

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در-

انقلاب اسلامی ایران

روژان حسام قاضی^{۱*}، مهدی اسلامی^۲، سید عبدالله میرغیاثی

(دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۶ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۱)

چکیده

باتوجه به اهمیت نقش بسیج سیاسی بازار در انقلاب ۱۳۵۷ مبنی بر حمایت بی‌شائبه در زمینه‌هایی چون احداث مساجد و تکایا و تأمین مالی روحانیت، هدف از پژوهش پیش‌رو بررسی کنش بازار و بازاریان به عنوان یک نیروی اجتماعی تأثیرگذار در جریان انقلاب اسلامی با روش توصیفی - تبیینی است و تلاش بر این است تا به این پرسش پاسخ داده شود که بسیج سیاسی بازار سنتی چه نقشی در روند کنش جمعی در انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ ایران ایفا کرده است؟ در پاسخ به این پرسش، با تکیه بر نظریه کنش جمعی چارلز تیلی به بررسی نقش بسیج سیاسی تدارکی و تدافعی و تهاجمی بازار بر انقلاب سال ۱۳۵۷ پرداخته و طی یافته‌های پژوهش نقش بازار در بسیج تدارکی در زمینه‌هایی چون احداث مساجد و تکایا و تأمین مالی روحانیت بررسی شد. همچنین در بسیج تهاجمی بازار با بررسی حضور بازار در تشکلهای سیاسی همچون هیئت مؤتلفه اسلامی و در بسیج تدافعی در پیوستن بازاریان به اعتصابات سراسری جهت حمایت از انقلاب سال ۱۳۵۷ به نقش بازار در این انقلاب پرداخته شد.

۱. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد رباط‌کریم، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

rhesam189@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9192-481X>

۲. دانش‌آموخته کارشناس ارشد، گروه علوم سیاسی، واحد رباط‌کریم، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<https://orcid.org/0000-0002-7058-8191>

۳. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

<https://orcid.org/0000-0002-4525-0746>

واژه‌های کلیدی: بسیج تدارکی، بسیج تدافعی، بسیج تهاجمی، بازار سنتی، چارلز تیلی، انقلاب اسلامی ایران.

مقدمه

جامعه ایران در دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ شرایط خاص سیاسی و فرهنگی را تجربه کرد. اقدامات حکومت محمدرضا پهلوی در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی سبب تغییرات گسترده‌ای در جامعه شد. طبقه متوسط جدید و طبقه کارگر صنعتی گسترش یافت. ورشکستگی اقتصاد سنتی، رکود کشاورزی، گسترش ارتباطات در کنار عوامل دیگر مانند تمایل حکومت به غربی‌سازی جامعه و سرکوب مظاهر سنتی و مذهبی و همچنین عدم رشد و نوسازی در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی، حلقه‌های باقی‌مانده پیوند میان حکومت و ساختار اجتماعی را تضعیف کرد که بازار نیز از جمله آن‌ها بود.

شکاف میان گروه‌های حاکم و نیروهای اجتماعی مدرن روزبه‌روز بیشتر می‌شد و اندک پله‌های ارتباطی که در گذشته پیونددهنده نهاد سیاسی با نیروهای اجتماعی سنتی به‌ویژه بازار و مراجع دینی بود ویران شد (آبراهامیان، ۱۳۸۱، ص. ۵۲۵).

بازار از یک سو به‌عنوان تبلور سرمایه‌داری ملی تجاری و خرده‌بورژوازی در کشور، با نفوذ اقتصادی بیگانگان مخالف بود و فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی، بانک‌داری مدرن و رشد سرمایه‌داری کمپرادور را به ضرر خود می‌دید و ازسوی دیگر نمادهای فرهنگی تولیدشده از جانب فرهنگ غرب را کاملاً در ستیز با فرهنگ و سنت حاصل از تفکرات بازار و خرده‌بورژوازی به‌شمار می‌آورد. در کنار این فضای مذهبی - سنتی، ایران پس از خرداد ۱۳۴۲ شاهد ظهور نیروهای سیاسی جدید از جمله مذهبی‌های مدرنی بود که راه‌های جدید را برای مبارزه انتخاب کردند که با شیوه‌های سنتی علما برای مبارزه فرق‌های اساسی داشت. نهضت آزادی از جمله با کمک بسیاری از

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

دانشجویان و فعالان سیاسی ایرانی در اروپای غربی و آمریکا، ظرفیت سازمانی خود را توسعه بخشید. آزادی ذاتاً از نظر ایمان اسلامی با شبکه مسجد پیوند داشت و در دهه ۱۳۵۰ تظاهرات سازمان‌های گوناگونی را که از اسلام حمایت می‌کردند، سازماندهی کرد. بازاری‌ها نقش عمده‌ای در گرداندن حسینیۀ ارشاد داشتند، ساختمان حسینیۀ ارشاد با پول بازاری‌ها ساخته شد و هزینه ماهانۀ آن نیز توسط آن‌ها پرداخت می‌شد (کمالی، ۱۳۸۱، ص. ۱۰۵). بیشتر مجاهدین را فرزندان تجار، بازاریان و روحانیون و دیگر اعضای مذهبی طبقۀ متوسط سنتی تشکیل می‌داد. سازمان مجاهدین در دوران مبارزات خود در دهه ۱۳۵۰ از طرف بازار و سران نهضت آزادی حمایت مالی می‌شد.

در این میان امام خمینی به دلیل معارضة با حکومت، در میان بازاریان مبارز جاذبه یافت و حتی برخی از بازاریان تقلید خود را از سایر مراجع برداشتند و امام را مرجع تقلید خود قرار دادند. از این رو در جریان فرازونشیب قدرت بازار توانست در مقایسه با دیگر گروه‌ها انسجام و هویت خود را حفظ کند. در حفظ این انسجام درونی، داشتن یک ایدئولوژی مبتنی بر شریعت بسیار کارساز بود.

در این پژوهش سعی می‌شود با بررسی سیر تاریخی و توجه به تحولات و عملکردهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بازار و باتوجه به نظریۀ چارلز تیلی درمورد بسیج سیاسی در جریان جنبش انقلابی، نقش بازار در ایجاد شبکه‌های جمعی و مالی مناسب برای بسیج سیاسی در جریان انقلاب اسلامی را مورد بررسی قرار دهیم و با توضیح عملکردهای مختلف بازار نشان دهیم که تحولات و عملکردهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بازار با توجه به نظریۀ چارلز تیلی در بسیج سیاسی جنبش انقلابی، در ایجاد شبکه‌های جمعی و مالی در انقلاب اسلامی چه نقشی را ایفا کرده است.

پیشینه پژوهش

در غالب تحقیقات انجام‌گرفته، نهاد بازار را از زاویه رابطه با روحانیت یا ذیل طبقه متوسط سنتی موردبررسی قرار داده و به‌صورت مستقل به نقش بازار در روند بسیج سیاسی در انقلاب اسلامی نپرداخته‌اند. در پژوهش پیش‌رو هرچند بخشی به پیشینه تاریخی بازار و اقدامات بازار در تاریخ معاصر ایران اختصاص داده شده است، اما تمرکز اصلی تحقیق برکنش‌های بازاریان در آستانه انقلاب اسلامی است که بر روند بسیج سیاسی در انقلاب تأثیرگذار بود.

کتاب جنبش‌های اجتماعی در ایران قرن بیستم: فرهنگ، ایدئولوژی و چارچوب‌های بسیج، نویسنده استفن سی پولسون به بررسی چرخه‌های اعتراض اجتماعی در ایران از ۱۸۹۰ تا عصر حاضر می‌پردازد. این اثر جنبش‌های اجتماعی زیر را پوشش می‌دهد: جنبش تنباکو ۱۸۹۰-۱۸۹۲، انقلاب مشروطه ۱۹۰۶-۱۹۰۹، دو جنبش پس از جنگ جهانی دوم، توده‌ای‌ها و جبهه ملی، اعتراض قم ۱۹۶۳، و انقلاب ۱۹۷۸-۱۹۷۹ ایران. پولسون نشان می‌دهد که چگونه بازیگران مختلف سیاسی ایران برای رسیدن به اهداف خود از شیوه‌های اعتراض منطقه‌ای و تحت تأثیر غرب استفاده کرده‌اند. بنابراین در این پژوهش تمرکز بیشتر بر روی جنبش‌های اعتراضی است که متأثر از موارد مشابه در غرب در ایران اتفاق افتاده، ولی در پژوهش نگارندگان تمرکز بر روی بسیج تدارکی و تدافعی و تهاجمی بازار طی جنبش‌ها و اعتراضات پیش از انقلاب اسلامی بوده است (Poulson, 2006).

صادق حقیقت نویسنده کتاب شش نظریه درباره پیروزی انقلاب اسلامی در این پژوهش با ارائه شش نظریه شامل: نظریه توطئه، مدرنیزاسیون، اقتصاد، مذهب، استبداد سیاسی، نظریه رهبری مذهبی به واکاوی علل انقلاب اسلامی می‌پردازد. نظریه اخیر بر آن است که ضمن نشان دادن نقایص نظریه‌های قبل، به رویکردی جامع‌تر دست یابد.

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

نظریه توطئه بر نوعی بدبینی نسبت به دیگران بنیاد نهاده شده است و نمی‌تواند نظریه‌ای علمی تلقی شود. ازطرف دیگر، مفروضات و مدعیات این نظریه با رخدادها و وقایع انقلاب اسلامی در سطح داخلی و بین‌المللی سازگاری ندارد. نظریه نوسازی نیز هرچه به‌خوبی می‌تواند علل و عوامل کاهش مشروعیت نظام سلطنتی را توضیح دهد، اما در تبیین چرایی پیروزی انقلاب اسلامی ناکام به‌نظر می‌رسد. همین مسئله — یعنی جدا کردن عوامل بحران مشروعیت نظام پیشین از چرایی پیروزی انقلاب اسلامی — زمینه ارائه نظریه ششم را فراهم کرد. ولی در این پژوهش نگارندگان تلاش دارند با تمرکز بر تئوری بسیج سیاسی چارلز تیلی و تأکید بر نقش تدارکاتی بازار در جنبش‌های پیش از انقلاب به بررسی نقش این طبقه در انقلاب بپردازد (Haghighat, 2000).

کتاب *ایران و جهان اسلام: مقاومت و انقلاب*، نوشته پالگریو مک میلان، شامل مجموعه‌ای از فصول مرتبط به هم است که به تحلیل چرایی جنبش‌های انقلابی ایران در میان همه کشورها در قرن گذشته می‌پردازد. محقق بر تغییرات تاریخی مانند تغییر تشیع اثنی‌عشری از ساکت‌گرایی سیاسی به اپوزیسیون انقلابی و نیز عواملی که پیش از این به آن توجه نشده بود، مانند ویژگی چندشهری همه انقلاب‌های مدرن ایران تأکید می‌کند، ولی در تحقیق نگارندگان تأکید اصلی بر چگونگی اپوزیسیون شدن بازار و ارتباط با سایر مخالفان دستگاه سلطنت پهلوی است (Keddie, 1995).

کتاب *پویایی انقلاب ایران: پیروزی و تراژدی پهلوی* تحلیلی قانع‌کننده و ارزیابی‌ای عینی از خاستگاه‌ها و ابعاد انقلاب ۱۹۷۹ ایران ارائه می‌دهد. تبیین‌های پس از انقلاب با تمرکز محدود را مورد ارزیابی مجدد قرار می‌دهد، زیرا سرنوشت خاندان پهلوی را در ضعف‌ها و تضادهای ریشه‌دار و ساختاری در جامعه، اقتصاد و سیاست ایران دنبال می‌کند. این بررسی انتقادی خواننده را به درک عمیق‌تری از تاریخ مدرن ایران و

قدردانی از تأثیر متقابل نیروهایی می‌رساند که در حال حاضر در جمهوری اسلامی کار می‌کنند. همچنین نویسنده تفسیر قانع‌کننده‌ای درمورد وضعیت اسفناک ذاتی دیگر کشورهای جهان سوم که با میراث‌های مشابه و شرایط پیش از انقلاب گرفتار شده‌اند، ارائه می‌کند. بنابراین در این مقاله به بررسی نقاط ضعف ساختار پهلوی از درون می‌پردازد، ولی در مقاله نگارندگان به بررسی نقش طبقاتی چون بازار سنتی و بسیج سیاسی آن در تحولات انقلابی و بررسی آن پرداخته می‌شود و در این بررسی صرفاً ایران و مختصات طبقاتی آن مدنظر است نه تحولات مشابه در منطقه خاورمیانه (Amuzegar, 1991).

نویسندگان مقاله «فعالیت‌های اجتماعی بازاریان در مسیر سازمان‌بخشی به انقلاب اسلامی» در صدد پاسخ‌گویی به این سؤال هستند که اساساً بازاریان به‌لحاظ اجتماعی چه نقش‌هایی را در انقلاب اسلامی ایفا کردند و چگونه این نقش‌ها به تسهیل فرایندهای انقلابی انجامید. نتیجه این‌که بازاریان با بهره‌گیری از نفوذ گسترده خود بر عرصه جامعه مدنی سنتی ایران، موجب اثرگذاری بر کنش انقلابی دیگر کارگزاران انقلاب و بسیج انقلابی مردم شدند. در مقاله حاضر، نگارندگان علاوه بر توجه به تأثیر فعالیت‌های بازار بر گروه‌های اپوزیسیون به بررسی نوع فعالیت‌های بازار در حمایت از اپوزیسیون‌های علیه سیستم سلطنتی پهلوی می‌پردازند (میردار و حسین قزل ایاق، ۱۳۹۹).

نویسندگان مقاله «تحلیل ارتباط بازاریان مشهد، حکومت پهلوی و آستان قدس رضوی در سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷ شمسی»، به دنبال بررسی علت از میان رفتن اتحاد سه قانون بازاریان مشهد، حکومت پهلوی و آستان قدس رضوی در سال‌های ۱۳۵۳ تا انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ در مشهد هستند. طی این پژوهش به بررسی علت

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روزان حسام قاضی و همکاران

از میان رفتن این ائتلاف سه گانه با ورود دو نهاد بسیار قدرتمند در امور بازاریان (شامل مبارزه حکومت با گران فروشی و نداشتن پروانه کسب و بدقولی های دیگر و آستان قدس با تخریب بازار بزرگ و نپرداختن سرقفلی بازاریان) که خود سبب اعتراض بازاری ها طی این سالیان از حکومت شد (رضاپور و ملایی توانی، ۱۳۹۹).

در مقاله «بررسی تحلیل زمینه ها و عوامل تقابل بازاریان با حکومت پهلوی دوم، براساس «مدل بسیج» چارلز تیلی (۱۳۴۰-۱۳۵۷)» پرسش اصلی این است که چه عواملی به مخالفت و کنش جمعی بازاریان علیه حکومت پهلوی منجر شده است؟ فرضیه اصلی این پژوهش، این است و در فرضیه این پژوهش بیان شده که مخالفت و اقدام جمعی بازاریان علیه حکومت پهلوی، از یک سو در قابلیت ها و ویژگی های خاص بازاریان ریشه داشته و از سوی دیگر، نتیجه سیاست ها عملکرد خصومت آمیز حکومت مذکور علیه بازاریان بوده است. بنابراین در این پژوهش تمرکز بر عوامل نارضایتی بازاریان است، ولی در مقاله پیش رو نگارندگان بر بررسی انواع بسیج تدارکی و تدافعی و تهاجمی بازار و نقش آن ها در انقلاب اسلامی تأکید و تمرکز شده است (دهقان نژاد و رستمی، ۱۳۹۶).

مقاله «فعالیت های انقلابی بازاریان طی ماه های دی و بهمن ۱۳۵۷» به این مسئله اشاره دارد که بازار در کنار روحانیت انقلابی یکی از کارگزاران اصلی انقلاب اسلامی بودند. آن ها از ابتدای نهضت عهده دار فعالیت های گسترده ای در مبارزات بودند که می توان به فعالیت هایی همچون حضور در نوفل لوشاتو در کنار رهبر انقلاب، تأسیس کمیته استقبال از امام اشاره کرد. ولی این مقاله به جنبه همکاری و پشتیبانی بازار از روحانیت پرداخته، بلکه تلاش کرده است از رویکردهای دیگری به آن بپردازد (فزلایاق، ۱۳۹۶)

چارچوب مفهومی پژوهش (نظریه کنش جمعی چارلز تیلی)

پیش از پرداختن به نظریه اصلی تیلی در مورد کنش جمعی ابتدا لازم است الگوی مبنایی وی در تحلیل جامعه سیاسی توضیح داده شود.

الگوی سیاسی: پیش از پرداختن به نظریه اصلی تیلی در مورد کنش جمعی ابتدا لازم است الگوی مبنایی وی در تحلیل جامعه سیاسی توضیح داده شود. تیلی این الگو را «الگوی سیاسی» نام می‌نهد که ماهیتی ایستا دارد. پس از آن، وی «الگوی بسیج» را مطرح می‌کند که در واقع توضیح‌دهنده چگونگی کنش جمعی و تغییر در جامعه سیاسی است. عناصر تشکیل‌دهنده الگوی سیاسی عبارت‌اند از: جمعیت، حکومت، یک یا چند مدعی، یک جامعه سیاسی، و یک یا چند ائتلاف. مدعیان قدرت سیاسی را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد، نخست اعضای حکومت، و سپس چالش‌گران حکومت. در واقع رقابت اصلی و منشأ پویایی در الگوی سیاسی ناشی از رقابتی است که میان مدعیان (اعضا و چالش‌گران) جریان دارد تا سهم بیشتری از قدرت حکومتی را در اختیار داشته باشند (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۸۰).

الگوی بسیج: پویایی رقابت میان مدعیان قدرت سیاسی ایجاب می‌کند که برای توضیح دادن تغییرات جامعه سیاسی، به‌ویژه توضیح کنش جمعی هریک از مدعیان، از الگوی دیگری استفاده شود. تیلی برای توضیح کنش جمعی از الگوی بسیج استفاده می‌کند. عناصر این الگو عبارت‌اند از: منافع، سازمان، بسیج، فرصت، و کنش جمعی. منافع، مجموعه امتیازات و محرومیت‌های مشترکی است که ممکن است در اثر تعاملات مختلف با دیگر جمعیت‌ها بر جمعیت موردبحث وارد آید (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۸۴). از نظر تیلی، عناصر شکل‌دهنده فرصت را می‌توان به سه بخش تقسیم کرد: الف) فرصت/تهدید (رابطه منابع و منافع با وضعیت محیطی)؛ ب) سرکوب/تسهیل (هزینه و منابع مصرفی عمل جمعی)؛ و ج) قدرت (بازده عمل جمعی).

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

فرضیه اصلی در کار تیلی، رابطه میان «بسیج» و «کنش جمعی» است؛ بدین معنی که هرچه میزان بسیج در یک جمعیت یا سازمان مطبوع یک مدعی بیشتر باشد، میزان کنش جمعی آن بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر، قدرت آن افزایش می‌یابد، منابعی که هزینه می‌کند، کم‌تر می‌شود، و در نهایت منافعی که به دست می‌آورد بیشتر می‌شود. اما در این میان متغیرها و عوامل دیگری نیز هستند که بر میزان بسیج و کنش جمعی تأثیر دارند که تیلی سعی دارد در قالب نظریه جامعی تمامی فرایندی را که به کنش جمعی منتهی می‌شود توضیح دهد. به عقیده وی، «عناصر عمده تعیین‌کننده بسیج یک گروه، سازمان آن، منافع آن در تعاملات ممکن با دیگر مدعیان، فرصت/ تهدید کنونی آن تعاملات و در معرض سرکوب بودن گروه هستند» (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۸۵). درواقع، الگوی بسیج تیلی میزان کنش جمعی یک مدعی را برآیندی از قدرت، بسیج و فرصت‌های کنونی و تهدیدات متوجه منافع آن گروه می‌داند. در ادامه، تعاریف مشخص‌تری درمورد هریک از عناصر اصلی مدل بسیج ارائه می‌شود.

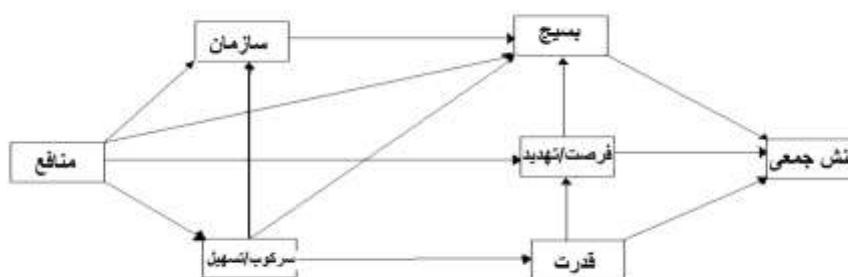
متغیرهای این الگو که درباره هر گروه مدعی به‌طور جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند، عبارت‌اند از:

- منافع: امتیازات و محرومیت‌های مشترکی که ممکن است در اثر تعاملات مختلف با دیگر جمعیت‌ها حاصل شود.

- سازمان: میزان هویت مشترک و نظام وحدت‌بخش افراد در درون یک جمعیت است و به‌عنوان فرایند افزایش هویت مشترک محسوب می‌شود (می‌توان کاهش هویت مشترک یا افول نظام وحدت‌بخش را سازمان‌پاشی نامید). هرچه اعضای گروه از هویتی یکپارچه‌تر برخوردار باشند و ساختارهایی که آنان را متحد می‌کند مستحکم‌تر باشد، آن گروه سازمان‌یافته‌تر محسوب می‌شود؛

- بسیج منابع: کوشش برای دستیابی به هر نوع منبعی که گروه مدعی برای پیش‌برد عمل جمعی خود ضروری بداند (می‌توان کاهش آن را بسیج‌زدایی نامید)؛
- عمل جمعی (کنش گروهی): با هم عمل کردن در تعقیب علایق مشترک، به عبارت دیگر، عمل مشترک یک گروه مدعی در پی دستیابی به اهداف مشترک عمل جمعی خوانده می‌شود؛
- فرصت/تهدید: فرصت رابطه میان منافع جمعیت و وضع کنونی جهان اطراف است (تیلی، ۱۳۸۵، صص. ۸۳-۸۴).

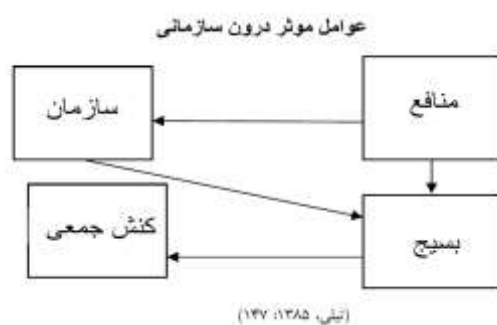
تیلی مدل بسیج سیاسی خود را به صورت نمودار ۱ نشان می‌دهد.



نمودار ۱. مدل مفهومی بسیج سیاسی چارلز تیلی

ج) مدل سیاسی: بخش اول شامل سه متغیر منافع، سازمان، و بسیج است که تیلی آن‌ها را عناصر درون‌گروهی مؤثر بر کنش جمعی می‌داند و نمودار ۲ نمایانگر این بخش از مدل است.

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روزان حسام قاضی و همکاران



نمودار ۲. مدل سیاسی چارلز تیلی

منافع: منافع، امتیازها و دستاوردهایی مشترکی است که در نتیجه کنش متقابل یک جمعیت با جمعیت دیگر عاید اعضای آن جمعیت می‌شود (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۸۳). تیلی پیش از ارائه تعریف خود درباره «منافع» یک گروه به بررسی دو نظر رایج در این خصوص می‌پردازد. نخست تحلیلی براساس الگوی رایج مارکسیستی که اذعان می‌دارد که منافع یک گروه برآمده از موقعیت ساختاری آن گروه در جامعه است و درواقع، منشأ آن عینی است. درنتیجه، از منظر نخست منافع یک گروه را می‌توان از تحلیل کلی ارتباطات میان منافع و موقعیت‌های اجتماعی استنباط کرد و از منظر دوم منافع یک گروه از اظهارات و کنش‌های کنشگران آن گروه قابل استنتاج است (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۹۲).

سازمان: تیلی در تعریف از سازمان، بر دو محور عمده اشاره می‌کند: میزان هویت مشترک و ساختار وحدت‌بخش. وی برای توضیح این دو مفهوم از بحث روابط دسته‌ای و روابط شبکه‌ای بهره می‌گیرد. ترکیب روابط دسته‌ای و شبکه‌ای به پیدایش گروه منجر می‌شود. درنتیجه به اعتقاد تیلی «هرقدر که یک گروه از هویت مشترک و شبکه‌های داخلی وسیع‌تری برخوردار باشد، سازمان‌یافته‌تر است» (همان، ص. ۹۵). به بیان دیگر، سازمان برآیند روابط دسته‌ای و شبکه‌ای مداوم در یک جمعیت است.

انواع منابع

- منابع اجبارآمیز مانند سلاح، نیروهای مسلح و فناوری‌های کنترل‌کننده: این منابع ابزار تنبیه دیگر انسان‌ها و محدود ساختن بدیل‌های قابل‌دسترس برای آن‌هاست؛

- منابع فایده‌مند مانند کالا و خدمات اطلاع‌رسانی و پول: منابعی هستند که انسان‌ها دستیابی به آن‌ها را حق خود می‌دانند؛

- منابع هنجاری مانند وفاداری‌ها و تکالیف: یعنی تعهدات اعضایی از جمعیت در قبال دیگر اعضای گروه، خود گروه و آرمان‌های آن (تیلی، ۱۳۸۵، ص. ۱۰۵).

انواع بسیج: بسیج منابع به این معناست که سازمان‌ها و گروه‌ها تلاش می‌کنند منابع فوق را هرچه بیشتر در اختیار خود بگیرند. انواع بسیج از نظر تیلی عبارت‌اند از:

- بسیج تدافعی: که تهدیدی از خارج، اعضای گروه را وامی‌دارد که منابع خود را برای جنگ با دشمن گرد هم آورند تا منافع خود را حفظ کنند. نمونه‌های این نوع بسیج شورش‌های مربوط به غذا، شورش‌های مالیاتی، تهاجم به کشتزارها، مقاومت در برابر لوایح قانونی است؛

- بسیج تهاجمی: اغلب از بالا به پایین است که سازمان در واکنش به فرصت‌های پیش‌آمده به جمع‌آوری منابع می‌پردازد تا به منافع جدیدی دست یابد. نمونه بسیج تهاجمی، موفقیت مؤسسه کاتولیک اوکانل در گسترش اجباری حقوق کاتولیک‌های انگلیسی و ایرلندی است؛

- بسیج تدارکی: که بدون شک بیش از دیگران دارای خصلت از بالا به پایین است که سازمان با پیش‌بینی فرصت‌ها و تهدیدهای آینده به انباشت و ذخیره‌سازی منابع می‌پردازد. نمونه این نوع بسیج، اتحادیه‌های کارگری در قرن نوزدهم اروپا بودند که برای ایام سختی صندوق پولی را تدارک دیده بودند (تیلی، ۱۳۸۵، صص. ۱۱۱-۱۱۳).

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

تفاوت اساسی میان بسیج تهاجمی و تدافعی وجود دارد. ثروت و قدرت اولیه یک جمعیت به شکل قابل ملاحظه‌ای بر احتمال این که بسیج آن تدافعی یا تهاجمی باشد، تأثیر می‌گذارد.

زمینه‌های سیاسی و اجتماعی اعتراض و حضور بازار در انقلاب ۱۳۵۷

درمورد شرایط سیاسی ایران قبل از انقلاب ۱۳۵۷ دو دیدگاه متفاوت وجود داشت. در دیدگاه نخست، عده‌ای اعتقاد دارند که شرایط سرکوب و اختناق، فقدان دموکراسی و حکومت مردم‌سالار و تسلط استبدادی باعث بروز نارضایتی‌های عمومی و افزایش تمایلات توده‌ای نسبت به ایدئولوژی‌های رهایی‌بخش است؛ دیدگاه دوم این که، برخی اعتقاد دارند که کاهش اجبار و فشار و تضعیف دستگاه‌های سرکوبگر، موجب بروز شرایط انقلابی شده است. البته می‌توان گفت ترکیب هر دو مورد می‌تواند در بروز شرایط انقلابی در ایران صادق باشد. در این خصوص در کتاب *مقدمه‌ای بر انقلاب اسلامی* آمده است: «پس از سیاست‌های سرکوبگرانه، هرگاه دستگاه سرکوب تضعیف و فضای سیاسی مساعدی فراهم می‌شد و مردم می‌توانستند به طور نسبی نفس بکشند ناآرامی‌های سیاسی مانند آتش زیر خاکستر راهی به بیرون می‌یافت و نارضایتی‌ها بروز می‌کرد» (زیباکلام، ۱۳۷۲، ص. ۲۴).

همچنین هم‌زمان با به وجود آمدن گروه‌های مختلف مبارزه، محمدرضا پهلوی همچنان در مسیر استبداد و سرکوب بیشتر پیش می‌رفت. در حوزه سیاسی، همراه با بحران و تورمی که از سال ۱۳۵۲ آغاز شده بود و به مراحل خطرناکی می‌رسید، دولت به سمت رژیم توتالیتار و مداخله‌گر سوق می‌یافت. درواقع بود یا نبود مشارکت سیاسی و نیز تنوع و فعالانه یا منفعلانه بودن آن به لحاظ نظری با پیدایش و تداوم نوع خاصی از رژیم سیاسی پیوستگی دارد (سیف‌زاده، ۱۳۷۳).

در دهه ۱۹۷۰، درآمدهای نفتی افزایش یافت، اقتصاد به سرعت اما به طور نابرابر توسعه یافت و مداخله گسترده دولت نیروهای بازار را تضعیف کرد و انباشت سرمایه را سیاسی کرد. سرکوب سیستماتیک کارگران، کمک به طبقه بالا و حمله به مخالفان سکولار و مذهبی نشان داد که دولت در خدمت منافع گروه‌های خاصی است. زمانی که دولت سعی کرد با اعمال کنترل قیمت بر بازاریان (بازرگانان، مغازه‌داران، و صنعتگران) تورم بالا را کنترل کند، از سویی اعتراضات آن‌ها دولت را به انجام اصلاحات مجبور کرد و فرصتی را برای کارگران صنعتی، کارگران یقه سفید، روشنفکران و روحانیون و بازاریان فراهم کرد تا بسیج شوند (Parsa, 1898). همچنین روزنامه‌هایی که در نظارت دولت بودند از ضرورت ریشه‌کن کردن بازار و احداث بزرگراه‌هایی از میان مراکز قدیمی شهر، از بین بردن حجره‌های پوسیده و جایگزین کردن سوپرمارکت‌های کارآمد به جای قصابی‌ها، بقالی‌ها و نانوايي‌های قدیمی و ایجاد فروشگاه‌های دولتی به سبک کاونت گاردن‌های لندن سخن به میان آوردند. بعدها مغازه‌داری به یک روزنامه‌نگار فرانسوی می‌گوید که بازار باور کرده است که شاه و بورژوازی نفتی می‌خواهد کسبه خرده‌پا را لگدمال کنند. شخص دیگری پنهانی به یک روزنامه‌نگار آمریکایی می‌گوید اگر شاه را به حال خود بگذارند آن‌ها را از بین خواهد برد و بانک‌ها روزه‌روز قدرتمندتر می‌شوند (آبراهامیان، ۱۳۸۱، صص. ۵۴۴-۵۴۵).

از سویی بایستی این مسئله را مدنظر داشت که بازار همچون موضوع و مصداق نهادی سنتی قابلیت‌های مثبت مدرن شدن را در خود داشت، ولی توسعه تحمیلی و مدرنیزاسیون از بالا نه تنها قادر به درک این توان بالقوه نبوده که حتی با اتخاذ سیاست‌های نادرست آن را به نیرویی در مقابل مدرنیته‌ای ریشه‌دار بدل کرده است و همیشه بازار ضمن ارائه شرح کوتاهی از رابطه سنت و مدرنیته باتوجه به نقش نهادهای سنتی‌اش در مقام مبارزه با مدرنیته تحمیلی دولت و در برابر سیاست‌های دولت که در

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

اعتقادات جامعه ریشه نداشت، قرار گرفت (جباری، ۱۳۷۹). بنابراین علمای سنتی وابسته به حکومت و علمای شیعه — به سبب حمایت بازاریان از آن‌ها — مستقل از آن معرفی شده‌اند و هیئت‌های مذهبی، مجالس سخنرانی، و نمازهای یومیه مهم‌ترین ابزارهای اجتماعی هم‌بستگی بازار دانسته شده است و بازاریان در اتحاد با علما به عنوان نیروی محرک یا عنصر مهمی در همه جنبش‌های سیاسی و اجتماعی در تاریخ معاصر ایران ظاهر شدند (احمد اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۸).

به این ترتیب دولت پهلوی نه تنها از طبقات متوسط سنتی و جدید، بلکه از طبقات مسلط جامعه نیز دور شده و فاصله گرفته بود. بنابراین علل شرکت فعال بازار به عنوان یکی از سازمان‌های اصلی انقلاب در ستون فقرات آن در کنار روحانیت عبارت است از:

۱. بازار هنجارهای فرهنگی و سیاسی حکومت را قبول نداشت و به مظاهر بی‌بندوباری و غربی‌گرایی آن واکنش نشان می‌داد؛

۲. بازار با روحانیت پیوند عمیقی داشت. بازاریان مانند روحانیت سنتی ایران حکومت غیرمعصوم را غیرشرعی می‌دانستند. غیرشرعی دانستن حکومت و افکاری همچون حلال شدن کالاها در صورت پرداخت خمس و زکات سبب شد بازار به طرق مختلف از پرداخت مالیات طفره رود و از سوی دیگر تنها به روحانیت رده بالا خمس و زکات دهد تا خرید و فروش اموال حکم شرعی یابد. دنباله‌روی از علما در اندیشه تأسیس حکومت شرعی نیز از عوامل شرکت بازاریان در انقلاب اسلامی است.

۳. پیش‌بینی بازار از روند اصلاحات اقتصادی سبب ورود بازار به جریان انقلاب شد. تصور بازار بر این بود که هدف رژیم از اصلاحات، پراکندن بازاری‌ها و جلوگیری از اتحاد آن‌هاست و این امر با اقدامات و سخنان شاه نیز تقویت می‌شد. مسائلی مانند

کشیدن اتوبان از بازار مرکزی، به وجود آمدن پاساژها و مراکز خرید مدرن، آمدن مغازه‌ها به کنار خیابان‌ها و خارج شدن از فضای بازار از جمله این اقدامات بود.

بازاریان می‌دانستند که شاید در اثر افزایش ارتباطات بین‌المللی و افزایش واردات در کوتاه‌مدت سود ببرند، اما در درازمدت باید از صحنه حذف شوند و یکی از دلایل چنین تفکری حمایت بی‌دریغ حکومت از بورژوازی نوظهور صنعتی بود که به جای تجارت، بیشتر سرمایه خود را صرف صنعت می‌کرد. هرچند که این طبقه نیز در سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۵۶ نتوانست متحد و حامی شاه باقی بماند (شامبیاتی، ۱۳۷۶، ص. ۲۳۵). به علل نامبرده، اصناف بازار در انقلاب سال ۱۳۵۷ نقش عمده‌ای داشتند، درواقع بازار و مسجد از یک سو و مدرسه و دانشگاه از دیگر سوی، ستون فقرات انقلاب را تشکیل دادند.

از سال ۱۳۵۶ سه گروه از سران اصناف و معتمدان بازار وارد صحنه سیاسی و مبارزات ضددولتی شدند:

۱. هواداران امام خمینی که غالباً از وابستگان هیئت‌های مؤتلفه بودند، و برخی از آنان پس از آزادی از زندان با بسیج بازاریان، شروع به مبارزه کردند از جمله اسدالله لاجوردی و حبیب‌الله عسکراولادی.

۲. گروه دیگر عده‌ای از اصناف هوادار نهضت آزادی و مهندس بازرگان و آیت‌الله طالقانی بودند.

۳. گروه سوم اتحادیه بازرگانان و اصناف و پیشه‌وران بازار تهران، وابسته به جبهه ملی بودند که به رهبری افرادی مانند حاج قاسم لباسچی وارد مبارزه شدند. این گروه‌ها عملاً قیام تبریز را براه انداختند و در بستن بازارها در ۱۵ خرداد ۱۳۵۷ (مراسم بزرگداشت) موفق بودند.

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

درواقع بازار محل و پایگاه شروع حرکت‌های انقلابی در سال ۱۳۵۷ بود و به‌عنوان یک نهاد قدرتمند و یکپارچه در تلاطم‌های اجتماعی حضور داشت. از علما و مذهب برای به‌گوش رساندن صدای خود کمک گرفت؛ هزینه دوره تلاطم را برعهده گرفت و تا تحقق نتیجه دلخواه بسیج خود را ادامه دارد (عتیق‌پور، ۱۳۵۸، ص. ۹۷). اولین حرکت و تعیین‌کننده‌ترین آن توسط بازار، تعطیلی یکپارچه آن بود که خود مانند موجی، دیگر اقشار جامعه را مطلع و به حرکت درمی‌آورد.

بسیج سیاسی تهاجمی و تدافعی بازار سنتی در انقلاب ۱۳۵۷

عناصر بین‌الذهانی استقلال‌خواهی و استبدادستیزی موجود در فرهنگ سیاسی ایرانیان و به‌خصوص بازاریان، به‌عنوان سنتی‌ترین قشر اجتماعی ایران از یک‌سو و تحقیرهای محمدرضاشاه نسبت به بازاریان و اتخاذ و اجرای سیاست‌های ضدبازاری از سوی دیگر بدان منجر شد که آن‌ها در خود محرومیتی احساس کنند که حاصل بی‌توجهی رژیم نسبت به انتظارات و توانایی‌های این قشر سنتی در قبال مذهب و سنت بود. آن‌ها نه تنها به حمایت مالی و اقتصادی از مبارزان برخاستند و به طرق و انواع مختلف از انقلابیون پشتیبانی مالی کردند، بلکه در تهییج و تحریک اقشار مختلف مردم برای شرکت در تظاهرات و راهپیمایی‌ها و نیز در تهیه و تکثیر اطلاعیه‌ها با روحانیت همکاری و مشارکت داشتند (عابدی اردکانی و پور قیمومی، ۱۳۹۵). بنابراین در اینجا به بررسی اجمالی برخی نیروهای سیاسی در ایران قبل از انقلاب ۱۳۵۷ و بسیج تدافعی و تهاجمی بازار در آن می‌پردازیم.

فدائیان اسلام: فدائیان اسلام با هدف مبارزه با تمام اشکال بی‌دینی ایجاد شده بود و در نخستین اقدام خود احمد کسروی، نویسنده مشهور غیرمذهبی را کشت. فدائیان اسلام از آیت‌الله کاشانی حمایت می‌کردند و او را در سازماندهی اعتصابات بازاریان

یاری کردند. البته فدائیان اسلام و گروه آیت‌الله کاشانی هم از نظر ترکیب اجتماعی و هم از نظر برداشت‌های ایدئولوژیکی تفاوت‌هایی داشتند. درحالی‌که گروه کاشانی را بیشتر اقشار طبقه متوسط سنتی کشور پشتیبانی می‌کردند. اعضای اندک فدائیان اسلام از میان جوانان دارای مشاغل پایین بازار تهران بودند. بنابراین هر دو گروه دارای پایگاه اجتماعی وابسته به بازار (بسیج تدافعی) بودند، منتها گروه اول به رده‌های بالای بازار بیشتر متکی بود و با تجار بازار پیوند داشت. همچنین حزب ملل اسلامی که در دهه ۱۳۳۰ به‌وجود آمد از حمایت اقشار بازاری برخوردار بوده و در میان کسبه بازار نفوذ داشت. اما قبل از آن‌که بتواند اقدام جدی و مهمی انجام دهد، پرونده‌اش بسته شد، زیرا طی سال‌های ۱۳۴۸ و ۱۳۴۹ عملاً بیشتر اعضای آن دستگیر شدند (امیری، ۱۳۸۶، ص. ۸۹).

جبهه ملی: جبهه ملی ایران از زمان تأسیس و در دوره مصدق پایگاه بازاری قدرتمندی داشته است. به‌طوری‌که قاسم لباسچی از بازاریان عضو جبهه ملی در خاطراتش اشاره دارد که بازار را در پشتیبانی از مصدق حدود پنجاه بار تعطیل کرده‌اند. حتی پس از کودتا بازاریان به پشتیبانی از مصدق علیه رژیم به کودتا ادامه دادند، به‌طوری‌که بعد از اعتصاب بازاری‌ها در حمایت از دکتر مصدق در ۲۱ آبان ۱۳۳۲، دولت قصد داشت سقف بازار تهران را ویران سازد. در آخر بازاری‌ها قول دادند که پس از آن در جنبش‌های اعتراضی شرکت نکنند و بدون اجازه دولت مغازه‌های خود را تعطیل نکنند و دولت نیز در مقابل از قصد خود منصرف شد (و درواقع بازار بسیج سیاسی تدافعی را سامان می‌داد). علاوه‌براین، برای مجازات بازاریان مسیرهای خطوط اتوبوسرانی در تهران چنان تغییر داده شد که فقط یک خط اتوبوس به منطقه بازار رفت‌وآمد کند. اما بازاریان وفادار به مصدق حامیان اصلی نهضت مقاومت ملی بودند که در قالب کمیته بازار که سازمان‌دهندگان اصلی آن ازجمله حاج حسن شمشیری، حاج

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روزان حسام قاضی و همکاران

محمود مانیان و ... بودند. یورش‌های پی‌درپی و بازداشت بیشتر رهبران و فعالان نهضت مقاومت ملی در تهران و شهرستان‌ها به وسیله ساواک تازه تأسیس نهضت را به تدریج تضعیف کرد، به طوری که از سال ۱۳۳۶ تا تشکیل جبهه ملی دوم فعالیت آن محدود به صدور اعلامیه‌های مختلف بود. در واقع تا قبل از اینکه دانشگاه به یک بازوی محرک تبدیل شود این بازار بود که حرکت‌های سیاسی را انجام می‌داد (صابری و شیخ نوری، ۱۳۹۱).

۳. انجمن حجتیه: به دنبال یأس و ناامیدی حاصل از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ یکی از فعالان کانون نشر حقایق اسلامی مشهد که قبل از کودتا هر روز برنامه سخنرانی در رادیو مشهد داشت به نام شیخ محمود ذاکرزاده تولائی معروف به شیخ محمود حلبی مبارزه با رژیم پهلوی را بیهوده دانست و در نتیجه از در سازش با رژیم درآمد و با این تشخیص که مبارزه با بهائیت ارجحیت دارد انجمنی به نام انجمن خیریه حجتیه مهدویه تأسیس کرد که برخی از اعضای هیئت مؤسس آن از تجار و بازاریان بودند (باقی، ۱۳۶۳، ص. ۲۶۰).

آنچه از روابط انجمن و عملکرد آن مشهود است ارتباط نزدیک و تنگاتنگ انجمن با قشر متمول اجتماع به خصوص برخی از تجار بازار بیانگر وجود پایگاه اجتماعی در میان بازاریان و سرمایه‌داران (در بسیج تدافعی) است.

۴. هیئت‌های مؤتلفه اسلامی: ریشه این گروه را می‌توان در گروه فدائیان اسلام دانست که پیش از آن در دوره نهضت ملی فعال بودند. در سال ۱۳۴۲ سه هیئت اسلامی فعال و حامی آیت‌الله خمینی در بازار تهران به یکدیگر پیوستند و هیئت‌های مؤتلفه اسلامی را به وجود آوردند. سه هیئت فوق‌الذکر هیئت مسجد امین‌الدوله، مسجد شیخ علی و هیئت اصفهانی‌ها بودند. اعضای هر سه هیئت از میان بازاریان بودند.

در جریان اعتراضات علما به لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی اعضای هیئت مؤتلفه در آن زمان که به عنوان هیئت‌های اسلامی فعالیت می‌کردند علاوه بر تکثیر و توزیع

اعلامیه‌های مراجع در مبارزه علیه لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی، در اقدامی ابتکاری، اعلامیه‌ای تحت عنوان اعلامیه اصناف تهران تهیه کردند و به اهتمام احمد قدیریان و حاج حسین مهدیان به امضای سران هجده صنف و برخی بازاریان رساندند که محتوای آن در حمایت و پشتیبانی از مبارزه روحانیت علیه هیئت حاکمه (و بسیج تهاجمی بازاریان) بود.

در ادامه اعتراضات مراسمی در مسجد ارگ تهران برگزار و قرار شد تجمع بزرگی با شرکت بازاریان تهران در مسجد سید عزیزالله تهران و هم‌زمان از سوی بازاریان شیراز در مسجد وکیل، بازاریان مشهد در مسجد گوهرشاد و بازاریان قم در مسجد امام و همچنین تجمع مشابهی در یکی از مساجد تبریز برای لغو نهایی لایحه در پوشش مراسم دعا برگزار شود و مقرر شد بزرگ‌ترین مراسم آذر ۱۳۴۱ در مسجد حاج سید عزیزالله بازار تهران برگزار شود (امیری، ۱۳۸۶، ص. ۴۸).

در خاطرات توکلی بینا از اعضای مؤتلفه اسلامی نیز نقل شده است:

در پی صدور اعلامیه استنصار و یاری طلبیدن امام، جمع بسیاری از بازاریان بازار حضرتی تهران در بازار مولوی که بسیار معروف و دارای نفوذ بودند، با هدایت اعضای مؤتلفه به قم آمده، پس از زیارت حرم حضرت معصومه سلام‌الله‌علیها طی یک راهپیمایی به دیدار امام رفتند. این گروه ضمن حمل پارچه‌نوشته‌ای با مضمون تجار و کسبه بازار حضرتی تهران برای پشتیبانی از مراجع عظام بالاخص حضرت آیت‌الله‌العظمی خمینی به قم آورده بودند، به‌طرف بیت امام حرکت کردند و حمایت خود را از ایشان اعلام کردند (توکلی بینا، ۱۳۸۴، ص. ۳۰).

در ۱۹ دی‌ماه ۱۳۴۱ یعنی ۳۹ روز پس از اعلام خبر لغو تصویب‌نامه انتخابات انجمن‌های ایالتی و ولایتی، شاه برنامه رفرم (اصلاحات) خود را با نام اصول شش‌گانه انقلاب سفید اعلام کرد و به رفراندوم (همه‌پرسی) گذاشت. این انتخابات نیز مورد

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

مخالفت آیت‌الله خمینی قرار گرفت. اعضای هیئت مسجد شیخ علی که بعدها به‌عنوان مؤتلفه نامیده شدند، در مبارزه علیه رفراندوم (همه‌پرسی) اصول شش‌گانه (۶ بهمن ۱۳۴۱) نیز بار دیگر اعلامیه‌ای صادر، و طی ۹ بند زوایا و ماهیت اصول شش‌گانه انقلاب سفید از منظر مراجع را شفاف‌سازی کردند. هدف از این اقدام تشریح دیدگاه‌های مراجع برای توده‌های مذهبی به زبان ساده و فهم‌پذیر بود. گفتنی است که هیئت مسجد شیخ علی اعلامیه‌ها را با نام شورای مسلمانان متحد صادر می‌کرد که این امر بیانگر تجربه مبارزاتی آن‌ها بود و به‌منظور رد گم کردن انجام می‌شد تا دستگاه‌های امنیتی آنان را شناسایی نکنند.

بسیج تدارکی بازار سنتی در ایران قبل از انقلاب ۱۳۵۷

طی سال‌های ۱۳۳۶ تا ۱۳۳۸ اعضای مؤتلفه که صرفاً هدفشان پرداختن به امور عام‌المنفعه بود، کمی بعد با شکل‌گیری مبارزات امام در دههٔ چهل این هیئت‌ها نیز مانند بسیاری از گروه‌های دیگر فعالیت‌های سیاسی خود را آغاز کردند و در آستانهٔ قضیهٔ رفراندوم شاه که امام در سخنرانی معروف «استنصار» اعلام کردند: «چون اساس اسلام، چون عظمت اسلام و چون عزت مسلمین در معرض خطر است، به یاری دین خدا برخیزید» (کیمیا فر، ۱۳۹۱، ص. ۷۱). این سخنرانی و استمدادها باعث ایجاد نوعی نگرانی برای قشر مذهبی شد.

به دنبال این نوع بحث‌ها صندوقی تهیه شد که در گوشهٔ اتاق گذاشته می‌شد و هرکس به میزان توان خود در هفته پولی را در آن می‌انداخت، ولی هیچ‌کس حق گفتن میزان مبلغ خود را نداشت و به‌طور هفتگی این وجوه خدمت امام به قم برده می‌شد. ازسویی دیگر با ورود اینان به عرصهٔ سیاست و مبارزه قرار شد تا شرکت و مؤسسهٔ خیریهٔ مؤید نیز فعالیت خود را ادامه دهد و هرکجا که مغایرتی با فعالیت‌های

سیاسی به وجود آمد، هر کدامشان را که با احساس و اهداف اینان در تضاد باشد آن را کنار بگذارد و حذف شود تا کار در مسیر عظمت اسلام و عزت مسلمانان پیش رود. مدتی بعد با پیگیری اعضا، امام نیز به آنان نظرش جلب شد و از هیئت‌های دینی دعوت کردند، و هیئت مؤید نیز لبیک گفت. امام وقتی که کار برای محرومان و مستضعفان را از روزهای اول نهضت و در کنار فعالیت‌های مذهبی و سیاسی لازم دانستند، این دسته را نیز برای شرکت در امور سیاسی تشویق کردند (کیمیافر، ۱۳۹۱، ص. ۷۹).

امام در طرح‌ریزی‌هایشان، نه بازاریان بزرگ که بازاریان خرده‌پا را گروه هدف (جهت بسیج تدارکی) قرار دادند. بازاریان بزرگ در کل نقش پشتیبانی‌کننده داشتند و در امور حساس وارد نمی‌شدند. به واسطه همین مسئله برای اولین بار ابتکار عمل سیاسی را در بازار، بازاریان خرده‌پا در دست گرفتند که به واسطه فقدان سرمایه‌های کلان قدرت ریسک‌پذیری بیشتری داشتند و در چاپ و پخش اعلامیه‌ها، راه‌اندازی دسته‌جات برای اعلام اعتراض و در صورت لزوم بستن و مدیریت تحصن بازار فعال بودند. توکلی بینا در خاطرات خود می‌گوید: «امام خمینی در مواقعی برای ارتباط با علما و مراجع تقلید از برادران بازاری عضو جمعیت مؤتلفه اسلامی استفاده می‌کرد. کما این‌که هرگاه ضرورت ایجاب می‌کرد امام بنده را به مشهد می‌فرستاد» (توکلی بینا، ۱۳۸۴، ص. ۴۴).

بادامچیان در خاطراتش (جهت اشاره به بسیج تدارکی بازار) می‌گوید: اعضای مؤتلفه اسلامی برای کمک به مردم فقیر و خانواده‌های زندانیان و در پوشش این اقدامات برای فعالیت‌های سیاسی خود با همراهی دوستان خود در بازار، دست به ابتکار عمل زد و با تشکیل تعاونی‌های محلی، مایحتاج اولیه هر محله را تأمین نمودند. به این منظور کمیته‌های مخفی تشکیل شد و کمیته رسیدگی

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

به امور زندانیان که به خانواده‌های زندانیان سیاسی کمک می‌کرد، کمیته رسیدگی به امور اعتصاب‌کنندگان که مشکل آنان را بررسی و رفع می‌کرد و به شاگردها، دلال‌ها، باربرها، و کارگرانی که درآمد آن‌ها از دستمزد روزانه بود و اعتصاب‌ها آن‌ها را بیکار کرده بود، کمک مالی می‌کرد. همین کمیته، حقوق کارمندان و کارگران اعتصابی و دولتی مانند شرکت نفت و روزنامه کیهان را می‌پرداخت (بادامچیان، ۱۳۸۵).

هیئت‌های مؤتلفه اسلامی جهت توسعه فرهنگ بانکداری بدون ربا در جامعه، صندوق‌های قرض‌الحسنه را تأسیس کردند. از جمله آن‌ها صندوق ذخیره جاوید در مسجد لرزاده بود.

همچنین هیئت‌های مؤتلفه اسلامی (در بسیج تدارکی) با درآمد حاصل از صندوق‌ها، به خانواده‌های زندانیان سیاسی و تبعیدشدگان کمک می‌کردند و در ماه‌های قبل از پیروزی انقلاب نیز با درآمد حاصل از آن‌ها حقوق کارکنان ادارات و شرکت‌هایی مانند شرکت نفت را که در اعتصاب به سر می‌بردند پرداخت می‌کردند. برخی از افراد تشکیل‌دهنده صندوق در بازار فعال بودند لذا در سال ۱۳۵۱ در سرای رحیمیه بازار محلی را به صندوق اختصاص دادند (امیری، ۱۳۸۶، ص. ۱۲۱).

ضدیت بازار با رژیم پهلوی دوم و حضور همه‌جانبه در انقلاب اسلامی، حاوی مجموعه علل و دلایل تاریخی، مذهبی، سیاسی و اقتصادی بود.

جان فوران نقش اساسی برای بازاریان در پیروزی انقلاب قائل است. وی بازاریان را ستون فقرات جنبش طرفدار امام خمینی می‌پندارد. به اعتقاد او بازاریان در مقابل عملکرد ضدبازاری رژیم، شبکه‌های اطلاعاتی، نظام بانکی، گروه‌های بحث و مناظره دینی و سنت‌های هم‌بستگی اجتماعی خاص خود را تقویت کردند. آن‌ها نقش عظیمی

در تأمین منابع مالی و تشکیلاتی انقلاب داشتند و پرشورترین طرفداران امام خمینی بودند (فوران، ۱۳۷۸، صص. ۵۵۴-۵۶۸).

نیکو کدی در کتاب *ریشه‌های انقلاب ایران* درباره سیاست‌های اشتباه شاه علیه بازاریان نوشته است:

رژیم پهلوی در طول سالیان متمادی سعی کرد که از طریق ساختن خیابان‌ها، مغازه‌ها، مدارس و مؤسسات جدید در فاصله‌ای دور از بازار حتی‌المقدور آن را تضعیف کند، همچنین از کارهای دیگر رژیم کنترل توزیع کالا و مبارزه علیه گران‌فروشان سودجو و ... بالأخره محدود کردن اعتبارات کم‌بهره دولتی درمورد بازاری‌ها بود (کدی، ۱۳۶۹، ص. ۳۶۲).

در دوره پس از کودتا، شاه در مقابل بازار سیاستی را پیش گرفت. بدین صورت که سعی کرد نقش سیاسی بازار را با فشار بر بازار کم‌رنگ کند، اما به دنبال بحران اقتصادی ۱۳۳۹ و روی کار آمدن امینی و کاهش فشار سیاسی دوباره شاهد قدرت‌گیری سازمان‌های بازار جبهه ملی هستیم.

بازاریان در قیام خرداد ۱۳۴۲ نیز مانند تمامی جنبش‌های عمده مخالف دولت پیش از آن دست بالا را داشتند. به‌گونه‌ای که از ۵۷۹ نفر دستگیرشده در این قیام اگر شاگردان مغازه را هم جزو بازاریان به حساب آوریم ۳۲۲ نفر یعنی ۵۵/۶ درصد از کل دستگیرشدگان بازاری بوده‌اند (معدل، ۱۳۸۲، ص. ۱۳۹).

سه عامل درمورد بازار به‌عنوان یک نیروی اجتماعی تعیین‌کننده صدق می‌کرد (که می‌توانست بازار را به‌عنوان بسیج تدارکی مطرح کند) و بازار را در مقابل حرکت حکومت پهلوی مبنی بر حذف بازار، قدرتمند کند و به یک نیروی مقاوم و تعیین‌کننده در انقلاب ۱۳۵۷ بدل سازد. اول آن‌که بازار یک نیروی اجتماعی مستقل بود. به‌عبارت دیگر به‌عنوان یک رکن جامعه مدنی سنتی، دارای استقلال نسبی از دولت بود.

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روزان حسام قاضی و همکاران

استقلال مالی و اقتصادی آن باعث می‌شد که بتواند تعدیل‌کننده قدرت دولت و تأثیرگذار بر آن باشد. موضع‌گیری بازار در جنبش‌ها و حرکت‌های سیاسی و نقش تعیین‌کننده آن به‌عنوان تعطیل‌کننده روند روزمره و عادی زندگی اجتماعی یکی از مسائل موردتوجه می‌تواند باشد. بنابراین بازار به‌عنوان یک نیروی تأثیرگذار بر دولت دومین عامل را در خود داشت. حتی شاه در یک سخنرانی بر این امر که دخالت در امور بازار یک ریسک است، تصریح کرد و سومین عامل این که بازار تنها نیروی اجتماعی در جامعه ماست که به حیطة عمومی در جامعه دسترسی دارد. مساجد و منابر و محل‌های برگزاری مراسم مذهبی از مهم‌ترین ابزار بسیج توده و تأثیرگذار بر قدرت دولت بودند که بازار به‌آسانی به آن دسترسی داشت و بر آن تأثیر می‌گذاشت. آنچه که این اثر را عمیق‌تر و قوی‌تر می‌کند، در واقع اتحاد بازار و روحانیت است. ارتباط دوجانبه بازار و روحانیت همیشه باعث قدرت طرفین شده است. بازار ضمن کمک و ایجاد ارتباط مالی با روحانیون (بسیج تدارکی)، مشروعیت و اعتبار خود را بالا برد و درواقع از سرمایه مذهبی برای بازتولید خود استفاده می‌کرد.

در جریان انقلاب یکی از مؤثرترین نیروها، حاشیه‌نشین‌های شهری و مهاجران بودند که به‌شدت از لحاظ اقتصادی در مضیقه بودند و درواقع هیچ چیزی برای از دست دادن نداشتند. این دسته از تظاهرکنندگان از طریق بازار حمایت و پشتیبانی مالی می‌شدند. ایجاد فروشگاه‌های اسلامی با قیمت نازل و توزیع سوخت و مواد غذایی رایگان از جمله این موارد بود. در کنار حمایت مالی از روحانیت و ایجاد فضای مناسب جهت تظاهرکنندگان و حمایت از تظاهرکنندگان، شرکت در اعتراضات، کمک مالی به اعتصابیون (در بسیج تدارکی) و ... نیز بر عهده بازار بود.

نتیجه

طی دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ شرایط سیاسی و ویژگی‌های ساختار سیاسی کشور، مانند تمرکز قدرت در دست حکومت، ناسیونالیسم، سکولاریسم، پیروی از سیاست‌های آمریکا، غرب‌گرایی و ... موجب شد که بازار در کنار سایر گروه‌های اجتماعی و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین آن‌ها، متأثر از این شرایط و زمینه ورود بازار به صحنه سیاسی فراهم شود.

بین‌المللی شدن تجارت در رشد ارتباطات موجب ایجاد شرایط جدیدی برای گسترش فعالیت اقتصادی بازاری‌ها شد و از طرف دیگر نقش دولت را در حمایت از تولیدات داخلی و بازار تعیین‌کننده ساخت. این حمایت از جانب دولت صورت نگرفت و حتی برخلاف منافع بازاریان اقداماتی از جانب دولت صورت می‌گرفت، مانند عدم حمایت از بازاریان در مقابل کالاهای وارداتی، حمایت از بورژوازی کمپرادور و تقویت آن، حمایت از رده‌های بسیار بالا و ثروتمند بازار که در هیئت بورژوازی صنعتی، دست‌پرونده خود حکومت بودند. به‌دست گرفتن اتاق‌های اصناف و انحصار حزب رستاخیز در این زمینه، معرفی کردن بازار به‌عنوان مسئول تورم و گرانی و ... زمینه‌های بروز نارضایتی‌های اقتصادی تمام اقشار بازار را فراهم کرد. این نارضایتی در کنار مدرنیزاسیون و سنت‌ستیزی حکومت پهلوی و عدم توسعه ساختار سیاسی نه‌تنها طبقات متوسط سنتی، بلکه طبقات متوسط جدید و حتی طبقات مسلط جامعه را نیز از دولت دور کرد، چراکه شاه با درآمدهای سرشار نفت و ثبات و گسترش بوروکراسی و نهادهای سرکوب‌گر، نسبت به طبقات مسلط مانند صاحبان صنایع، ملاکان و ... احساس بی‌نیازی می‌کرد.

یکی از نکات بسیار مهم این است که بازار علی‌رغم فشار سیاسی و اقتصادی، در اثر افزایش ارتباطات بین‌المللی و افزایش واردات، در کوتاه‌مدت سود زیادی می‌برد، به

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

خصوص در رونق اقتصادی دهه ۱۳۴۰، با افزایش درآمد بازاریان و فعال شدن بسیاری از تجار در امر واردات بازار این امکان را یافت از این افزایش درآمد به سود بنیادهای مذهبی و حوزه‌ها و کمک به روحانیون درمورد بسیج تدارکی استفاده کند.

در نیمه‌های دهه ۱۳۵۰ کمک بازاریان در تأمین مؤسسات دینی از جانب آنان سبب شد که برای نخستین بار روحانیانی به‌طور منظم به محلات فقیرنشین شهرها و روستاهای دورافتاده اعزام شوند؛ روستاییانی که به‌واسطه اصلاحات ارضی شاه، مانند دوران گذشته خود را در تقابل با ارباب نمی‌دیدند. این نفوذ از طریق مغازه‌داران کوچک و فروشندگان دوره‌گرد تا دورترین روستاها نیز امکان‌پذیر بود.

در جریان بحران اقتصادی که از سال ۱۳۵۴ آغاز و تا سال ۱۳۵۶ ادامه یافت، درآمد نفت کاهش یافت و دولت با عدم تأمین بودجه در جهت برآوردن انتظارات روبه‌رشد، در جریان حل این بحران، سرمایه‌داری صنعتی و رده‌های بالای اقتصادی از شاه هیچ حمایتی نکرد، بلکه با خارج ساختن سرمایه‌ها، تعطیلی کارخانه و بیکاری کارگران به‌صورت مضاعف بر دامنه بحران افزود، چرا که اولین حرکت شاه، یورش به سرمایه‌داران و بعضی از تجار عمده بود و در صدد بود که این گروه را به‌عنوان مسئول بحران و تورم و گرانی معرفی کند. اما با عدم موفقیت در این امر به سراغ بازار رفت و با سیاست‌هایی چون تحمیل قیمت‌ها، انحلال اصناف و فشار بر تجار خرده‌پا بر سخنان خود مبنی بر حذف بازار در جامعه موردنظرش در آینده صحه گذاشت. بنابراین بازاریان با ورود به تشکلهای سیاسی همچون هیئت مؤتلفه و..... تلاش کردند با بسیج تهاجمی به تلاش خود در وقوع انقلاب سال ۱۳۵۷ در کنار بسیج تدارکی و بسیج تدافعی صحه گذارند.

بنابراین نتایج حاصل از مباحث پژوهش در سه حوزه بسیج تدافعی، بسیج تهاجمی، و بسیج تدارکی بازار این گونه تشریح می‌شود:

در بسیج تدافعی بازار با توجه به فعل و انفعالاتی که در اثر تورم و بحران اقتصادی در سال‌های ۱۳۵۴ به بعد در ایران اتفاق افتاده بود و اندیشه شاه برای کنترل این تورم و در نتیجه روشی را که شاه برای مبارزه با گران‌فروشی در سطح شهر و بازار به کار گرفته بود، زمینه‌ای شد تا این که بازاریان برای فاصله گرفتن و فرار از چنین وضعیتی از حالت منفعل به حالت فعال بدل شوند و عزمی جدی در جهت مبارزه با رژیم پهلوی داشته باشند و با اتکا به روحانیت و مقبولیتی که در سطح عمومی جامعه داشتند در صدد جذب توده‌ها در این مبارزه برآیند و خود را از این شرایط رها کنند.

در بحث بسیج تهاجمی، تمایل حکومت به غربی‌سازی جامعه و سرکوب مظاهر سنتی و مذهبی و همچنین عدم رشد و نوسازی در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، حلقه‌های باقی‌مانده پیوند میان حکومت و ساختار اجتماعی را تضعیف کرد که بازار نیز از جمله آن‌ها بود. در نتیجه شکاف میان گروه‌های حاکم و نیروهای اجتماعی مدرن روز بروز بیشتر شد و پله‌های ارتباطی اندکی که در گذشته پیونددهنده نهاد سیاسی با نیروهای اجتماعی سنتی به‌ویژه بازار و مراجع دینی بود ویران شد. به این ترتیب دولت پهلوی نه تنها از طبقات متوسط سنتی و جدید، بلکه از طبقات مسلط جامعه نیز دور شده و فاصله گرفته بود. طبقه متوسط سنتی تحت فشارهای دولت بیش از سایر طبقات، امکان بسیج انقلابی را داشت، چراکه پیوند محکمی با مساجد و دستگاه‌های مذهبی داشت و این دو یکدیگر را حمایت می‌کردند. در واقع بازار، محل و پایگاه شروع حرکت‌های انقلابی در سال ۱۳۵۷ بود و به عنوان یک نهاد قدرتمند و یکپارچه در تلاطم‌های اجتماعی حضور داشت. از علما و مذهب برای به گوش رساندن صدای

جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران

خود کمک گرفت و درنهایت بازاریان توانستند با حمایت روحانیون، احزاب و هیئت‌های مذهبی را تشکیل دهند و باتکیه بر همین احزاب متشکله گامی بلند در جهت مبارزه با رژیم پهلوی بردارند.

در بسیج تدارکی بازار باید گفت که روحانیت و بازار در زمان پهلوی به ترتیب ارکان سیاسی و ارکان قدرت مالی را در اختیار داشتند و دارای یک استقلال نسبی بودند. حکومت پهلوی خواهان گسترش صنعت و حضور سرمایه خارجی بود که این عامل باعث تضعیف شدن بازار می‌شد. ازطرفی به‌دست گرفتن اداره اوقاف توسط دولت پهلوی باعث قطع شدن منبع ملی روحانیون و در نتیجه سبب وابستگی مالی آن‌ها به بازار شد. ناگفته نماند این‌که شاه از بازار هراس داشت و باتکیه بر درآمد دلارهای نفتی، خود را بی‌نیاز می‌دانست و این امر فاصله بین بازاریان و روحانیون با دولت پهلوی را بیشتر کرد. در این میان بازار به تدریج با توجه به سیاست‌های اقتصادی دولت پهلوی توانست خود را با این سیاست‌های اقتصادی هماهنگ کند و مانع تضعیف خود شود.

این روابط خصمانه بازاریان و روحانیت با دولت پهلوی روزه‌روز بیشتر شد تا این‌که در راستای حمایت‌های مالی‌ای که بازاریان از حاشیه‌نشینان شهرها و مهاجران که به‌عنوان دیگر نیروهای مؤثر در حرکت انقلابی بودند و همچنین روحانیت که بیش از ۸۰ درصد تأمین مالی آن‌ها توسط بازاریان بود، زمینه‌ای شد تا بازار از روحانیت به‌عنوان تریبونی برای رساندن حرف خود به گوش مردم استفاده کند و توانست با ایجاد شبکه‌های جمعی و مالی مناسب در جهت یک حرکت انقلابی عظیم گام مهمی بردارد که نتیجه آن بسیج سیاسی گسترده و همه‌جانبه علیه حکومت پهلوی در جهت بیرون راندن آن بود که به پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ ایران انجامید.

منابع

- آبراهامیان، ی. (۱۳۸۱). *ایران بین دو انقلاب*. ترجمه احمد گل محمدی، م. ا. فتاحی و لیلی. تهران: نشر نی.
- اشرف، ا. و بنوعزیزی، ع. (۱۳۸۸). *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*. ترجمه س. ترابی فارسانی. تهران: نیلوفر.
- امیری، ح. (۱۳۸۶). *تاریخ شفاهی هیئت‌های مؤتلفه اسلامی*. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- بادامچیان، ا. (۱۳۸۵). *آشنایی با جمعیت مؤتلفه اسلامی*. تهران: اندیشه ناب.
- باقی، ع. (۱۳۶۳). *در شناخت حزب قاعدین زمان*. تهران: دانش اسلامی.
- پورقیومی، ح.، و عابدی‌اردکانی، م. (۱۳۹۵). *نقش بازار در پیروزی انقلاب اسلامی ایران (با تأکید بر بازار تهران)*. تهران: مؤسسه اندیشه کامیاب ایرانیان.
- توکلی بینا، ا. (۱۳۸۴). *خاطرات ابوالفضل توکلی بینا*. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- تیلی، چ. (۱۳۸۵). *از بسیج تا انقلاب*. ترجمه علی مرشدی‌زاد. تهران: پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.
- جباری، م. (۱۳۷۹). *همیشه بازار*. تهران: آگاه.
- حسین قزل‌ایاق، ا. (۱۳۹۶). *فعالیت‌های انقلابی بازاریان طی ماه‌های دی و بهمن ۱۳۵۷*. *تاریخ‌نامه انقلاب*، ۸۵-۱۱۳.
- رضاپور، ه.، و ملایی توانی، ع. ر. (۱۳۹۹). *تحلیل ارتباط بازاریان مشهد، حکومت پهلوی و آستان قدس رضوی در سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷*. *تاریخ‌نامه انقلاب*، صص ۲۳-۴۹.
- زیباکلام، ص. (۱۳۷۲). *مقدمه‌ای بر انقلاب اسلامی*. تهران: روزنه.
- سیف‌زاده، ح. (۱۳۷۳). *تحول از مشارکت منفعلانه به مشارکت فعالانه*. *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران*، ۳۲، ۱۶۵-۱۹۳.
- شامبیاتی، ه. (۱۳۷۶). *مخالفت با دولت تحصیلدار*. ترجمه ع. شکاری. فصلنامه ۱۵ خرداد، ۲۸، ۲۳۵-۲۵۵.

- جایگاه بسیج تدارکی، تدافعی و تهاجمی بازار در ... ————— روژان حسام قاضی و همکاران
- صابری، ش.، و شیخ نوری، م.ا. (۱۳۹۱). بازار و نهضت ملی شدن صنعت نفت. پژوهش‌های تاریخی (دانشکده ادبیات و علوم انسانی - دانشگاه اصفهان)، ۳ (۱۵)، ۱-۱۲.
- عتیق‌پور، م. (۱۳۵۸). نقش بازار و بازاری‌ها در انقلاب اسلامی. تهران: کیهان.
- فوران، ج. (۱۳۷۸). مقاومت شکننده، تاریخ تحولات اجتماعی ایران. ترجمه ا. تدین. تهران: رسا.
- کدی، نیکی، آر (۱۳۶۹). ریشه‌های انقلاب ایران. ترجمه ع. گواهی. تهران: قلم.
- کمالی، م. (۱۳۸۱). دو انقلاب ایران (مدرنیته، جامعه مدنی، مبارزه طبقاتی). تهران: نشر دیگر.
- کیمیافر، م. (۱۳۹۱). خاطرات حبیب‌الله عسکر اولادی. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- معدل، م. (۱۳۸۲). طبقه، سیاست و ایدئولوژی در انقلاب ایران. ترجمه م. سالار کسرای. تهران: نشر باز.
- میردار، م.، و حسین قزل‌ایاق، ا. (۱۳۹۹). فعالیت‌های اجتماعی بازاریان در مسیر سازمان‌بخشی به انقلاب اسلامی. تحقیقات تاریخ اجتماعی، ۲، ۲۳۵-۲۵۵، 10.30465/shc.2021.23901.1857.
- Amuzegar, J. (1991). *Dynamics of the Iranian Revolution: The Pahlavis' Triumph and Tragedy*. New York: SUNY Press
- Haghighat, S. S. (2000). *Six Theories about the Islamic Revolution's Victory*. Tehran, Alhoda.
- Nikki, R. K. (1995). *Iran and the Muslim World: Resistance and Revolution*. Macmillan, London, and New York: NYU Press
- Parsa, M. (1898). *Social Origins of the Iranian Revolution*. London: Rutgers University Press
- Poulson, S. C. (2006). *Social Movements in Twentieth-century Iran: Culture, Ideology, and Mobilizing Frameworks*. New York: Lexington Books.

The position of logistical, defensive and offensive market mobilization in the Islamic Revolution of Iran

Rozhan Hesam Ghazi^{*۱}, Mehdi Eslami^۲, Seyed Abdullah Mirghiasi^۳

Received: 07/03/2022 Accepted: 02/08/2022

Abstract

Considering the importance of the political mobilization of the bazaar in the 1957 revolution based on the unquestionable support that it provided in areas such as the construction of mosques and takayas and financing of the clergy, the purpose of the upcoming research is to investigate the action of the bazaar and the bazaar people as an influential social force during the Islamic revolution with a descriptive-explanatory method. and tries to answer the question that what role did the political mobilization of the traditional market play in the process of collective action in the 1957 Iranian Islamic Revolution? In response to this question, based on Charles Tilly's theory of collective action, the role of the market's logistical, defensive and offensive political mobilization on the revolution of 1957 is discussed, and according to the findings of the research, considering the role of the market in logistical mobilization in areas such as the construction of mosques and takaya and The financing of the clergy was discussed, and also in the offensive mobilization of the bazaar by examining the presence of the bazaar in political organizations such as the Islamic Federation and in the defensive mobilization in the joining of the bazaars to the nationwide strikes to support the 1957 revolution, the role of the bazaar in this revolution is discussed.

Keywords: Procurement Mobilization; Defensive Mobilization; Offensive Mobilization; Traditional Market; Charles Tilley; Islamic revolution of Iran.

^۱Assistant Professor, Department of Political Science, Robat Karim Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author) /rhesam189@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9192-481X>

^۲Master of Political Science, Robat Karim Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
<https://orcid.org/0000-0002-7058-8191>

^۳ Assistant Professor, Department of Political Science, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran
<https://orcid.org/0000-0002-4525-0746>