

تحلیل دلایل و کارکرد شکل‌گیری حوزه عمومی در دوره پهلوی؛ مطالعه‌ای بر نقش محوری هیئت مؤتلفه اسلامی و بازار

ابراهیم فریدون صمدی* / علی اکبر امینی** / مجتبی مقصودی*** / رضا جلالی****

چکیده

این پژوهش با هدف تحلیل کنش‌های سیاسی روحانیون و بازاریان به عنوان طبقه متوسط سنتی ایران در سال‌های پایانی حکومت پهلوی و موجبات تشکیل حوزه عمومی توسط گروه مذکور؛ بر اساس چارچوب نظریه حوزه عمومی هابرماس و با استفاده از روش توصیفی و تحلیلی به نگارش درآمده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که (۱) حوزه عمومی در ایران معلول دلایل مهمی از جمله اصلاحات ارضی، برخورد نظامی با منتقدین، برخورد با روحانیون، بازاری ها و عامه مردم، تعدیل اقتدارگرایی پهلوی و شکل‌گیری مدرنیته ناقص است؛ دلایلی که با محوریت و زعامت روحانیون و بازاریان شکل‌گیری حوزه عمومی را شدت بخشید؛ (۲) کارکرد این حوزه شامل انتقال مشکلات اقتصادی و اجتماعی به حوزه سیاست، مشارکت عمومی در امر سیاسی و شکل‌گیری افکار عمومی در ایران دوره پهلوی بود؛ (۳) اتحاد بازاریان سنتی با روحانیون و تشکیل مؤتلفه با نقش کانونی در حوادث انقلاب اسلامی نتیجه تقابل دولت وقت با شکل‌گیری حوزه عمومی بود؛ (۴) اتناق بازرگانی اگرچه با زعامت دولت و به منظور مبارزه با تورم سال‌های پایانی عصر پهلوی شکل گرفت، اما از آنجاکه در ذات خود مولود شکل‌گیری حوزه عمومی در ایران بود، به نهادی جهت تقابل با شرایط وخیم اقتصادی تبدیل شد.

کلیدواژه‌ها

بازار؛ روحانیت؛ مؤتلفه؛ هابرماس؛ حوزه عمومی.

* دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

** استادیار گروه علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسؤول).

Ali.Amini@iauctb.ac.ir

*** دانشیار گروه علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

**** استادیار گروه علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۱. بیان مسأله

مطالعه تاریخ تحولات ایران در دوران قاجار و پهلوی نشان می‌دهد که «روحانیون» و «بازاریان» از جمله کنشگران اصلی جنبش‌های اعتراضی و انقلابی تاریخ معاصر بوده‌اند. با این حال، در کمتر آثاری تاثیر دو جانبه این اقشار با هم دیگر دیده شده است. گاه بر نقش علما و روحانیون و در جنبش‌های اعتراضی و انقلابی تاکید شده و نقش اهالی بازار، چنانکه باید مورد اعتنا نبوده و گاه بالعکس. در دوره‌های مختلف نظام اجتماعی ایران، «روحانیون» و «بازاریان» در کنار «درباریان» (دولت) و «نظامیان»، به واسطه نقش‌های حیاتی و در تعامل با یکدیگر، نیروهای اجتماعی اصلی جامعه را تشکیل می‌دادند (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۱۴). در واقع در مقطع تاریخی پیش از انقلاب اسلامی، علیرغم عدم انسجام طبقات مختلف اجتماعی، بازاریان از انسجام قابل توجهی برخوردار بوده‌اند.

ساختار جدید اقتصادی ایران با اصلاحات ارضی دوره پهلوی دوم شکل گرفت؛ طرح اصلاحات ارضی تالی نوینی داشت و آن به وجود آمدن طبقه‌ای بود که با اندیشه‌های نوسازی ایران به‌شدت مورد حمایت حکومت وقت قرار گرفت. این طبقه به دنبال افزایش درآمدهای نفتی ایران و شرایط مناسبی که برای نوسازی ایران پیش‌آمده بود؛ ضمن بهره‌مندی از حمایت‌های دولتی، فعالیت‌های خود را در عرصه‌های مختلف اقتصادی گسترش داد. لازم به ذکر است این گروه برخاسته از قشر سنتی بازار بود، اما با درک تغییرات نوینی که در ایران در حال انجام بود؛ مسیر جدیدی را برای خود طراحی کرده و کم‌کم از قشر سنتی بازار فاصله گرفت.

به دنبال ایجاد قشر جدید در حوزه اقتصاد ایران، سرمایه‌داران و بازاریان سنتی با تنگناهای جدیدی مواجه شدند. برنامه‌های نوین پهلوی دوم بازاریان سنتی را با چالش‌هایی جدید مواجه ساخته بود؛ که این دگرگونی‌ها باعث قدرت یافتن بخشی از سرمایه‌داران و تضعیف بخشی دیگر به واسطه دوری از منابع قدرت می‌شد. بنا بر شواهد تاریخی، طبقه سرمایه‌دار صنعتی ایران، طبقه‌ای بسیار محدود بود؛ که اگرچه در تعداد فقط به صد و پنجاه خانواده می‌رسید؛ اما همین تعداد محدود، شصت و هفت درصد از سرمایه صنعتی ایران را در اختیار داشتند؛ همین طبقه صنعتی خانوادگی در خصوص تولیدات صنعتی؛ و حتی تصمیم‌سازی اقتصادی دارای نوعی تشریک مساعی با دولت بود؛ به‌گونه‌ای که اجرای سیاست‌های اقتصادی توسط وزارت دارایی با همکاری همین تعداد از خانواده‌ها انجام می‌شد (ملکی، ۱۳۹۲: ۳۰). رویکرد حمایتی دولت از

تحلیل دلایل و کارکرد شکل‌گیری حوزه عمومی در دوره پهلوی ...

قشر نوین سرمایه‌دار، بلاتردید باعث اعتراض بخش‌های دیگری از سرمایه‌دارانی شد که هم‌چنان در قالب نظام سنتی سابق فعالیت می‌کردند. ائتلاف و حمایت متقابل بازاریان و روحانیون از یکدیگر و جنبش‌های اجتماعی تنها جنبه ایدئولوژیک نداشت بلکه منافع دو سویه آن‌ها اقتضای چنین تعاملی بود. در جامعه‌شناسی سیاسی ایران، تعامل روحانیون و بازاری‌ها و نسبت آن‌ها با حکومت (قدرت) همیشه مورد توجه بود و بعد از انقلاب اسلامی نیز این توجه، به خاطر به حاکمیت رسیدن گروهی از روحانیون، مضاعف شد (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۳۴۷). از عوامل این همبستگی، نیاز متقابل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی آنان بود. بدین معنی که بازار، مبانی اقتصادی و مالی روحانیت مستقل را فراهم می‌ساخت و از نظر سیاسی نیز روحانیت مبانی اعتقادی و مردمی در برابر حکومت و عمال دولتی داشت. روحانیت نیز علاوه بر اعتبار بخشی به اهالی بازار در جامعه، در مواقع ضروری حامی آن‌ها در برابر تعدیات عمال دولتی بود. این پیوند و اتحاد تاریخی، کارکردهای متعددی را در تاریخ معاصر ایران و تا قبل از وقوع انقلاب اسلامی، تأمین می‌کرد. بر اساس آنچه گفته شد پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که: کنش استراتژیک بازار/مؤتلفه در سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی ۵۷ چگونه شکل گرفت و چه غایتی را دنبال می‌نمود؟ نوشتار حاضر با استفاده از نظریه هابرماس و به منظور رسیدن به صحیح‌ترین پاسخ به سؤال مذکور، یافته‌های خود را مورد تحلیل قرار خواهد داد.

۲. چارچوب نظری پژوهش

حوزه‌ی عمومی بخشی از زندگی اجتماعی است که در آن می‌توان مقولات مورد علاقه‌ی عمومی را ارزیابی کرد؛ عرصه‌ای است که در آن می‌توان اختلاف نظرها را از طریق بحث حل نمود (نوذری، ۱۳۸۶: ۴۳۳). هابرماس برخلاف مارکس شکل‌گیری حوزه عمومی را از روابط مالکیت مستقل نمی‌پندارد. به نظر او به رسمیت شناختن مالکیت خصوصی توسط دولت‌های نوین این مجال را فراهم نمود تا همان‌طور که افراد در حیطة مالکیت باید از حقوق فردی برخوردار باشند روابط خصوصی آن‌ها در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی به عنوان پیامد این امر مورد توجه بیشتری واقع شود. هابرماس با تکیه بر اصل رسمیت یافتن نهاد مالکیت خصوصی بر این باور بود که مالکیت خصوصی بر ابزار تولید در قلمرو آزادی اقتصادی صرفاً موثر نبود بلکه به تدریج فعالیت‌های خصوصی افراد را از حوزه روابط شخصی که در قالب خانواده از مدت‌ها پیش

شکل گرفته بود به بازار کشانید. او در این مورد می‌گوید: «فعالیت اقتصادی که خصوصی شد آنگاه به سوی بازاری کالایی جهت یافت که آن بازار تحت هدایت عمومی توسعه یافته بود و شرایط اقتصادی تحت چنین فعالیتی در خارج از محدوده خانگی برای نخستین بار به صورت یک خواست عمومی در آمد.» حوزه‌ی عمومی بورژوازی در وهله‌ی اول قلمرویی بود که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آمدند و «عموم» را شکل می‌دادند. آن‌ها به تدریج توانستند حوزه عمومی تحت کنترل دولت را زیر سیطره‌ی خود در آورند و با صاحبان قدرت چانه زنی سیاسی و اقتصادی کنند (هابرماس، ۱۳۸۴).

هابرماس، وسیله مهم و اساسی آن‌ها در این منازعه‌ی سیاسی در درون حوزه‌ی عمومی را مقوله‌ی جدید و بدون سابقه‌ی تاریخی می‌داند؛ یعنی استفاده‌ی عمومی از خرد جمعی (هابرماس، ۱۳۸۴: ۵۳). حوزه‌ی عمومی در واقع بیانگر منافع اجتماعی یا منافع عمومی است. در نظر نظریه پردازان حوزه‌ی عمومی، پیگیری این منافع متضمن آزاد ساختن جامعه مدنی از مداخله‌ی سیاسی و همچنین محدود ساختن دامنه‌ی اقتدار دولت به حوزه‌ی قلمروی از فعالیت‌هایی است که تحت نظارت عموم قرار دارند (نوذری، ۱۳۸۶: ۴۳۴). از دیدگاه هابرماس «حوزه عمومی را نباید به مثابه یک نهاد یا یک سازمان نگریست، بلکه باید آن را در حکم یک شبکه دید که جریان ارتباطات در آن تصفیه و ترکیب شده و پس از تلخیص، به حسب موضوع، گروه بندی شده و به صورت افکار عمومی درمی‌آید.» (نصیری، ۱۳۸۹: ۱۸). در واقع حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن، افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی، گرد هم می‌آیند؛ در این راستا مشارکت را نباید ارزشی فی‌نفسه تلقی کرد، بلکه ارزش آن بستگی به شرایطی دارد که در آن صورت می‌گیرد (هابرماس، ۱۹۸۹: ۷۳) از دیدگاه هابرماس تعامل فی‌مابین کنشگران اجتماعی؛ عمدتاً به منزله راه‌گزینی است که فرا روی انسان قرار می‌گیرد؛ البته در این میان مباحث آرمانی و طرح و بحث آن‌ها نیز خالی از اهمیت و جایگاه نیست؛ سلامت و صحت جامعه در گرو گسترش و ارتقای توانایی ارتباطی بر پایه عقلانیت ارتباطی است (بشیریه، ۱۳۸۹: ۲۲۶).

با توجه به دیدگاه و نظر هابرماس بهتر می‌توان جایگاه هیئت مؤتلفه و نقش بازاریان را در پیشبرد اهداف انقلاب ۵۷ ایران ارزیابی و بررسی کرد.

۳. علل شکل‌گیری حوزه عمومی در دهه‌های پایانی دولت پهلوی

۱-۳. اصلاحات ارضی

شرایط اقتصادی و اجتماعی در ابتدای دوران پهلوی سبب تغییر در طبقه مالکان شده بود چرا که از سویی عده‌ای از ملاکین که خوانین و روسای ایلات بودند زمین‌های خود را در پی مصادره دولت از دست داده بودند و از سوی دیگر طبقه نوخاسته‌ای از بازرگانان و مقاطعه کاران روی کار آمده بودند که به عنوان مالکان جدید جای مالکان قدیمی را گرفته بودند (لمبتون، ۱۳۶۲: ۴۵۹). به دنبال اصلاحات ارضی و حمایت رژیم پهلوی از طبقه نوبنیاد و جدیدی که بخش وسیعی از سرمایه‌های صنعتی ایران را در اختیار داشت؛ بازار در ایران با مشکلات و محدودیت‌های بسیاری مواجه شد. البته چنین رخدادی امری تصادفی نبود؛ چون سیاست اقتصادی دولت در راستای حمایت از طبقه جدید و تضعیف طبقات سنتی اقتصادی در ایران تعریف شده بود؛ در این راستا دولت اگرچه با وضع برخی قوانین محدودکننده اقتصادی از جمله مجوزهای شغلی، میزان بهره وام‌ها و... بورژوازی سنتی ایران را تحت‌الشعاع قرار داده بود؛ اما از سوی دیگر زمینه را برای سرمایه‌گذاران صنعتی به شدت فراخ نموده بود (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۴۸). البته اینکه مقاطعه کاران و بازرگانان وضعیت اقتصادی شان در طی سال‌های دوران پهلوی بهبود یافته بود را نمی‌توان صرفاً مدلول تنها اصلاحات ارضی دانست چنانکه لمبتون می‌گوید «ثروت مالکان زمین به پای مقاطعه کاران و بازرگان که در سال‌های اخیر ثروتشان افزایش یافته است نمی‌رسد» (لمبتون، ۱۳۶۲: ۴۶۷).

اصلاحات ارضی شاه در سه دوره اول خود به دلیل توجه به بخش کشاورزی، صدمه چندانی به بازار وارد نداشت؛ در این دوره مخالفت بازار با دولت و برخی از حرکت‌ها از جمله قیام پانزده خرداد، عمدتاً در راستای اهداف دینی و اجتماعی شکل گرفت؛ اما تحولات از ۱۳۴۷ تا ۱۳۵۰ به گونه‌ای دیگر رقم خورد؛ این دوره که مصادف با دوره چهارم توسعه در ایران بود؛ بازار هدف آماج اقتصادی دولت قرار گرفت؛ در همین دوره سر برآوردن مراکز جدید و مدرنی هم چون مراکز خرید بزرگ و یا پدیده مدرنی به نام بوتیک، بدنه سنتی بازار را به شدت دچار مشکل ساخت؛ دلیل عمده این مشکل نیز آن بود که بخش سنتی بازار همانند سرمایه‌داران جدید در بخش‌های مالی و گمرکی مورد حمایت دولت واقع نشده بودند. در همین بحبوحه، قشر سنتی بازار مورد حمایت روحانیون قرار گرفت؛ در واقع روحانیون با ترویج این باور که اقتصاد ایران تحت سیطره امپریالیسم جهانی قرار گرفته است؛ حمایت از بازار را نه تنها وظیفه‌ای دینی تعریف نمودند، بلکه به آن جنبه ناسیونالیستی نیز بخشیدند؛ و بر آن بودند که حمایت از بازار نوعی

نجات میهن و حمایت از ایران در مقابل غرب و امپریالیسم نیز هست (بشیریه، ۱۳۸۹: ۱۷۰). در واقع چنانکه هابرماس می گوید حوزه خصوصی و عمومی بر یک دیگر اثر گذاشته و کنش اجتماعی کنشگران عرصه اقتصادی را در پی تحولات سیاسی و اقتصادی رقم زد. روحانیون نیز در این زمان که به دور از تاثیرات این تحولات نبودند به حمایت از قشر بازاریان در برابر تحولات تازه اقتصادی و اصلاحات ارزی برآمدند.

۲-۳. برخورد نظامی با منتقدین

دولت پهلوی تا پیش از دهه چهل سعی داشت از ورد نظامی به مراکز اقتصادی و تجاری اجتناب نماید؛ و حتی شورای عالی اصناف تهران نیز تا پیش از پایان دهه مذکور اجازه داشت بدون دخالت دولت، افراد موردنظر را انتخاب و وارد این شورا بنماید (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۱۴۶). البته چنین اجتنابی چندین بار هم دچار تخطی شده بود؛ چنان که به دنبال اعتراض به انعقاد قرارداد با کنسرسیوم و بالا گرفتن اعتراضات دولت از سیاست دوری نظامی از مراکز تجاری سر باز زده و نیروهای نظامی را به منظور تقابل با اعتراض کنندگان وارد بازار نموده بود (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۵۱۸). این رویکرد در اوایل دهه چهل تغییرات بنیادینی را شاهد بود؛ بدین دلیل که قیام نیمه خرداد ۴۲ بار دیگر ائتلاف بین روحانیون و بازار سنتی را تحکیم نموده و دو بخش خرد و کلان بورژوازی ایران را به یکدیگر پیوند داد و دولت علیرغم کاربست انواع تدابیر و حیل از عهده کنترل این ائتلاف و پیامد آن برنیامد.

۳-۳. برخورد روحانیون و بازاریان با عامه مردم

مؤسسان مؤتلفه عمدتاً از کسبه و اصناف بازار بودند که در فعالیت‌های مذهبی و سیاسی دارای سوابق گوناگونی بودند و برخی از آن‌ها تجارب عضویت در گروه‌های سیاسی را نیز داشتند (جمعی از پژوهشگران، ۱۳۸۶: ۲۲۳). یکی از جنبه‌های بارز مؤتلفه ماهیت بازاری آن‌ها بود. این گروه از دل بازار تهران سر برآورد و بعد از آن هم نفوذ خود را در میان بازاریان برخی شهرهای دیگر ایران گسترش داد. اقشار طبقه متوسط سنتی جامعه و جوانان دارای مشاغل رده پایین در بازار، بیشتر اعضای این گروه را تشکیل می‌دادند. در مجموع هیئت‌های مؤتلفه گروهی بودند که توانستند زیر چتر مذهب و با گرایش سنت‌گرایانه، پایگاه اجتماعی و منافی متناسب با اهدافشان را در بازار و میان بازاریان به دست آورند. بنا به اعتقاد برخی، اعضای مؤتلفه، در واقع، غیر روشنفکر بوده و هیئت‌های مذهبی فعال در بازار، متشکل از تجار و شاگردان آنان را در برمی‌گرفت (پور قنبر، ۱۳۸۷: ۵۴). بدیهی است که با توجه به چنین پایگاهی، مؤتلفه در

جذب بازاریان موفق عمل نموده و توانسته است آرمان مشترک شکل دهد؛ از سوی دیگر ورود امام به عنوان شخصیت کاریزماتیک که دارای پایگاه اجتماعی گسترده بود؛ نوع پیوند ارتباط مؤتلفه و بازار را معنادار و هدفمند می‌ساخت؛ بادامچیان در این خصوص می‌گوید: «در این تشکیلات (مؤتلفه) به صورت ده نفر، ده نفری شدیم؛ که مشهور بود به ده نفره‌های خمینی. مردم می‌دانستند که یک مجموعه است که در ارتباط با امام خمینی (ره) است و مثلاً وقتی در یک شب کل تهران اعلامیه پخش می‌کردیم، می‌فهمیدند. این گروه تا قبل از اجرای حکم در مورد منصور به نام مؤتلفه نبود، همان ده نفره‌های خمینی (ره) بود.» (کشاوری شگری، رحمتی، ۱۳۹۱: ۲۳۸). حتی برخی از بزرگان مؤتلفه می‌گویند: «در ابتدا مردم مؤتلفه را نمی‌شناختند، از وقتی مؤتلفه را امام تأیید کردند در بین همه قشرهایی که ما را می‌شناختند از احترام بالایی برخوردار بودیم؛ و این اقبال به طرف ما بود.» (کشاوری شگری، رحمتی، ۱۳۹۱: ۲۳۵).

۴-۳. تعدیل اقتدارگرایی پهلوی

روحانیون سیاسی و بازاری‌های سنتی، دو نیروی اجتماعی عمده‌ای بودند که در جامعه مدنی سنتی ایران تا قبل از انقلاب اسلامی، همواره به عنوان یک وزنه تعادل قدرت در برابر حاکمیت عمل کرده و توانسته‌اند مردم را بسیج کرده و بر قدرت حاکمیت و دولت تأثیر بگذارند؛ جنبش تنباکو، نهضت مشروطه، جنبش ملی شدن صنعت نفت، قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ و انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، نقطه عطف‌های تاریخی جامعه ایرانی هستند که بدون حضور این دو قشر، امکان‌ناپذیر می‌نمودند (معدل، ۱۳۸۲: ۲۴۵). البته ماهیت، عملکرد و نتایج انقلاب اسلامی با دیگر وقایع تاریخی ماقبل آن تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای دارد و فراتر از کارکرد تأثیرگذاری بر قدرت قرار می‌گیرد. روابط بازار با حاکمیت قبل از انقلاب اسلامی، آکنده از تنش و تعارض بود. از دهه ۱۳۳۰، بین دولت و بازار، دشمنی فزاینده‌ای از لحاظ مسائل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به وجود آمد. دولت به خصوص پس از دوره اصلاحات ارضی، اقتصاد مدرن را مورد توجه قرار داد ولی این لطف را از بازاری‌ها دریغ کرد و با اجرای خودسرانه و تبعیض‌آمیز، مقررات تجاری و مالیات‌بندی بر بازاری‌ها و توجه به شرکت‌های تعاونی دولتی و فروشگاه‌های ارزان‌فروشی، تنش را بیشتر نمود. از سوی دیگر، روحانیون نیز که البته گروه مخالف منسجمی را در برابر حاکمیت تشکیل نمی‌دادند و به گروه‌های مختلف «رادیکال»، «میان‌رو» و «سنتی» تقسیم می‌شدند، به دشمن سازش‌ناپذیری برای حکومت پهلوی تبدیل شدند. یعنی، حاکمیت پهلوی در برابر این گروه‌های مختلف، با تأسیس مدارس جدید، انحصار علما بر آموزش‌های قدیم را شکست و با

گشایش دفتر مطالعات اسلامی در دانشگاه تهران، آن‌ها را حتی در حیطه آموزه‌های دینی هم به چالش کشید. حکومت پهلوی برگزاری تمامی مراسم‌های عزاداری و نمازهای جماعت را مشمول محدودیت کرد و طلبه‌ها در مواردی هم مشمول خدمت نظام‌وظیفه می‌شدند (حاضری، ۱۳۷۲: ۱۲۵). بنابراین، تحولات یادشده منجر به کاهش قدرت و اقتدار روحانیون و بازاری‌ها از طرف حکومت پهلوی شد و در نتیجه، سبب شکل‌گیری جبهه متحد مخالف حاکمیت به وسیله روحانیون سیاسی و بازاری‌های سنتی گردید. در واقع ذات اقتدارگرای پهلوی باعث برخورد دفعی با گروه‌های معترض شده و با دسته‌بندی کردن جامعه به خود و دیگری، روحانیون و بازاریان را به منزله غیرخودی و دیگری فرض نمودند و اوج برخوردهای دفعی پهلوی با دو گروه مذکور را سبب شد.

۵-۳. شکل‌گیری مدرنیته ناقص

علاقه و شیفتگی پهلوی به مظاهر مدرنیته در زمره مباحثی است که صفحات قطوری از تاریخ معاصر را به خود اختصاص داده است؛ البته احساس حقارت در برابر پیشرفت‌های تمدن غربی و دغدغه رفع عقب‌ماندگی ایران از جمله مباحث مهمی بود که به دنبال تأثیر امواج مدرنیته بر ایران از دوره قاجار شروع شده بود (مدنی، ۱۳۶۹: ۲۴۹). گشایش‌های اقتصادی، گسترش زندگی شهری در پی افزایش تسهیلات صنعتی، بهداشتی و آموزشی، افزایش تعداد افراد کارمند دولتی و حقوق‌بگیران کارخانه‌ها و رشد ساخت و ساز موسسات جدید در شهرها و شکل‌گیری طبقه‌ی اعیان شهری و متوسط متمول (که بازاریان و تجار در این قشر جای می‌گرفتند) علاوه بر علاقه خاندان پهلوی به مدرنیزاسیون سبب گسترش بیشتر ظواهر زندگی مدرن و مدرن شدن ایرانیان گردید (شجاعی زند، ۱۳۷۲: ۱۰۶).

وارد کردن دانش مدرن از دو طریق در رژیم پهلوی انجام شد: ۱. استخدام مستشار؛ ۲. اعزام دانشجو به خارج که در این زمینه تصمیماتی اتخاذ شده بود که بر اساس آن سالیانه عده‌ای دانشجو برای فراگرفتن دانش‌های غربی به اروپا اعزام می‌شدند (دیلمی معزی، ۱۳۸۶: ۸۳). شاهد این ادعا که توجهات پهلوی به دانش دوره مدرن بیشتر متوجه ظواهر آن دانش بود، نه بطن و ماهیت آن؛ سخنان شجاع‌الدین شفا (معاون فرهنگی وزارت دربار) است که درجایی گفته بود: «ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که باورها فروریخته‌اند، همه حقایق بزرگ ماوراءالطبیعه با انتقاد مدرنیته بی‌ارزش شده‌اند. وجود منطق و حقیقت دیگر از یکدیگر متمایز نیستند. بین وجود و نماد، خطا و واقعیت، دیگر مرزی وجود ندارد. ما وارد دوره تفسیر شده‌ایم،

تحلیل دلایل و کارکرد شکل‌گیری حوزه عمومی در دوره پهلوی ...

هرکسی حقیقت را آن طور که مایل است تفسیر می‌کند.» (شفا، ۱۳۵۴: ۱۰۲). لذا توجه و شیفتگی سلسله پهلوی به مدرنیزاسیون غربی بدون توجه و فهم دقیق از مدرنیته به عنوان بستر فکری و عقلانی مدرنیزاسیون باعث شد که دولت مذکور، شکل معیوب و ناقصی از مدرنیته را در ایران شکل دهد.

تحلیل مضامین مذکور نشانگر آن است که اولاً اقبال توده‌های مردم از مؤتلفه باعث گستردگی پایگاه اجتماعی ایشان شد؛ ثانیاً ائتلاف ایشان با بازار، روابط بازار و روحانیت را از حالت سنتی خود (دریافت حمایت متقابل) خارج ساخته و فصل نوینی را پدید آورد که با اهداف بزرگ سیاسی و حتی تشکیل حکومت اسلامی معنا پیدا می‌کرد؛ چنین روندی به‌واقع باعث دگرذیسی روابط ایشان شده و این دو گروه را وارد تعامل معنادار ساخت. نکته دیگری که ذکر آن بسیار مهم است، این است که گرایش عمیق پهلوی به نوسازی در عرصه‌های مختلف و هم‌چنین آزادسازی فضاهای سیاسی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری حوزه عمومی در ایران داشت، درواقع همان‌طور که هابرماس نیز به‌وفور بر آن تأکید دارد، مدرنیته لاجرم باعث شکل‌گیری حوزه عمومی می‌شود؛ حوزه‌ای که به هیچ‌کدام از بخش‌های دولتی و خصوصاً وابستگی نداشته و ارتباط هدفمندی با طبقات مختلف اجتماعی، خارج از سطح تأثیرگذاری آن‌ها دارد. در ایران نیز تابش مدرنیته، موجبات عیان شدن ذات غیر مدرن دولت و هم‌چنین تمایلات اقتدارگرایانه آن را فراهم ساخت، به‌گونه‌ای که بنا بر دیدگاه هابرماس، حوزه عمومی دیگر به دنبال سهم‌گیری از قدرت نبوده و تغییر نظام سیاسی و قدرت را هدف اصلی خود تعریف نموده بود.

۴. محوریت بازار و روحانیون در شکل‌گیری حوزه عمومی

«تلاش سازمان یافته بازار برای تشکیل مجلس وکلای تجار، مشارکت موثر بازاریان بالاحص کسبه و تجار در پیروزی نهضت تنباکو و جنبش مشروطیت، حضور در جلس موسس‌ان و نقش سرنوشت‌ساز و سازمان یافته در سقوط احمدشاه نقش کاسبکاران و پیشه‌وران» (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۵۳) از جمله موارد حضور موثر این طبقه در تحولات سیاسی ایران عصر قاجار به بعد است. در عصر مدرن شدن ایران و شکل‌گیری طبقات جدید و به‌رغم رشد صنعت اما هم‌چنان طبقه متوسط متمول سنتی نیروی عمده‌ای محسوب می‌شدند که توانسته بودند بخش اعظمی از قدرتشان را حفظ کرده و بخش عمده‌ای از معاملات را در دست داشته باشند. علاوه بر این موارد روحانیت نیز که هنوز تشکیلات مربوط به اوقاف، حسینیه‌ها، مساجد و

مدارس دینی را در دست داشتند از رونق اقتصادی که در دهه ۱۳۴۰ ایجاد شده بود بی بهره نماندند چرا که بازاریان هنوز در تأمین هزینه های رشد و گسترش مدارس و حوزه های علمیه نقشی اساسی داشتند. و نفوذ بازار تا روستاها نیز رسیده بود زیرا پس از اصلاحات ارضی از طریق تاسیسات صنعتی کوچک و به منظور رفع نیاز و تقاضاهای مصرفی روستاها نیز وارد عرصه ی بازار و در ارتباط با آن قرار گرفته بودند (هالیدی، ۱۳۷۳: ۲۳۱).

از این رو پیش از انقلاب اسلامی گروهی از روشنفکران جدید در سپهر سیاسی ایران ظهور یافتند که بسیاری از آن‌ها از خانواده‌های بازاری با عقاید مذهبی قوی بودند؛ و با تلاش همین عده بود که نیروی محرک جنبش از لایه‌های بالا به لایه‌های متوسط و پایین بازار، گروه های مذهبی و سپس کل جامعه منتقل شده است. بنابراین، در قیاس با جنبش‌های پیشین از جمله جنبش مشروطه، بازاریان مشارکت بیشتری داشتند؛ بازاریانی که بسیاری از آن‌ها را روحانیون مبارز و روشنفکران مذهبی بسیج کرده بودند. علاوه بر آن، در این زمان در میان بازاری‌ها، نسل قدیم کار را فرو گذاشته و نسل جوان‌تر جایگزین آن شده بود و در همین حال، روحانیون سیاسی و روشنفکران جایگاه مهم‌تری را در رده رهبری و در میان کادرهای جنبش اعتراضی به دست آورده بودند. عمده دلیل حمایت تجار بزرگ و بازاری‌های سنتی از انقلاب به دلایل ذیل بود:

- مالیات‌های غیرشرعی دولتی را در رژیم اسلامی نخواهند پرداخت؛
 - سبک زندگی آن‌ها توسط دولت اسلامی محترم شمرده خواهد شد؛
 - از سلطه مستبدانه حکومت پهلوی رهایی خواهند یافت؛
 - در رژیم جدید با نظام اداری دولتی ارتباط مناسب‌تری خواهند داشت.
- درواقع اگرچه در ابتدا تحولات عمده اقتصادی باعث اعتراض بخش سنتی بازار شده بود و از سوی دیگر تغییرات متعدد فرهنگی و اجتماعی با سلیقه دینی روحانیون هماهنگ نبود و عمده دلیل همیاری دو گروه روحانیون و بازاریان در شکل‌گیری و گسترش اعتراضات جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی داشت؛ اما به مرور زمان سویه‌های سیاسی نیز به آن اضافه شد و عدالت و دستیابی به آن یکی از کلید واژگان اصلی انقلاب اسلامی شد؛ درواقع انقلاب برای بسیاری از بازاری‌ها به معنی نشان دادن نیرو و حضور جمعی در مقابل حکومت بود و بازاری‌های رده پایین نیز به خاطر عدالت و برابری اجتماعی اسلامی جذب انقلاب شدند (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۱۵۷ - ۱۵۶).

در این میان مؤتلفه اسلامی نیز هم‌زمان با شدت‌گیری بحران سیاسی ایران و سازمان یافتن مخالفت‌های مردمی علیه رژیم وقت تشکیل شد؛ این جمعیت در بهار ۱۳۴۲ از ائتلاف سه گروه مذهبی به وجود آمد. گروه مسجد امین‌الدوله، گروه اصفهانی‌ها و گروه مسجد شیخ علی که در قالب هیئت‌ها و جلسات مذهبی فعالیت می‌کردند و با آغاز نهضت امام خمینی (ره) در سال ۴۱، به‌طور جداگانه فعالیت‌های چاپ و پخش اعلامیه‌های مراجع و علماء و برگزاری تظاهرات و راهپیمایی‌ها و مجالس سخنرانی‌ها را به صورت پراکنده داشتند و بعد از برقراری ارتباط با امام، به توصیه ایشان برای اتحاد با یکدیگر آشنایی پیدا کرده در قالب مؤتلفه به هم پیوستند (جمعی از پژوهشگران، ۱۳۸۶: ۲۲۳-۲۲۲).

رویکرد اصلی و اساسی مؤتلفه مبارزات سیاسی بود؛ در مرام‌نامه این گروه است که: «پس از تأملات و بحث‌های فراوان به این نتیجه رسیدیم که بهتر است فعالیت خود را در یک کار اجتماعی عام‌المنفعه متمرکز کنیم و در پوشش آن به جذب نیروهای مردمی بپردازیم و کار سیاسی خود را همچنان ادامه دهیم.» (طاهر احمدی، ۱۳۸۴: ۱۳۷). به عبارت دیگر کسانی که پایگاه فعالیتشان یکی از این سه مسجد فوق بود، همگی معتقد به مبارزه بودند و در این میان به دنبال مرجعی می‌گشتند که بتوانند از طریق ایشان سازمان‌یافته‌تر عمل کنند (عسگراولادی و دیگران، ۱۳۸۷: ۸۸-۵۹).

همین عامل کفایت می‌کرد که مؤتلفه در پیشبرد اهداف خود رویکرد اقتصادی خاصی نداشته باشد؛ چنان‌که بادامچیان می‌گوید: «در مؤتلفه اصلاً هیچ انگیزه مالی یا امتیاز‌گیری مطلقاً وجود نداشته است. همه افراد در معرض شهادت و دستگیری و ... بودند و هیچ امتیاز مادی و مالی نبوده است. تأسیس بنیاد رفاه و صندوق قرض‌الحسنه و ... این‌ها هیچ‌کدام به نیت عضوگیری نبودند.» (کشاورز شکری و رحمتی، ۱۳۹۱: ۲۳۱-۲۳۰).

البته با توجه به پیشینه‌ای که هیئت‌های مؤتلفه در میان بازاریان و نقش آن‌ها در شکل‌گیری داشت و اقداماتی که بازاریان در حمایت مالی از روحانیت و به تبع حمایت روحانیت از آن‌ها در برابر تحولات جدید اقتصادی داشتند، نمی‌توان چنین نظرانی را به قطعیت پذیرفت و باید بیشتر این دست از اظهار نظرها را تحلیل‌هایی پسینی و برای رفع اتهام دانست.

به نظر می‌رسد که بحث عضوگیری از دیدگاه مؤتلفه اهمیت داشته است؛ چراکه یکی از برنامه‌های مؤتلفه، تأمین مالی مبارزان سیاسی بود، به ویژه برای آن‌هایی که دستگیر و روانه زندان می‌شدند و گویا بازاریان [از طیف‌های سیاسی گوناگون] نقش بسیار مهمی در پرداخت

هزینه زندگی اعتصابیون همانند کارکنان شرکت نفت، اساتید دانشگاه و کارگران در ماه‌های منتهی به انقلاب ۱۳۵۷ داشتند (پورقنبر، ۱۳۸۷: ۱۳۲-۱۳۱).

ذکر این نکته خالی از اهمیت نیست که حوزه عمومی تشکیل شده در دوره پهلوی، ارکان خود را طی تاریخ شکل داده بود؛ «در دوران قاجار بر میزان نفوذ و قدرت روحانیت و همچنین بر قدرت بازار افزوده شد. در ماجرای تنباکو، روحانیت و بازار نقشی اساسی داشتند.» (کدی، ۱۳۹۲: ۵۴). «در دوران مشروطه نیز روحانیت و بازار بازیگران مهمی بودند. در دوران رضاشاه اقدامات گوناگونی برای کاهش قدرت روحانیت و بازار صورت پذیرفت. در ملی شدن صنعت نفت نیز روحانیت و بازار از بازیگران مهم بودند. از سال ۱۳۴۰ امام خمینی (ره) گفتمان اسلام‌گرایی انقلابی را بار دیگر بازتولید کرد و ابعاد آن را گسترش داد و جریان اسلام‌گرایی را به صورت مدون منظم نمود.» (خواجه سروی و شارعی، ۱۳۹۲: ۲۰۸). «در دهه پنجاه خورشیدی شاه کوشش فراوانی برای محدود کردن قدرت روحانیون و آسیب زدن به اسلام کرد» (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۲۷۲)؛ اما ارتباطات میان روحانیت و بازاریان که از زمان قاجار شروع شده بود و از گستردگی چندانی برخوردار نبود، در سال‌های پایانی دهه ۵۰ باعث شکل‌گیری حوزه عمومی ای شد که محوریت آن با روحانیون و بازاریان سنتی بود که در ارتباطی فعال با روشنفکران مذهبی و اقشار متعدد اجتماعی، پویش انقلابی خود را به پیش می‌بردند.

۵. کارکرد حوزه عمومی در ایران عصر پهلوی

به نظر هابرماس، حوزه عمومی دارای کارکردهایی برای سیاست و جامعه است: اول، مسائل و مشکلات حوزه‌های گوناگون زیست جهان را به حوزه سیاست منتقل می‌کند، دوم زمینه مشارکت عمومی در امر سیاسی را فراهم می‌کند، سوم، امکان شکل‌گیری و پرورش دموکراسی گفت‌وگویی را به وجود می‌آورد؛ و سرانجام، افکار عمومی را شکل می‌دهد که سه کارکرد مهم برای سیاست دارد: الف) حقیقت مسائل اجتماعی را شناسایی می‌کند؛ ب) مسائل را بر اساس درجه اهمیتشان موضوع بندی می‌کند، یعنی مشکلات را بابتان سهم و وزنی که در جامعه دارند، دسته‌بندی می‌کند و اهمیت آن‌ها را به‌گونه‌ای بیان می‌کند که برای کارشناسی به پارلمان انتقال یابند. ج) بر روند حل مشکلات از سوی دولت نظارت می‌کند (walzer, 1995: 21)؛ به نقل از سبزه‌ای، ۱۳۹۴: ۵۴). در ادامه این اقدامات مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۵-۱. انتقال مشکلات به حوزه سیاست

انجام اصلاحات متعدد توسط حکومت و مخالفت روحانیت با آن اصلاحات و همچنین اشتراک نظر مردم و بدنه سنتی بازار با روحانیت باعث واکنش محمدرضا شاه با این موضوع شد؛ در واقع شناسایی مشکلات متعدد توسط حوزه عمومی، به انتقال آن به دولت از طریق موضع‌گیری روحانیت، حکومت پهلوی را متوجه قدرت حوزه مذکور نموده و نسبت به تعامل با آن به تکاپو واداشته بود، از جمله شاه وعده داده بود که: «اگر روحانیون با این برنامه اصلاحی ما موافقت کنند و به کارشکنی و مخالفت دست نزنند، من قول می‌دهم هر پیشنهاد و خواسته‌ای که درباره جامعه روحانیت داشته باشند، برآورده سازم» (مدنی، ۱۳۶۱، ج ۲: ۱۹-۱۲).

۲-۵. مشارکت عمومی در امر سیاسی

شکل‌گیری افکار عمومی و به‌تبع آن افزایش آگاهی سیاسی مردم باعث فعالیت بیشتر افشار مختلف در حیطه سیاست شد و محمل اصلی این فعالیت نیز تظاهرات مردمی بود؛ در این راستا ائتلاف بازار- روحانیت دست به سازمان‌دهی حمایت‌های مالی خود به روش‌های مختلف زدند، به‌گونه‌ای که این حمایت‌ها از پشتیبانی کارگران ساده‌ای که در تظاهرات شرکت می‌کردند تا تأمین منبع مالی اعتصاب‌ها و تظاهرات و همچنین تکفل خانواده‌های زندانیان سیاسی را شامل می‌شد؛ اوج مشارکت عمومی در فضای سیاسی شکل‌گرفته، حمایت جانی از انقلاب و شهادت بسیاری از جوانان متعلق به طبقه متوسط سنتی بود. چنین طیف گسترده‌ای، رژیم وقت را با گرفتاری‌های عدیده‌ای مواجه ساخته بود؛ در واقع عدم فهم دقیق مدرنیته از سمت هر دو گروه و جناح هم حکومت و هم مخالفان حکومت و فضای سیاسی حاصل از آن توسط حکومت پهلوی باعث شده بود که نسبت به پیامدهای سیاسی فضای ایجادشده واکنش دفعی داشته باشند؛ به همین دلیل «رژیم برای رویارویی با بحران، استراتژی در پیش گرفت که برخی از سیاست‌هایی آن موجب خشم بازار و روحانیون میانه‌رو شده بود؛ جنگ ضد تورمی علیه تاجران جزء را پایان داد؛ گروه‌های بازرسی بدنام را منحل و مغازه‌داران زندانی‌شده به جرم سودجویی را رها نمود؛ طرح‌های ایجاد بازار بزرگ دولتی را کنار گذاشت و به بازاریان تهران اجازه داد تا یک انجمن تجار، بازرگانان و پیشه‌وران را تشکیل دهند؛ مقررات اخلاقی برای اعضای خانواده سلطنتی وضع کرد و در آن به ۵۰ تن از وابستگان خود دستور داد تا به فعالیت بازرگانی خود پایان دهند. نمایش فیلم‌های مستهجن را ممنوع و وعده داد که مدرسه فیضیه را باز کند؛ همچنین جمشید آموزگار، نخست‌وزیر وقت، کوشید با حذف بعضی از طرح‌های هزینه‌بر، با کاهش هزینه روزافزون زندگی، تورم و نارضایتی‌ها را مهار نماید، اما ائتلاف تاریخ‌ساز

طبقه متوسط سنتی (بازار و روحانیون) با طبقه متوسط جدید و نقش رهبری آیت‌الله خمینی (ره) در ایجاد این ائتلاف علیه دشمن مشترک و رادیکال شدن فضای سیاسی و اجتماعی کشور به پیروزی انقلاب اسلامی ایران که طبقه بورژوازی کمپرادور را از صحنه سیاسی کشور حذف و روحانیون و بازاریان را جایگزین آن نمود، انجامید. «آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۶۲۷». نکته‌ای که محمدرضا شاه بدان توجه کمتری داشت، این بود که علیرغم شکل‌گیری قشر سرمایه‌دار مدرن و موردحمایت دولت، طبقه بازار سنتی هم‌چنان از پایگاه اجتماعی گسترده‌ای برخوردار بود. (کمالی، ۱۳۸۱: ۱۹۰-۱۸۹).

در این میان، موضوعی که باعث خطرناک شدن بازار برای دولت می‌شد؛ فقط به گستردگی پایگاه اجتماعی بازار خلاصه نمی‌شد؛ بلکه استقلال بازار از دولت نیز موضوع دیگری بود که باعث خطرناک شدن این قشر برای پهلوی می‌شد؛ دلایل استقلال بازار از دولت این بود که: «بازار بیش از ۲۵۰ هزار مغازه و حجره و دوسوم دادوستد خرده‌فروشی، سه‌چهارم تجارت عمده‌فروشی و ۵۰ درصد تولید صنایع‌دستی را در اختیار داشت (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۳۳)؛ عدم وابستگی مالی گسترده به دولت و عدم امکان دخالت دولت به دلیل ماهیت دادوستدی بازار؛ دامنه وسیع نفوذ بازار و بازاریان و گسترش آن به مناطق وسیع خارج از بازار، مناطق غیرشهری، روستاها و مراکز کوچک تجاری؛ نفوذ بازار بر هزاران دست‌فروش، دلال و خرده‌فروش کوچک علاوه بر کارگران خود؛ پیوند سنتی اجتماعی، مالی، ایدئولوژیک و تاریخی با تشکیلات مذهبی و جلب حمایت نهاد مذهب» (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۵۰) کافی بود که بازار بتواند به عنوان وزنه‌ای در مقابل دولت قد علم کند.

بر همین اساس بود که مجموعه برنامه‌های اقتصادی دولت از جمله برنامه‌های توسعه و نوسازی از عهده تضعیف بازار سنتی برنیامد؛ توضیح آن‌که علیرغم سیاست‌های دولت علیه بازار سنتی به منظور محدودسازی آن بازاریان سنتی، این قشر هم‌چنان در تأمین کالاهای موردنیاز خرده‌فروشان و کسبه سنتی نقشی کلیدی داشت.

به همین دلیل اگرچه از نفوذ بازار در برخی از شهرها کاسته شده بود؛ اما این قشر هم‌چنان از نقشی کانونی در برخی از شهرهای ایران برخوردار بود؛ از سوی دیگر، مجموعه برنامه‌های توسعه دولت پهلوی باعث آسیب رساندن به اقتصاد روستایی نیز شده بود؛ امری که نتیجه آن مهاجرت گسترده روستاییان به شهرها شده بود؛ همین گروه مهاجران نیز طبقات جدیدی در

شهرها ایجاد نمود که به لحاظ فکری و حتی منافع سیاسی عمدتاً به بازار سنتی قرابت بیشتری داشت.

۳-۵. شکل‌گیری افکار عمومی

در ایران از اواسط دهه ۴۰ اگرچه به دلیل مدرن‌گرایی پهلوی، فضای سیاسی تا حدودی از انسداد گذشته خود رهیده بود، اما هم‌چنان که در سطور پیشین نیز به آن اشاره شد، توجه به ظواهر مدرنیته توسط دولت پهلوی در تجانس با ذات اقتدارگرایی آن دولت، حوزه عمومی معیوبی را تولید کرده بود که محمدرضا شاه آن را برنمی‌تابید؛ حوادث دهه ۴۰ و تحکیم روابط بازار و مؤتلفه باعث شد که دولت با اتخاذ تصمیمات جدید این دو گروه (بازار و مؤتلفه) را تحت‌الشعاع قرار دهد؛ از دیدگاه دولت پهلوی، منابع مالی این ائتلاف باعث پیشروی آن‌ها شده بود و همین عامل نهاد قدرت را بر آن داشت که در راستای اعمال محدودیت بر قشر سنتی بازار تصمیم‌سازی کند؛ بر همین اساس «در سال ۱۳۵۰ یک قانون جدید با عنوان ضوابط صنفی با تمهیداتی ویژه برای بنیان نهادن اتاق اصناف شامل ۲۶ صنف با اعضای مشتمل بر ۲۰۰ هزار نفر در تهران تأسیس شد. یک استاندار سابق، یک سرهنگ شهربانی و سرانجام یک سرگرد شهربانی تحت‌الشعاع دولت به عنوان رئیس اتاق اصناف انتخاب شدند. یکی از کارکردهای در نظر گرفته‌شده برای اتاق اصناف راه انداختن مبارزه‌ای با گران‌فروشی بر ضد بازارها، صاحبان صنایع و تجار بزرگ بود. سه نهاد دولتی شامل مرکز تثبیت قیمت‌ها، اتاق اصناف و دادگاه ویژه رسیدگی به گران‌فروشی متولی مبارزه با گران‌فروشی بودند. علاوه بر این تشکیل یک انجمن ملی برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده برای اعمال مقررات مربوط به نظارت بر قیمت‌ها تشکیل شد و فرمانده سابق شهربانی کشور به ریاست این انجمن منصوب شد.» (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۱۴۷-۱۴۶).

علاوه بر موارد مذکور، اتاق بازرگانی در شهرهای مختلف نقش محوری یافت؛ و اصناف هر شهر بنا بر فرمایش حزب رستاخیز ملت ایران، تحت فرمان اتاق بازرگانی قرار گرفت. علاوه بر این حزب رستاخیز، گروهی را تحت عنوان گروه ضربت تشکیل داد؛ هدف از تشکیل چنین گروهی این بود که مبارزه با تورم جنبه‌ای نهادی و امنیتی یافته و گروه ضربت با همکاری نزدیک با وزارت بازرگانی، امکان کنترل بازار را در اختیار داشته باشند.

یکی از نکات جالب در حیطه مبارزه با تورم توسط حزب رستاخیز این بود که وزارت فرهنگ نیز به این حیطه وارد گردید؛ به طوری که با تشکیل گروه‌های دانش‌آموزی، نوعی حرکت

جهادی در تقابل با احتکار، تورم و سودجویی در مراکز تجاری و اقتصادی؛ گروه‌های تقابل با نابسامانی اقتصادی در ایران افزونی یافت (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۶۱۵). این تمهیدات اگرچه به لحاظ ظاهری بسیار غنی به نظر می‌رسید؛ اما در عمل برخی نهادها از جمله اتاق‌های اصناف همکاری‌های لازم را انجام ندادند؛ به همین دلیل بود که با اقدامات سرکوب‌گرانه وزیر بازرگانی علیه این تخطی‌ها، بسیاری از اتاق‌های بازرگانی اخراج شده و حتی برخی از اتاق در برخی از شهرها منحل شد؛ در این راستا «دادگاه‌های صنفی ۲۰ هزار فروشگاه را جریمه نقدی کردند، ۲۳ هزار نفر را به تبعید فرستادند و هشت هزار از کسبه خرده‌پا و مغازه‌دار که اکثر آن‌ها بازاری بودند به زندان‌های بیست ماه تا پنج سال محکوم شدند.» (ازغندی، ۱۳۸۵: ۱۴۸). در این راستا حزب رستاخیز نیز به مدد وزارت بازرگانی آمده و با تشکیل شعبات متعدد خود در بازار، اوضاع را شدیداً تحت کنترل داشت، تمامی کارگاه‌ها موظف به ارائه لیست کارگران خود به حزب شده و حتی پرداخت بیمه برای کارگران واحدهای تولیدی الزام قانونی شد؛ حزب رستاخیز به این اقدامات اکتفا ننمود؛ و تمامی واحدهای صنفی سنتی را منحل نموده و صنوف جدید جایگزین آن شدند؛ ضمن اینکه شورای عالی اصناف نیز منحل شده و اتاق‌های اصناف جایگزین آن شدند (آبراهامیان، ۱۳۸۱: ۵۴۵). علاوه بر وزارت بازرگانی و حزب رستاخیز، دولت نیز در این زمینه تلاش بسیار نمود؛ به گونه‌ای که دولت با وارد نمودن اقلام و کالاهای اساسی برای مصرف مردم، صراحتاً بازار با هدف حملات اقتصادی خود قرار داده بود؛ همین اقدامات باعث شد که بازار و طبقه روحانیون حامی بازار، دولت را آشکارا در مقابل خود یافته و همین امر موجبات جبهه‌سازی‌های سیاسی را فراهم نمود؛ در واقع پهلوی دوم وارد عرصه‌ای شده بود که بسیاری از دولت‌های پیشین هرگز جسارت ورود به آن را نیافته بودند؛ دولت علاوه بر این، با طرح ایجاد بزرگراه‌های وسیع، خرابی مراکز بافت قدیمی را نیز در دستور کار خود قرار داده بود؛ در این میانه رسانه‌های نوشتاری از جمله روزنامه‌ها نیز به یاری دولت شتافته بودند؛ و با تبلیغ مزایای زندگی مدرن، ایجاد فروشگاه و مراکز خرید دولتی بجای مغازه‌های سنتی و قدیمی؛ تبلیغ سوپرمارکت‌های جدید به سبک نمونه‌های انگلیسی آن و ... دولت را در اجرای برنامه‌های اقتصادی خود، یاری رساندند؛ درست به همین دلیل بود که طبقه بازار در ایران با گسترش تبلیغ منفی علیه دولت، پهلوی را به نابودی ارکان اجتماعی و اقتصادی ایران محکوم می‌نمود؛ این تقابل آن‌چنان ادامه یافت که بازار به یکی از ارکان انقلاب اسلامی تبدیل شد؛ به گونه‌ای با گسترش اعتراضات و تظاهرات مردمی علیه دولت پهلوی؛ بازار هرگز از حمایت

اقتصادی و مالی خود از جنبش مذکور برنداشت؛ از سوی دیگر بازار پیوند خود با روحانیت را به‌شدت حفاظت می‌نمود؛ به‌گونه‌ای که «بازار در دی‌ماه ۱۳۵۶ در واکنش به مقاله توهین‌آمیز علیه روحانیت ضد رژیم در روزنامه اطلاعات، ۲۹ بهمن ۱۳۵۶، به مناسبت چهلمین روز کشتار مردم قم و ... بسته شد. در ۱۹ اردیبهشت سال ۱۳۵۷ بازار همراه با مؤسسات آموزشی اعتصاب کرد و مراسم به خشونت کشیده شد و شاه با لغو برنامه دیدار از اروپای شرقی به ۲ هزار نیروی مسلح دستور داد بازار را محاصره و برای برهم زدن گردهمایی از گاز اشک‌آور استفاده نمایند.» (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۱۰۲).

نقطه اوج تقابل بازار و دولت به دنبال حوادث خردادماه ۱۳۵۷ روی داد؛ با قیام ۱۵ خردادماه در همین سال، اتحادی گسترده میان بازاری‌های سراسر کشور ایجاد شد؛ در این اتحاد بازاریان سنتی در واکنش به کشتار ۱۵ خردادماه دست به تحصنی گسترده زده و در اعتراض به این حرکت بازارهای سه شهر تبریز، مشهد و اصفهان تعطیل شد؛ در این میان اگرچه بازار تهران، هم‌سو با سایر شهرها از تاکتیک تحصن استفاده کرد؛ اما بازار تهران به‌طور صد در صد تعطیل نشد؛ چنین شد که بازار و طبقه روحانیت با اتحادی هماهنگ، تعطیل‌سازی مراکز تجاری از جمله بازار را به عنوان ابزاری مهم در دستور کار خود قرار دادند؛ و این رویه تا ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ ادامه یافت. بعد از اتفاق ۱۵ خرداد هیئت مؤتلفه با گرفتن دستور مبارزه مسلحانه علیه حکومت از آیت اله خمینی توانستند نقش عملگرایانه تری ایفا نمایند و ترور حسنعلی منصور از دیگر مصادیق همکاری هیات مؤتلفه و روحانیت است (مرکز اسناد انقلاب اسلامی تهران، ۱۳۸۳: ۷۵).

نتیجه‌گیری

خوانش تاریخ و حوادث ایران در دهه ۴۰ حکایت از آن دارد که دگرگونی در عرصه مناسبات سیاسی و اقتصادی ایران از یک‌سو و شکل‌گیری گروه‌های مخالف به حدی سرعت داشت که اقشار مختلف از جمله گروه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی درگیر یک کنش ارتباطی بودند؛ بدین معنا که درک تغییرات وسیع اجتماعی که بیشتر به پرتاب شدن به دنیای مدرن شباهت داشت، نیازمند فهم دقیق از شرایط و به قول هابرماس درک آن بود؛ چنین اتفاقی برای بخش‌هایی از جامعه ایران روی نداد و ارتباط و درک شرایط تغییر یافته برای ایشان امری سهل نبود؛ شاید از شگفتی‌های تاریخی ایران همین است که بدون طی صحیح مرحله کنش

ارتباطی، برخی از گروه‌ها وارد مرحله کنش استراتژیک شدند؛ البته باید بدین نکته توجه داشت که از دیدگاه هابرماس کنش ارتباطی و کنش استراتژیک به مراحل مقدماتی و پیش‌رفته تقسیم‌نشده‌اند؛ بلکه راقم این سطور به دلیل عقلانیت مستتر درکنش استراتژیک بر این باور است که چنین کنشی باید به دنبال درک و فهم اتفاق بیفتد؛ به همین دلیل کنش راهبردی را مرحله پس از کنش ارتباطی قلمداد می‌کند.

هدف کنش استراتژیک مؤتلفه و روحانیون نیز کاملاً واضح است؛ این دو گروه اگرچه در ابتدا براندازی و تغییر نظام را در دستور کار خود نداشتند؛ اما سیر و سرعت حوادث آن‌ها را به سمت تغییر نظام حاکم سوق داد؛ درواقع در مراحل اولیه شکل‌گیری حوزه عمومی این گروه‌ها، توجه به آرمان‌ها و تأمین منافع کفایت می‌کرد؛ اما درک دقیق‌تر از شرایط موجود ایشان را به این نتیجه رساند که چنین کارزاری فقط با تغییر مشی یکی از طرفین (دولت یا گروه‌های مورد بررسی) قابلیت اتمام دارد و در غیر این صورت تنها گزینه حذف یکی از ایشان است؛ البته این تقلیل تاریخ است که تنها علت سقوط پهلوی را در کنش ارتباطی یا استراتژیک روحانیون و بازاریان سنتی خلاصه نمود؛ بدون تردید عوامل بسیار دیگری نیز در این امر مداخله دارد؛ اما غرب‌زدگی شدید محمدرضا شاه و تلاش بی‌وقفه وی برای نیل به آنچه تمدن بزرگ نامیده می‌شد؛ باعث شده بود که همانند مسیر تک‌خطی‌ای که ملل پیشرفته برای رسیدن به توسعه طی کرده بودند و درست بر اساس نظریه‌های نوسازی، شاه نیز مسیر مشابه را در ذهن پروراند و به دنبال اجرای آن باشد؛ چه این که حتی آزادی‌های نسبی‌ای که در پرتو همین شعار ایجادشده بود، به نوبه خود آغاز یک فرجام بود؛ مبحثی که توسط بدنه سنتی بازار ایران و روحانیون به خوبی درک شده بود و همین درک نیز باعث غایت‌سازی توسط ایشان شده کنش آن‌ها را به سطح استراتژیک ارتقاء داد؛ کنشی که باعث گسترش حوزه عمومی گفتمان ایشان شده و حتی زبان سیاسی آن‌ها را کم‌کم به یک‌زبان ملی تبدیل کرد؛ زبانی که تمامی آمال خود را در پایان دادن به عمر حکومت وقت می‌یافت. البته می‌توان این مورد را با توجه به رویکرد اقتصادی بازار و روحانیت در نظر داشت که شاید اطمینان آن‌ها در عدم دست‌یابی به منافع اقتصادی‌شان و در خطر قرار گرفتن این منافع موثر بر تغییر رویه آن‌ها برای سرنگونی حکومت بوده باشد.

بازار و روحانیت اگرچه در طول تاریخ همواره در پیوند با یکدیگر بوده‌اند؛ اما این پیوند در بزنگاه‌هایی اتفاق می‌افتاد که اهداف و منافع روحانیت یا بازاریان در معرض خطر قرار می‌گرفت

تحلیل دلایل و کارکرد شکل‌گیری حوزه عمومی در دوره پهلوی ...

و یا گفتمانی وسیع‌تر آن‌ها را در پیوند با یکدیگر قرار می‌داد؛ برنامه اصلاحات گسترده محمدرضا شاه و نوسازی وسیع ایران باعث تکانه‌هایی شد که برخی از اقشار اجتماعی آن را بر نمی‌تابیدند؛ از آن جمله ظهور طبقه سرمایه‌داری بود که نه تنها حامی نوسازی شاه بود؛ بلکه برای سرعت بخشیدن به آن اقدامات گسترده‌ای انجام داد؛ و همین امر حمایت متقابل دولت را برانگیخت؛ چنین امری باعث ناخرسندی قشر سنتی بازار شده، قشری که نوسازی را مطابق با مصالح خویش نیافت به همین دلیل با دو هدف سیاسی و اقتصادی وارد کنشی معنادار شده و در پیوند با گروهی قرار گرفت که آرمان‌های سیاسی گسترده‌ای داشت؛ آرمان‌هایی که در ابتدا اگرچه به وسعت براندازی نبود؛ اما با تکرار اشتباهات رژیم وقت از یک‌سو و گسترش حوزه عمومی حامی براندازی؛ تغییر جهت داد و گفتمان حکومت اسلامی را مطرح نمود؛ گفتمانی که فرزند کنش استراتژیک مؤتلفه- بازار بود.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹)، *تاریخ ایران مدرن*، ترجمه محمدابراهیم فتاح، تهران: نشر نی.
- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۱)، *ایران بین دو انقلاب*، تهران: نشر نی.
- ازغندی، علیرضا (۱۳۸۵)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، تهران: قومس.
- اشرف، احمد و بنو عزیز، علی (۱۳۸۷)، *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*، تهران: نشر نیلوفر.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۹)، *تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم (جلد اول: اندیشه‌های مارکسیستی)*، تهران: نشر نی.
- پور قنبر، حسین (۱۳۸۷)، *زمینه‌ها و علل تشکیل هیئت‌های مؤتلفه و عملکرد آنان تا انقلاب اسلامی ۱۳۵۷*، تهران: پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی.
- جمعی از پژوهشگران (۱۳۸۶)، *سازمان مجاهدین خلق پیدایی تا فرجام (۸۸-۱۳۴۴)*، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی.
- حاج حیدری، ابوالفضل (۱۳۸۷)، «یادآور»، کتاب *ماه فرهنگی تاریخی ویژه آغاز چهارمین دهه انقلاب اسلامی*، شماره ۴ و ۵.
- حاضری، علی محمد (۱۳۷۲)، *روند اعزام دانشجویان در ایران*، تهران: سمت.

- خواجه سروی، غلامرضا و شاری، محمد محسن (۱۳۹۲)، «جریان شناسی نیروهای سیاسی»، راهبرد، شماره ۷۳، صص ۱۹۵-۲۱۵.
- دیلیمی معزی، امین (۱۳۸۶)، «هویت‌سازی ملی در دوران پهلوی اول»، زمانه، شماره ۵۶، صص ۸۴-۸۱.
- رجبی، محمدحسن (۱۳۷۴)، *زندگی‌نامه سیاسی امام خمینی (ره)*، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- سبزه‌ای، محمدتقی (۱۳۹۴)، «تحلیل جامعه‌شناسی حوزه عمومی در ایران پس از انقلاب (۱۳۵۷-۱۳۹۴)»، *مجله علوم اجتماعی*، دوره ۲۲، شماره ۷۱، صص ۴۸-۸۹.
- شفا، شجاع‌الدین (۱۳۵۴)، *علم و زندگی*، تهران: نیما.
- طاهر احمدی، محمد (۱۳۸۴)، *خاطرات ابوالفضل توکلی بینا*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- کدی، نیکو (۱۳۹۲)، *ایران دوران قاجار و برآمدن رضاخان*، ترجمه مهدی حقیقت خواه، تهران: ققنوس.
- کمالی، مسعود (۱۳۸۱)، *جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران معاصر*، ترجمه کمال پولادی، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- کشاوری شگری، عباس و رحمتی، محمد (۱۳۹۱)، «شیوه‌های عضوگیری هیئت‌های مؤتلفه اسلامی در انقلاب اسلامی (۱۳۴۲-۵۷)»، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۵۷، صص ۲۶۶-۲۲۱.
- مدنی، سید جلال‌الدین (۱۳۶۹)، *تاریخ سیاسی معاصر ایران*، تهران: دفتر تبلیغات اسلامی.
- معدل، منصور (۱۳۸۲)، *طبقه، سیاست و ایدئولوژی در انقلاب ایران*، ترجمه محمد سالار کسرابی، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- ملکی، خلیل (۱۳۹۲)، *خاطرات سیاسی*، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- نصیری، حامد رضا (۱۳۸۹)، *هابرماس و حوزه عمومی*، روزنامه رسالت، بیست و نهم اردیبهشت ماه.
- هولاب، رابرت (۱۴۰۰)، *یورگن هابرماس (نقد در حوزه عمومی)*، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشر نی.

ب) منابع انگلیسی

- Habermas, J.(1989), **The Structural Transformation of the public sphere: an inquiry into Category of Bourgeois society**, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J.(1995), "The Theory of Communicative Action", Vol 1: **Reason and the Rationalization of Society**, translated by McCarthy, Cambridge: Polity Press.
- Homans, G.C.(1962), **Sentiments and Activities**, New York: Free Press.

تحليل دلايل و کارکرد شکل‌گیری حوزه عمومی در دوره پهلوی ...

Milani, M,(1996), **The Making of Iran's Islamic Revolution**, Colorado: Westview Press.

ج) منابع آلمانی

Walzer, Michael,(1995), "Was Heißt Zivile Gesellschaft?" in: **Bürgergesellschaft, Recht und Demokratie**, von den Brink Bert (Hrg.), Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.