فصلنامه «پژوهش‌های انقلاب اسلامی»
انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران
سال نهم، پاییز ۱۳۹۹، شماره ۳۴
صفحات ۲۷۶ ـ ۲۵۱

Islamic Revolution Researches
Scientific Association of Islamic Revolution In Iran
Vol. 9, Autumn 2020, No 34

جریان شناسی سیاسی تشکل های وابسته به بازارسنتی در جمهوری اسلامی ایران؛ روند گذشته و وضعیت حال

یونس کسلخه[۱]
مسعود مطلبی[۲]
رحمت الله امیراحمدی[۳]

چکیده

تاریخ سیاسی -اجتماعی ایران معاصر شاهد ظهور و نقش آفرینی جریان ها، گروهها، نهادها و تشکل هایی سیاسی - اجتماعی چندی می باشد. هر یک از جریان ها، گروهها و تشکل ها بنابر مقتضیات زمان و بسترهای فکری، اجتماعی و اقتصادی خود روابط متفاوتی با ساخت سیاسی برقرار نموده و در تحولات و پویش‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی رقابت و مشارکت داشته‌اند. یکی از این نهادها و گروهها، نهاد بازار سنتی و بازاریان می باشد. در نوشتار توصیفی—تحلیلی حاضر با بهره گیری از رویکرد جامعه شناسی تاریخی به جریان شناسی سیاسی تشکل های وابسته به بازارسنتی در تحولات سیاسی - اجتماعی جمهوری اسلامی ایران پرداخته شده است. نتایج و یافته ها نشان می دهد بازار سنتی به عنوان بخشی از جریان راست سنتی دیروز و اصول گرایی امروز با بهره گیری از احزاب و تشکل های سیاسی همچون «حزب مؤتلفه اسلامی»، «جامعه اسلامی بازار و اصناف» و ابزارهای اقتصادی چون «اتاق بازرگانی» و «صندوق های قرض الحسنه» و حتی «کمیته امداد» به ساخت قدرت و مدیریت سیاسی ورود یافته و جایگاه سیاسی خویش را در مقایسه با قبل از پیروزی انقلاب اسلامی ارتقاء بخشد و از یک جریان سیاسی مخالف نظام به جریان مدیر و حامی نظام سیاسی تبدیل شود.

واژگان کلیدی

جریان شناسی سیاسی، بازار سنتی، ساخت قدرت سیاسی، حزب مؤتلفه اسلامی، اتاق بازرگانی، صندوق های قرض الحسنه، کمیته امداد امام خمینی(ره).

---

* دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد آزاد شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران.

** استادیار گروه علوم سیاسی، واحد آزاد شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران(نویسنده مسئول)
Mmtph2006@yahoo.com

*** استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد آزاد شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران

نوع مقاله: پژوهشی تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۴/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۲۶

مقدمه

نهاد بازار سنتی در دوره جمهوری اسلامی بواسطه احزاب و تشکل های همچون یکی از مهمترین جریان های تأثیر گذار بر فرایند سیاست و حکومت بطور مستقیم و غیرمستقیم بوده است. در ادبیات سیاسی دوره جمهوری اسلامی، نهاد بازار سنتی یا جناح بازار اساساً خود به عنوان یک جریان سیاسی اثرگذار شناخته می‌شود که بدون حضور آن، رقابت و یا مشارکت سیاسی معنا پیدا نمی‌کند. تا سال ۱۳۷۶ بازار سنتی در ایران متأثر از بنیان‌های ایدئولوژیکی انقلابی خود پشتیبان طیف راست اصول‌گرا بود. رقابت انتخاباتی احمد ناطق نوری و سید محمد خاتمی در این سال نماد این جهت‌گیری سیاسی بود. در آن سال بازار به سبک بازیگری کلاسیک خود به حمایت از طیف راست‌گرا وارد عرصه بازیگری شد اما تحولات سیاسی پس از آن در دوره های خاتمی، احمدی نژاد و روحانی بازار را دچار انشقاق ساخت. البته این انشقاق به معنای کم‌رنگ شدن نقش سیاسی آن نیست. جهت‌گیری سیاسی بازار در طرفداری از دو طیف سیاسی جامعه ایران بیشتر منعکس‌کننده ظهور آگاهی سیاسی بیشتر در این جریان و نهاد اقتصادی است. این تغییر در جامعه امروز ایران با ظهور نیروهای سوم در عرصه رقابت‌های سیاسی بیشتر نمودار شده است. فعالیت نهادمند بازار در رقابت‌های سیاسی ایران امروز کاملاً اثرگذار است با این تفاوت که نسبت به گذشته تغییر ماهیت داده است. تا قبل از نیمه دهه ۱۳۷۰ این فعالیت متأثر از فضای انقلابی جامعه، ماهیتی توده‌ای داشت؛ اما پس از آن ویژگی‌های پوپولیستی آن کم‌رنگ و فعالیت سیاسی آن نهادینه‌تر شد. امروز هر تحول سیاسی مهمی که در جامعه ایران رخ دهد نگاه جامعه به جهت‌گیری بازار است. تعطیلی یا عدم تعطیلی بازار در واکنش به تحولات سیاسی روز هنوز تیتر اول روزنامه‌هاست و نخبگان سیاسی بدون توجه به این جریان و نهاد اقتصادی، کارکرد سیاسی موثری ندارند. بازار در جامعه امروز ایران هنوز مرکز مراسم‌های مذهبی و فعالیت‌های فرهنگی است و بیشتر درفضا های مدرن خرید مشاهده می‌شود. نوشتار توصیفی – تحلیلی حاضر تلاش دارد روند گذشته و وضعیت امروز بازار سنتی در جمهوری اسلامی ایران را بواسطه احزاب و تشکل های اثر گذار آن بررسی نماید.

۱. پیشینه پژوهش

اندک مطالعاتی که به نقش و عملکرد بازار سنتی و نهادها و تشکل های وابسته به آن در ایران پرداخته و به نوعی با موضوع این پژوهش هم سویی بیشتری دارند را می توان به چند دسته تقسیم نمود که عبارتند از: الف) آثاری که از زاویه معماری، نوسازی و شهرسازی به نهاد بازارسنتی و کنش اجتماعی آن نظر داشته اند. به عنوان مثال «بازار در گذر زمان: بررسی تأثیر فرآیند مدرن شدن بر تغییر کارکردهای سنتی بازار بزرگ تهران» عنوان مقاله ای است که فروزنده و واعظ(۱۳۹۴) با رویکردی تاریخی به بررسی دوره های مختلف بازار بزرگ تهران پرداخته و با روش مشاهدهٔ مشارکتی و مصاحبهٔ عمیق و ساخت یافته و مطالعهٔ اسنادی و همچنین به کارگیری رویکرد نظری دورکیم در به بررسی تغییراتی که در کارکردهای مختلف بازار تهران، یعنی کارکردهای اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، سیاسی و دینی مذهبی، در طول زمان بوجود آمده پرداخته اند و نشان داده است که بازار بزرگ تهران در جهت روند مدرن شدن شهر تهران، افزایش جمعیت روزافزون، رشد شهرنشینی، صنعتی شدن جامعه، افتراق بین طبقات و اقشار اجتماعی، افتراق نهادی و ساختاری، تشکیل بازارهای ملی، گسترش مبادله، تخصیص نقش ها و کارکردها و غیره بسیاری از کارکردهای ارزشی و فرهنگی اجتماعی و سیاسی خود را در روند گذار جامعه از حالت مکانیکی و سنتی به دوره جدید و ارگانیک از دست داده است و کارکرد اصلی خود را صرفاً در حوزه اقتصادی و آن هم بیشتر در حیطه عمده فروشی فرو کاسته است. جباری(۱۳۷۹) در کتاب «همیشه بازار»، بازار را همچون موضوع و مصداق تحقیق اش نهادی «سنتی» می داند که قابلیت های مثبت مدرن شدن را در خود داشت ولی «توسعهٔ تحمیلی» و «مدرنیزاسیون از بالا» نه تنها قادر به درک این توان بالقوه نبوده که حتی، با اتخاذ سیاست هایی نادرست آن را به نیرویی در مقابل «مدرنیته ای ریشه دار» بدل کرده است. حبیبی و همکاران(۱۳۹۷) نیز در مقاله «تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تأکید بر بازارهای سنتی» از همین زاویه به بررسی موضوع پرداخته اند.

ب) آثاری که بازار سنتی تهران را به عنوان نماد سیاسی بازارهای ایران در نظر گرفته و به بررسی کنش سیاسی آن پرداخته اند. به عنوان مثال جمشیدی ها و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «بازار به مثابه میدان: تحلیل بوردیویی بازار با تأکید بر بازار سنتی تهران» با استفاده از نظریه‌ی میدان بوردیو و براساس رویکرد روش‌شناختی ترکیبی و استفاده از تکنیک‌هایی چون مشاهده، مشاهده‌ی مشارکتی، مصاحبه و استفاده از اسناد و منابع معتبر به تحلیل بازار سنتی تهران پرداخته اند. براساس یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان گفت که بازار برخاسته از نظم خودانگیخته نیست و کنش بازاریان در بستری از نظم و هماهنگی اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه بازار به‌مثابه میدانی است که بازاریان در آن با اتکا بر منابع و سرمایه‌های مختلف و به اقتضای خصوصیات عادت‌واره‌ای متفاوت به رقابت با یکدیگر

می‌پردازند. هم‌چنین یافته‌ها نشان می‌دهد که بازار سنتی تهران در نیم قرن گذشته در سه مرحله شاهد تغییرات ساختاری بوده و به‌تبع آن در هر مرحله از تغییر ساختاری، نیروهای درون بازار جابه‌جا شده و قواعد آن تغییر یافته است.

ج) آثاری که از زاویه جامعه شناسی تاریخی به نهاد بازارسنتی و نیروهای سیاسی – اجتماعی وابسته به آن نظر داشته اند. به عنوان مثال روحبخش(۱۳۸۱) در کتاب «نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد» تلاش دارد نقش سیاسی بازار سنتی را در قبل از انقلاب بازنمایی کند. این کتاب که توسط مرکز اسناد انقلاب اسلامی انتشار یافته گزیده ای است از اسناد ساواک دربارهٔ «قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲» و بررسی کنش بازاریان و به ویژه هیأت های مؤتلفهٔ اسلامی و رابطه ایشان با رهبریت روحانی که بنابر نوشتهٔ گردآورنده از میان ۵۰۰۰ برگ سند از پرونده های ساواک انتخاب شده است. عتیق‌پور (۱۳۸۵) در کتاب «نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی» و مطلبی(۱۳۸۶) نیز در مقاله «واکاوی علل مخالفت بازاریان با حکومت پهلوی»، از همین زاویه به بررسی موضوع پرداخته اند.

د) آثاری که از زاویه اقتصاد سیاسی، نهاد بازارسنتی و تشکیلات اقتصادی وابسته به آن را بررسی کرده اند. چنانکه در این زمینه می توان به آثاری همچون «تکوین سرمایه‌داری در ایران» فشاهی(۱۳۶۰)؛ «رشد روابط سرمایه‌داری در ایران» سوداگر(۱۳۶۹)؛ «بازار و یا نابازار» رنانی(۱۳۷۶)؛ «اقتصاد و انقلاب اسلامی» رهبری (۱۳۷۹)؛ «کامیابی‌ها و ناکامی‌های بازار – دولت» توکلی(۱۳۸۰) و «بازار و دولت در ایران: سیاست های بازار تهران» کشاورزیان(۲۰۰۷) شاره نمود.

ج) آثاری که از زاویه جامعه شناسی سیاسی، نهاد بازارسنتی و بازاریان را به عنوان بخشی از طبقه متوسط سنتی بررسی کرده اند. به عنوان مثال در این زمینه می توان به آثاری همچون «طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران» اثر اشرف و بنوعزیزی(۱۳۸۸)؛ «جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران معاصر» اثر کمالی (۱۳۸۱)؛ «مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران» اثر فوران (۱۳۸۵) و «ایران بین دو انقلاب» اثر آبراهامیان(۱۳۸۱) اشاره نمود.

در مجموع و به رغم آثار موجود نوشتار حاضر برای اولین بار تلاش دارد تشکل های سیاسی و اقتصادی وابسته به جناح بازار سنتی در جریان راست سنتی یا اصولگرا را بررسی نموده و اثرگذاری آن ها را بر تحولات سیاسی – اجتماعی مورد واکاوی قرار دهد.

۲. رویکرد نظری

جریان شناسی سیاسی عبارت است از شناخت بستر ها و چگونگی شکل گیری جناح ها، گروه ها و احزاب سیاسی همراه با تعامل و نزاع میان آن ها که پیش از آن نیز آشنایی با مبانی فکری هریک از آن ها ضروری است اما غالبا جریان شناسی سیاسی با شناخت احزاب و گروه های سیاسی مشتبه شده وعده ای تحت همین عنوان صرفا به معرفی چند یا تعداد زیادی از تشکل های سیاسی پرداخته اند و در مقابل عده ای دیگر

نیز به جهت گسترش موضوع، هرگونه پرداختن به این مقوله را تخطئه کرده و آنرا ارزیابی می کنند. اگر چه استدلال گروه دوم تا اندازه ای منطقی به نظر می رسد اما این امر نباید مانع هرگونه پرداختن به این موضوع باشد. چرا که جریان شناسی سیاسی از مقولات سهل و ممتنع به شمار می رود سهل از آن جهت که پرداختن به هر حزب و گروه تحت عنوان جریان سیاسی توجیه پذیر می گردد و ممتنع از آن رو که امکان پردازش به همه ابعاد جریانات سیاسی در مجموعه ای محدود میسور نمی‌گردد. لذا آنچه در این نوشتار می گنجد جریان شناسی سیاسی به معنای واقعی و نه شناخت صرف احزاب و گروه ها می باشد چرا که رابطه این دو از نوع «عموم و خصوص مطلق» است یعنی برای شناخت جریان های سیاسی، آشنایی هر چه بیشتر با احزاب ضروری و اجتناب ناپذیر است اما شناسایی حتی کامل احزاب به معنای جریان شناسی سیاسی نیست. از همین رو شناسایی بستر ها و زمینه های شکل گیری احزاب سیاسی و تعامل مثبت و منفی میان آن ها به عنوان تعریف جریان شناسی سیاسی در این نوشتار آورده شده است(دارابی، ۱۳۹۸: ۲۵).

در فرایند جریان شناسی سیاسی، مقصود از جریان سیاسی، یک حرکت سیاسی پویا و زنده است که با برخورداری از ایدئولوژی مشخص و گرایش های فکری درونی به مدد رهبران خود بر نظام سیاسی و نیز اقشار مختلف جامعه تأثیر می گذارد و جبهه، جناح، حزب، سازمان یا نهاد و گروه ویژه خود را بنیان می نهد. هدف نهایی جریان های سیاسی، کسب قدرت و استقرار نظام سیاسی مورد نظر است که آن را از طریق راهبردها و راهکارهای مختلف پی می گیرند. کارکرد های یک جریان یا جناح سیاسی همچون بازار سنتی در این تحقیق به اختصار شامل شناسایی و معرفی رهبر یا رهبران، کادر سازی، بسیج مردم، تشکیل حکومت، مشروعیت بخشی به دولت، کارگردانی قدرت در جامعه، حمایت و پشتیبانی از دولت، جهت دهی به افکار عمومی و فرهنگ سازی، حمایت و پشتیبانی از احزاب، نهادها و تشکل های وابسته به خود، ائتلاف با برخی از جریان های رقیب، از مشروعیت اندازی جریان رقیب و براندازی آن، دفاع از دولت، احزاب، نهادها و تشکل های وابسته به خود هنگام بحران های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی می گردد(ر.ک. خرمشاد و سرپرست سادات، ۱۳۹۲: ۷۲-۷۱). کارکردها مذکور نشانگر آن است که جریان ها سیاسی تا چه اندازه ای در سرنوشت یک نظام سیاسی و ملت نقش آفرینند و سلامت و انحراف آنان در عاقبت کار افراد و جامعه چقدر تعیین کننده است. حیات سیاسی یک کشور، سنت و گذشته سیاسی مردم، وضعیت حال و آینده آنان متأثر از کارگردانی این جریان ها و تشکل های وابسته به آنست.

تشکل ها، احزاب و گروه های سیاسی در یک ساختار سیاسی مردم سالار، ازجمله عوامل و ویژگی های مؤثر در ظهور و بقای آن ساختار سیاسی به شمار می روند. تعریف عام تشکل عبارت است از: گروه یا مجموعه ای از افراد که براساس آرمان و هدفی معین برای مدت زمانی کوتاه یا بلند گردهم می آیند؛ یا به عبارتی گردهمایی و اجتماعی از افراد که جهت دستیابی به اهداف به برنامه ریزی می پردازند. درواقع تشکل، عنوانی عام برای همهٔ گروه ها و دسته جاتی است که در حوزه ها و زمینه

های گوناگون از قبیل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... اجتماع نموده و به فعالیت می پردازند. و در این میان منظور از تشکل های سیاسی همهٔ انواع دسته جات سیاسی می باشد (بادامچیان، ۱۳۸۹ :۲۳). یا تشکل سیاسی عبارت است از: «مجموعه ای از افراد که براساس باور و دیدگاه های مشترک سیاسی گردهم می آیند تا بتوانند زمینه را برای رشد کارگروهی و شکوفایی استعدادها و شناخت کادرهای سیاسی و تربیت آن ها و تهیهٔ برنامه و قبول مسئوولیت اجرای برنامه ها هموارتر کنند. در واقع می توان گفت که تشکل سیاسی مفهومی عام و کلی است که بیشتر گروه هایی که در عرصهٔ سیاسی فعالیت دارند و یا خود را با عنوان سیاسی می شناسانند، تعریف می کند. ازجملهٔ این گروه ها می توان به حزب، دسته، گروه، انجمن، امت، سازمان، جامعه، مجمع، جمعیت، جبهه، جنبش، باند، فرقه، جناح، نهضت، کانون و... اشاره نمود. نکتهٔ حائز اهمیت در تفکیک میان این گروه بندی ها این است که برخی از آن ها ممکن است دارای سازمان رسمی، مرامنامه و برنامه های مشخص اجرایی باشند مانند احزاب سیاسی یا جناح های سیاسی و یا اینکه فعالیت های خود را طبق یک برنامه پنهانکارانه، مخفی نگه داشته باشند، مانند گروه های فشار، گروه های ذی نفوذ و....

۳. چیستی و مفهوم شناسی بازار سنتی و بازاریان

در مورد اینکه بازار و بازاریان دارای چه معانی و مفاهیمی می‌باشند، هیچ اتفاق نظری میان علمای علوم اجتماعی وجود ندارد؛ چرا که بازار در طی تاریخ اجتماعی ایران تحت تأثیر عوامل و متغیرهای متعدد داخلی و خارجی، چه از بابت سرشت و ماهیت و چه از جنبه کارکرد، دستخوش دگرگونی و تحول گردیده است، و معمولاً هر کسی واژه بازار را برای آمیزه‌ای از مفاهیم، آن هم با مسامحه به کار می‌برد. در لغت نامه دهخدا آمده واژه ی بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه ی نوع کالاست. در فارسی میانه به آن «وازار» و در فارسی پهلوی «واچار» که مرکب از«آبا» به معنی محل اجتماع و « کاری» به معنی چریدن و گردیدن است. در زبان عربی«بیزار» و«بیازره» (ادیب صابری، ۱۳۶۴ : ۱) در زبان آلمانی«Basar» و در زبان مالایایی«Pazar» تلفظ می شود (دانشنامه جهان اسلام، ۱۳۷۲). همچنین، لغت فرانسوی «Bazar» از پرتغالی ها گرفته شده و آنان نیز آن را از ایرانیان اقتباس کرده اند (دهخدا، ۱۳۶۶: ۳۴۸).

در دیدگاه سنتی، بازار همراه مسجد و ارگ شاهی اسکلت جامعه شهری را تشکیل می‌داده است که عموماً به صورت دالان‌های سرپوشیده و گنبدی متشکل از قیصریه‌ها، سراها، تیمچه‌ها، کارگاه‌های کوچک، سازماندهی امور اقتصادی و مالی و تامین مایحتاج عمومی را بر عهده داشتند؛ به مانند جان اگنیف که در کتاب «فضا و سیاست» معتقد است فضا سه بعد دارد: یکی «محله»، دیگری «هویت براساس مکان» و سوم «موقعیت». محله همان فضای فیزیکی است که عمل و عکس‌العمل در آن انجام می‌شود و هر مکان در برابر یک مکان و فضا یا فرآیند دیگری قرار می‌گیرد و توانایی تولید و

بازتولید یک هویت را دارد(مطلبی،۱۳۸۶: ۶۵-۶۳). توکلی و رنانی نیز بر این اعتقادند که بازار در ایران، علاوه بر دادوستد، وظایف متفاوت دیگری را نیز بر عهده داشته است. در واقع چند حالت مرتبط با یکدیگر را می‌توان بازار نامید: بازار یعنی؛ ۱- مکان خرید و فروش کالا؛ ۲- مجموعه شرایطی که دادوستد یا مبادله کالا را امکان‌پذیر می‌سازد؛ ۳- سازوکارهای درونی بازار که معاملات را شکل می‌دهند؛ ۴-عواملی که دادوستد به دست و به نفع طرفین انجام می‌شود(توکلی، ۱۳۸۰ :۱۷؛ رنانی، ۱۳۷۶ :۷۱).

در این نوشتار، نهاد بازار به مثابه بخشی از طبقه متوسط سنتی و جناحی در جریان راست سنتی و اصول گرایی در جمهوری اسلامی ایران به کار رفته است. اگر پذیرفته شود که به طور کلی جوامع سنتی و نیمه مدرن از سه طبقه فرادستان، فرودستان و طبقه متوسط تشکیل شده‌اند، باید دانست که بازاریان در اینجا جزء کدام یک از این سه گروه اجتماعی می‌باشند. در این باره که بازاریان همراه روحانیان از لایه‌های اصلی شکل‌دهنده طبقه متوسط سنتی می‌باشند میان جامعه‌شناسان و تاریخ‌نگاران اجتماعی اجماع نظر است. طبقه متوسط در هر جامعه‌ای قشرهای مختلفی را در برمی‌گیرد که دارای منشأ اجتماعی، خواسته‌ها و گرایشات سیاسی متفاوتی هستند. این طبقه به دو گروه سنتی و جدید تقسیم می‌شود. طبقات متوسط جدید دربرگیرنده کارمندان، تحصیل‌کردگان، مدیران، صاحبان مشاغل آزاد، مانند پزشکان، حقوق‌دانان می‌باشند و طبقه متوسطه سنتی را روحانیان و خرده‌بورژوازی شهری تشکیل می‌دهند(ازغندی، ۱۳۸۸ :۴۹). در نگاه سوداگر «بورژوازی سنتی قدیمی‌ترین و اصیل‌ترین لایه بورژوازی ایران را تشکیل می‌دهد که پایگاه عمده آن در بازار است... . در میان لایه‌های بورژوازی تنها بورژوازی سنتی به علت قدمت تاریخی، پایگاه گسترده طبقاتی، ایدئولوژی ریشه‌دار و سنن صنفی از استحکام و اعتبار مادی و اجتماعی برخوردار بوده است.»(سوداگر، ۱۳۶۹: ۲۲۴).

مطالعات انجام شده در باب بازار نشان می دهد این نهاد اجتماعی از اواخر صفویه از میزانی خودسامانی برخوردار بود(آزاد ارمکی و جنادله، ۱۳۹۳ :۶۴-۲۹). خودمختاری و استقلال نسبی بازار در دوره قاجار ادامه یافت و حتی به میزان آن افزوده شد. اصناف از خودمختاری برخوردار بودند و تجار و بازاریان، از دخالت حکومت در امور داخلی خود جلوگیری می‌کردند زیرا آن را به‌زیان خود می‌دانستند و دعاوی و مشکلات به‌وجود آمده در میان خود را با تشکیل مجلسی مرکب از اعضای مهم جامعه تجار حل و فصل می‌کردند (فلور،۱۳۶۶: ج۱، ۱۱و ۷۰). البته این رابطه دو سویه در اواخر دوره قاجار و بخصوص در انقلاب مشروطه و نیز در دوره های پهلوی و جمهوری اسلامی که در ادامه بدان اشاره خواهد شد با چالش ها و تضاد های فراوانی روبرو گشت. روابط بین بازار و حکومت عموماً از طریق مجاری مشخصی که مبتنی بر نمایندگی بود، برقرار و تنظیم می‌شد و از این طریق از دخالت

مستقیم حکومت در امور بازار جلوگیری می‌شد. با وجود همکاری مالی و اقتصادی که بازاریان با حکومت و مقامات دولتی داشتند، در صورت زیاده‌خواهی دولت در برابر آن مقاومت می‌کردند. بستن بازار یا بخشی از آن و بست نشستن در مساجد به‌عنوان یک شیوه اعتراضی در برابر دخالت‌های حکومت در بازار و زیاده‌خواهی‌های مقامات دولتی، الگویی بود که در دوره قاجاریه بسیار تکرار می‌شد(مارتین،۱۳۸۹: ۴۱؛ دوگوبینو،۱۳۶۰: ۵۷-۵۶؛ ترابی فارسانی،۱۳۸۴: ۴۷). بازاریان با این شیوه‌های نافرمانی مدنی، اعتراض خود نسبت به زیاده‌خواهی‌ها و دخالت‌های دولت را بیان کرده و از استقلال و خودمختاری بازار دفاع می‌کردند. این شیوه‌های نافرمانی مدنی بخشی است از آنچه ونسا مارتین از آن تحت عنوان«نظام پیچیده حفظ موازنه» بین حکومت قاجار و نهادهای مختلف اجتماعی از جمله بازار نام می‌برد. اتحاد بازاریان برای مقاومت در برابر تعدی حکومت به حقوق خود به شیوه‌های دیگری نیز نشان داده می‌شد(مارتین،۱۳۸۹: ۴۲).

بازار از لحاظ ایدئولوژیکی به روحانیون وابسته بود، از سوی دیگر روحانیون از لحاظ اقتصادی تا حد زیادی متکی به بازار بودند، بازاریان خمس و زکات و هزینه نگهداری و اداره اماکن مقدس را به روحانیون می‌پرداختند. هالیدی خاطرنشان می‌کند پولی که بازاریان به روحانیون می‌دادند بیشتر از مالیاتی بود که به دولت می‌پرداختند (هالیدی، ۱۳۵۸: ۲۴). بازار بسیاری از فعالیت‌های مذهبی حوزه‌ها، حسینیه‌ها، مسجدها و مراسم ایام محرم را تامین مالی می‌کرد. بازاریان توجه زیادی به حج و زیارت خانه‌ی خدا داشتند، آن ها برای اقدام به چنین کاری باید پیش روحانیون می‌رفتند و مال خود را با دادن وجوهات دینی حلال می‌کردند. روحانیون به این وسیله به فعالیت اقتصادی تجار مشروعیت و حیثیت می‌دادند و آن ها نیز در مقابل از روحانیون حمایت اقتصادی می‌کردند (کمالی،۱۳۸۱: ۲۰۷). این بستگی های متقابل اجتماعی- سیاسی و خویشاوندی های خانوادگی، شالوده ی آن اتحاد تاریخی بود که کانون یک اقتدار اجتماعی به عنوان وزنه ای در برابر اقتدار دولت را به وجود آورد. تعامل حوزه ی خصوصی زندگی خانوادگی و حوزه ی عمومی زندگی اقتصادی با برخورداری از مشروعیت الهی پایگاه مطمئنی برای تداوم و تحکیم اقتدار روحانیون و بازاریان در جامعه مدنی ایران ایجاد کرد (کمالی، ۱۳۸۱: ۷۰- ۷۱). از دیدگاه علیرضا ازغندی، اکثر جامعه‌شناسان و تاریخ‌نگارانی که در باب انقلاب اسلامی تحقیق کرده‌اند، بر استقلال بازاریان و روحانیون از دستگاه حکومتی و ائتلاف تاریخ‌ساز طبقه متوسط سنتی با طبقه متوسط جدید و نقش کاریزمایی رهبری در ایجاد این ائتلاف علیه دشمن مشترک در پیروزی انقلاب اسلامی تأکید می‌ورزند. در واقع انقلاب اسلامی، بازار و مسجد را بر تمام شئون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه مسلط کرد و به تلاش‌های رقابت گونه یک قرن اخیر تجددگرایان با سنت‌گرایان به نفع گروه دوم خاتمه بخشید (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۵۱- ۱۵۰).

٤. تشکل های وابسته به نهاد بازار سنتی و تحولات انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بازار سنتی با حمایت لایه دیگر طبقه متوسط سنتی یعنی روحانیت به تدریج وارد صحنه مدیریت سیاسی – اقتصادی کشور شد و برخی از نخبگان و شخصیت های بازاری در کلیه نهادها– سیاسی، نظامی، قضایی و حتی اجرایی– بطور چشمگیر و تاثیرگذاری حضور یافتند. البته این حضور در بعضی عرصه‌ها قوی‌تر و در برخی عرصه‌ها محدودتر، در بعضی عرصه‌ها کاملاً موفق و در برخی زمینه‌ها همراه با موفقیت نسبی بود(ازغندی،۱۳۸۵: ۱۵۲–۱۵۱). در مجموع در میان نیروهای سیاسی– اجتماعی همچون روشنفکران، تحصیل‌کردگان، کارگران، دهقانان و ... این بازار سنتی بود که بعنوان تأثیرگذارترین نیرو پس از انقلاب اسلامی موفق شد در نظام مدیریت کشور جای بگیرد و نقش و کارکرد مورد نظر خود را ایفا کند. بعبارت دیگر با توجه به همبستگی تاریخی میان بازار سنتی و روحانیت، به قدرت رسیدن علمای دینی در انقلاب اسلامی همراه با گسترش نفوذ سیاسی بازار سنتی بود. بخش قدرتمند و با نفوذ بازار پس از انقلاب با بهره مند شدن از حمایت های حکومتی در اکثر مراکز تولیدی و صنعتی بخش خصوصی که توسط دولت مصادره شده بود دست انداخت و با ایجاد تشکیلاتی از جمله کمیته امور صنفی، صندوق های قرض الحسنه، سازمان اقتصاد اسلامی و اتاق بازرگانی، کنترل بخش اصلی سرمایه داری تجاری را در اختیار گرفت(کمالی،۱۳۸۱ :۳۲۴). با این حال بعدها گسترش دخالت دولت در اقتصاد و از آن جمله تأسیس سازمان تعزیرات حکومتی در سال ۱۳۶۷هجری شمسی با مصوبه مجمع تشخیص مصلحت نظام و نیز اعمال مقررات کنترل ارزی که به واسطه وقوع جنگ تحمیلی عراق علیه ایران و بروز مشکلات اقتصادی ضرورت یافته بود، موجب نارضایتی بخش هایی از بازار سنتی گردید.

٤-١. تشکل های سیاسی وابسته به بازار سنتی

بسیاری از احزاب و گروه های سیاسی که در طی این سال ها شکل گرفتند قسمت عمده پشتوانه و حمایت اجتماعی– اقتصادی خود را از بازار سنتی کسب نموده‌اند. به عنوان مثال حزب جمهوری اسلامی در دوران فعالیت خود، حامیان فعال خود را از درون جامعه اصناف که متشکل از همه اصناف بازار تهران بودند بسیج می‌کرد.

گذشته از حزب جمهوری اسلامی و جامعه اصناف، حزب (جمعیت) مؤتلفه اسلامی نیز یکی از اصلی‌ترین و نیرومندترین احزاب وابسته به بازار سنتی می‌باشد که بعد از انقلاب اسلامی بخوبی توانسته اهداف سیاسی و نیز اقتصادی خود را دنبال و به نوعی پیاده کند. البته این جمعیت یا به عبارتی صحیح‌تر حزب در سال های اخیر طیف وسیعی از اقشار جامعه از جمله تحصیلکردگان دانشگاهی را به خود جذب کرده است و فعالیت های متنوع آن در حال افزایش است. برخلاف اکثر احزاب ایران بعد از انقلاب که از بالای هرم قدرت شروع به فعالیت و رشد و نمو کرده‌اند حزب

(جمعیت) مؤتلفه از پایین هرم قدرت یعنی از میان اقشار مختلف مردم بخصوص بازاریان شکل گرفته و به حیات خود ادامه داده است. و بدین خاطر شاید بتوان گفت این حزب از نظر شکل‌گیری نسبت به سایر احزاب از ریشه‌ای ترین پایگاه مردمی برخوردار است. حزب مؤتلفه اسلامی(جمعیّت مؤتلفه اسلامی و هیأت‌های مؤتلفه اسلامی) بود که در سال۱۳۴۲ از ائتلاف ۳ هیأت مذهبی پیرو امام خمینی(ره) یعنی هیأت مسجد امین‌الدوله (حاج مهدی عراقی، هاشم امانی، مهدی شفیق، علی درخشان، سید محمد محسنی، ابوالفضل توکلی بینا، مهدی احمد، محمد کچویی)، هیأت مسجد شیخ‌علی(صادق امانی، محمد صادق اسلامی، احمد قدیریان، حسین رحمانی و اسدالله لاجوردی) و هیأت اصفهانی‌ها(اسدالله بادام چیان، مهدی بهادران، محمد میرفندرسکی، عزت الله خلیلی، محمد متین و علاءالدین میرمحمد صادقی) تشکیل شد(ظریفی نیا،۱۳۷۸: ۶۳؛ برزین، ۱۳۷۳:۲۳) یکی از تشکل های سیاسی بشمار می آید که کمک زیادی به بازاریان در دستیابی به مناصب و مدیریت سیاسی در سال های پس از انقلاب نموده است (دارابی، ۱۳۹۸: ۲۲۹).

اعضای مؤتلفه را بیشتر بازاری های متوسط و خرده پا که دارای سوابق مبارزاتی بودند تشکیل می داد که محرک اصلی آن ها اندیشه اسلامی و دینی بود(زیباکلام، ۱۳۷۲: ۲۳۹–۲۳۸). اینان که برای روحانیت و مخصوصاً روحانیون مبارز ارزش فراوان قائل بودند، بعد از درگذشت آیت ا... سید ابوالقاسم کاشانی به سوی امام خمینی(ره) جذب شدند. این تشکل پس از مشخص نمودن اعضای شورای مرکزی خود، تصمیم گرفت یک شورای روحانیت نیز در تشکیلات مؤتلفه ایجاد نماید؛ لذا پس از مشورت با امام، قرار شد پنج تن از روحانیون را انتخاب و جهت تأیید به ایشان معرفی کنند.

حبیب‌الله عسگراولادی چگونگی تشکیل این شورا را این چنین روایت می‌کند: «در شورای مرکزی هیأت‌های مؤتلفه اسلامی که دوازده نفر بودیم در این‌باره صحبت کردیم که خدمت امام عرض کنیم که ما نمی‌توانیم اتکایی که به شما داریم با سایر پیوست مراجع دیگر در قم داشته باشیم. ما بیست و پنج نفر از علمای شناخته شده را در نظر می‌گیریم و پیشنهاد ما این است که از بین اینها شما یا ما، پنج نفر را انتخاب کنید. فرمودند: خودتان بروید انتخاب کنید و بیایید بگویید. ما آمدیم و از بین صد نفر، بیست و پنج نفر و از بین بیست و پنج نفر، آیت‌الله مطهری، آیت‌الله بهشتی، آیت‌الله انواری، آقای مولایی و گلزاده غفوری را انتخاب کردیم و به خدمت ایشان رفتیم. ایشان راجع به سه تا صحبت کردند: «من به آقای بهشتی و آقای مطهری ارادت دارم. آقای انواری را هم می‌شناسم و قبول دارم. اگر به من دسترسی نداشتید، به این آقایان مراجعه کنید، اگر مطلبی را گفتند شما تردید نکنید و عمل کنید. امّا هرگاه به من دسترسی داشتید به خودم مراجعه کنید.» (مصاحبه با حبیب ا... عسگر اولادی، ۱۳۷۸/۵/۱۰).

فعالان هیأت مؤتلفه معتقدند که مخالفتشان با لایحه انجمن های ایالتی ولایتی به شکل گیری سازمان یافته حیات سیاسی این هیأت ها مدد رسانده است. مخالفت با رفراندوم (همه پرسی) شش ماده ای شاه در دی ماه ۱۳۴۱ انگیزه دیگری بود برای رونق بخشیدن به کوشش های هیأت مؤتلفه به رهبری امام خمینی(ره). ولینهضت ۱۵ خرداد نقش اصلی را برای سازماندهی مؤتلفه داشته است. اما شاید بتوان مهم ترین عامل را در حرکت های اسلامی دهه چهل، اعدام انقلابی حسنعلی منصور نخست وزیر وقت در بهمن ۱۳۴۳ توسط اعضای مؤتلفه دانست. این اقدام مؤتلفه که اولین و عملاً آخرین اقدام نظامی آن نیز بود با اخذ مجوز و با فتوای آیت ا... میلانی صورت گرفت. کمیته مرکزی مؤتلفه در آن زمان عبارت بودند از آقایان حاج مهدی عراقی، حبیب ا... عسگراولادی، بخارائی، صادق امانی، نیک نژاد و هرندی جمعاً ۱۲ نفر و در شورای روحانی آن آقایان مرتضی مطهری، محمد حسینی بهشتی، محی الدین انواری و احمد مولایی بودند. پس از ترور انقلابی حسنعلی منصور جمعی از سران مؤتلفه به اعدام و ما بقی به زندان های طویل المدت محکوم شدند (دارابی، ۱۳۸۲ : ۷۷-۷۶).

اعضاء و هواداران این جمعیت در طول دوران مبارزه نقش مؤثری در چاپ و توزیع اعلامیه ها و نوارهای سخنرانی امام خمینی(ره) و سازماندهی اعتراضات بازاریان و اصناف داشته و در ماه های پایانی رژیم شاه نیز سهم بسزایی در تدارک راهپیمای و اعتصابات داشتند. آن ها در کمک و یاری رساندن به خانواده زندانیان سیاسی و متحصنین و اعتصابیون نقش ویژه ای را ایفا نمودند. در آغاز انقلاب این جمعیت نقش و تلاش ویژه ای در استقبال از امام خمینی(ره) واداره مقر ایشان درمدرسه علوی از خود بروز داد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی برخی از اعضای جمعیت مؤتلفه در مقام های کلیدی نظام مسئولیت گرفتند: که از آن جمله باید به حضور در قوه قضاییه، کابینه های دولت، حضور در کمیته های انقلاب، دادستانی انقلاب اسلامی و مدیریت زندان ها، کمیته امداد، بنیاد مستضعفان، دانشگاه آزاد، سازمان صدا و سیما، مجلس شورای اسلامی، شورای نگهبان، هیأت اجرایی انتخابات، مجمع تشخیص مصلحت نظام، استانداری ها و ستاد نماز جمعه اشاره نمود(ازغندی، ۱۳۸۵ :۱۵۲)

«هیأت مؤتلفه اسلامی» از همان آغاز، وفاداری خود را به انقلاب اسلامی از طریق انحلال تشکیلات مستقل خود و پیوستن به حزب جمهوری اسلامی نشان داد. این تشکل که در حال حاضر به جناح راست و اصول‌گرایان سنتی تعلق دارد، قشر «بازاری‌های مذهبی» را نمایندگی می‌کند. این حزب همچنین در امور خیریه و تأسیس نهادهایی نظیر مدرسه اسلامی و صندوق قرض‌الحسنه فعال است. بخشی از هیأت مؤتلفه در فعالیت‌های تجاری شرکت می‌کند و بازار را در دست دارد و به نام مؤتلفه بازار یا بخش اصناف جمعیت مؤتلفه در بازار تهران شناخته می‌شود و قوی‌ترین شاخه مؤتلفه است. هر چند مؤتلفه در زمینه سیاسی دولت‌گرا است ولی از نظر اقتصادی مخالف کنترل کامل وزارت بازرگانی و وزارت اقتصاد و دارایی بر همه فعالیت‌های تجاری و مبادلات اقتصادی می‌باشد. انجمن جامعه اسلامی بازار و اصناف از تشکل‌های اسلامی همسو با مؤتلفه است.

با انحلال حزب جمهوری اسلامی که بخشی از عقبه حمایتی خود را از بازار می گرفت، اعضاء مؤتلفه در سال ۱۳۶۷ تمهیدات لازم را برای تشکیلاتی با سازکار نوین را فراهم ساختند که با تصویب اساسنامه و مرامنامه در سال ۱۳۶۹ جمعیت مؤتلفه اسلامی با هیأت مؤسس آن شکل گرفت. مؤتلفه اسلامی در تمام مراکز استان ها و بیش از ۱۸۰ شهر دفتر و شعبه نمایندگی دارد. هفته نامه «شما» ارگان رسمی آن است. در حال حاضرسید مصطفی میر سلیم رئیس شورای مرکزی و اسدا... بادامچیان دبیرکل حزب می باشد.

مؤتلفه اسلامی انگیزه اصلی خویش را انجام وظیفه و ادای تکلیف شرعی در هرزمان و مکان می داند و رهنمودهای ولی فقیه زمان را به عنوان بهترین معیار و راهنما قبول دارد. هدف اصلی مؤتلفه، ساختن جامعه‌ای اسلامی از اعضاء و طرفداران در درون تشکل است که نمونه باشد و همچنین پاسداری از ارزش‌ها و انقلاب اسلامی و راه امام خمینی رحمه‌الله علیه در ایجاد امت بزرگ و سعادتمند اسلامی می‌باشد. برنامه‌های مؤتلفه اسلامی براساس اسلام ناب محمدی صلی‌الله علیه و آله وسلم و اصول انقلابی و رهنمودهای امام خمینی (ره) و ولی فقیه زمان و منطبق با قوانین و مقررات جمهوری اسلامی می‌باشد.

اعضای شورای مرکزی ۲۵ نفر هستند. حزب دارای ۶ واحد است: ۱. تشکیلات، ۲. تبلیغات، ۳. آموزش، ۴. اداری و مالی، ۵. سیاسی، ۶. طرح و برنامه.

درماده ۹ شرایط عضویت آمده است: «هر عضو باید مسلمان، معتقد و متعهد به ولایت فقیه و مبانی نظام جمهوری اسلامی و قانون اساسی بوده و اساسنامه و مرامنامه جمعیت مؤتلفه اسلامی و عدم عضویت در سازمان ها و احزاب و جمعیت های سیاسی دیگر را پذیرفته باشد و سوء سابقه عقیدتی، سیاسی و اجتماعی نداشته باشد».

در حال حاضر حزب مؤتلفه اسلامی را باید با سابقه ترین حزب سیاسی ایران نامید. داشتن دفتر و شعبه در همه استان ها و شهرستان های کشور نیز از ویژگی های این حزب پرسابقه است. ارتباط گسترده و دائمی با روحانیت و اهتمام در همراهی و اعلان مواضع با آنان را نیز باید به مختصات حزب مؤتلفه افزود. این حزب در مجموعه جریان اصولگرا از جایگاه مهمی برخوردار است و در نقش رهبری و هماهنگ کننده بیش از ۱۷حزب و تشکل سیاسی همچون جامعه اسلامی مهندسین، جامعه زینب(س)، جامعه اسلامی دانشگاهیان، جامعه اسلامی کارگران، جامعه اسلامی فرهنگیان، کانون اسلامی فارغ التحصیلان شبهه قاره هند، جامعه انجمن های اسلامی اصناف و بازار، انجمن اسلامی پزشکان و جامعه اسلامی کارمندان و... که با عنوان جبهه پیروان خط امام(ره) و رهبری فعالیت می کنند ایفای نقش دارد (دارابی، ۱۳۸۱ : ۱۷). مکاتبات دبیر کل حزب مؤتلفه با دبیرکل حزب مشارکت محمد رضا خاتمی و مجلس ششم در دوران هشت ساله دولت خاتمی و موضع گیری های شفاف و

صریح گویای دیدگاه های حزب درباره مسائل و رخدادهای آن زمان نمونه ای از نقش آفرینی مؤتلفه در رخدادهای کشور است. این حزب یا جمعیت اغلب اعلام می‌کند که یک تشکل مستقل است اما عملکرد آن همیشه نشانگر همسویی با «جامعه روحانیت مبارز» است و این امر به رابطه اقتصادی و شأنی بین روحانیت سنتی و بازار سنتی (طبقه متوسط سنتی) بخاطر وجوهات شرعی (خمس و زکات و ...) که مقرر یافته است، برمی‌گردد.

مواضع اقتصادی این حزب از آنجا که اعضای برجسته این گروه در مدیریت اقتصادی کشور در چهار دهه گذشته نقش مهمی داشته‌اند بسیار در خور توجه است. این جمیعت بیش از حد به وزرات بازرگانی حساس است – بخاطر فعالیت اقتصادی خود که به جناح بازار نیز موسوم هستند– و اتاق بازرگانی نقطه عطف فعالیت اقتصادی این تشکل محسوب می‌گردد، از این رو اغلب وزرایی بازرگانی بعد از انقلاب همسویی خود را با این جمعیت نشان داده‌اند. سیاستگذران این گروه همه دارای نوعی وابستگی به بازار و صاحبان تجارت آزاد می‌باشند و صراحتاً از تجارت آزاد دفاع نموده‌اند، می‌توان این گروه را متمایل به دیدگاه اقتصاد بازار آزاد، خصوصی سازی و عدم دخالت غیرضروری دولت در عرصه‌های اقتصادی دانست. همچنین این تشکل در انتخابات مجلس، شوراهای اسلامی شهر و روستا، و نیز انتخابات ریاست‌جمهوری ایران نقش فعالی داشته است. البته در بیشتر موارد نامزدهای مورد حمایت مؤتلفه بخصوص در انتخابات ریاست جمهوری شکست خورده‌اند. به عنوان مثال در نخستین دوره، جلال‌الدین فارسی نامزد منتخب حزب بود. در دومین انتخابات، دو تن از اعضای حزب یعنی حبیب‌الله عسکراولادی و سید علی‌اکبر پرورش در انتخابات نامزد بودند، اما علی‌رغم این موضوع حزب رسماً از محمدعلی رجایی – نامزد حزب جمهوری اسلامی که در انتخابات پیروز شد– حمایت نمود. این حزب در انتخابات ۱۳۷۶ از علی‌اکبر ناطق نوری حمایت کرد. در انتخابات ۱۳۸۸ این حزب پس از حرف و حدیث‌های فراوان در بین اعضای خود، به این نتیجه رسید که از محمود احمدی‌نژاد حمایت کند و در بیانیه‌ای ۶ دلیل برای حمایت خود برشمرد. اما بلافاصله پس از انتصاب اسفندیار رحیم‌مشایی به سمت معاون اولی – که مخالف آن بود– به صف منتقدان دولت دهم پیوست. در انتخابات ۱۳۹۲، این حزب ابتدا از یحیی آل‌اسحاق حمایت کرد اما پس از انصراف او از نامزدی در انتخابات، حمایت خود را از علی‌اکبر ولایتی اعلام کرد. این حزب در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶، ابتدا مصطفی میرسلیم را به عنوان نامزد حزب معرفی کرد ولی در آستانه برگزاری انتخابات از سید ابراهیم رئیسی حمایت کرد. از میان چهره های سیاسی هیأت مؤتلفه (سازمان تشکیلاتی بازار)، افراد زیر با بدنه اقتصادی و بازرگانی دولت های بعد از انقلاب به نوعی در ارتباط بوده و هستند: «محسن رفیق دوست»،(سرپرست سپاه پاسداران و ریاست بنیاد مستضعفان و جانبازان به مدت ۸ سال، عضو هیات امنای بنیاد مستضعفان)؛ «مصطفی میرسلیم»، (معاون رئیس جمهور و وزیر فرهنگ و ارشاد در دولت دوم هاشمی رفسنجانی، و از اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام و نماینده مردم تهران در مجلس یازدهم)؛ «یحیی آل اسحاق»، (وزیر بازرگانی در

دولت های هاشمی رفسنجانی و محمد خاتمی و قائم مقام بنیاد مستضعفان و جانبازان، رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران و عضو هیات مدیره سازمان اقتصاد اسلامی ایران)؛ «حبیب الله عسگر اولادی»، (وزیر بازرگانی در دولت موقت مهدوی کنی و دولت اول میرحسین موسوی، نماینده امام(ره) در کمیته امداد و از اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام)؛ «اسدالله بادام چیان»،(نماینده دوره هشتم مجلس و مشاور امور اجتماعی رئیس قوه قضائیه)، «محمد نبی حبیبی»،(شهردار تهران، قائم مقام بنیاد بین‌المللی غدیر، مدیر عامل شرکت پست جمهوری اسلامی، معاون وزیر راه و ترابری، رئیس سازمان هواپیمایی کشور، معاون وزیر بازرگانی، قائم مقام رئیس بنیاد مستضعفان و جانبازان، رئیس ستاد اقامه نماز تهران، معاون سیاسی استاندار کرمان)؛ «حمید رضا ترقی» (نمایندگی دوره پنجم مجلس شورای اسلامی از مشهد، عضویت در شورای مرکزی کمیته امداد امام(ره)، سردبیری نشریه شما، و مدیریت کمیته امداد امام خمینی(ره) خراسان بزرگ)؛ «سید رضا زواره ای»، (اولین دادستان انقلاب تهران، معاون وزیر کشور دولت هاشمی هاشمی رفسنجانی، رئیس شورای امنیت کشور، نماینده تهران در مجلس شورای اسلامی(از ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۶) وِ عضو حقوقدان و قائم مقام دبیر شورای نگهبان قانون اساسی (از ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۴)، رئیس سازمان ثبت اسناد و املاک کشور (از ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۶) و نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری در دوره‌های سوم، چهارم و هفتم)؛ «مرتضی نبوی»،(وزیر پست، تلگراف و تلفن در دولت اول میرحسین موسوی و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام)، «اسدالله لاجوردی»،(رئیس پیشین زندان اوین و دادستان انقلاب تهران در دهه شصت)؛ «علی اکبر پرورش»(وزیرآموزش پرورش در دولت‌های حجت الاسلام والمسلمین شهید محمد جواد باهنر، دولت موقت آیت الله مهدوی کنی و دولت میرحسین موسوی، نماینده مجلس شورای اسلامی در دوره‌های اول، دوره سوم و چهارم و عضو هیأت رئیسه (نایب رئیس اول مجلس شورای اسلامی دوره اول، نایب رئیس دوم مجلس شورای اسلامی دوره چهارم)؛ «سید علی خاموشی»، (رئیس اتاق بازرگانی ایران در فاصله سال های۱۳۵۷الی۱۳۸۶)(دارابی، ۱۳۹۸: ۲۳۵-۲۲۹).

اگر چه حزب مؤتلفه امروز را نمی توان با حزبی متحد در اعضا با مواضع مشخص در زمان تأسیس و یا به خصوص در دوره ریاست جمهوری اصلاح طلبان مقایسه کرد اما برخلاف گمانه زنی ها نسبت به تضعیف حزب با روی کار آمدن دولتی یکدست اصولگر، به نظر می رسد بروز چند دستگی در حزبی که به ندرت اخباری مبنی بر اختلاف اعضایش از آن درز پیدا می کند اجتناب ناپذیر است.

٤-۲. تشکل های اقتصادی وابسته به بازار سنتی

در کنار ابزارهای سیاسی همچون حزب مؤتلفه اسلامی؛ تشکل های همچون اتاق بازرگانی ایران و صندوق های قرض الحسنه و کمیته امداد امام خمینی از ابزارهای اقتصادی بشمار می آیند که کمک زیادی به جناح بازار و بازاریان در دستیابی به مناصب و مدیریت سیاسی در سال های پس از انقلاب نمود.

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

اول اینکه: در ۲۷ اسفند ۱۳۵۷؛ شورای انقلاب دادگاه های صنفی را لغو و محکومین این دادگاه را عفو کرد. دوم اینکه: در ۲۴ آذر ماه ۱۳۵۸؛ کارگاه های کوچک صنفی از پرداخت حق بیمه به سازمان تأمین اجتماعی معاف شدند و سازمان تأمین اجتماعی موظف گردید، بدون دریافت سهم کارفرما و سهم بیمه شونده و تنها با دریافت سهم دولت به این واحدها خدمات ارائه دهد.

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

بنابراین، مصوبه «انحلال دادگاه های نظام صنفی و عفو متخلّفین از مقرّرات قانون نظام صنفی» در تاریخ ۲۷ اسفند ۱۳۵۷ ، یعنی ۳۵ روز پس از پیروزی انقلاب، نمایانگر این امر است که اصناف قدرت زیادی در تعریف قوانین متناسب با منافع خود دارا بوده اند. این مصوبه قدرت اصناف را در مجازات متخلّفان نشان می دهد و دخالت دولت را به حداقل می رساند. علاوه بر این، اصناف با صدور«مجوز واحد صنفی» به افراد، تا حدی کنترل بازار را در اختیار داشته و از ورود بدون کنترل به بازار و اصناف جلوگیری می کردند. پس از وقوع انقلاب فعالیت اصناف نیز تحت نظارت بازار قرار گرفت. در ۹ اسفند ۱۳۵۷، کمیته انقلاب اسلامی به فرمان امام خمینی(ره)، حکمی را به«آیت الله انواری» تفویض کرد تا تشکیلات جدیدی را برای سازماندهی اصناف ایجاد کند. بازاری ها با حمایت آیت الله انواری، کمیته ای با عنوان«کمیته نایب امام در امور صنفی» را تشکیل دادند، که این کمیته، اصناف را تحت نظارت خود داشت. اعضای کمیته اصناف که از طرف آیت الله انواری تعیین شد، عبارت بودند از: سید تقی خاموشی، مجتبی قائم مقامی، علی اکبر رخ صفت، حبیب الله شفیق و سعید امانی، که همگی از بازاری های معروف بودند. این گروه سه ماه امور اصناف تقریباً را بدون دخالت دولت در اختیار داشتند. در این دوره اتاق اصناف از ادبیات اقتصادی و سیاسی ایران حذف شد. دولت

موقت بازرگان، بعد از سه ماه در ۱۸ اردیبهشت ۱۳۵۸ هیأت جدیدی را برای سرپرستی اداره امور اصناف تعیین کرد که بعد از هشت ماه فعالیت، سرپرست جدیدی برای این امر تعیین شد. در این هیأت که توسط دولت موقت روی کارآمد، بازاری های سنّتی نفوذ زیادی داشتند (غفاریان، ۱۳۸۸ : ۵۸). این هیأت جدید تا تشکیل مجلس و کابینه امور اصناف را در اختیار داشتند. با تشکیل کابینه دولت و وزیر بازرگانی شدن «حبیب الله عسگراولادی»، بازاری ها، به میزان قابل توجهی کنترل بازار و توزیع را در اختیار گرفتند. در این دوره، نمایندگان دولت در اصناف، همگی از اصناف بودند که توسط جامعه انجمن های اصناف و بازار معرفی شدند. آن ها کمیته امور صنفی را تشکیل دادند. در این دوره، مهم ترین کالاهای موردنیاز شهروندان از طریق دولت تأمین می شد و در اختیار کمیته امور صنفی قرار می گرفت تا از طریق«مساجد» توزیع گردد. این فرآیند توزیع تحت نظارت کمیته بود. در این دوره، تجارت خارجی به بازاری ها واگذار شده بود(حاضری، حسین زاده، ۱۳۹۰ :۷۶-۷۵). با استعفای حبیب‌الله عسگراولادی «حسن عابدی جعفری» برای وزارت بازرگانی در دولت میرحسین موسوی انتخاب شد. وی در قدم اول، تعداد زیادی از کارمندان وزارت بازرگانی را تغییر داد و اقداماتی را برای کنترل بازار در دستور کار خود قرار داد. «مجمع امور صنفی» جایگزین «کمیته امور صنفی» شد و عابدی جعفری با نگارش نامه ای «کمیته امور صنفی»را غیرقانونی اعلام کرد. توزیع کالاها را هم از کمیته گرفت و فعالیت آن ها را محدود کرد. کمیته امور صنفی نیز تسلیم وزیر جدید نشد. زیرا، نمایندگانی که از طرف وزیر برای کمیته انتخاب شده بودند، مورد موافقت کمیته قرار نگرفتند. کمیته امور صنفی که نماینده بازاری بود، در سال ۱۳۶۴ نهاد جدید«شورای مرکزی اصناف»را تشکیل داد که دولت آن ها را به رسمیت نشناخت. دولت تمام فعالیت های اقتصادی را به«مجمع امور صنفی» واگذار کرده بود و برای تحدید قدرت بازار «دفتر امور اصناف و بازرگانان» را در وزارت بازرگانی تشکیل داد. در سال ۱۳۶۶ نخست وزیر، در صدد محدود کردن قدرت شورای مرکزی اصناف برآمد. در نامه ارسالی به امام خمینی(ره) و پاسخ امام مسئوولیت های شورای مرکزی اصناف به «مجمع امور صنفی» واگذار شد(حاضری، حسین زاده، ۱۳۹۰ :۷۶). فعالیت شورای مرکزی اصناف در کنار مجمع امور صنفی تهران تا سال ۱۳۶۸ ادامه یافت و در اردیبهشت ماه همان سال قانون نظام صنفی برای برخی از اصلاحات به مجلس شورای اسلامی رفت و تصویب شد . که از جمله ماده ۴ این قانون ، اصناف به چهار گروه صنوف تولیدی، خدمات فنی، توزیع و خدماتی تقسیم شد. در ۱۳ اسفند ماه همان سال توسط مجلس نام شورای مرکزی اصناف از متن قانون حذف شد. در سال ۱۳۸۲ قانون مذکور با اصلاحات کلی مجددا تدوین و به تصویب مجلس ششم شورای اسلامی رسید. قانون قبلی از نقاط ضعفی چون عدم تناسب وظایف و اختیارات اتحادیه ها و مجامع امور صنفی، مشکلات تشکیلات سازمان های صنفی، فقدان پیش بینی بودجه لازم و عدم شفافیت اختیارات مجامع و امور صنفی و مداخله زیاد سایر دستگاه ها در حوزه اصناف مواجه بود. اما قانون مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۴ از

ویژگی های مهمی برخوردار بود از جمله تقویت حضور اصناف در تصمیم گیـری اقتصـادی کشـور و تقویت اتحادیه و تقویت بنیه مالی آن ها و نیز ایجاد اتحادیه استانی و کشور و ... .

همچنین با دسترسی بازار به اتاق بازرگانی و اتاق اصـناف در اوایـل انقلـاب یکـی از مهمتـرین ایـن تحولات، تغییرات در این تشکل ها بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بازاری ها تلـاش کردنـد تـا در اتاق بازرگانی نفوذ پیدا کنند. بازاری هایی که به اتاق بازرگانی دست یافته اند، جزو فهرست ۵۲ نفـره سرمایه دارانی نبودند که پس از وقوع انقلاب اموالشان مصادره شده بود(غفاریان، ۱۳۸۸ : ۵۴ – ۵۲).

به لحاظ تاریخی و قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران در اسفند سـال ۱۳۴۸ از ادغام دو اتاق بازرگانی و اتاق صنایع و معادن ایران به‌وجود آمد. ضمناً با ادغام دو اتاق سهم اتاق از درآمد مشمول مالیات بازرگانان و صاحبان صنایع و بهره برداران معادن از ۱/۵ در هزار به ۳/۵ در هزار افزایش یافت. در آغاز دوره دوم، مجموع اعضای اتاق ایران، شعبه تهران بـه ۷۰۷۰ نفـر و در ۲۰ شعبه دیگر به ۱۸۲۵ نفر رسید. در قانون ادغام اتاق‌ها، هیات نمایندگان اتاق ایران ۷۲ نفـر پـیش بینی شده بود که ۳۵ نفر نماینده شعبه تهران، ۲۰نفر نماینده شعبه ها و ۱۷ نفر نماینـده ۲۵ اتحادیـه سندیکاهای تولیدکنندگان و صادرکنندگان و وارد کنند گان وابسته به اتاق بودند.در ایـن سـال‌ها، تـا هنگامی که ابتدا ناآرامی ها و بعد اعتصابات منجر به پیروزی انقلاب اسلامی ایـران شـد، دولـت علـی رغم رشد سریع بخش خصوصی، بر امور اتاق ایران تسلط کامل داشت و اتـاق نیـز نظـرات مشـورتی خود را در همه زمینه های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، معدنی و حتـی کشـاورزی بـرای دولـت مـی فرستاد. چنانکه در سال ۱۳۹۰ بر اساس قانون بهبود مستمر محیط کسب و کـار، واژه کشـاورزی بـه نام اتاق اضافه شد و نام اتاق به «اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران» تغییر یافت.

در سال ۱۳۵۷ بلافاصله پس از پیروزی انقلاب اسلامی، هیأتی به فرمان امام خمینی (ره) اداره امـور را در دست گرفتند. این هیأت عبارت بودند از: علـی حـاج طرخـانی، سـید علینقـی خاموشـی، اسـدالله عسگراولادی، میرمحمد صادقی، محمود میرفندرسکی، محمد علی نوید و ابوالفضل احمدی. در اولین انتخاباتی که پس از ماموریت کمیته منتخب امام(ره)در اتاق صورت گرفت، مهندس سـید علـی نقـی خاموشی به سمت ریاست اتاق ایران و ریاست اتاق تهران انتخاب شد. در سال ۱۳۵۹ شورای انقلـاب قانونی را تصویب کرد که بر اساس آن به وزرای بازرگانی و صنایع و معـادن اختیـار داده شـد نصـف منهای یک نفر از اعضای هیأت نمایندگان را انتخاب کنند و نصـف بعلـاوه یـک نفـر نیـز از طریـق انتخاب مستقیم از طرف بخش خصوصی انتخاب گردند.

در تاریخ ۱۵ اسفندماه ۱۳۶۹ مجلس شورای اسلامی قانون جدیـد اتـاق بازرگـانی و صـنایع و معـادن ایران را در ۳۲ ماده و ۱۹ تبصره تصویب کرد که در تاریخ ۶ فروردین ماه ۱۳۷۰ به تصـویب شـورای نگهبان رسید، لیکن آئین نامه اجرائی این قانون، که باید وزارت بازرگانی تنظیم نمایـد، تهیـه نشـد و اجرای قانون جدید در پاره ای زمینه ها معلق ماند. لیکن اتاق بازرگانی در هر کجا که مجاز بود به

فعالیت‌های خود ادامه داد و هیات نمایندگان و هیات رئیسه خود را انتخاب کرد. در همین حال، باید گفت در سال‌های پس از انقلاب و تحت شور و هیجانی که خواه ناخواه به‌دنبال داشت، اتاق بازرگانی با تلاش نمایندگان امام خمینی (ره) توانست با سعی و گاه تا سرحدّ فداکاری موجودیت خود و موقعیت بخش خصوصی را حفظ کند و رفته رفته به مقامات دولتی و به جامعه بشناساند که پیشرفت هر جامعه در گرو داشتن بخش خصوصی قوی و سیستم آزاد و دادن نقش رهبری و ارشادی و نظارت به سازمان‌های دولتی می باشد. در بیانی شفاف تر اتاق بازرگانی سازمانی است قانونی که در برگیرنده تولیدکنندگان کالاهای ساختمانی و اتحادیه‌های صادرکنندگان کالاهای غیرنفتی می‌باشد. این اتاق در سال های پس از پیروزی انقلاب اسلامی در زمینه بازاریابی کالاهای ایرانی در بازارهای خارجی فعال بود و تماس‌هایی را بین تجار ایرانی و خارجی ترتیب داده است. همچنین در امر تعیین قیمت توسط مرکز توسعه صادرات و در کمیسیون اصلاح حقوق گمرکی مشارکت دارد. اتاق بازرگانی طرفدار کنترل هرچه کمتر حکومت بر تجارت خارجی و توزیع داخلی کالا است و به هنگام تصویب لوایح مربوط به تجارت و توزیع فعالانه به بحث و گفتگو با کمیته‌های مجلس می‌پردازد. هفته‌نامه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران به طرح و دفاع از بینش عدم مداخله‌گرایی دولت در اقتصاد مبادرت می‌ورزد.

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

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

دوره سکون (۱۳۸۲-۱۳۶۸): پس از پایان جنگ تحمیلی و آغاز دوران سازندگی در کشور انتظار می‌رفت که اتاق همراه با مقتضیات این دوره و در راستای سازماندهی مجدد بخش خصوصی کوچک و کم توان کشور، تجدید ساختار نماید و نقش پیشگامی بخش خصوصی برای توسعه این بخش و جبران مافات را به عهده گیرد. اما به دلیل عدم تغییر پارادایم حاکم بر اتاق و عدم استقبال از نسل دوم مدیران بخش خصوصی پس از انقلاب برای پیوستن به هیأت نمایندگان و هیأت رئیسه اتاق و رهبری بخش خصوصی، در این دوران گذار اتاق ها نتوانستند نقش خود را آنچنان که انتظار می رفت ایفا نمایند و سکون و رکودی نسبی بر اتاق ها حاکم شد.

دوره نوسازی (۱۳۹۵-۱۳۸۲): در این دوره مطالبات انباشته فعالان اقتصادی تحصیل کرده و نوگرا و تلاش جمعی ایشان موجب گردید که نسل دوم مدیران بخش خصوصی بتوانند به اتاق راه یابند.

استقلال و هویت یابی اتاق تهران و اتاق های شهرستان، افزایش اعضای اتاق ها و رشد تشکیل تشکل ها و اتاق های مشترک، ارتقاء سطح گفتمان اتاق ها با دولت و سایر قوا، افزایش تولید فکر و اندیشه اقتصادی در اتاق از دستاوردهای این دوره می باشند. البته در این دوره در ساختار و فرایندهای اتاق تحول لازم بوجود نیامد و متناسب جایگاه و مأموریت های جدید آن نگردید. در این دور زمانی و در دور هفتم انتخابات ریاست اتاق بازرگانی در اسفند ۱۳۸۹، محمد نهاوندیان با کسب ۱۷۵ رای به ریاست این اتاق انتخاب شد. وی پس از طولانی شدن مدت حضورش در دولت از ریاست اتاق ایران استعفا کرد و پس از آن غلامحسین شافعی جایگزین نهاوندیان شد، و پس از آن نیز، در دوره هشتم اتاق ایران، محسن جلال پور جایگزین غلامحسین شافعی شد(روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۴/۳/۲۵).

یکی از نشانگان پیوند بازار و روحانیت و نیز مکانیسم اقتصادی دیگری که منجر به دخالت بازار و بازاریان در فرایند سیاسی قبل و بخصوص بعد از انقلاب اسلامی شده است «صندوق های قرض الحسنه» می باشد. این صندوق‌ها پس از انقلاب اسلامی به خصوص طی سال های جنگ به سرعت گسترش یافتند و بتدریج سهم فزاینده‌ای را در فعالیتهای اقتصادی به خود اختصاص دادند. این صندوق ها سازمان های اعتباری بودند که موجب افزایش استقلال بخش خصوصی سرمایه یا به عبارتی بازار سنتی و غیرمتشکل پولی نسبت به دولت می‌گردیدند. با گذشت زمان بسیاری از این صندوق ها با مشکلاتی چون بحران نقدینگی، ورشکستگی، اختلاس و شکایت مردمی روبرو شده‌اند و این روند تا به امروز ادامه دارد. این صندوق‌ها گذشته از آن که نوعی مقابله با سیستم بانکداری و نظام ربوی حاکم بر آن به شمار می‌رفت، منبع مالی مهمی برای کمک به گروه‌های انقلابی بود. چنانکه با اوج گیری روند مبارزه و افزایش تنش در سال های ۱۳۵۶و ۱۳۵۷ میزان دخالت منابع صندوق های قرض الحسنه برای کمک به آسیب دیدگان از حکومت پهلوی افزایش یافت. هرچند دست اندرکاران آن ها همواره این اقدام را به طور مستقیم رد کردند، اما کمک های غیرمستقیم منابع این صندوق ها در حمایت از برخی خانواده های زندانیان سیاسی و عمدتاً مذهبی و بازاری گزارش شده است. نخستین صندوق قرض‌الحسنه را گروه هیأت‌های مؤتلفه اسلامی در مسجد لرزاده تهران در سال ۱۳۴۶و با نام «صندوق قرض‌الحسنه ذخیره جاوید» تأسیس کردند. انگیزه اصلی بنیان‌گذاران این صندوق کمک به محرومان و نیازمندان واقعی بود. صندوق جاوید در آغاز فعالیت خود، به نیازمندان وام‌های بلاعوض می‌داد، اما پس از چندی در چارچوب یک نهاد اقتصادی به احیای سنت قرض‌الحسنه مبادرت ورزید و با موفقیت‌هایی که در این زمینه به دست آورد سرمشق و الگوی مساجد و دیگر نهادهای دینی شد چنان‌که در همان زمان تعدادی از بازاریان خیّر صندوق دیگری موسوم به «صندوق قرض‌الحسنه کوثر» را راه‌اندازی کردند(ر. ک. احمدی امویی، ۱۳۹۶).

درباره چگونگی بنیان‌گذاری صندوق ذخیره جاوید، علی‌اصغر رخ صفت از اعضای هیأت‌های مؤتلفه می‌گوید: «عده‌ای به‌عنوان مستمند به این مسجد (لرزاده) مراجعه و از کمک‌های آن سوء استفاده می‌کردند. مدتی بعد به این نتیجه رسیدیم که صدقه‌های مردم را در صندوقی جمع‌آوری کنیم و پس از تحقیق این صدقات را به دست محتاج واقعی آن برسانیم. کم‌کم موجودی صندوق‌ها افزایش پیدا کرد و به این نتیجه رسیدیم که بهتر است این وجوه انباشته شده صدقه را در مسیر وام قرض‌الحسنه قرار دهیم. یعنی مثل بانک‌ها، دفترچه پس‌انداز تهیه کردیم و اولین صندوق قرض‌الحسنه در مسجد لرزاده تأسیس شد. البته بعضی از متدینین مسجد معتقد بودند که این کارها صدقه نیست بلکه ربا است، اما با کمک مرحوم آیت‌الله حاج میرزاعلی آقای فلسفی امام جماعت روشن‌بین مسجد لرزاده به کارمان ادامه دادیم»(ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۷).

محمدرضا اعتمادیان که از سال ۱۳۵۰ با این صندوق همکاری می‌کرد دراین‌باره با بیان مطالب بیشتری گفته است:«در آن سال‌ها من در صندوق اندوختهٔ جاوید که برای کمک به مستمندان تشکیل‌شده بود شروع به فعالیت کردم. این صندوق توسط اشخاص متدینی بنیان گذارده شده بود. از جمله مرحوم فرسایی که محل صندوق را در اختیار مؤسسین صندوق گذاشته بود. مرحوم حاج کریم انصاری مدیرعامل این صندوق و دو برادر به نام‌های حاج اصغر و اکبر رخ صفت و همچنین مرحوم عطایی و آقایان خادم حسینی و آل احمد و شهید درخشان جلگی دست‌به‌دست هم داده و برای راه‌اندازی کار مردم، این صندوق را تأسیس کرده بودند. در اوایل، صندوق تنها برای حل مشکلات امور متدینین ایجاد شده بود. اما به‌تدریج با گرایش متدینین به مبارزه علیه رژیم، صندوق نیز در مسیر حمایت از گروه‌های مبارز و مخالفین رژیم قرار گرفت»(ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۸).

پیشنهاد تأسیس این صندوق و چند صندوق دیگر از جانب آقای تقی خاموشی بود که به انجام رسید. من نیز از طریق آقایان رخ صفت و شهید درخشان در سال ۱۳۵۰– ۱۳۵۱ با آن ها آشنا شده و از آن زمان به‌صورت پاره‌وقت در صندوق شروع به فعالیت نمودم که این فعالیت بحمدالله هم‌اکنون (سال۱۳۷۷) نیز ادامه دارد ... ما از طریق صندوق جاوید به خانواده‌های زندانیان سیاسی کمک می‌کردیم. کمک بیشتر به‌صورت وام داده می‌شد و اقساط آن را مؤمنین متدین یعنی صاحبان صندوق می‌پرداختند. به این صورت کارکنان صندوق مطلع نمی‌شدند به کدام یک از خانواده‌های زندانیان کمک شده است. نیروهای امنیتی یکی– دو بار به صندوق ما حمله کردند که یک بار شعبهٔ صندوق را در حسن‌آباد تعطیل و آقای خاموشی را نیز دستگیر کردند. در بازجویی‌ها به ایشان گفته بودند شما به زندانیان و تروریست‌ها کمک می‌کنید و پول‌هایی که شما به‌عنوان وام داده‌اید برای خرید اسلحه بوده است. البته من تا آن زمان نمی‌دانستم وام‌هایی که می‌دهیم در چه مسیرهایی به کار گرفته می‌شود. چون سعی می‌شد آن دسته از وام‌هایی که به خانواده مبارزان داده می‌شد در اسناد منعکس نشود. همه کمک‌های صندوق در دادن وام خلاصه نمی‌شد. بلکه بر اساس برخی از ضوابط

صندوق، گاهی وجوهات جمع‌آوری‌شده برای کمک به خانواده زندانیان نیز استفاده می‌شد. در آن زمان آقای ابوالفضل توکلی بینا اجازه از امام خمینی(ره) داشت که بر اساس آن این وجوهات را هدایت می‌کرد»(ملک زاده، ۱۳۹۵: ۳۸).

سومین صندوق قرض‌الحسنه نیز در سال ۱۳۵۲، با نام «صندوق امور خیریه» در تهران تشکیل شد. سرمایه اولیه این صندوق۱۲۰۰۰۰۰ریال بود که آن را ۱۲۰ نفر از افراد خیر و با پرداخت نفری۱۰۰۰۰ریال تأمین کردند. صندوق امور خیریه اعلام کرد حداکثر ۵۰۰۰۰۰ ریال وام قرض‌الحسنه به واجدان شرایط پرداخت می‌کند. این صندوق به‌صورت موسسه‌ای تجاری و بر اساس قانون تجارت به ثبت رسید. از آن پس صندوق‌های دیگری در تهران و شهرستان تأسیس شدند و به فعالیت پرداختند که تعداد آن ها تا آستانه پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ به دویست صندوق رسید(رجائی،۱۳۹۱: ۱۵– ۱۸).

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

چنان که اشاره شد، تعدادی از صندوق‌های قرض‌الحسنه افزون بر اعطای وام قرض‌الحسنه به نیازمندان، منبع مالی مهمی برای کمک به گروه‌های انقلابی بود. رسول جعفریان دراین‌باره نوشته است: «حجت‌الاسلام نصرت‌الله انصاری که مسئوولیت بانک تعاون اسلامی قم را داشت به دلیل کمکی که از این طریق به گروه های سیاسی مخالف رژیم پهلوی کرد به زندان افتاد و در اردیبهشت ۱۳۵۵زیر شکنجه به شهادت رسید» (جعفریان،۱۳۸۳: ۵۴۴).

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

در کنار موسسات پولی- مالی فوق‌الذکر بزرگترین و به لحاظ اقتصادی قدرتمندترین بخش اقتصادی بازار سنتی و غیرمتشکل تجاری یا بخش خصوصی سرمایه در ایران بعد از انقلاب «سازمان اقتصاد اسلامی» است. این سازمان کمی پس از انقلاب با حمایت آیت‌الله بهشتی و آیت الله اردبیلی تحت عنوان بانک اسلامی تشکیل شد اما علیرغم ملی کردن همه بانک های خصوصی این سازمان بنابه فرمان حضرت امام خمینی (ره) از ملی شدن معاف شد. به هر حال بانک اسلامی به سازمان اقتصادی اسلامی تغییر نام داد. این سازمان با صدها صندوق وابسته به خود بخشی از نقدینگی بخش خصوصی- بازار سنتی- را کنترل می‌کند. سازمان به عنوان یک موسسه غیرانتفاعی تحت کنترل بانک مرکزی نیست و سیاست خود را الزاماً با سیاست پولی نظام هماهنگ نمی‌کند. این سازمان همچنین در عرصه تجارت داخلی، ساختمان، واردات و صادرات به نحو گسترده فعالیت می‌نماید.

یکی دیگر از تشکیلات اقتصادی – اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران که تا مدت ها بوسیله جناح بازار و توسط افرادی از حزب مؤتلفه اداره می شد کمیته امداد امام خمینی(ره) می باشد که در ۱۴ اسفندماه ۱۳۵۷ به دستور امام خمینی(ره) و با محوریت حبیب الله عسگراولادی تأسیس گردید. هدف از تأسیس این نهاد که دومین نهاد انقلابی تأسیس شده پس از انقلاب اسلامی بشمار می آید، پشتیبانی از محرومان و مستضعفان و توانمند سازی آن ها اعلام شده است. حبیب الله عسگراولادی معتقد بود: «جهاد اقتصادی حزب مؤتلفه همکاری با کمیته امداد امام خمینی(ره) است. لذا مؤتلفه باید تلاش کند خانواده های یتیم و بی سرپرست را شناسایی کند و نیازهای آن ها را تا جایی که می تواند برطرف کند چرا که محروم یابی از وظایف مؤتلفه است. رابطه شایسته و مناسب کمیته امداد و مؤتلفه موجب عملی شدن اکرام ایتام و کمک به محرومین می شود(عسگراولادی، ۱۳۹۰: ۳).

در تاریخ ۲۰ خرداد ۱۳۶۶ و پس از گذشت ۱۰ سال از فعالیت این نهاد انقلابی اولین اساسنامه کمیته امداد امام به منظور ایجاد تشکیلات مناسب و برنامه ریزی تهیه و توسط امام خمینی(ره) تأیید گردید. حبیب الله عسگراولادی و حبیب الله شفیق از اعضای حزب مؤتلفه، مهدی کروبی و محمد تقی تصدیق مقدم از افرادی بودند که به دستور امام مأمور تشکیل کمیته امداد و تهیه اساسنامه آن شدند. اساسنامه کمیته امداد در ۲۹ آذرماه ۱۳۸۰ با اذن مقام معظم رهبری مورد بازنگری قرار گرفت و بدین ترتیب با تصویب این اساسنامه، کلیه مقررات مغایر با آن ملغی شد. شیوه اداره کمیته امداد به صورت شورایی بود که عسگراولادی، شفیق، کروبی، حاجی حیدری و نیری از موسسین و اعضای شورای مرکزی بودند. سید رضا نیری را که می توان اولین سرپرست کمیته امداد خواند، از اسفند ۱۳۵۷ همکاری اساسی و جدی خود را با این نهاد آغاز کرد و از سوی امام خمینی(ره) به عضویت در شورای مرکزی کمیته امداد درآمد و سپس مسئولیت اجرایی و سرپرستی کمیته امداد محول شد. نیری حدود ۲۷ سال و تاپایان سال ۱۳۸۵ عضو شورای مرکزی و سرپرستی کمیته امداد بود. حسین انواری پس از نیری سکان این نهاد انقلابی را بر عهده گرفت. انواری با تأیید رهبر معظم انقلاب

آیت الله خامنه ای در ۱۳ اسفند ماه ۱۳۸۵ سرپرست کمیته امـداد امـام خمینـی(ره) شـد و بـیش از هشت سال و تا ۱۶ فروردین ۱۳۹۴ همچنان این مسئوولیت را به عهده داشت. پرویز فتاح و مرتضـی بختیاری از روسای بعدی کمیته امداد می باشند.

نتیجه گیری

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بازار سنتی با حمایت لایه دیگر طبقه متوسط سنتی یعنی روحانیـت بـه تدریج وارد صحنه مدیریت سیاسی – اقتصادی کشور شد و برخی از نخبگان و شخصیت های بازاری در کلیه نهادها– سیاسی، نظامی، قضایی و حتی اجرایی– بطور چشمگیر و تاثیرگذاری حضور یافتنـد. فی الواقع با وقوع انقلاب، بازاریان به دلیل نقش و مشارکت گسترده‌ای که در جریان مبارزه و پیروزی انقلاب اسلامی داشتند، توانستند از طریق ائتلاف با نمایندگان محافظه‌کار سـنتی کـه از منـافع بـازار و بخش خصوصی حمایت می‌کردند، به ساخت قدرت ورود یافتـه و جایگـاه سیاسـی خـویش را ارتقـاء بخشند. ارتقاء جایگاه سیاسی و نفـوذ بـازار در سـاخت سیاسـی در دوره جمهـوری اسـلامی بـه طـور مشخص از طریق اصلی‌ترین تشـکل هـای سیاسـی وابسـته آن یعنـی «جمعیـت مؤتلفـه اسـلامی»، «انجمن های اسلامی بازار و اصناف»، « صندوق های قـرض الحسـنه » و نیـز «اتـاق بازرگـانی» و «کمیته امداد» صورت پذیرفت. البته این حضور در بعضـی عرصـه‌ها قـوی‌تر و در برخـی عرصـه‌ها محدودتر، در بعضی عرصه‌ها کاملاً موفق و در برخی زمینه‌ها همراه با موفقیت نسبی بود. بررسـی‌هـا نشان داد که ورود بازار به ساخت قدرت درجهت‌گیری‌های سیاسـی، فرهنگـی و اقتصـادی آن تـاثیر ویژه‌ای داشته و قدرت چانه‌زنی این بخش از طبقه متوسط سنتی را در تعیین سیاست‌های دولـت بالـا برده است. البته ورود بازار به ساخت قدرت در این دوره به معنای عدم وجود تنش میان بازار و قدرت حاکمه به ویژه جریان های چپ گرا و مدرن نیست بلکه همین عناصـر تلـاش کرده‌انـد فعالیت‌هـای بازار را بیشتر تحت قیود و مقررات دولتی درآورند. همچنین نقـش و جایگـاه سیاسـی– اجتمـاعی آن دگرگون و از سرمایه اجتماعی و قدرت بسیج‌گری سیاسی– اجتماعی آن بخصوص در دهه چهـارم از انقلاب اسلامی کاسته شده است.

منابع

۱. آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۱)، **ایران بین دو انقلاب**، ترجمه احمد گل‌محمدی و محمدابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.

۲. آزاد ارمکی، تقی و جنادله، علی(۱۳۹۳)، «پیکربندی نهادی مبتنی بر موازنه قدرت در جامعه سنتی ایران (بازخوانی تحولات ایران از صفویه تا قاجاریه براساس رویکرد نهادگرایی تاریخی)»، **مجله جامعه شناسی ایران**، دوره ۱۵، شماره ۳، پاییز، صص ۶۴-۲۹.

۳. احمدی امویی، بهمن(۱۳۹۶)، **اقتصاد سیاسی قرض‌الحسنه‌ها و تعاونی‌های اعتبار**، تهران: نشر پارسه.

۴. ادیب صابری، فروغ(۱۳۶۴)، **تاریخچه بازار**، تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.

۵. ازغندی، علیرضا(۱۳۸۸)، **نخبگان سیاسی ایران بین دو انقلاب**، چاپ چهارم، تهران: قومس.

۶. ازغندی، علیرضا(۱۳۸۵)، **درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران**، تهران: نشر قومس.

۷. اشرف، احمد و بنوعزیزی، علی (۱۳۸۸)، **طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران**، ترجمه سهیلا ترابی فارسانی، تهران: نیلوفر.

۸. بادامچیان، اسدالله(۱۳۸۸)، **آنچه درباره حزب و تشکل باید بدانیم**، تهران: اندیشه ناب.

۹. برزین، سعید(۱۳۷۳)، «ساختار سیاسی– طبقاتی در ایران»، مجله اطلاعات سیاسی –اقتصادی، شماره ۸۰-۷۹، مرداد و شهریور، صص ۲۱-۱۴.

۱۰. ترابی فارسانی، سهیلا(۱۳۸۴)، **تجار، مشروطیت و دولت مدرن، تهران**: نشر تاریخ ایران.

۱۱. توکلی، احمد(۱۳۸۰)، **کامیابی‌ها و ناکامی‌های بازار - دولت**، تهران: سمت.

۱۲. جباری، مینا(۱۳۷۹)، **همیشه بازار**، تهران: انتشارات آگاه.

۱۳. جعفریان، رسول(۱۳۸۳)، **جریان ها و سازمان های مذهبی ـ سیاسی ایران**، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

۱۴. جمشیدیها غلامرضا؛ کلانتری، عبدالحسین و نصرتی، روح الله(۱۳۹۴)، « بازار به مثابه میدان: تحلیل بوردیویی بازار با تاکید بر بازار سنتی تهران»، م**طالعات جامعه شناختی(نامه علوم اجتماعی**

سابق)، دوره ۲۲، شماره ۱، تابستان، صص۳۴-۹.

۱۵. حاضری علی محمد و حسین زاده، فرمی مهدی(۱۳۹۰)، «نقش سیاسی بازار: تحلیل تحولات دهه اول جمهوری اسلامی ایران»، **دانش سیاسی**، سال هفتم، شماره اول بهار و تابستان، صص۸۶-۶۱.

۱۶. حبیبی، داود؛ حبیبی، دیانا؛ کسالایی، افسانه؛ گرجی پور، فاطمه و توکلی، مهرداد(۱۳۹۷)،«تبیین حس تعلق به مکان و هویت در فضاهای شهری با تأکید بر بازارهای سنتی»، **نشریه معماری شناسی**، سال اول، شماره ۳، آذرماه، صص۸-۲.

۱۷. خرمشاد، محمد باقر و سرپرست سادات، سید ابراهیم(۱۳۹۲)، «جریان شناسی سیاسی به مثابه روش»، **فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی**، دوره پنجم، شماره۲، بهار، صص ۹۰-۶۱.

۱۸. دارابی، علی(۱۳۸۱)، **انتخاب هشتم(تحلیلی بر هشتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری)**، چاپ اول، تهران: نشر سیاست روز.

۱۹. دارابی، علی(۱۳۸۲)، **سیاستمداران اهل فیضیه؛ بررسی پیشینه و نقد عملکرد جامعه روحانیت مبارز تهران**، چاپ دوم، تهران: نشر سیاست.

۲۰. دارابی، علی(۱۳۹۸)، **جریان شناسی سیاسی در ایران**، چاپ بیست و دوم، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

۲۱. دانشنامه جهان اسلام(۱۳۷۲)، «بازار»، **دانشنامه جهان اسلام**، تهران: انتشارات دانشنامه جهان اسلام.

۲۲. دو گوبینو، کنت(۱۳۶۰)، **سه سال در ایران**، ترجمه ذبیح الله منصوری، تهران: نشر فرخی.

۲۳. رنانی، محسن(۱۳۷۶)، **بازار و یا نابازار**، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

۲۴. روحبخش، رحیم(۱۳۸۱)، **نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد**، تهران: نشر مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

۲۵. روزنامه دنیای اقتصاد(۱۳۹۴)، «خانه‌تکانی در پارلمان اقتصاد»، **روزنامه دنیای اقتصاد**، شماره ۳۵۰۶، ۲۵ خردادماه، کد خبر: DEN -۸۸۷۸۵۱.

۲۶. رهبری مهدی (۱۳۷۹)، **اقتصاد و انقلاب اسلامی**، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

۲۷. زیبا کلام، صادق(۱۳۷۲)، **مقدمه ای بر انقلاب اسلامی**، تهران: روزنه.

۲۸. سوداگر، محمدرضا (۱۳۶۹)، **رشد روابط سرمایه‌داری در ایران(مرحله گسترش)**، تهران: نشر شعله اندیشه.

۲۹. ظریفی نیا، حمید رضا(۱۳۷۸)، **کالبد شکافی جناح های سیاسی ایران**، تهران: نشر آزادی اندیشه.

۳۰. عتیق‌پور، محمد(۱۳۸۵)، **نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی**، تهران: نشر بی‌نا.

۳۱. عسگراولادی، حبیب الله(۱۳۹۰)، «جهاد اقتصادی حزب مؤتلفه همکاری با کمیته امداد خمینی است»، **روزنامه رسالت**، شنبه ۲۷ فروردین ماه، شماه۷۲۴۱.

۳۲. غفاریان، متین(۱۳۸۸)، بازار و دولت، **پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی**، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

۳۳. فروزنده، وحید و واعظف مریم(۱۳۹۴)، «بازار در گذر زمان: بررسی تأثیر فرآیند مدرن شدن بر تغییر کارکردهای سنتی بازار بزرگ تهران»، **چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی و ایرانی پیشرفت**، تهران، صص۱۲-۱.

۳۴. فشاهی، محمدرضا(۱۳۶۰)، **تکوین سرمایه‌داری در ایران**، تهران: گوتنبرگ.

۳۵. فلور، ویلم(۱۳۶۶)، **جستارهایی از تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجار**، جلد اول و دوم، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران: انتشارات توس.

۳۶. فوران جان (۱۳۸۵)، **مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران**، ترجمه احمد تدین، تهران: رسا.

۳۷. کمالی مسعود(۱۳۸۱)، **جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران معاصر**، ترجمه کمال پولادی، تهران: باز.

۳۸. مارتین، ونسا (۱۳۸۹)، **دوران قاجار:چانه‌زنی، اعتراض و دولت در ایران قرن نوزدهم**، ترجمه افسانه منفرد، تهران: آمه.

۳۹. مطلبی، مسعود(۱۳۸۶)، «واکاوی علل مخالفت بازاریان با حکومت پهلوی»، **ماه نامه زمانه**، شماره ۵۷، خرداد، صص ۷۱-۶۱.

۴۰. مطلبی، مسعود(۱۳۹۵)، «بازار سنتی، نهادهای وابسته و ساختار قدرت در جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه مطالعات سیاسی**، سال نهم، شماره ۳۴، زمستان.

۴۱. هالیدی فرد (۱۳۵۸)، **دیکتاتوری و توسعه سرمایه‌داری در ایران**، ترجمه فضل‌الله نیک‌آیین، تهران: امیرکبیر.

42. Keshavarzian, Arang (2007), Bazaar and State in Iran: The Politics of the Tehran Marketplace, Publication: Cambridge, 298 pages.