط صندوق، گاهی وجوهات جمع‌آوری شده برای کمک به خانواده زندانیان نیز استفاده می‌شد. در آن زمان آقای ابوالفضل توکلی بینا اجازه از امام خمینی (ره) داشت که بر اساس آن این وجوهات را هدایت می‌کرد» (ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۸).

سومین صندوق قرض‌الحسنه نیز در سال ۱۳۵۲، با نام «صندوق امور خیریه» در تهران تشکیل شد. سرمایه اولیه این صندوق ۱۲۰۰۰۰۰ ریال بود که آن را ۱۲۰ نفر از افراد خیر و با پرداخت نفری ۱۰۰۰۰ ریال تأمین کردند. صندوق امور خیریه اعلام کرد حداکثر ۵۰۰۰۰۰ ریال وام قرض‌الحسنه به واجدان شرایط پرداخت می‌کند. این صندوق به‌صورت موسسه‌ای تجاری و بر اساس قانون تجارت به ثبت رسید. از آن پس صندوق‌های دیگری در تهران و شهرستان تأسیس شدند و به فعالیت پرداختند که تعداد آن‌ها تا آستانه پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ به دویست صندوق رسید (رجائی، ۱۳۹۱: ۱۵-۱۸).

چون این صندوق‌ها بخشی از بازار غیر متشکل پولی بود و هنوز قانون مشخصی برای آن وجود نداشت، بر اساس قانون پولی و بانکی کشور که در سال ۱۳۵۱ به تصویب رسیده بود، مرجع نهایی کنترل و رسیدگی به صندوق‌های قرض‌الحسنه، وزارت کشور و شهربانی‌ها تعیین شد. به این شکل که آن‌ها باید از شهربانی‌ها مجوز فعالیت می‌گرفتند. شاید نوع نگاه امنیتی و سیاسی ایجادشده درباره این صندوق‌ها هم به همین موضوع برگردد که نیروهای پلیس و امنیتی وزارت کشور با آن‌ها در ارتباط بودند.

چنان که اشاره شد، تعدادی از صندوق‌های قرض‌الحسنه افزون بر اعطای وام قرض‌الحسنه به نیازمندان، منبع مالی مهمی برای کمک به گروه‌های انقلابی بود. رسول جعفریان در این‌باره نوشته است: «حجت‌الاسلام نصرالله انصاری که مسئولیت بانک تعاون اسلامی قم را داشت به دلیل کمکی که از

این طریق به گروه های سیاسی مخالف رژیم پهلوی کرد به زندان افتاد و در اردیبهشت ۱۳۵۵ زیر شکنجه به شهادت رسید» (جعفریان، ۱۳۸۳: ۵۴۴).

می توان بخوبی و آشکارا تصور کرد که بازاریان و متصدیان صندوق های قرض الحسنه در سال ۱۳۵۷، دست بالا را در دسترسی به رهبران انقلاب داشتند. از نظر سیاسی بخش عمده ای از آن ها نزدیک به جمعیت مؤتلفه اسلامی بودند و ارتباط شخصی و فردی برخی از آن ها با آیت الله بهشتی و هاشمی رفسنجانی و رجایی و برخی دیگر از روحانیون موقعیت ویژه ای به آن ها می داد. در این زمان دیگر صندوق های قرض الحسنه در سراسر کشور پراکنده شده بود. در ابتدای انقلاب تعداد صندوق های قرض الحسنه، حدود ۲۰۰ صندوق برآورد می شد. اما پس از آن، به ناگهان، رشد فزاینده ای یافت. به نحوی که در سال ۵۹ با رشد ۳۰۰ درصدی به ۸۰۰ صندوق، در سال ۱۳۶۲ به ۱۴۰۰ صندوق، سال ۱۳۶۳ به ۱۶۵۰، سال ۱۳۶۵ به بیش از ۲۲۵۰ صندوق و در سال ۱۳۷۹ بیش از پنج هزار صندوق برآورد شد. در سال ۱۳۹۲ گزارش بازرسان صندوق های قرض الحسنه بانک مرکزی، تعداد آن ها را بیش از هفت هزار عنوان کرده است.

در کنار ابزارهای اقتصادی چون اتاق بازرگانی ایران، صندوق های قرض الحسنه، یکی از ابزارهای سیاسی که کمک زیادی به بازاریان در دستیابی به مناصب و مدیریت سیاسی در سال های پس از انقلاب نمود حزب مؤتلفه اسلامی (جمعیت مؤتلفه اسلامی و هیات های مؤتلفه اسلامی) بود که در سال ۱۳۴۲ از ائتلاف ۳ هیات مذهبی پیرو امام خمینی (ره) (هیات مسجد امین الدوله، هیات مسجد شیخ علی و هیات اصفهانی ها) تشکیل شد (دارابی، ۱۳۹۵: ۲۲۹). «هیأت مؤتلفه اسلامی» از همان آغاز، وفاداری خود را به انقلاب اسلامی از طریق انحلال تشکیلات مستقل خود و پیوستن به حزب جمهوری اسلامی نشان داد. این تشکل که در حال حاضر به جناح راست و اصول گرایان سنتی تعلق دارد، قشر «بازاری های مذهبی» را نمایندگی می کند. این حزب همچنین در امور خیریه و تأسیس نهادهایی نظیر مدرسه اسلامی و صندوق قرض الحسنه فعال است. بخشی از هیات مؤتلفه در فعالیت های تجاری شرکت می کند و بازار را در دست دارد و به نام مؤتلفه بازار یا بخش اصناف جمعیت مؤتلفه در بازار تهران شناخته می شود و قوی ترین شاخه مؤتلفه است. هر چند مؤتلفه در زمینه سیاسی دولت گرا است ولی از نظر اقتصادی مخالف کنترل کامل وزارت بازرگانی و وزارت اقتصاد و دارایی بر همه فعالیت های تجاری و مبادلات اقتصادی می باشد. انجمن جامعه اسلامی بازار و اصناف از تشکل های اسلامی همسو با مؤتلفه است.

این تشکل همواره در انتخابات مجلس، شوراهای اسلامی شهر و روستا، و نیز انتخابات ریاست جمهوری ایران نقش فعالی داشته است. البته در بیشتر موارد نامزدهای مورد حمایت مؤتلفه بخصوص در انتخابات ریاست جمهوری شکست خورده‌اند. به عنوان مثال در نخستین دوره، جلال‌الدین فارسی نامزد منتخب حزب بود. در دومین انتخابات، دو تن از اعضای حزب یعنی حبیب‌الله عسکراولادی و سید علی‌اکبر پرورش در انتخابات نامزد بودند، اما علی‌رغم این موضوع حزب رسماً از محمدعلی رجایی - نامزد حزب جمهوری اسلامی که در انتخابات پیروز شد - حمایت نمود. این حزب در انتخابات ۱۳۷۶ از علی‌اکبر ناطق نوری حمایت کرد. در انتخابات ۱۳۸۸ این حزب پس از حرف و حدیث‌های فراوان در بین اعضای خود، به این نتیجه رسید که از محمود احمدی‌نژاد حمایت کند و در بیانیه‌ای ۶ دلیل برای حمایت خود برشمرد. اما بلافاصله پس از انتصاب اسفندیار رحیم‌مشایی به سمت معاون اولی - که مخالف آن بود - به صف منتقدان دولت دهم پیوست. در انتخابات ۱۳۹۲، این حزب ابتدا از یحیی آل‌اسحاق حمایت کرد اما پس از انصراف او از نامزدی در انتخابات، حمایت خود را از علی‌اکبر ولایتی اعلام کرد. این حزب در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶، ابتدا مصطفی میرسلیم را به عنوان نامزد حزب معرفی کرد ولی در آستانه برگزاری انتخابات از سید ابراهیم رئیسی حمایت کرد. از میان چهره های سیاسی هیأت مؤتلفه (سازمان تشکیلاتی بازار)، افراد زیر با بدنه اقتصادی و بازرگانی دولت های بعد از انقلاب به نوعی در ارتباط بوده و هستند: «محسن رفیق دوست»، (سرپرست سپاه پاسداران و ریاست بنیاد مستضعفان و جانبازان به مدت ۸ سال، عضو هیات امنای بنیاد مستضعفان)، «مصطفی میرسلیم»، (معاون رئیس جمهور و وزیر فرهنگ و ارشاد در دولت دوم هاشمی رفسنجانی، و از اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام)؛ «یحیی آل اسحاق»، (وزیر بازرگانی در دولت های هاشمی رفسنجانی و محمد خاتمی و قائم مقام بنیاد مستضعفان و جانبازان، رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران و عضو هیات مدیره سازمان اقتصاد اسلامی ایران)؛ «حبیب الله عسگر اولادی»، (وزیر بازرگانی در دولت موقت مهدوی کنی و دولت اول میرحسین موسوی، نماینده امام (ره) در کمیته امداد و از اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام)؛ «اسدالله بادام چیان»، (نماینده دوره هشتم مجلس و مشاور امور اجتماعی رئیس قوه قضائیه)، «محمد نبی حبیبی»، (شهردار تهران، قائم مقام بنیاد بین‌المللی غدیر، مدیر عامل شرکت پست جمهوری اسلامی، معاون وزیر راه و ترابری، رئیس سازمان هواپیمایی کشور، معاون وزیر بازرگانی، قائم مقام رئیس بنیاد مستضعفان و جانبازان، رئیس ستاد اقامه نماز تهران، معاون سیاسی استاندار کرمان)؛ «حمید رضا ترقی» (نماینده دوره پنجم مجلس شورای اسلامی از مشهد، عضویت در شورای مرکزی کمیته امداد امام (ره)، سردبیری نشریه شما، و مدیریت کمیته امداد امام خمینی (ره) خراسان بزرگ)؛ «سید رضا زواره ای»، (اولین دادستان انقلاب تهران، معاون وزیر کشور دولت هاشمی هاشمی رفسنجانی، رئیس شورای امنیت کشور، نماینده تهران در مجلس شورای اسلامی

(از ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۶) و عضو حقوقدان و قائم مقام دبیر شورای نگهبان قانون اساسی (از ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۴)، رئیس سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (از ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۶) و نامزد انتخابات ریاست جمهوری در دوره‌های سوم، چهارم و هفتم؛ «مرتضی نبوی»، (وزیر پست، تلگراف و تلفن در دولت اول میرحسین موسوی و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام)، «اسدالله لاجوردی»، (رئیس پیشین زندان اوین و دادستان انقلاب تهران در دهه شصت)؛ «علی اکبر پرورش» (وزیر آموزش پرورش در دولت‌های حجت الاسلام والمسلمین شهید محمد جواد باهنر، دولت موقت آیت الله مهدوی کنی و دولت میرحسین موسوی، نماینده مجلس شورای اسلامی در دوره‌های اول، دوره سوم و چهارم و عضو هیات رئیسه (نایب رئیس اول مجلس شورای اسلامی دوره اول، نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی دوره چهارم)؛ «سید علی خاموشی»، (رئیس اتاق بازرگانی ایران در فاصله سال‌های ۱۳۵۷ الی ۱۳۸۶) (دارابی، ۱۳۹۵: ۲۳۵-۲۲۹).

نتیجه گیری

نهاد بازار سنتی و نقش آنان در روند تحولات سیاسی و اجتماعی ایران یکی از موضوعات حائز اهمیت جامعه‌شناسی سیاسی- طبقاتی می‌باشد که متأسفانه محققان ایرانی و خارجی در بررسی‌های تاریخی جامعه‌شناختی خود کمتر به آن توجه کرده‌اند. نهاد بازار سنتی از همان ابتدا نقش فعالی در مسائل سیاسی داشته است از جمله تلاش سازمان‌یافته بازاریان سنتی برای تشکیل مجلس وکلای تجار، مشارکت مؤثر آنان به ویژه کسبه و تجار در پیروزی نهضت تنباکو و جنبش مشروطیت، حضور در مجلس مؤسسان و نقش سرنوشت‌ساز و سازمان‌یافته همراه روحانیون در تأسیس مجلس شورای ملی و نقش کاسبکاران و پیشه‌وران در تولید، امتعه عمومی و تقویت بورژوازی ملی در سال‌های آخر سلطنت رضاشاه، مشارکت بازاریان همراه عده‌ای از روحانیون در به قدرت رسیدن مصدق و نهضت ملی کردن صنعت نفت، در سازمان‌ها و گروه‌های سیاسی ضد استبدادی چون جبهه ملی، نهضت مقاومت ملی و نهضت آزادی، هیات‌های مؤتلفه اسلامی، مشارکت همه جانبه بازار سنتی در مخالفت با لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی و نیز حضور در قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ در حمایت از روحانیون و بالاخره نقش بسیار مؤثر بازار سنتی از طریق اعتصابات عمومی در تهران و شهرستان‌ها علیه دستگاه حکومتی و نهضت ضد استبدادی در سال‌های ۱۳۵۶ تا ۱۳۵۷ که به استقرار جمهوری اسلامی منجر گردید نشان می‌دهد که نهاد بازار سنتی در فاصله بین دو انقلاب در هر اعتراض علیه دولت نقش مهمی داشته است. نهاد بازار سنتی از اواخر قرن ۱۹ یکی از پایگاه‌های اجتماعی عمده واکنشی برضد نفوذ اقتصادی و

فرهنگی سرمایه‌داری غرب در ایران به شمار می‌رفته است. همچنین نهاد بازار سنتی را باید به عنوان یکی از پایگاه‌های عمده جنبش سیاسی اسلام در ایران که از اواخر قرن نوزدهم در مقابل نفوذ غرب تکوین یافت به شمار آورد. پس از انقلاب اسلامی نهاد بازار سنتی نقش سیاسی قابل ملاحظه‌ای پیدا کرد. احزاب و گروه‌های سیاسی اسلامی قسمت عمده‌ای از حمایت اجتماعی خود را از نهاد بازار سنتی کسب کردند. شبکه ملی انجمن‌های اسلامی اصناف بازار یکی از پشتوانه‌های حمایت از حکومت را تشکیل می‌داد. روی هم رفته می‌توان گفت که تحولات سریع اقتصادی گذار از اقتصاد دولتی به اقتصاد بازار طی برنامه‌های اول تا پنجم توسعه، فرصت‌های تجاری بزرگی را ایجاد نمود که بازاریان در قدرت سهم زیادی به دست آوردند. بخش قدرتمند و بانفوذ بازار سنتی پس از انقلاب با بهره‌مند شدن از حمایت‌های حکومتی در اکثر مراکز تولیدی و صنعتی بخش خصوصی که توسط دولت مصادره شده بود، دست انداخت و با ایجاد تشکیلاتی از جمله کمیته امور صنفی، صندوق‌های قرض‌الحسنه، سازمان اقتصاد اسلامی و اتاق بازرگانی، کنترل بخش اصلی سرمایه‌داری تجاری را در اختیار گرفت. از جنبه سیاسی می‌توان جمعیت مؤتلفه را قدیمی‌ترین و مهم‌ترین سازمان سیاسی بازار سنتی تلقی نمود که ارتباط آن‌ها بیشتر با روحانیت سنتی برقرار بود. در سال‌های اولیه انقلاب جمعیت به حزب جمهوری پیوست و تا سال‌های ۱۳۶۷ تا ۱۳۶۸ فعالیت مستقلی نداشت، ولی بعد از آن اعضای آن‌ها در مراکز متعدد قدرت نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کردند. در سال‌های اولیه انقلاب، همه اصناف بازار در تهران در درون جامعه اصناف، سازمان داده شدند. حزب جمهوری اسلامی در دوران فعالیت خود، حامیان فعال خود را از درون این بخش از بازار بسیج می‌کرد. سال‌های ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی، وزیر بازرگانی همواره از جمعیت مؤتلفه بوده و اساساً این جمعیت بیش از حد به وزارت بازرگانی و مدیریت کلان بازرگانی کشور حساس است.

با این حال بازار سنتی ایران با همه سازوکار و ساختارش و علی‌رغم پیوندی که در سال‌های پس از انقلاب با برخی از منابع قدرت داشته است، دیگر جواب‌گوی نیازهای جامعه ایران امروز نیست. آنچه امروز بازار ایران با آن مواجه است، بخشی است که در اثر پیوند با برخی منابع قدرت ضمن حفظ مناسبات خود توانسته، نبض بازار را نیز در اختیار داشته باشد. پس از انقلاب و با مصادره بسیاری از واحدهای تولیدی و صنعتی بخش واقعی اقتصاد و بخش خصوصی کشور به محاق رفتند و تنها چیزی که دست نخورده باقی ماند و بعدها در طول دوران جنگ نیز گسترش و عمق بیشتری در اجتماع، سیاست و اقتصاد ایران به دست آورد، بخش بازرگانی، تجارت بود و آن بخش همچنان می‌خواهد حرف

اول را بزند. اما اینک نسل جدیدی از بازاریان رشد کرده‌اند، که حاضر به تمکین مناسبات قدیم نیستند، اگرچه بسیاری از آن‌ها فرزندان همان بازاریان قدیمی با سنت‌های قدیم هستند. برخی دیگر، خاستگاه متفاوتی از بازاریان قدیمی و گرایش‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی متفاوتی دارند.

اما آنچه که در یک نگاه کلی و اجمالی قابل تشخیص است این است که جامعه ایران در دوره اخیر شاهد نوعی گسست در انتقال گرایش‌ها و صف‌بندی‌های تاریخی بازار به نسل جدید بازاریان می‌باشد. این گسست به عنوان یک فرایند رو به رشد تحت تأثیر ۷ عامل عمده قرار دارد:

۱. ورود عناصر و طرف‌های جدید در مناسبات میان این دو قشر (بازار و روحانیت)؛ ۲. نوگرا شدن نسل جدید بازاری؛ ۳. اهمیت یافتن بخش‌های تجاری جدید مستقل از بازار؛ ۴. خارج شدن تدریجی بازار به معنای عام از حصار کالبدی گذشته گسترش؛ ۵. تغییر میزان پایبندی دینی نسل جدید بازاریان؛ ۶. تغییر نگرش و مواضع نسل جدید بازاریان نسبت به دولت، گرایش‌های تجددخواهانه و برنامه‌های مدرنیزاسیون؛ ۷. کاسته شدن وابستگی متقابل میان نسل جدید بازاریان و روحانیون به میزان زیادی. هر چه هست ترک در ساختار بازار سنتی ایجاد شده و هر روز بر ابعاد این شکاف افزوده می‌شود. حالا دیگر می‌توان بدون رفتن به بازار سنتی تهران و با پرهیز از روبرو شدن با ساختار و ارتباطات پیچیده و غیر قابل شناخت آن‌ها، درآمدهایی کسب کرد که هرگز بازاریان سنتی هم خواب آن‌ها را نمی‌دیدند. حضور و گسترش سرمایه داری دولتی و شبه دولتی و سرمایه داری برآمده از مستغلات ایران آنچنان منابع جدید مالی را بوجود آورده که برخی‌ها در صحنه سیاسی به این فکر افتادند، دیگر به بازاریان سنتی نیازی نیست و آن‌ها و عقبه‌های سیاسی و لابی‌هایشان را به حاشیه راندند.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- ازغندی، علیرضا (۱۳۸۸). **نخبگان سیاسی ایران بین دو انقلاب**. چاپ چهارم، تهران: قومس.
- ازغندی، علیرضا (۱۳۸۵). **درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران**، تهران: نشر قومس.
- استمیل، جان. دی (۱۳۷۷). **درون انقلاب ایران**، ترجمه منوچهر شجاعی، تهران: رسا.
- اشرف احمد (۱۳۷۵). «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، **فصلنامه گفتگو**، شماره ۱۴.
- اشرف احمد و بنوعیزی علی (۱۳۸۸). **طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران**، ترجمه سهیلا ترابی فارسانی، تهران: نیلوفر.

- _____ بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...
اشرف، احمد (۱۳۷۴). «نظام صنفی و جامعه مدنی»، ایران نامه، ویژه جامعه مدنی در ایران، ۱۴، ۱: صص ۴۰-۵.
اشرف، احمد (۱۳۵۹). **موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران: دوره قاجاریه**، تهران: انتشارات زمینه.
اکبری، سارا (۱۳۹۳). «بررسی تاثیر پیوند بازار با ساخت قدرت بر تحول جایگاه سیاسی و اجتماعی بازار در دوره جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۴-۱۳۵۷)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، مشهد: دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه فردوسی.
امجد محمد (۱۳۸۰). **ایران؛ از دیکتاتوری سلطنتی تا دین‌سالاری**، ترجمه حسین مفتخری، تهران: باز.
امین زاده، الهام (۱۳۹۵). «تشکیل صندوق های قرض الحسنه در ایران»، فصلنامه خیرمندانگزار، شماره ۱، بهار، صص ۳۹-۳۶.
آبراهامیان، پرواندا (۱۳۸۱). **ایران بین دو انقلاب**، ترجمه احمد گل‌محمدی و محمدابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.
آزاد ارمکی، تقی و جنادله، علی (۱۳۹۳)، «پیکربندی نهادی مبتنی بر موازنه قدرت در جامعه سنتی ایران (بازخوانی تحولات ایران از صفویه تا قاجاریه براساس رویکرد نهادگرایی تاریخی)»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، دوره ۱۵، شماره ۳، پاییز، صص ۶۴-۲۹.
آوری، پیترو (۱۳۶۹)، **تاریخ معاصر ایران (از تاسیس تا انقراض سلسله قاجاریه)**، ترجمه محمد رفیعی محمدآبادی، تهران: نشر حیدری.
پهلوی، محمدرضا (۱۳۷۱). **پاسخ به تاریخ**، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: مترجم.
ترابی فارسانی، سهیلا (۱۳۸۴). **تجار، مشروطیت و دولت مدرن**، تهران: نشر تاریخ ایران.
توکلی، احمد (۱۳۸۰). **کامیابی‌ها و ناکامی‌های بازار - دولت**، تهران: سمت،
توکلی، احمد (۱۳۸۰). **کامیابی‌ها و ناکامی‌های بازار - دولت**، تهران: سمت.
جزنی، بیژن (۱۳۷۵). **طرح جامعه‌شناسی و مبانی استراتژی جنبش انقلابی خلق ایران**، (تاریخ سی‌ساله سیاسی)، تهران: نشر مازیار.
جعفریان، رسول (۱۳۸۳). **جریان‌ها و سازمان‌های مذهبی - سیاسی ایران**، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
حاضری علی محمد و حسین زاده، فرمی مهدی (۱۳۹۰). «نقش سیاسی بازار: تحلیل تحولات دهه اول جمهوری اسلامی ایران»، **دانش سیاسی**، سال هفتم، شماره اول بهار و تابستان.

- حسینی فسایی، حاج میراز حسن (۱۳۸۲). *فارسنامه ناصری*، تصحیح منصور رستگار فسایی، تهران: امیرکبیر.
- دارایی، علی (۱۳۹۵). *جریان شناسی در ایران*، چاپ شانزدهم، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- دانشنامه جهان اسلام (۱۳۷۲). «بازار»، *دانشنامه جهان اسلام*، تهران: انتشارات دانشنامه جهان اسلام.
- دو روششوار، ژولین (۱۳۷۸). *خاطرات سفر ایران*، ترجمه مهران توکلی، تهران: نشر نی.
- دو گوینو، کنت (۱۳۶۰). *سه سال در ایران*، ترجمه ذبیح الله منصوری، تهران: نشر فرخی.
- رنانی، محسن (۱۳۷۶). *بازار و یا نابازار*، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- روحبخش، رحیم (۱۳۸۱). *نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد*، تهران: نشر مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- روزنامه دنیای اقتصاد (۱۳۹۴). «خانه‌تکانی در پارلمان اقتصاد»، *روزنامه دنیای اقتصاد*، شماره ۳۵۰۶، ۲۵ خردادماه، کد خبر: DEN-۸۸۷۸۵۱.
- رهبری مهدی (۱۳۷۹). *اقتصاد و انقلاب اسلامی*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- رهبری مهدی (۱۳۸۴). *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی ایران*، بابلسر: دانشگاه مازندران.
- زیباکلام، صادق (۱۳۷۲). *مقدمه‌ای بر انقلاب اسلامی*، تهران: نشر روزنه.
- سپهر، محمدتقی (لسان‌الملک) (۱۳۴۴). *ناسخ التواریخ*، تهران: اسلامیه.
- سمیعی اصفهانی، علیرضا (۱۳۸۷). «مناسبات جامعه و دولت در عصر قاجار»، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، دوره ۳۸، شماره ۳.
- سوداگر، محمدرضا (۱۳۶۹). *رشد روابط سرمایه‌داری در ایران (مرحله گسترش)*، تهران: نشر شعله اندیشه.
- عتیق‌پور، محمد (۱۳۸۵). *نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی*، تهران: نشر بی‌نا.
- عیسوی، چارلز (۱۳۶۲). *تاریخ اقتصادی ایران (قاجار به ۱۳۳۲-۱۲۱۵ ه.ق.)*، ترجمه یعقوب آژند، تهران: نشر گستره.
- غفاریان، متین (۱۳۸۸). *بازار و دولت*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- فشاهی، محمدرضا (۱۳۶۰). *تکوین سرمایه‌داری در ایران*، تهران: گوتنبرگ.
- فلور، ویلم (۱۳۶۶). *جستارهایی از تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجار*، جلد اول و دوم، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران: انتشارات توس.

بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت سیاسی در...
 فوران جان (۱۳۸۵). **مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران**، ترجمه احمد تدین، تهران: رسا.
 کمالی مسعود (۱۳۸۱). **جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران معاصر**، ترجمه کمال پولادی، تهران: باز.
 مرتین، ونسا (۱۳۸۹). **دوران قاجار: چانه‌زنی، اعتراض و دولت در ایران قرن نوزدهم**، ترجمه افسانه منفرد، تهران: آمه.
 مطلبی، مسعود (۱۳۸۶). «واکاوی علل مخالفت بازاریان با حکومت پهلوی»، **ماه نامه زمانه**، شماره ۵۷، خرداد، صص ۶۱-۷۱.
 ملکم، سرجان (۱۳۸۰). **تاریخ کامل ایران**، ترجمه میرزا اسماعیل حیرت، تهران: افسون.
 نادر میرزا، شاهزاده (۱۳۵۱). **تاریخ و جغرافیای دارالسلطنه تبریز**، به کوشش محمد مشیری، تهران: اقبال.
 نورث، داگلاس سی (۱۳۷۷). **نهادهای، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی**، ترجمه‌ی محمدرضا معینی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
 هالیدی فرد (۱۳۵۸). **دیکتاتوری و توسعه سرمایه‌داری در ایران**، ترجمه فضل‌الله نیک‌آیین، تهران: امیرکبیر.
 هدایت، حاج مهدیقلی (مخبرالسلطنه) (۱۳۸۵). **خاطرات و خطرات: توشه‌ای از تاریخ شش پادشاه و گوشه‌ای از دوره زندگی من**، تهران: زوار.

ب) منابع انگلیسی

- Knight, J. (1992). **Institutions and Social Conflict**, Cambridge: Cambridge University Press.
 Migdal, J.S. (2004). **State in Society Studying: How State and Societies Transform and Constitute one another**, Cambridge University Press.
 Migdal, Joel, S. (1988). **Strong Society and Weak states; State-Society Relationship and State Capabilities in Third world**, Princeton university press.
 Parsa, Misagh (1985). "Economic Development and Political Irans formation, A Comparative Analysis of the United States, Russia, Nicaragua and Iran", **Theory and Society**, vol. 14.
 Pierson, P. & Skocpol, T. (2002), "Historical Institutionalism in Contemporary Political Science", In: Henry Milner / Ira Katznelson (eds.), **Political Science: The State of the Discipline**, New York: W.W. Norton, 693—721.

- Streeck, W. & Thelen, K. (2005). **Beyond Continuity: Institutional Change in Advanced Political Economies**, New York: Oxford University Press.
- T.Russel, Marce (2005). "Joel Migdal'the State in Society and Vivien Shue the Reach of the State". **State Society Approach**.
- Thelen, K. & Steinmo, S. (2002). "Historical Institutionalism in Comparative Politics", In Sven Steinmo; Kathleen Thelen, & Frank Longstreth, (Eds.), **Structuring Politics: Historical Institutionalism in Comparative Analysis**, Cambridge: Cambridge University Press: 1-32.