

زمینه های همبستگی روحانیون و تجار (مسجد و بازار) در تضعیف و سقوط حکومت پهلوی

زهرا جواهری<sup>۱</sup>

سینا فروزش<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۲/۲

غلامحسین زرگری نژاد<sup>۳</sup>

چکیده

مساجد و بازار از دیرباز در زندگی مسلمانان نقش محوری داشته است و زیربنای شکل‌گیری تمدن اسلامی به شمار می‌رود. مساجد در نظام سیاسی-اجتماعی مسلمانان فقط کارکرد عبادی و دینی نداشته بلکه کارکردهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی نظامی و... داشته است. در ایران همزمان با ورود اسلام، مساجد و بازار شکل گرفت و پس از آن یکی از نهادهای تاثیرگذار در زندگی مردم ایران بوده است. اهمیت مسجد در حوزه ارتباطات اجتماعی و سیاسی تا جایی است که بسیاری از فرمان‌های حکومتی در مساجد اعلام و منتشر می‌شد. مسئله تحقیق حاضر این است که نقش مسجد و بازار در قبض و بسط مناسبات تجار و روحانیون در عصر پهلوی چه بود؟ فرضیه تحقیق حاضر این است که مسجد و بازار در روابط و مناسبات آنها نقش و تاثیر زیادی داشت و تمام روابط آنها در این مکان‌ها شکا می‌گرفت. روش تحقیق در این مقاله تاریخی (استقرائی) و شیوه گردآوری اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای است. شیوه نگارش نیز توصیفی-تحلیلی می باشد. یافته‌های اساسی پژوهش فوق بیانگر آن است که بازار و مساجد به تمام نهادهای قدرت دسترسی داشتند و پیام آنها را به سرعت منتقل و کنش ارتباطی آنها را برقرار می کردند و مهم ترین کانونی که روحانیون اعمال قدرت می‌کردند همین مساجد بود.

کلید واژه: روحانیون، تجار، پهلوی، بازار، مساجد

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه تاریخ ایران دوره اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۲</sup> استادیار گروه تاریخ ایران دوره اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۳</sup> استاد بازنشسته گروه تاریخ دانشگاه تهران

مسجد و بازار در اسلام همیشه به عنوان سازمان مرکز جنبش و حرکت‌های جهادی بوده است. در زمان رسول اکرم (ص) یکی از مهمترین نقش‌های مسجد، تدارک مقدمات فکری و بسیج عمومی مسلمانان به منظور جهاد با کفار بوده است. در مجموع سازمان مساجد در طول تاریخ و به درجات مختلف، علاوه بر محل عبادت و تشکیل نمازهای جمعه و جماعت، مکانی برای تشکیل جلسات بحث و درس، آموزه‌های دینی و علمی، اجرای کارهای قضایی، حل و فصل اختلافات، رسیدگی به کار عمومی و عام المنفعه، دستگیری از مستمندان، نگهداری خزانه یا بیت المال و برگزاری مراسم سیاسی بود؛ بدین ترتیب گستره اجتماعی و سیاسی مساجد بسیار چشمگیر بود و انبوهی از پیام‌های اجتماعی و سیاسی از فراز منبر مساجد منتشر میشد. در این پژوهش به دنبال پاسخ دادن به این سوال می‌باشیم که زمینه‌های همبستگی روحانیون و تجار (مسجد و بازار) در تضعیف و سقوط حکومت پهلوی چه بود؟ فرضه تحقیق این است که این دو در ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر بوده اند حتی از نظر جغرافیایی نیز بسیار نزدیک به هم بودند. در این جا روش تحقیق به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی می‌باشد. مقاله‌ای که به طور جزعی به مناسبات و ارتباط آنها پرداخته باشد کار نشده است، گرچه کتاب‌هایی در زمینه نوشته شده است و ما نیز به رسم امانتداری به آنها در صورت استفاده رفرنس داده ایم.

بازار و مسجد نقش زیادی در اتحاد روحانیان و بازاری‌ها داشتند.

همچنین طی مبارزات مردم ایران علیه رژیم پهلوی، بسیاری از پیام‌های اجتماعی و سیاسی از فراز منبر مساجد و همچنین بازار و از طریق وعظ و خطابه به طیف وسیع و پرشماری از مخاطبان منتقل و منبر را در جایگاه رسانه‌ای کم‌مانند قرار میداد. پیام‌های سیاسی مساجد بویژه در دوران مبارزات انقلابی مردم ایران بسیار مؤثر بود و مسجد را در کانون مبارزات ضد استعماری و ضد استبدادی قرار داد... بویژه در ابتدای انقلابات در شرایط حساسی که فاقد هرگونه تشکیلات منطبق با معیارهای اسلامی بود، توانستند به انسجام نیروهای مردمی بپردازد. علاوه بر این بسیاری از برنامه‌های انقلاب مانند رفراندوم، شوراهای محلی، کانون‌های بسیج و دیگر ضرورت‌های زمان در مساجد و بازارها انجام میشد.

### مشترکات فرهنگی و تاریخی

شاید بتوان حتی ازدواج حضرت پیامبر اکرم (ص) و حضرت خدیجه (ع) را نیز اولین اجتماع بین روحانیت و بازار دانست و بازاریان قبل از شروع به کار در کلاسهای آموزش دینی علما که گاهی در بازارها و مساجد بازار برقرار می‌شد شرکت می‌کردند.

فضای مشترک کاری، گردهمایی افراد در آن، پایداری به روش‌های سنتی کاری و وجود فضاهای فرهنگی مذهبی مانند تکیه‌ها، مساجد و ایجاد روابط خویشاوندی، هویت بازاری را ایجاد می‌کند. عنوان تجار و بازاری، فرهنگ بازاری و همچنین سنت و عرف را نیز با خود همراه می‌کند. در محدوده این فرهنگ و این هویت جمعی است که هر فرد بازاری کار می‌کند، زندگی می‌کند و خود را با هویت دسته جمعی تطبیق می‌دهد و

همین هویت است که راهنمای اوست. از تلافی و تاثیر متقابل هویت فردی و هویت جمعی، شخصیت اجتماعی بازار و تجاریان به وجود می‌آید (جباری، سال، ۹۳).

بازار در دوران محمدرضاشاه، همچنان پایگاه مالی قدرت روحانیان بوده و روحانیان نیز از بازاریان در برابر دولت حمایت می‌کردند. بنابراین، گفته‌های تمام نویسندگان تاریخ معاصر ایران و انقلاب اسلامی از وجود رابطه بین این دونیرو حکایت می‌کند. رابطه‌ای که به نظر می‌رسد در این دوره بسیار مهم و عمیق بوده است. (فوران، ۱۳۷۷، ۴۹۹)

هزینه حوزه‌های علمیه و نیز ۸۰ درصد هزینه گذران زندگی روحانیان توسط همین تجار تامین می‌گردد. تجار نه فقط بودجه را تامین می‌کنند، بلکه در سازماندهی امور هم دست دارند (استمپل، ۱۳۷۷، ۷۲).

### پایگاه اجتماعی تجار در دوره قاجار

این طبقه در کنار اشراف و علما از جمله طبقات بالای جامعه محسوب شده و همچنین از هر طبقه اجتماعی دیگر محترم‌تر شمرده می‌شدند (پولاک ۱۳۶۱، ۳۹۲) که سرانجام در پی یکرشته تحولات سیاسی و اجتماعی به جریانی مخالف دستگاه حاکم شدند (قمصری، ۱۳۹۲، ۱۹۲). باعث می‌شد که مردم غالباً مبالغ هنگفتی از پول بدون گرفتن سند به آن‌ها پرداخت کنند (فلور، ۱۳۶۵، ۱۵۲). حتی گاهی برخی از حکام برای خرید مقام دیوانی خود از تجار قرض می‌گرفتند، بنابراین طبیعی است وقتی که این گروه به حکومت می‌رسیدند، از تجار حمایت می‌کردند و مجبور بودند روندی را در پیش بگیرند که موجبات رضایت آنان را فراهم کنند (اولیویه، ۱۳۷۱، ۱۳۴). این تجار بودند که به کارهای عام‌المنفعه دست می‌زدند. علاوه بر آن تجار مالیاتی را که پیشه‌وران بسته، می‌شد، می‌پرداختند که به حساب کل بازار بود بدین ترتیب اعتبار زیادی برای خود کسب می‌کردند و از این طریق اصناف روحانیان و توده‌های مردم گرد آن‌ها را می‌گرفتند و از سویی علایق تعداد کثیری از کارگران و شاگردانی که از قبل آن‌ها نان می‌خورند را به خود جلب می‌کردند (عیسوی، ۱۳۶۲، ۵۲-۵۴).

این کسب اعتبار برای بازرگانان موجب می‌شد تا مردم بیشتری سرمایه خود را به دست آن‌ها بسپارند از همین رو به علت انباشت بخش اعظم سرمایه مملکت در دست تجار احترام زیاد دولت را به خود جلب می‌کردند تا در مواقع لزوم حکومت بتواند از آن‌ها پول قرض کند این قرض‌ها از جهتی می‌توانست فشار را از مردم بکاهد و این کار هم به دست تجار انجام می‌شد و از این طریق حتی می‌توانستند در مواقعی به دولت نیز فشار بیاورند و یا سخنی از مردم را به گوش دربار برسانند. (آوری، ۱۳۶۳، ۵۹۷)

### ۳-۲- سیاسی شدن تجار و روحانیان در عصر پهلوی اول

در دوره رضاشاه سیاست‌های اقتصادی او در حالی که دشمن تجار خرده پا بود، کم و بیش تجار و ملاکین عمده را راضی می‌کرد. کنترل دولت بر تجارت خارجی به تجارت بخش خصوصی آسیب زد. رضاشاه با لغو امتیازات مالیاتی ۲۱۶ صنف دشمنی خود را با اصناف نمایان ساخت. زیرا با این کار قدرت روسای اصناف را در مورد تعیین میزان مالیات پرداختی هرکدام از اعضا از دستشان گرفت و بدین ترتیب راه را برای تضعیف سازمانهای بازار هموار ساخت. سیاستهای نامساعد او درباره اصناف با سیاستهای نوسازی او که نفوذ علما را در جامعه کاهش می‌داد درهم آمیخت و زمینه دو تظاهرات عمده اعتراض آمیز را در ۱۳۰۶ و ۱۳۱۴ که با رهبری علما و شرکت بازاریان در تهران و مشهد انجام گرفت، فراهم آورد (مقصودی، ۱۳۸۲، ۲۹۷).

هنگامی که رضاخان در مقام نخست وزیری می کوشید با برچیدن سلطنت قاجار نظام حکومتی را به جمهوری تبدیل کند، بازاریان به پیروی از علما بر ضد اقدامات رضاخان و جلوگیری از استقرار نظام جمهوری در ایران تظاهراتی به راه انداختند. گروه کثیری از بازاریان در کوچه های بازار به نماز جماعت ایستادند و هزار بازاری با امضای طومارهای طویل اعتراض خود را به جمهوری رضاخانی اعلام کردند. سپس هیئتی به نمایندگی از بازار و علما انتخاب کرده نزد رئیس جمهوری فرستادند، تا آنجا که رضاخان به ناچار از تلاش در این راه منصرف شد. (جباری، ۱۳۷۹، ۱۳۶). گفتنی است در طول قیام بازارها، ادارات و مدارس علمیه و آموزش و پرورش و حتی مراکز دولتی در حالت تعطیلی به سر می بردند. اعتصابات بازاریان در این برهه از طولانی ترین اعتصابات کشور در جریان تحولات سیاسی بود (نجفی، ۱۳۷، ۳۳۴).

در سال ۱۳۰۷ در تبریز اعتراضاتی به امر خدمت نظام وظیفه صورت گرفت که رهبری آن در دست علما بود. با ورود هیئت سربازگیری از تهران به تبریز بازاریان اقدام به بستن مغازه های خود کردند و تنها زمانی مغازه ها را باز کردند که رژیم سه مسلسل در ورودی بازار نصب کرد و قصد تخریب بازار را داشت. (کمریج، ۲۸۴)

«سخنرانی ها و اعتراضها و طومارهایی نسبت به جمهوری رضاخانی اعلام و صادر شد و آنها هیئتی به نمایندگی از علما و بازاریان نزد رئیس مجلس فرستادند تا ناخشنودی خود را از جمهوری اعلام نمایند. (سلطان زاده، ۱۳۶۱، ۱۴)»

#### زمینه های شکل گیری ساختار قدرت سیاسی مطلقه پهلوی اول

یکی از حوادث مهم تاریخ سیاسی معاصر ایران چگونگی به قدرت رسیدن رضاخان پهلوی است. پس از مخالفت شدید با قرارداد (۱۹۱۹م، ۱۲۹۸) انگلیس دریافت که نمیتواند قدرت خود را به طور مستقیم بر ایران تحمیل کند به همین دلیل تصمیم گرفت به صورت غیر مستقیم و از طریق یکی از افراد فرصت طلب این کار را به انجام رساند. (مکی، ۱۳۵۸، ۹۷) سرانجام رضاخان و سید ضیاءالدین طباطبایی را برای این امر مهم در نظر گرفتند. انتخاب این دو از سوی ژنرال «آیرون ساید» انگلیسی بسیار دقیق و حساب شده بود. (مخیر، ۱۳۷۱، ۱۲)

با وقوع کودتای ۱۲۹۹ رضاخان و سید ضیاء و کسب بخشی از ساختار قدرت سیاسی برای گسترش نفوذ خود، رضاخان اولین اولویت سیاست داخلی خود را سازمان دهی و ایجاد ارتشی منظم و یکپارچه از قوای پراکنده ی نظامی موجود دانست. (موثقی، ۲۰۲، ۱۳۵۸) رضاخان پس از موفقیت در کودتای ۱۲۹۹ ش. به مقام وزارت جنگی منصوب شد در آبان سال ۱۳۰۲ ش. با حفظ سمت پیشین با فرمان شاه به مقام ریاست الوزرای منصوب گردید. پس از انتصاب وی به مقام نخست وزیری، تلاش هایی را برای کسب و تثبیت قدرت آغاز کرد و در این راه به اقداماتی دست زد. (زهیری، ۱۳۷۹، ۲۶)

عبدالله مستوفی (۱۲۵۷-۱۳۲۹ ش) که خود شاهد وقایع آن دوران است، در این زمینه می نویسد از دلایل کامیابی رضاخان سردار سپه در رسیدن تاج و تخت و نیز تحمل اعمال دیکتاتوری سلطنت او از سوی مردم، هواخواهی مردم از حکومتی مقتدر بود. مردم هر وقت یاد ضعف دولت های پیش از او می افتادند، رفتار او را با همه سختی هایی که داشت تحمل می کردند. (مستوفی، ۱۳۸۴، ۱۷۰)

نابسامانی ها که پس از مشروطیت به این سو، بر فضای اجتماعی و سیاسی کشور سایه انداخته بود، نیاز به روی کار آوردن یک حکومت مرکزی توانمند در ایران، به شدت احساس می شد. (عاقلی، ۱۳۷۰، ۳۴۴) در چنین شرایطی حامیان رضاخان تبلیغات گسترده ای را در کشور به راه انداختند و وی را لایق استقرار حکومتی که توان عملی کردن خواست های مردم و نجات کشور از نابسامانی دارد معرفی نمودند به علاوه روی کار آمدن نخست

وزیران نوبتی عمدتاً ناتوان بر این مسئله صحنه می گذاشت؛ و هرروز علاقه مردم را به رضاخان بیشتر می کرد. ( آرتور، ۱۳۵۶، ۱۷۴) و از آنجاکه نخست وزیران پیشین، در برابر فشارهای بالقوه انگلستان ضعیف شده بودند و این مسئله احتمالاً نخست وزیر شدن رضاخان کمک کرد. (آپتون، ۱۳۵۹، ۸۴) رضاخان رعایت نهایت احترام او را تا مرز همراهی و درست مطابق با خواسته شاه رفتار کرد؛ زیرا شاه بیش از آن به دلیل هراس از رضاخان و اشکال تراشی احتمالی او دست به دامن سرپرسی لورن وزیرمختار انگلستان در تهران شد تا با اخذ تعهد کتبی از سردار سپه هنگام عزیمت به وی نرساند. (وثوقی، ۱۳۴۰، ۲۴)

رضاخان با اتکا به طبقات نظامی، دیوان سالاری مدرن ولایه های از اشراف زمین دار و بهره گیری از ناسیونالیسم تدافعی در عرصه سیاست خارجی و ناسیونالیسم باستان گرایانه غیر اسلامی در عرصه سیاست داخلی در جهت استقرار دولت ملی مدرن عمل کرد. (گراوند و سوری، ۱۳۰۴، ۷۱) نیکی کدیمی گوید: «ویژگی های ابتدایی رژیم رضاشاه در تمرکز، نوسازی و دگرگونی کردن گروه های صاحب قدرت است». (نقیب زاده، ۱۳۷۹، ۱۱۰) مهمتر در ایران در قرن بیستم، گفتمان مدرنیسم مطلق پهلوی بود. این گفتمان مجموعه ی پیچیده های از عناصر مختلف از جمله نظریه شاهی ایرانی، پاتریمونالیسم، گفتمان توسعه و نوسازی به شیوه ی غربی بود... (بشریه، ۱۳۸۱، ۶۸)

#### فرایند دور شدن روحانیت از دولت و نزدیکی به بازار

جز برخی از تجار بزرگ که به طریقی خود را به دربار نزدیک می کردند و با تطمیع شاه و شاهزادگان از گزند و طمع دولتیان پایین دست در امان می ماندند؛ هیچ تضمینی برای حفظ امنیت مال التجاره بازرگانان وجود نداشت و طبعاً بقا و استمرار چنین شرایطی به یک بدبینی و عداوت ریشه دار میان بازار و حکومت دامن می زد و وضعیت ناپایداری را در مناسباتشان پدید می آورد. روحانیت به عنوان طرف سوم این تعامل، گاهی نقش میانجی و تلطیف کننده و گاه نقش حامی و پشتیبان را بازی می کرد. (شجاعی زند، ۱۳۸۲، ص ۴۲۰)

فرایند نزدیکی روحانیت به بازار طی چهار مرحله به شرح زیر شکل گرفت:

- ۱- نقش میانجیگری میان تجار و حکومت که بیشتر در دوره ی صفوی وجود داشت.
- ۲- حمایت یک جانبه ی روحانیت از تجار در مقابل تعدی حکام.
- ۳- حمایت انتفاعی متبادل میان روحانیان و بازار که با دور شدن از عصر صفوی پدید آمد.
- ۴- صف بندی روحانیت- بازار در برابر استبداد و استعمار که در اواخر دوره قاجار و در تمام طول دوره پهلوی وجود داشت. (همان جا)

#### کامل شدن جبهه ی روحانیت- بازار در دوره ی پهلوی اول

صورت کمال یافته ی این صف بندی، در واقعه ی رژی و جنبش تحریم تنباکو که در آن، علما و تجار در یک صف واحد در مقابل شاه و صاحب امتیازان خارجی قرار گرفتند. به روشنی نمایان شد. این صف بندی با صورتی آشکارتر به عصر پهلوی انتقال یافت. (شجاعی زند، ص ۴۲۱)

پیوند میان بازار و روحانیت در این زمان، با سابقه یک ونیم قرن همکاری و مبارزه ی مشترک، اینک به نوعی اتحاد کامل نزدیک میشد و عواملی چند آن را تقویت میکرد. حلقه ی اتصال میان این دو قشر در درجه ی اول «تمایلات مذهبی بازاریان» و اعتقاد و پایبندی جدی تر آنان به ارشادات و دستورالعمل های دینی بود که از سوی روحانیان ترویج میشد. (همان جا)

از بعد فرهنگ سیاسی، بازار دژحمایت از اسلام و احتمالاً کانون نارضایتی فزاینده از دولت بود. پس از ظهور فضای بسته سیاسی رضاشاهی این دو نیروی اجتماعی به یکدیگر نزدیک شدند و زیر پستی بخشی از نیروهای حاشیه ای ولایه های فرودست اجتماعی را درون شبکه ای منسجم سامان دادند و مجموعه های اقتصادی و مذهبی پدید آوردند که مالا قدرت سیاسی را تحدید می کرد. (رحمانی زاده دهکردی، ۱۳۵۹، ۱۹۹)

مخالفت روحانیت و بازار با برنامه‌های نوسازی سلسله‌ی پهلوی دو سبب عمده داشت: یکی این‌که سر نخ جریان نوگرا در ایران در دست کسانی بود که نه تنها هیچ التزام دینی نداشت، بلکه اغلب این تحول را در مسیر رها شدن از افکار و اعتقادات دینی دنبال می‌کردند، دوم اینکه از نظر آنان نو شدن مستلزم غربی شدن کامل بود و افزایش سیاسی و فرهنگی گرایش به غرب را در کشور به همراه داشت. همین هم سویی در قبال غرب و هم‌فکری در مواجهه محتاطانه و توأم با تردید نسبت به گرایش‌های نوگرایان، به‌اضافه‌ی پیوندهای فرهنگی، مآب و خانوادگی میان بازاریان و علما را از مسببات اصلی نزدیکی و اتحاد دو قشر طی یک‌صد سال اخیر برشمرده است. (شجاعی زند، ۴۲۲)

روحانیت در دهه‌ی ۱۳۱۰ ش دست‌کم از لحاظ مادی در وضعیت نامساعدی قرار گرفت. بخش عمده مواضع خویش در زمینه‌های قضایی و آموزشی را از دست داد چون این نظام جنبه غیردینی پیدا کرده و سرچشمه درآمد و قدرت روحانیت بدین نحو خشکانده شده بود. بازار منبع حمایت سیاسی و مالی روحانیت شد، روحانیت وجوه شرعی را از بازاریان اخذ می‌کرد و به امور دفتری و خدماتی از این قبیل می‌پرداخت. (فوران، ۱۳۷۷، ۳۶۰)

بازار کماکان پایه قدرت سیاسی و مالی نهاد روحانیت شیعه و سنگر جنبشهای مردمی شامل جنبش ضد جمهوری خواهی ۱۳۰۱، ملی شدن نفت در ۱۳۲۹-۳۲، شورشهای شهری ۱۳۴۲ و انقلاب بهمن ۱۳۵۷ باقی ماند. (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۷۲، ۱۱۰)

کسبه پیشه وران و تجار طبقه متوسط صاحب مال را تشکیل میدادند و از آنجایی که بسیاری از اعضای این طبقه مساجد، بازار، مکتبها، مدارس، علوم دینی، تکیه‌ها و موسسات خیریه مانند وقفها تأمین مالی می‌کردند، لذا با علما و روحانیان پیوستگی داشتند و اغلب این پیوندها از طریق ازدواج تحکیم میشد. (بهشتی سرشت، ۱۳۸۱، ۷۳)

بازار میتواند سندی به سرعت به تمام نهادهای قدرت دسترسی داشته باشند و پیام آنها را به یکدیگر منتقل و کنش ارتباطی بین آنها را برقرار نمایند. روحانیت نیز از این کار ویژه برای اعلام اعتراضات و فشار بر تصمیمات حاکمیت از یک سو و نهادهای قدرت از سوی دیگر بهره بسیار میبرد و به عنوان ابزاری کارآمد از آن استفاده کرد. (دهکردی و زنجانی، ۱۹۹-۲۰۰)

اما از طرف دیگر باید خاطر نشان کرد پیوند سنتی علما و بازاریان از تحولات جدیدی که در زمان پهلوی صورت گرفت نیز متأثر بود. تجار دیگر مجبور نبودند که بچه‌های خود را به مدرسه‌های سنتی بفرستند. جامعه مدرن، نیازمند افراد باسواد بود که بتوانند با موضوعات پیچیده، امور تجاری جدید و پویایی بازارهای امروزی دست‌وپنجه نرم کنند. آنها فرزندان خود را به اروپا می‌فرستادند. حتی میزان ازدواج بین خانواده‌های بازاری با روحانیان کاهش یافت. (کمالی، ۱۸۴، ۱۳۸۱-۱۸۵)

بازاریان به عنوان یک وجه هرم پیام رسانی از مرجعیت به تودهای مذهبی ایفای نقش کردند و در جریان مبارزه علیه انجمن‌ها، با مراجع و به خصوص امام خمینی، دیدارهای مقطعی داشتند. (روحبخش، ۱۳۸۸، ۳) امام خمینی در جمع دوستان نفر از کسبه بازار درباره لزوم لغو لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی فرمودند: اگر این قانون

عملی شود، دنبالش چیزهای دیگری است که اکثر مردم از این امر بیزارند. شما فعلا تعطیل عمومی نکنید. (صدر، ۱۳۹۲، ۵۸)

ذکر مصادیقی از دیدارها و رهنمودهای امام نشان می دهد که اولاً ارتباط بازاریان با مراجع و از جمله امام به طور مستمر انجام می شد و ثانیاً در طول مبارزه تعاملی بی واسطه میان مراجعه در راس نهضت و بازاریان دریافت کننده و انتقال دهنده آموزه های نهضت تا لغو نهایی لایحه وجود داشت (روحبخش، ۳۲۴)

بازار در جریان نهضت ملی شدن نفت هم حضور فعالی داشت، به نوشته همایون کاتوزیان بخش اعظم هزینه های ملی کردن نفت صنعت نفت را بازارهای تهران، اصفهان و مشهد تامین کردند. (کاتوزیان، ۱۳۷۲، ۱۴۶)

درباره دلایل حمایت بازار از نهضت ملی شدن نفت نظرات متفاوتی مطرح شده است. برخی دلیل اصلی آن را مخالفت بازار با تسلط بیگانگان و طبیعتاً کم رنگ شدن نقش خود در اقتصاد ایران می دانند و البته برخی دیگر بر پیوند و ارتباط نزدیک بازار بر روحانیت تاکید دارند و اینکه سهم و نقش روحانیت در رهبری نهضت ملی، راهنمای عمل آنان در حمایت از آن نهضت بوده است. (درویشی، ۱۳۸۸، ۸۶-۸۷) (رمضانی، ۸۷)

«بازاریان با پیوستن به جمع مقلدین آیت... خمینی و تبلیغ مرجعیت وی، گام مهم دیگری در وقایع منتهی به قیام ۱۵ خرداد برداشتند. برخی از بازاریان عضو جبهه ملی دوم نیز در سیر چرخش مبارزاتی به سوی استراتژی مذهب به تقلید از آیت... خمینی رو آوردند. برخی از اسناد ساواک نیز بیانگر تداوم ملاقات بازاریان عضو جبهه ملی با آیت... خمینی می باشد» (روحبخش، ۲۸-۲۹)

رژیم در ۲ فروردین ۱۳۴۲ به مدرسه فیضیه هجوم بردند و چند نفر کشته و زخمی شدند. در این روز شهربانی هم به مدرسه طالبیه تبریز حمله کرد. (باقری، ۱۳۸۸، ۱۰۱-۱۰۲) بعد از ظهر عاشورا ۱۳ خرداد ۱۳۴۲ امام خمینی برای ایراد سخنرانی در سخنرانی به مدرسه فیضیه رهسپار شد. (روزنامه کیهان، ۱۳۴۲، ۱۱)

بعد از دستگیری امام (ره)، بازاریان با سامان دهی مؤلفه های آنها که خود بازاری بودند، آغازگر قیام بودند. آنها از روز ۱۶ خرداد نه تنها سازمان دهی تظاهرات را به عهده گرفتند. بلکه به گسترش دامنه تعطیلی مغازه ها در تمام بازار تهران و حتی در قالب دکاکین خیابان های سطح شهر اقدام کردند. (محتشمی، ۱۳۷۶، ۴۷-۲۱۸)

تعطیلی مجلس شورای ملی و اتخاذ سیاست های اقتصادی جدید به منظور گسترش نقش دولت موجب بروز واکنش های گسترده ای در بازار گردید. همچنین نزدیکی فزاینده رژیم شاه با دولت های غربی بار دیگر، احساسات ناسیونالیستی و مذهبی کسبه بازار را برانگیخت و در محرم سال ۱۳۴۲ مراسم مذهبی به مراسم اعتراض سیاسی تبدیل شد و شورش، بازار را در بر گرفت. (بشریه، ۱۶۹، ۱۳۹۴)

در زمان پایان یافتن تعطیلی بازار علما بر آن شدند تا بازار همچنان تعطیل نگه داشته شود تلاش هایی نیز برای راه اندازی تظاهرات علیه حکومت شد که شکست یافت، قیام ۱۵ خرداد سه روز به طول انجامید، صدها و شاید هزاران کشته بر جای گذاشته و نه تنها تهران و قم بلکه اصفهان، شیراز، مشهد و تبریز را هم در بر گرفت. خاطره کشتارهای خرداد ۱۳۴۲ آتش زیر خاکستر باقی ماند تا در فرصتی مناسب شعله ور شود همچنان که بحران تنباکوی سال ۱۲۹۱ تمرینی برای انقلاب مشروطه بد، رویدادهای خرداد ۱۳۴۲ نیز تمرینی برای انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ بود. (آبراهامیان، ۵۲۳-۵۲۴)

«...بازار تهران که در به ثمر رساندن بزرگ مشروطیت و ملی شدن صنعت نفت کوشش‌های ارزشمندی داشته و پشتیبان جامعه روحانیت بوده، در شرایط خطیر و حساس کنونی، بجاست یکبار دیگر نقش فعالانه‌ای را که درخور سابقه درخشان آن باشد به عهده بگیرد.» (نجاتی، ۱۳۷۱، ۷۲)

جامعه بازرگانان و پیشه‌وران بازار تهران در اعلامیه‌ای به پشتیبانی از جامعه روحانیت پرداختند. به دنبال تعطیلی ۱۵ خرداد ۱۳۵۷ مشکلاتی برای بازاریان از طرف حکومت ایجاد شد که در روز ۱۸ خرداد جامعه بازرگانان و پیشه‌وران بازار تهران در اطلاعیه‌ای با اعتراض به مشکلات به وجود آمده و با استمداد از روحانیت و مردم و سازمان‌های ملی خواسته بود تا بازار را حمایت کنند. (خبرنامه، ۱۳۵۷، ۱-۶) با شروع ماه رمضان درگیری‌ها به شب‌ها انتقال یافت رادیو لندن در این خصوص اعلام می‌کند پس از مراسم مذهبی که برگزار می‌شود مردم به خیابان‌ها آمده و برای مدت کوتاهی تظاهرات می‌کنند. (روزنامه اطلاعات، ۴) بازار اصفهان نیز در ۲۱ مرداد تا ۳۰ مرداد تعطیل گشت در روز ۳۰ مرداد نمایندگان اصناف و بازاریان به دفتر تیمسار ناجی رفتند و گفتند بازار به دلیل تلفن‌های تهدیدآمیز و عدم احساس امنیت تعطیل شده بود و ما قول می‌دهیم که بازار اصفهان دیگر تعطیل نشود. (اطلاعات، ۲۸) بالا گرفتن ابعاد نارضایتی و تظاهرات همگانی، منجر به عقب‌نشینی و خودباختگی محمدرضاشاه گردید. روز ۴ شهریور ۱۳۵۷ آموزگار به پیشنهاد شاه استعفا داد و به‌جای او شریف امامی به نخست‌وزیری منصوب شد. (نجاتی، ۸۰)

شریف امامی پس از تشکیل دولت، کوشید تا نظر مذهبی‌ها را جلب کند؛ (آبراهامیان، ۶۳۴) اما درگیری‌ها اجتناب‌ناپذیر بود. به‌طوری‌که در ۹ شهریورماه بازار قم و مشهد تعطیل بودند بازار تبریز هم به علت آغاز شدن از راسته‌بازار تعطیل گشت (اطلاعات، ۴) در ۱۱ شهریور تظاهراتی در بازار پنبه‌فروشان و نیز بازار کفاشان تبریز رخ داد. روزنامه اطلاعات در مورد دستگیرشدگان این تظاهرات می‌نویسد که در میان دستگیرشدگان تظاهرات تبریز در بازار و اطراف آن؛ دانش آموزان، فرش‌باف، دست‌فروش و پیراهن‌دوز مشاهده می‌شود. در عمق این اخبار اتحاد بازار و روحانیت و ارتباط متقابلشان به‌خوبی مشاهده می‌شود. هرچند دلیل اقتصادی از انگیزه‌های ورود آن‌ها به جریان انقلاب بود. ولی این امر دلایل دیگری نیز داشت انگیزه‌ی اصلی ارزشی و دینی که از طریق تقویت می‌شد. (ره‌دار، ۱۳۹۲، ۴۴-۴۵)

تجربه تاریخی نشان می‌دهد که نیروهای اجتماعی فعال در بازارها با هدایت روسا، اصناف و داشتن ارتباط تنگاتنگ با روحانیان، بیش از آنکه بر اثر تضادهای طبقاتی رودروی یکدیگر قرار بگیرند با ایجاد ارتباط مالی و خانوادگی و برپایی محافل بحث و گفتگو، همیشه سعی می‌کردند همبستگی سنتی میان خود و بازار را حفظ و تقویت نمایند. بدین خاطر رژیم پهلوی هیچ‌گاه نتوانست بر خلاف انتظار، موفق به از هم پاشیدگی اجتماعی کاسبکاران، بازاریان و پیشه‌وران گردد. (ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی ایران، ۱۴۹)

جان. دی. استمپل، نیز بازار ایران را دارای یک بافت روابط اجتماعی قدرتمند می‌داند که برای مثال در تهران بیش از ۹ کیلومتر فضای سرپوشیده را داراست، که شامل یک هزار مغازه می‌گردد و سهولت تماس میان کلیه آنها را فراهم می‌آورد. (استمپل، ۷۱-۷۲) تجار و بازاریان در دوره پهلوی نیز جایگاه اجتماعی خود را به مثابه یک شبکه خبری همانند دوره قاجاریه حفظ کرده‌اند. مسجد باعث رابطه نزدیکی میان اصناف، صنعت‌گران و روحانیان می‌شد. مسجد محل طبیعی گردهمایی اصناف بود و در مواقع بروز مشکل، مسجد یا خانه روحانیان و مجتهدین محل اعتصاب و بست نشینی بود. (زاهد، ۱۳۸۱، ۱۳۲)



## مسجد و بازار مهم ترین کانال‌های ارتباطی

مهم‌ترین کانونی که روحانیان از آنجا اعمال قدرت می‌کردند، مساجد است. مسجد در عین اینکه پایگاه و نقطه‌ی اتکایی در برابر حکومت به شمار می‌رفت، محل مورد دسترسی همگان برای رفع و رجوع اختلافات، تبلیغ دین و آموزش نیز به حساب می‌آمد. روحانیان از مساجد، حسینیه‌ها، مراکز متبرکه و بسیاری از مؤسسات و انجمن‌های اسلامی به مثابه کانون تجمع و ابزار خواسته‌های مردم و همچنین بسیج سیاسی آنان به بهترین نحو استفاده می‌کردند. (ازغندی، تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران، ۱۳۲) در کنار نقش تأثیرگذار مساجد، بازار با خصوصیات شرقی خود در حکم قلب اقتصادی شهر و مساجد و مدارس مذهبی در حکم پایگاهی فرهنگی و ایدئولوژیک بوده‌اند. (ازغندی، روابط خارجی ایران، ۱۳۴)

## ارتباط تنگاتنگ مسجد و بازار در ارتباطات سنتی

بازار و مسجد به عنوان دو قلوهای به هم چسبیده قرن‌ها همچون عرصه‌ی بنیادینی در حیات عمومی شهرهای ایران عمل کرده‌اند. آن‌ها در ایران پیش از مدرن دو عرصه‌ی اساسی آمیزش اجتماعی در خارج از روابط خویشاوندی بودند و به همراه شرایطی را به وجود می‌آوردند که ساکنان شهرها به زندگی مشترک خود و اغلب به عنوان پیامد مستقیم آن به اتحادهای سیاسی خودسامان می‌بخشیدند. علاوه بر این مجاورت و همبستگی مسجد و بازار در ساختار شهرهای اسلامی پیوند نزدیکی بین آن‌ها برقرار می‌کرد که بخشی از آن به فضای محصور بازار مربوط می‌شود و به همین سبب آگاهی علما و بازاریان را از فعالیت‌های عمومی یکدیگر افزایش می‌داد. عواطف مذهبی و جهت‌گیری‌های سنتی بازاریان از طریق پیوند آن‌ها با علما موقعیت مکانی مشخصه‌ی جمعی بازار تقویت می‌شد به واسطه‌ی این شبکه‌های شخصی و مشارکت افراد در گردهمایی‌های مختلف طی هفته‌ی اطلاعات، خواسته‌ها و شایعات بازار دهان به دهان می‌شد. (اشرف و بنوعیزی، ۱۱۸-۱۲۵) بسیاری از استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها برای بسیج انقلابی توسط بازاری‌ها و وزیر نظر گروه کوچکی از علمای مبارز طرح ریزی و به انجام می‌رسید. (آبراهامیان، ۱۴۳)

بیشترین پیوند را بتوان بین مراکز ارتباطی مذهبی از قبیل حوزه‌های علمیه، مساجد و تکایا و مجالس و عظم و خطابه با بازار یافت که در طول ادوار مختلف نه تنها سست نشد بلکه مستحکم گردیده است. حتی از نظر جغرافیایی نیز معمولا ترکیب بازار و مسجد و تکیه و حتی مدارس و حوزه‌های علمیه در یک مجموعه قرار داشتند و هنوز در بسیاری از شهرهای ایران می‌توان نشانهای روشن این همزیستی را یافت. (فرقانی، ۱۳۸۲)

سیاست ارتباطی شاه که بر اساس الگوی غربی شکل گرفته بود در تضاد با سنن فرهنگی و مذهبی مردم قرار می‌گرفت، تضادهای دو ساختار ارتباطی متفاوت را مشخص می‌سازد. وسایل ارتباط جمعی فرمایشی شاه در تضاد با عقاید مردم قرار داشت و موجب فعال شدن شکل سنتی ارتباطات می‌شد که ریشه در سنت سیاسی و مذهبی قرار داشت و مسجد کانون فال ارتباطی محسوب می‌شدند. (روان، ۱۳۷۸، ۷۴) از سوی دیگر، نه تنها همبستگی تاریخی و سازمانی مسجد، روحانیان و بازاریان، زمینه‌ساز حضور و مشارکت پیشه‌وران، تجار و کاسب‌کاران در روندهای سیاسی است، بلکه عامل اساسی قدرت آنان را باید همچنین در تداوم قدرت و نقش مالی و اقتصادی بازار جستجو کرد (ازغندی، روابط خارجی، ۱۳۵)

با این حال رژیم پهلوی، در خلال سالیان متمادی، سعی کرد از طریق ساختن خیابان‌ها، مغازه‌ها، مدارس و مؤسسات جدید در فاصله دور از بازار، حتی المقدور قدرت آن را تضعیف کند. با وجودی که قدرت اقتصادی به

طور عمده به بخش جدید منتقل شد. بازاری ها نه دچار ترس شدند و نه تعدادشان تقلیل پیدا کرد. (کدی، ۱۸، ۴۱) در دوران ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷ در نتیجه‌ی گسترش نوسازی و غربی کردن کشور، وضع خرده‌بورژوازی ایران روبه افول رفت و همین خود نفوذ مذهبی روحانیان را بر بازار تشدید می‌کرد. (بشریه، ۱۳۹۲، ۲۱) در واقع، سیاست حکومت نتوانست قدرت و توان شبکه‌ی ارتباطات سنتی بین روحانیان و بازاریان و تاجر را کاهش دهد و در نهایت ارتباط بین مراکز و نهادهای سنتی از جمله بازار، مسجد و روحانیان موجب شد که اجتماعات گوناگون مانند نماز جماعت، آیین‌های عزاداری به‌ویژه در ماه محرم همچنان در این مراکز برپا شده و پیام‌های مذهبی و سیاسی انبوهی به مخاطبان منتقل شود. از غندی می‌گوید: «بازار 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.» (از غندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی، ۱۲۶)

مخبرالسلطنه در کتاب خاطرات و خطرات خود درباری ماجرای کشف حجاب و قیام مسجد گوهرشاد می‌گوید: در خراسان بر سر بی‌حجابی غوغایی شد که تحصن در اطراف بقعه‌ی متبرکه کشید و از استعمال حره‌ی آتش مضایقه نشد و جمعی مقتول شدند.. (هدایت، ۴۰۸)

بازاریان وقتی به ماهیت اصلی کار رضاخان یعنی برقراری تمرکز سیاسی اقتصادی، محو استقلال درونی آن‌ها افزایش کالا و صنعت خارجی و... پی بردند به جرگه مخالفان او پیوستند. بنابراین وقتی رضاخان برای برقراری تجدد شروع به کارکرد، اصناف و بازاریان از جمله گروهایی بودند که در کنار رهبران مذهبی قرار گرفتند و با برنامه‌های او مخالفت کردند. (بهشتی سرشت، ۲۲-۲۳)

دولت برای انجام مدرنیزاسیون و نوسازی کشور، به اقتصاد و درآمدی فراوان نیاز داشت، به همین دلیل با دخالت در اقتصاد و تجارت، تلاش کرد که اقتصاد دولتی را در کشور اجرا نماید، لذا قانون انحصار تجارت خارجی را تدوین و اجرا نمود (نجف زاده، فصلنامه مطالعات سیاسی، ۷۷) همچنین برای کاهش نفوذ تاجر و بازاریان قدرتمند، قانون مالیات بر اصناف را لغو کرد، چرا که اقتصاد وارز کشور را به طور کلی در اختیار داشت و اصناف نیز در کنترلشان بود. (آبراهامیان، ۱۳۹) در این دوره، میزان واردات بر صادرات می‌چربید و درآمدهای دولت نیز چندان چشمگیر نبود. در نتیجه توزیع نشدن درآمدهای مردم و تحمیل مالیات، به ویژه برای ایجاد صنایع جدید و گرانی کالاها، قدرت خرید مردم افت کرد؛ لذا بازار چندان رونقی نداشت. (روزنامه عصر جدید، ۲۶) بنابراین، وقتی رضاخان برای برقراری تجدد شروع به کار کرد، اصناف و بازاریان از جمله گروهایی بودند که در کنار رهبران مذهبی قرار گرفتند و با برنامه‌های غیر بومی او مخالفت کردند.

تجار و بازاریان با بستن مغازه‌ها به حکومت اعتراض می‌کردند و این امر نیز ناشی از نفوذ بالای روحانیان در بین این طبقات بوده است. انگیزه آنان در این باره، بیشتر مذهبی بود و از عواقب آن اینکه ممکن بود، به وضعیت اقتصادی آنان نیز ضربه بزند. هرچند بیشتر اصناف، معنای جمهوری خواهی را همانند معنی مشروطه نمی‌دانستند. (دولت آبادی، ۱۳۶۲، ۳۵۱) در واقع تعطیلی بازار، مسئله‌ای بود که در رویدادهای مختلف تکرار میشد؛ در جریان بلوای نان و کمبود خواروبار در آخر تابستان ۱۳۰۴ ش/۱۹۲۵م، آنان با یورش به سمت مجلس و بستن دکانها گفتند ماشاء را می‌خواهیم و سردار سپه نمی‌خواهیم و سپس با نطق مدرس آرام شدند. (بهار، ۱۳۹۲، ۲۶۵-۲۶۶) در این زمان نمایندگان اصناف و بازاریان که در مجلس حضور داشتند، خالصی زاده را فرستادند تا اعتراض مردم را تسلیم رئیس مجلس کند و اصناف در برابر مجلس بر ضد جمهوریت شعار دادند. (کرونین، ۱۳ و ۱۱۴)

تقویت عقاید مذهبی و اخلاقی و بنیادهایی که می‌تواند در جهت بقای اصول دین اسلام عمل کنند، از کارکردهای اصلی بازار بود. (فلامکی، ۱۳۷۵، ۱۴۳) بنابراین بازار در کنار مسجد و مکتب، از جمله مراکز مذهبی به شمار می‌رفت. این همبستگی در واقع، نقش بسیاری در تحولات و بسیج مردم بازی کرد. تاج الملوک اشاره کرده است که علی‌رغم سختگیری دولت و اینکه مناسک نشانه‌ی عقب ماندگی بود، کسبه و تجار و طبقات عوام مساجد را پر می‌کردند. (آیرو، ۲۴۲، ۱۳۸۰)

### تاثیر بازار و مساجد بر روابط روحانیون و تجار در عصر پهلوی دوم

نقش‌آفرینی بازاریان در قالب ائتلاف بازار- روحانیت، به‌عنوان مهم‌ترین نیروی اجتماعی مؤثر بر تحولات اجتماعی عصر پهلوی دوم، ناشی از دو توانایی و قدرت متمایز در نهاد بازار بود؛ که البته وجود این توانایی‌ها مهم‌ترین توجیه منطقی برای ائتلاف روحانیت با بازار را ارائه می‌دهد. طبقات متوسط حرفه‌ای و غیرمذهبی مخالف شاه به ائتلاف با رهبران روحانی و غیرروحانی بازار- که توانایی بسیج توده‌ها را از طریق شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی داشتند- وابسته بودند (تدا، ۶، ش ۱) (بهار، ۱۲۸، ۱۳۸۲)

منازعه بین اقتصاد سنتی بازار و اقتصاد سرمایه‌داری مدرن ریشه در ائتلاف تاریخی روحانیان با بازاریان در ایران دارد. به عقیده نیکی آر. کدی « اتحادی که از سوی بسیاری از علماء و بازاریان و معدودی از روشنفکران غیرمذهبی شکل گرفت، برای اولین بار قدرت خود را در جریان اعطاء امتیاز خرید، فروش و صادرات توتون و تنباکوی ایران، از سوی شاه به یک تبعه انگلیسی نشان داد. (کدی، ۱۳۷۲، ۶۲) او معتقد است علما می‌خواستند قدرت خودشان را گسترش دهند و اسلام شیعی را با قاطعیت اجرا نمایند و بازاریان می‌خواستند شرایط مطلوبی برای اقتصاد خارجی و وضعیت رقابتی آن را در کشور محدود سازند. (کدی، ۱۳۷۷، ۲۹۷) برخی دیگر نیز اشاره به رابطه خاص اقتصادی و پیوند اجتماعی بین بازار و روحانیت نموده و ادعا می‌کنند که جدا از نارضایتی‌هایی که روحانیت خود از رژیم داشت، صدمه بازاری‌ها هم مزید بر علت شده و دامنه خصومت این دو قشر را با رژیم افزایش می‌دهد. (زیبا کلام، ۱۳۷۲، ۱۲۳) در این خصوص آبراهامیان به پیوند حدود ۹۰۰۰۰ روحانی با بازاری‌های مختلف از طریق روابط خانوادگی و مالی اشاره می‌نماید. (فرهی، ۱۳۷۵، ۱۸۲)

بازار در دوره‌های بحران، شورش و انقلاب، از نیروهای سیاسی سنتی به ویژه روحانیان و رهبران مذهبی حمایت کرده و پیوسته دارای گرایش مذهبی بوده است. در واقع بزرگ‌ترین واحد طرفدار روحانیان، بازاریان هستند. (هالیدی، ۱۳۵۸، ۲۳۰)

اصولاً در دوره‌های که میان روحانیت و حکومت اختلاف عمده ای وجود نداشت، بازار هم مورد بسیج واقع نمی‌شد کما اینکه با تشدید اختلاف‌ها میان روحانیت و دربار در اوایل دهه ۱۳۴۰ یکی از مهم‌ترین نمونه‌های مخالفت بازار و فعالیت سیاسی آن شکل گرفت. توده‌های بازاری مستقیماً و بلا واسطه زیر نفوذ اتحاد بازار و مسجد از یک‌سو و ملهم از معتمدان بازار و سیاست‌پیشگان متنفذ از سوی دیگر، در مبارزات سیاسی شرکت کرده‌اند. (اشرف، ۴۲) در عصر پهلوی دوم فداییان اسلام به‌عنوان یک نیروی وابسته به بازار در مخالفت با دموکراسی غربی و هرگونه وابستگی ایران به غرب پدید آمد و حزب مجاهدین اسلام به رهبری آیت‌الله کاشانی در میان اقشار بازاری نفوذ چشمگیری داشت. به طور کلی چندعامل در تشکل و نظم بازار همواره مؤثر بوده است:

( روابط صنفی بازار: بخشی از تشکل و ارتباطات درون بازار از صنف و روابط صنفی سرچشمه می‌گیرد.

۲) هیأت‌های مذهبی: هیأت‌های مذهبی در بازار ریشه دارند. عامل دور هم جمع شدن، ارتباطات قوی، اتحاد و تأثیرگذاری و حل بسیاری از مسائل و مشکلات همین هیأت‌ها هستند که همواره ارتباط بسیار زیادی بین بازار و هیأت‌ها وجود داشته است.

۳) مراجع تقلید: عامل دیگر تشکل بازار مرجع تقلید بود. تجار و بازاریان همواره سعی می‌کردند تا ارتباط نزدیکی با مراجع داشته باشند؛ چون این نوع ارتباط برای آنان امنیت ایجاد می‌کرد

۴) امور خیریه و عام المنفعه. (توکل، ۱۳۸۱، ۳۹)

از دیدگاه بنوعزیری نیز بازاریان و تجار تأمین‌کننده خرج 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 نظر گاه 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. (رهبری، ۲۱۰)

تجربه تاریخی نشان می‌دهد که نیروهای اجتماعی فعال در بازار با داشتن ارتباط تنگاتنگ با روحانیون، پیش از آنکه بر اثر تضادهای طبقاتی رو در روی یکدیگر قرار گیرند، با ایجاد ارتباط مالی و خانوادگی و برپایی محافل بحث و گفتگو، همیشه سعی می‌کردند همبستگی سنتی میان خود و تجار و بازاریان را حفظ و تقویت نمایند و حتی اگر اختلافی بروز می‌کرد اختلاف خود را با میانجیگری ریش‌سفیدان حل و فصل می‌نمودند. بدین خاطر رژیم هیچ‌گاه نتوانست برخلاف انتظار موفق به ازهم‌پاشیدگی اجتماعی روحانیون با تجار و بازاریان گردد. (رهبری، ۱۳۸۳، ۹۸-۱۰۰)

اشغال نظامی ایران بیشترین فرصت فعالیت مجدد را برای روحانیان فراهم کرد. در سال‌های جنگ، روحانیون موفق شدند تمام امکانات و امتیازات از دست‌داده سال‌های سلطنت رضاشاه را به دست آورند، اکثر روحانیون، 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 برپای دولت ملی و رهایی از قیدو بندهای استعماری شرکت نفت ایران و انگلیس فعالانه مشارکت ورزیدند. (ازغندی، درآمدی بر جامعه‌شناسی ایران، ۱۴۶)

روحانیان و بازاری‌ها، در محل‌ها و در میان مردم بودند؛ یعنی در بین مردم زندگی می‌کردند و مباحث پیرامون حکومت و اعتراض‌های سیاسی اجتماعی علیه دولت در مجامع مهمی مثل مسجد و مدارس و بازار نمایان می‌شد و در مراسم تعزیه و عزاداری خود را نشان می‌داد. (اشرف و بنوعزیری، طبقات اجتماعی در دوره پهلوی، ص ۱۵)

نارضایتی و اعتراض‌های بازاریان پیش مدرن اغلب از بابت مالیات‌های بیش‌ازاندازه، حقوق گمرکی، عوارض راه و... بود اما شکل مطالبات آن‌ها تغییر کرد و مطالبات اجتماعی- اقتصادی و سیاسی جدیدی به خواست‌های سنتی اضافه شد. با اضافه شدن مخالفت با استعمار و استبداد به خواست‌های آن‌ها اقشار نوظهور جدید شهری به‌ویژه روشنفکران نیز به آن‌ها پیوستند. (اشرف و بنوعزیری، طبقات اجتماعی دولت و انقلاب در ایران، ص ۱۵۲)

در دوره‌ی پهلوی دوم بازار همچنان پابرجا و مستقل بود. روحانیان نیز همچنان مؤسسات بزرگ ولی غیرمتمرکزی شامل حدود ۵۶۰۰ مسجد شهری، شمار زیادی موقوفه، چند حسینیه و شش حوزه‌ی علمیه بزرگ

در قم مشهد تبریز اصفهان شیراز یزد را در دست داشتند. در واقع رونق اقتصادی دهه ۱۳۴۰ به سود این بنیادهای مذهبی بود، زیرا به دنبال این رونق بازاریان امکان یافتند هزینه‌ی این حوزه‌ها بزرگ را تأمین کنند (آبراهامیان، ۵۳۲)

گام بعدی دگرگونی در نهادهای اجتماعی بود. باهدف از هم پاشیدن نهادهای سنتی به وسیله دولت همراه بود و در جهت زدودن مظاهر دینی از متن جامعه اسلامی صورت می‌گرفت. بعد از سقوط رضاشاه، محمدرضاشاه گام جدیدی در غرب‌گرایی کشور برداشت. رژیم در تاریخ ۱۶ مهر ۱۳۴۱ ش در جراید با تیتر درشت خبر تصویب لایحه‌ی انجمن‌های ایالتی و ولایتی را منتشر کرد. این لایحه چند موضوع محوری داشت که عبارت بودند از: ۱- حذف شرط مسلمانی برای تصدی بسیاری از پست‌های مملکتی مثل: قضاوت و... بود. به‌علاوه تصریح شده بود در مواردی که طبق قانون، افراد باید سوگند یاد کنند ضرورتی ندارد که مسلمانان، نام قرآن را ذکر کنند، فقط کافی است به کتاب‌های آسمانی سوگند یاد کنند. (خلجی، ۱۳۸۱، ۱۰۲)

زمانی که تلگراف‌های اعتراض‌آمیز مراجع قم به شاه ارسال شد، او در پاسخ به آنان برای نشان دادن بی‌اعتنایی خود نسبت به نقش مراجع تقلید، آنان را به‌عنوان حجت‌الاسلام خطاب کرد و نوشت: ما بیش از هرکس به حفظ شعایر دینی کوشا هستیم... توجه جناب‌عالی را به وضعیت زمانه و تاریخ و همچنین وضع سایر ممالک اسلامی دنیا جلب می‌نماییم. (زهیری، ۲۰۹)

این لایحه از نظر مخالفان مذهبی، نقطه آغاز هجوم شاه به ارزش‌های مذهبی محسوب می‌شد و به فرموده امام خمینی (ره) مقدمه از رسمیت انداختن اسلام بود؛ زیرا اگر در کشوری به‌جای یک مذهب خاص رسمی، مذاهب دیگر نیز رسمیت یابند، کشور به تدریج به سوی غیرمذهبی شدن می‌رود. (بادامچیان، ۱۳۶۲، ۶۸)

رژیم در آغاز امر به تهدید و تبلیغ علیه روحانیت اقدام کرد اما با وجود این قبیل کارها موج قیام هم در قم و هم در تهران و نیز در شهرستان‌ها فزونی یافت. بازارها در قم و تهران و شهرهای دیگر تعطیل شد و مردم در حمایت از اقدامات و اعتراضات علما در مساجد گرد آمدند. تقریباً وضع بازار و شهر غیرعادی بوده است و یک ماه و نیم بعد از آغاز ماجرا دولت عقب‌نشینی کرد و با ارسال پیام مکتوب در ۲۲ آبان درصدد دلجویی از علما و توجیه عملکرد خود برآمد؛ این واکنش‌ها و درخواست‌های شدید الحن روحانیان و پیروان آنان، مبنی بر لغو تصویب‌نامه که در واقع برای رژیم دور از انتظار بود، دولت را مجبور به عقب‌نشینی از مفاد خلاف شرع و غیرقانونی تصویب‌نامه ساخت. (اطلاعات، ۱۷) سرانجام دولت در ۷ آذر ۱۳۴۱ مصوبه قبلی را لغو کرد

تعطیلی بازار در کار غیر سیاسی ترین مردم نیز اختلال ایجاد می نمود 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 بر می داشت، چون در شرایط اختناق، جراید، رادیو و تلویزیون سانسور شده بودند.» (عقیق پور، ۱۳۸۵، ۷) بازاریان و تجار همراه عده‌ای از روحانیون در به قدرت رسیدن دکتر مصدق و نهضت ملی کردن صنعت نفت، در سازمان و گروه‌های سیاسی ضد استبدادی چون جبهه ملی، نهضت مقاومت ملی و نهضت آزادی، هیأت‌های مولفه اسلامی، مشارکت همه جانبه بازاریان و تجار در مخالفت با لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی و نیز حضور در قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ در حمایت از روحانیون و بالاخره نقش بسیار موثر بازاریان از طریق اعتصابات عمومی در تهران و شهرستانها علیه دستگاه حکومتی و نهضت ضد استبدادی در سال‌های ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷ که به استقرار جمهوری اسلامی منجر گردید، نشان می‌دهد که بازار در فاصله بین دو انقلاب در هر اعتراضی علیه دولت نقش داشتند. (ازغندی، درآمدی بر جامعه شناسی ایران، ۱۳۴-۱۵۳)

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 - کنسرسیوم - جانب احتیاط را در پیش گرفت و سعی کرد از رویارویی مستقیم نظامی بپرهیزد. محمدرضا شاه به منظور رهایی تخت و تاج خود به اتخاذ سیاست های اقتصادی جدیدی متوسل گردید و به نخست وزیری دکتر علی امینی و اجرای اصلاحات اجتماعی و عمدتاً ارضی مطمح نظر دولت امریکا رضایت داد. با وجود این بحران طی حدود پانزده ماه صدارت علی امینی ادامه یافت، به ویژه زمانیکه اکثر روحانیون صاحب نام ایران شدیداً به مخالفت با اصلاحات ارضی برخاستند. در سرتاسر سال ۱۳۴۲ 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 روحانیون و بازاریان به وجود آمد که نقطه اوج مقاومت و مخالفت آن در قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ بود (ازغندی، در آمدی بر جامعه شناسی سیاسی، ۱۴۷).

### نقش مساجد و بازار در پیروزی انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی ایران به عنوان یک جنبش اجتماعی، با استفاده از مساجد، فراگیر شد. شبکه مساجد و جلسات مذهبی همانند حلقه واسط میان رهبران انقلاب و مردم انقلابی بودند که وظیفه بسیج مردم را در جهت مخالفت سیاستهای حاکم بر عهده داشتند. (شریف پور، رضا، ۱۳۸۰ ص ۸۳)

در شهر خرمشهر مردم در مسجد اصفهانی ها تجمع کردند و علیه رژیم شعار سر دادند.

در قم نماز تعطیل شد و طلاب در مسجد امام حسن (علیه السلام) تجمع کردند.

در شهرری یک واعظ در مسجد امین آباد در اعتراض به رژیم سخنرانی کرد.

در تهران یک واعظ در مسجد نوری در اعتراض به کشتار قم سخنرانی کرد و روحانیون در منزل شیخ علی اصغر مروارید (قدس سره) تجمع کردند.....

در این اعتراضات آنچه به چشم می خورد واژه های امام خمینی (قدس سره)، مسجد، روحانیون و شهدای ۱۹ دی قم است نقطه عطفی در نهضت مردم ایران است که در ماه های بعد به صورت تصاعدی رشد می کند (روح الله حسینیان، ۱۳۸۵، ص ۱۵۲)

اتحاد بین مساجد و بازارهای شهر در سال ۱۹۶۳ (۱۳۴۱) آغاز و در سال ۱۹۷۷ (۱۳۵۶) کامل شد. در طی این ۱۵ سال موازنه قدرت بین اسلام و ملی گرایان در مخالفت با رژیم، به نفع نیروهای مذهبی تغییر جهت داد. جنبش مذهبی از طریق مساجد تنها زمینه سازمانی مناسب و مطمئنی بود که برای مبارزه علیه رژیم، روستائیان و مردم تهیدست می توانستند زبان آن را درک کنند، مهمتر از همه اینکه، مخالفین مذهبی، رهبری روحانی و کاریزماتیک یعنی آیت الله خمینی (قدس سره) را به عنوان سمبل اتحاد علیه شاه برگزیدند. سریعترین و مطمئن ترین راه برای رساندن پیام از شهری به رهبران شهر دیگر از طریق شبکه مسجد انجام می گرفت که توسط روحانیون رده بالا سازمان می یافت. در طول سال ۱۳۵۶ تظاهرات همزمان در شهرهای مختلف، از همین راه با وسیله پیک و یا برقراری تماس های تلفنی مورد اطمینان، هماهنگ می شدند. در آغاز سال ۱۳۵۵ شبکه مسجد، واسطه ها را حذف کرد و خود به ارسال کاست ها و جزوه هایی که حاوی اصول انقلابی بود، برای ملاهای هوادار، مستقیماً اقدام نمود این نوار ها و جزوه ها در مساجد دست به دست مردم می گشت. بسیاری از این فعالیت ها تا اواخر ۱۹۷۷ که دیگر کاملاً سازمان یافته شده بود بدون سر و صدا پیش می رفت. عجیب این است که دولت هیچ گونه کوششی برای دخالت در شبکه مساجد به عمل نیاورد و آن را تحمل کرد. مساجد هم چنان عامل اصلی بسیج

تجار بازار و یا بازاریان بودند. در جوامع اسلامی، بازار تنها یک سازمان کوچک تجارتي نیست، بلکه دارای یک بافت روابط اجتماعی مهم هست. (استمپل، ۱۳۷۷، ۷۰)

پارسونز در کتاب خود به نام (غرور و سقوط) می گوید: «در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم مواردی اتفاق افتاد که این سه عامل قدرت، یعنی عناصر مذهبی، بازاریها و روشنفکران نیروی خود را روی هم گذاشته با بعضی از اقدامات شاه به مخالفت برخاستند و یا برای رسیدن به هدف واحدی متحد شدند. (پارسونز، ۲۰۲، ۱۳۶۳)

در واقع چون مسجد محل حضور عامه مردم بود. به همین دلیل ذهن عام ترین فرد را متوجه مسائل سیاسی می کردند و از این طریق عقاید مذهبی را به سیاست ربط می دادند.

مساجد قبل از انقلاب تنها پایگاه ارتباط مردم در مبارزات سیاسی بوده، در حالی که پس از انقلاب مساجد محیط حل مشکلات و اختلافات مردم و کانون حمایت از دولت و نهاد های رسمی حکومت شد.» (امیری، ۱۳۷۸، ۱۰۲)

### نقش وقف در پیوند میان روحانیون و تجار

از دیگر مولف های ایجاد پیوند میان بازاریان و تجار و مذهب است. اهمیت عظیم اقتصادی و اجتماعی وقف در توسعه فضای شهرهای اسلامی و تاثیر آن بر نهادهای مذهبی و خدمات عمومی و رفاهی، تامین هزینه های مراسم مذهبی و... نهفته است. در این ارتباط می توان به وقف مغازه ها و حجره ها و مکانهای متعلق به بازار و اخذ مبالغی از حجره داران جهت تامین هزینه های مساجد، مراسم عاشورا، امور خیریه و... اشاره کرد. به طور کلی، موقوفات در خدمت دهی شهرهای اسلامی بسیار موثر هستند. بدیهی است که بخش عمده موقوفات بازار به تأمین هزینه های داخلی بازار اختصاص دارد (روحبخش، رحیم، نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱، ص ۲۰).

## نتیجه گیری

بازاری ها در کلاس های علما که در مساجد و بازار تشکیل میشد شرکت داشتند. بازار پایگاه مالی قدرت روحانیان بود. درآمد روحانی ها از خمس و زکاتی بود که توسط بازاری ها به آنها داده میشد. کسب وجهه و اعتبار بازرگانان باعث شده بود که بخش زیادی از سرمایه در دست تجار باشد و همین خود سبب شد تا احترام زیاد دولت را به خود جلب کنند تا در مواقع لزوم حکومت بتواند از آنها پول قرض کند، بسیاری از اعضای مساجد، بازار، مکتبها، مدارس... تامین مالی انجام می دادند به همین خاطر با علما و روحانیت پیوستگی داشتند و اغلب این پیوند هم از طریق ازدواج محکم میشد. بازار میتوانست به تمام نهادها دسترسی داشته باشد و پیام آنها را به هم برساند و مستقل کند و کنش ارتباطی بین این دو قشر یعنی روحانیون و تجار را برقرار کند. بازار در نهضت ها مخصوصا نهضت ملی شدن صنعت نفت و اتحاد روحانیون و علما در این نهضت نقش به سزایی داشت. بازار در هنگام هم سوئی و کمک به علما تعطیل میشد و این کار آنها باعث میشد که در رسیدن به اهدافشان به آنها کمک کنند، در کنار نقش تاثیر گذار مساجد، بازار ها هم با خصوصیات شرقی خود در حکم قلب اقتصادی شهر و مساجد و مدارس مذهبی در حکم پایگاهی فرهنگی و ایدئولوژیک بوده اند.

عواطف مذهبی و جهت گیری های سنتی بازاریان از طریق پیوند آنها با علما موقعیت مکانی مشخصه ی جمعی بازار تقویت می شد، به واسطه این شبکه های شخصی و شرکت افراد در گردهمایی های مختلف طی هفته اطلاعات و خواسته ها و شایعات بازار دهان به دهان می شد.

بسیاری از استراتژیها و تاکتیک ها برای بسیج انقلابی توسط بازاری ها و زیر نظر گروه کوچکی از علمای مبارز طرح ریزی و به سرانجام می رسید.

ترکیب بازار و مسجد حتی از نظر جغرافیایی نیز در یک مجموعه قرار داشتند و هنوز هم در بسیاری از شهرهای ایران می توان نشانه هایی از این همزیستی را یافت.

تعطیلی بازار نیز معمولا مسئله ای بود که در رویدادهای مختلف تکرار می شد. بازار در دوره های بحران، شورش و انقلاب از نیروهای سیاسی سنتی به ویژه روحانیان و رهبران مذهبی حمایت کرده و پیوسته دارای گرایش مذهبی بوده است. به جرات میتوان گفت اولین و مهم ترین ستون و پشتیبان مردم در انقلابات مساجد و بازارها بوده اند.

## Abstract

Mosques and bazaars have long played a pivotal role in the lives of Muslims and



are considered the foundation of the formation of Islamic civilization. In Iran, mosques and bazaars were formed at the same time with the advent of Islam, and since then it has been one of the most influential institutions in the life of the Iranian people. The importance of the mosque in the field of social and political relations is such that many government decrees were announced and published in the mosques. The hypothesis of the present study is that the mosque and the bazaar had a great role and influence in their relations and all their relations in these places were questioned. The research method in this article is historical (inductive) and the method of collecting documentary and library information. The writing method is also descriptive-analytical. The main findings of the above research indicate that markets and mosques had access to all institutions of power and their message They were quickly transferred and communicated, and the most important centers where the clergy exercised power were the mosques.

Keywords: clerics, traders, Pahlavi, market, mosques

منابع و مأخذ:

- کتاب ها

۱. آبراهامیان، یرواند. ایران بین دو انقلاب. ترجمه احمد گل محمدی و ابراهیم فتاحی. تهران: نشر نی، ۱۳۷۷.
۲. آپتون، جوزف. تحلیلی بر تاریخ معاصر ایران. ترجمه عباسقلی غفاری فرد. تهران: سرا، ۱۳۸۰.
۳. ادوارد پولاک، یاکوب. سفرنامه پولاک. ترجمه کیکاووس جهاننداری. تهران، خوارزمی، ۱۳۶۱.
۴. ازغندی، علیرضا. درآمدی بر جامعه شناسی سیاسی ایران. تهران: انتشارات قومس، ۱۳۸۹.
۵. \_\_\_\_\_ تاریخ تحولات سیاسی - اجتماعی ایران. تهران: انتشارات سمت، ۱۳۷۹.

- اشرف و بنوعیزی. طبقات اجتماعی دولت و انقلاب در ایران. ترجمه سهیلا ترابی فارسانی. تهران: انتشارات نیلوفر، ۱۳۹۳.
۷. امیری، کیومرث، معصومه خالقی چکیده نامه های دکتری و کارشناسی ارشد دانشگاه های جهان درباره امام خمینی و انقلاب اسلامی، بی جا، مرکز باز شناسی اسلام و ایران، ۱۳۷۸
۸. استمپل جان. دی، درون انقلاب ایران، منوچهر شجاعی، تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۷
۹. کدی، نیکی آر، ریشه های انقلاب ایران دکتر عبد الرحیم گواهی، تهران، انتشارات قلم، ۱۳۶۹
۱۰. آنتوان اولیویه، گیوم. سفرنامه اولیویه: تاریخ اجتماعی اقتصادی ایران در دوران آغازین عصر قاجار. ترجمه محمد طاهر میرزا. تصحیح و حواشی غلامرضا ورهرام. تهران: اطلاعات، ۱۳۷۱.
۱۱. آوری، پیتر. تاریخ معاصر ایران. ترجمه محمد رفیع مهرآبادی. تهران، عطائی، ۱۳۶۳.
۱۲. آیرمو، تاج الملوک. خاطرات ملکه مادر. مصاحبه کنندگان ملیحه خسروداد، تورج باتمانقلیچ و علی محمودی. تهران: به آفرین ۱۳۸۰.
۱۳. بادامچیان، اسدالله و علی بنایی، هیئت های مؤتلفه اسلامی. تهران: انتشارات اوج، ۱۳۶۲.
۱۴. باقری، علی. خاطرات ۱۵ خرداد. تهران: انتشارات حوزه هنری، ۱۳۸۸.
۱۵. بشیریه، حسین. جامعه شناسی سیاسی. تهران: نشر فکر، ۱۳۹۴.
۱۶. \_\_\_\_\_ . دیپاچه ای بر جامعه شناسی سیاسی ایران در دوره ی جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر نگاه معاصر، ۱۳۸۱.
۱۷. \_\_\_\_\_ . آموزش دانش سیاسی. مبانی علم سیاست نظری و تاسیسی. تهران: انتشارات نگاه معاصر، ۱۳۹۲.
۱۸. بهار، محمد تقی. تاریخ مختصر احزاب سیاسی ایران یا انقراض قاجاریه. ۲ جلد. تهران: امیرکبیر. ۱۳۹۲.
۱۹. پارسونز، سر آنتونی، غرور و سقوط، دکتر منوچهر راستین، بی جا، انتشارات هفته، ۱۳۶۳
۲۰. جباری، مینا. همیشه بازار. تهران: آگاه، ۱۳۷۹.
۲۱. چستر میلسپو، آرتور. مأموریت آمریکایی ها در ایران. ترجمه حسین ابو ترابیان. تهران: پیام، ۱۳۵۶.
۲۲. خلجی، عباس. اصلاحات آمریکایی و قیام ۱۵ خرداد. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱.
۲۳. **حسینیان**، روح الله، یکسال مبارزه برای سرنگونی رژیم شاه، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۵
۲۴. **شریف پور**، رضا، مسجد و انقلاب اسلامی، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۰ ص ۸۳
۲۵. دولت آبادی، یحیی. حیات یحیی. ۵ جلدی. تهران: فردوسی، ۱۳۶۲.
۲۶. رهبری، مهدی. اقتصاد و انقلاب اسلامی ایران. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۳.
۲۷. \_\_\_\_\_ . درآمدی بر جامعه شناسی سیاسی انقلاب اسلامی ایران. مازندران: انتشارات دانشگاه مازندران، ۱۳۸۴.
۲۸. روحبخش، رحیم. تعامل بازار و روحانیت در لایحه انجمن های ایالتی و ولایتی رفرا ندوم ششم بهممن و تحریم عید. مجموعه مقالات همایش ۱۵ خرداد. تهران: دفتر ادبیات انقلاب اسلامی، ۱۳۸۸.
۲۹. روحبخش، رحیم، نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۱
۳۰. زهیری، علیرضا. عصر پهلوی به روایت اسناد. قم: نشر معارف، ۱۳۷۹.
۳۱. زیباکلام، صادق. مقدمه ای بر انقلاب اسلامی. تهران: روزنه، ۱۳۷۲.

۳۲. سلطان زاده، حسین. بازارهای ایرانی. تهران: امیر کبیر، ۱۳۶۱.
۳۳. صدر، روحانی. پیرامون حادثه خونین ۱۵ خرداد. مبدا نهضت. مجموعه مقالات قیام ۱۵ خرداد. تهران: خانه کتاب، ۱۳۹۲.
۳۴. عاقلی، باقر. نخست وزیران ایران. تهران: جاویدان، ۱۳۷۰.
۳۵. عقیق پور، محمد. نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی. تهران. بی نا. ۱۳۸۵.
۳۶. عیسوی، چارلز. تاریخ اقتصادی ایران. ترجمه یعقوب آژند. تهران، گستره، ۱۳۶۲.
۳۷. فرقانی، محمد مهدی. درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانهها، ۱۳۸۲.
۳۸. فلامکی، منصور. سیری در تجارب مرمت شهری. تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۵.
۳۹. فلور، ویلم. جستارهایی در تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجار. تهران: انتشارات توس. ۱۳۶۵.
۴۰. فوران، جان. مقاومت شکننده. ترجمه احمد تدین. تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۷.
۴۱. کاتوزیان، همایون. مصدق و نبرد قدرت در ایران. ترجمه احمد تدین. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۲.
۴۲. کرونین، استفانی. شکل گیری ایران نوین: دولت و جامعه در دوره رضاشاه. ترجمه مرتضی ثاقب فر. تهران، نشر جامی، ۱۳۸۸.
۴۳. کمالی، مسعود. جامعه مدنی دولت و نوسازی در ایران معاصر. ترجمه کمال پولادی. تهران، نشر باز، ۱۳۸۱.
۴۴. محتشمی، سید علی اکبر. خاطرات سید علی اکبر محتشمی. تهران: حوزه های هنر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۶.
۴۵. مستوفی، عبدالله. شرح زندگی من. ۳ جلد. تهران: انتشارات زوار، ۱۳۸۴.
۴۶. مقصودی، مجتبی. قومیت ها و نقش آنها در تحولات سیاسی سلطنت محمدرضا شاه. تهران: انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۲.
۴۷. مکی، حسین. تاریخ بیست ساله ایران. ۷ جلد. تهران: امیرکبیر، ۱۳۵۸.
۴۸. موثقی، احمد. نوسازی و اصلاحات در ایران از اندیشه تا عمل. تهران: نشر قومس، ۱۳۸۵.
۴۹. نجاتی، غلامرضا. تاریخ سیاسی بیست و پنج ساله ایران. ۲ جلد. تهران، رسا، ۱۳۷۱.
۵۰. نجفی، موسی. اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی. تهران: موسسه مطالعات تاریخ ایران، ۱۳۷۸.
۵۱. هالیدی، فرد. دیکتاتوری و توسعه سرمایه داران در ایران. ترجمه فضل الله نیک آیین. تهران: امیرکبیر، ۱۳۵۸.
۵۲. هدایت، مهدی قلی. خاطرات و خطرات. تهران: زوار، ۱۳۴۴.
۵۳. وثوقی، احمد. داستان زندگی خاطراتی از پنجاه سال تاریخ معاصر ۱۲۹۰-۱۳۴۰ ش. تهران: افست، بی تا

۱. - روزنامه اطلاعات. ۲۳ مرداد ۱۳۵۷. ص ۴.
۲. \_\_\_\_\_ ۳۱ مرداد ۱۳۵۷. ص ۲۸.
۳. \_\_\_\_\_ ۱۱ شهریور ۱۳۵۷. ص ۴.
۴. \_\_\_\_\_ ۱۰ آذرماه ۱۳۴۱. ص ۱۷.
۵. خبرنگار، ش ۱۲. ۲۰ خرداد ۱۳۵۷.
۶. روزنامه کیهان. ش ۵۹۵۹. ۱۵ خرداد ۱۳۴۲. ص ۱۱.
۷. روزنامه عصر جدید. خرداد ۱۳۰۷. ش ۴۹. ص ۲۶.

## مقاله

۱. اسکاچپول، تدا. «دولت رانتیر و اسلام شیعی در انقلاب ایران». ترجمه محمدتقی دلفروز، مطالعات راهبردی. س ۶. ش ۱. بهار ۱۳۸۲. ص ۷۹.
۲. اشرف، احمد. «نظام صنفی و جامعه مدنی». ایران نامه. ش ۵۳. س ۱۴. زمستان ۱۳۷۴. ص ۲۳.
۳. بهشتی سرشت، محسن و اسما صابری. «رویکردی تاریخی به نقش و جایگاه طبقه سستی در وقوع انقلاب اسلامی ایران». پژوهشنامه متین. ش ۴۲. ۱۳۸۸. ص ۷۳.
۴. بهشتی سرشت، محسن و عبدالرفیع رحیمی و مسعود آدینه وند. «جایگاه بازاریان و اصناف در تحولات سیاسی اقتصادی ایران از کودتا رضاخان تا دهه‌ی نخست سلطنت رضاشاه ۱۲۹۹ تا ۱۳۱۰ ش». پژوهش‌های تاریخی. س ۵۱. ش ۲۷. پاییز ۱۳۹۴. ص ۲۰.
۵. توکل، محمد. «بازار سنتی ایران در سه دوره، رکن قدرت، جنگ قدرت، اوج قدرت». چشم انداز ایران. مهر و آبان ۱۳۸۱. ش ۱۶. ص ۳۹.
۶. درویشی، فرهاد و ملیحه رضوانی. «بررسی نقش ائتلاف طبقات اجتماعی در پیروزی انقلاب اسلامی». پژوهشنامه متین. تابستان ۱۳۸۸. ش ۴۳. ص ۸۶-۸۷.
۷. رهدار، احمد. بررسی و نقد تئوری‌های انقلاب اسلامی ایران تئوری تدا اسکاچپول. قم: دفتر نشر معارف، ۱۳۹۲.
۸. روان، شیرمحمد. «روش‌های سنتی ارتباطات و رسانه‌های گروهی مدرن». ترجمه ماریا ناصر. فصلنامه رسانه. س دهم. ش ۴. زمستان ۱۳۷۸. ص ۷۴.
۹. شیخ نوری، محمد امیر و شیدا صابری، نقش طبقات متعدد در جنبش ملی شدن صنعت نفت. سخن تاریخ. ش ۱۸. پاییز و زمستان ۱۳۹۲. ص ۶۴-۶۶.
۱۰. فرهی، فریده. «فروپاشی دولت و انقلاب‌های شهری». فصلنامه راهبرد. ۱۰. تابستان ۱۳۷۵. ص ۱۸۲.
۱۱. نجف زاده، مهدی و مهدی عباس شاهکوه. «پیامدهای ساخت دولت مدرن پهلوی اول بر جامعه شبکه ای ایران». فصلنامه مطالعات سیاسی س پنجم. ش ۲۰. تابستان ۱۳۹۲. ص ۷۷.
۱۲. نیکی آ. کدی. «انقلاب ایران در چشم‌انداز تطبیقی: بررسی تطبیقی انقلاب مشروطیت و انقلاب اسلامی». ترجمه حسینعلی نوزدی. ایران فردا. ۱۲ فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۲. ص ۶۰.
۱۳. نیکی آ. کدی. «مطالعه تطبیقی انقلاب‌های ایران». ترجمه فردین قریشی. پژوهشنامه متین. زمستان ۱۳۷۷. ص ۲.