

مریم حایک^۱

تحلیلی بر شرکت اسلامی، تجربه اقتصاد مقاومتی در ایران دوره قاجار (۱۲۷۸-۱۲۸۹.۵ ش)

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۶/۰۴

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۷/۲۳

چکیده

اقتصاد مقاومتی به عنوان راهبرد اصلی خروج از شرایط فشار اقتصادی مطرح می‌باشد. یکی از وجوه اقتصاد مقاومتی تولید و مصرف کالای داخلی است. این مقاله به دنبال پاسخ به این پرسش است که در تجربه تاریخی ما در دوره قاجار چه عواملی در به اوج رسیدن "تولید و مصرف کالای داخلی" موثر واقع گشت؟ برای پاسخ به این سوال محقق به بررسی عوامل موثر در تقویت تولید ملی در زمان فعالیت شرکت اسلامی، بر اساس روش «تحلیل محتوای کیفی» پرداخته است.

با توجه به نقش الگوهای بومی موفق در پیشبرد مسائل اجتماعی، نتیجه وحدت رویه و همراهی عوامل مختلف موثر در موفقیت شرکت اسلامی از جمله سرمایه‌ی تاجر، نفوذ روحانی و قلم روشنفکر، متذکر می‌شود که در شرایط کنونی، ایجاد اقتصادی قوی و متکی به توان بومی، دور از دسترس نیست. نتایج تحقیق بیانگر لزوم بهره‌گیری از احساسات ملی‌گرایانه و پشتوانه اعتقادی مذهبی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی در شرایط کنونی است.

کلید واژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، قاجار، شرکت اسلامی، تولید داخلی، مدیریت مصرف

¹ . دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه اصفهان ma_hayek@ase.ui.ac.ir

مقدمه

اقتصاد از ارکان اصلی حیات انسانی است. با پویایی اقتصاد، قوام اجتماعی و در ادامه رشد و پیشرفت حاصل می‌شود. اهمیت مباحث اقتصادی چنان است که مقام معظم رهبری سال‌های دهه اخیر را متأثر از دغدغه‌های اقتصادی، با عناوین اقتصادی نام‌گذاری کرده‌اند. یکی از محورهای مورد تاکید ایشان "اقتصاد مقاومتی" است.

«اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش پیدا کند، یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی طوری باشد که در برابر ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل‌های گوناگون خواهد بود کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند... اقتصاد مقاومتی در تولید کننده اقتصادی این است که تولید کننده، اجتماع را صحنه جنگ تصور کرده و مصمم باشد هرآنچه کشور به آن احتیاج دارد در داخل تولید شود، وابستگی‌های اقتصادی از بین برود و استقلال کامل اقتصادی به دست آید و کشور در مبادله آزاد باشد و حتی مورد نیاز کشورهای دیگر باشد... اقتصاد مقاومتی در مصرف این است که به خدمات و کالاهای داخلی اعتماد شود، اگر در شرایط موجود کالای ایران گرانتر است مصرف کننده باید ایثار کرده و کالای ایرانی مصرف کند تا نقش خود را در حرکت رو به پیش چرخ‌های تولید اقتصاد کشور ایفا کرده باشد. مصرف کننده باید از مصرف کالای خارجی به ویژه کالای قاچاق بپرهیزد.»

مقام معظم رهبری برای تحقق اقتصاد مقاومتی شرایط و الزاماتی را تعیین نموده‌اند که از جمله: استفاده از همه ظرفیت‌های دولتی و مردمی، مردمی کردن اقتصاد، تعادل در مصرف و مدیریت مصرف با جایگزینی و ترجیح تولیدات داخلی با کالاهای خارجی، حمایت از تولید ملی، جایگزینی درآمدهای نفتی با درآمدهای غیرنفتی می‌باشد.

یکی از مهمترین الزامات تحقق اقتصاد مقاومتی، تولید و مصرف کالاهای داخلی است. فهم و شناخت دقیق این وجه اقتصاد مقاومتی و شیوه‌های تحقق آن، حرکت به سمت دیگر ابعاد اقتصاد مقاومتی را آسان می‌سازد. شناخت تجربه تکیه بر تولید داخلی به‌خوبی قادر است جامعه را در موضوع بیان شده هدایت کند، نقاط قوت را نشان دهد و مانع از ارتکاب خطاهای پیشین شود.

این پژوهش درصدد است «شرکت اسلامی» که نام شرکتی تجاری در دوران قاجار است و توسط علما و تجار پایه‌گذاری شد تا در جریان نهضت تحریم تنباکو، در حوزه منسوجات به خودکفایی ملی و استغنا از خارج بپردازد را به عنوان تجربه‌ای برای اقتصاد مقاومتی مورد تحلیل قرار دهد. شرکت

اسلامیه برای اولین بار کوشید با تشویق به استفاده از تولیدات داخلی و تبلیغات در مقابل کالاهای خارجی، زمینه ساز ایجاد حرکت اقتصادی مشروطیت در اصفهان شود. نکته ای که در تاریخ معاصر اصفهان در نوع خود کم نظیر بود. تأسیس و ادامه کار این شرکت با حمایت و تشویق علمای برجسته و همچنین مردم اصفهان همراه بود. تأکید موسسین شرکت بر اینکه این شرکت مطلقاً تجارت کالاهای خارجی نخواهد کرد مگر بعضی از لوازم کارخانه ها؛ همچنین فراهم نمودن لباس تمام مردم ایران (چنانکه علمای اصفهان می خواستند مردم را از پوشیدن لباس و منسوجات خارجی منع نمایند) به عنوان یکی از اهداف تأسیس شرکت بیانگر وجود احساسات ملی گرایانه‌ی قوی در میان اعضاء آن بود. اما بررسی چگونگی شکل‌گیری شرکت اسلامی و عملکرد آن از زاویه مبانی و الزامات اقتصاد مقاومتی و سپس استخراج جنبه‌های الگویی این شرکت، با هدف هموار ساختن مسیر تحقق اقتصاد مقاومتی در ایران عصر حاضر، نکات جدیدی است که در مقاله حاضر به آنها پرداخته می‌شود. با توجه به آنچه بیان شد این تحقیق در پی پاسخگویی به این سوال است که «در تجربه تاریخی شرکت اسلامی در دوره قاجار چه عواملی در به اوج رسیدن "تولید و مصرف کالای داخلی" موثر واقع گشت؟»

مبانی نظری

دیدگاه مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی:

از دیدگاه مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی بر پایه ظرفیت و توان نیروهای داخلی کشور بنا می‌شود. بر این اساس ایشان تعریف اقتصاد مقاومتی را نیز چنین بیان می‌کنند:

«معنای اقتصاد مقاومتی این است که ما نگاه کنیم، ظرفیتهای بی‌پایانی را که در داخل هست جستجو کنیم، شناسایی کنیم، با برنامه‌ریزی درست و صحیح این ظرفیتهای را فعال کنیم، این استعدادها به کار گرفته بشوند»^۱

نیز «در اقتصاد مقاومتی تکیه بر تولید داخلی است، بر استحکام بنیه‌ی درونی اقتصاد است. رونق اقتصادی هم این است؛ رونق اقتصادی با تولید حاصل میشود، با فعال کردن ظرفیتهای درونی کشور حاصل میشود، نه با چیز دیگر»^۲

از دیدگاه مقام معظم رهبری مهمترین الزامات اقتصاد مقاومتی در رابطه با مصرف کالاها و خدمات عبارتند از:

- مصرف کالاهای تولید داخل توسط مردم

- عدم دلبستگی به تولیدات بیگانه و عدم تفاخر به مصرف کالاهای خارجی
- توجه به نوآوری، ابتکار و زیبایی در تولیدات داخلی
- همت مضاعف و کاربیشتر در کیفیت بخشیدن به تولیدات داخلی
- تلاش همگانی برای ارزش پیدا کردن مصرف تولیدات داخلی^۳

ایشان نتایج اقتصاد مقاومتی را استحکام در برابر آسیب‌های دشمنان و حوادث جهانی می‌دانند: «اگر در مورد اقتصاد می‌خواهیم در مقابل تکانه‌های ناشی از حوادث جهانی یا در مقابل تیرهای زهرآگین سیاستهای معارض جهانی آسیب نبینیم، ناچاریم به اقتصاد مقاومتی رو کنیم. اقتصاد مقاومتی عامل استحکام است در مقابل آن کسانی و آن قدرتهایی که از همه‌ی ظرفیت اقتصادی و سیاسی و رسانه‌ای و امنیتی خودشان دارند استفاده میکنند برای اینکه به این ملت و این کشور و این نظام ضربه وارد کنند»^۴.

شرکت اسلامیة

از مهم ترین وقایع سیاسی دوره قاجار که اهمیت بسیار در امور تجاری پیدا کرد، جنگ‌های ایران و روسی بود که منجر به انعقاد دو عهدنامه گلستان ۱۲۲۸هـ/ ۱۸۱۳ م و ترکمنچای ۱۲۴۳هـ/ ۱۸۲۸ م شد. در این دو معاهده، فصولی به مسائل تجاری اختصاص یافت که علاوه بر منظم کردن تعرفه‌های گمرکی به منظور افزایش ورود کالاهای خارجی، زیربنای بسیاری از محدودیت‌های تجاری ایران در سال‌های بعد گردید و رقابت تجار ایرانی را با تجار روسی مشکل ساخت. انگلستان نیز توانست چنین امتیازی را در دوره محمد شاه طی قراردادی با ایران در سال ۱۳۵۷هـ/ ۱۸۴۱ م کسب کند. چنین قراردادهایی با عثمانی و دول کامله الوداد نیز منعقد شد که ورود و خروج کالاهای خارجی را بدون هیچ نوع ممانعت گمرکی ممکن ساخت^۵.

در مورد گسترش ورود کالاهای انگلیسی «جرج کرزن» این گونه آورده است :

«هرچند اصفهان در حال انحطاط طبیعی است هنوز دومین مرکز تجاری ایران و از این جهت فقط تبریز بالاتر است. مشاهده علامات یا ارقام تجاری (بارهای) کالا که بر شتر و قاطر و الاغ حمل و نقل می‌شود هر فرد انگلیسی را خشنود می‌سازد و از طریق بازرجویی هم دانسته خواهد شد که منچستر کماکان پارچه‌های بازار اصفهان را تأمین می‌کند و این شهر حد نهایی کمال تفوق غیر قابل انکار تجارت انگلستان است و به هیچ وجه در خطر کاهش نیست»^۶.

در برابر چنین اوضاعی روزنامه جهاد اکبر از قول حاج آقا نورالله آورد:

«چندین سال است که رابطه اجانب به مملکت ما جاری است ولی بی‌علمی و جهالت ما رادانسته- اند. هر روز یک نوع قماش خوش رنگ و اسباب قشنگ تازه برای فریب آورده ماحصل حیات ما را به بهانه‌ای می‌ربوندند و هموطنان عزیز ما جاهلانه پول و ثروتی که با زحمت شاقه تحصیل نموده به رایگان تقدیم آنها می‌نمودند... و در مقابل اسباب بازی برای کودکان نادان فراهم می‌نمودند... تجار محترم ما را دلال و کارگزار خود نمودند و به طوری ما را خوار و خفیف نمودند که پول مملکت ما را به هر قیمت و مقدار که بخواهند نسبت به مسکوکات ما تسعیر می‌نمایند و ما ابدأً اختیاری نداریم؛ بلکه از فرط جهالت مطلب به این واضحی را درک نمی‌کنیم»^۷.

حاج آقا نورالله بار دیگر در مجمعی از تجار ناراضیتی خود را از وضع تجارت چنین ابراز کرد:

«... در قرون گذشته چه قدر کارخانه نساجی دایر بوده، و گروه گروه از غزل و ندف و صبغ و نسج منتفع می‌شدند که فعلاً اثری از آنها باقی نیست. مگر ندیدید که چگونه بازار کسب ایشان تمام شد و روزگار تعیش ایشان سیاه شد و هکذا. کاسبی نیست مگر این که در واقع از عمال دول خارجه است...»^۸.
در نتیجه این اوضاع می‌توان گفت از تاج و افسر سلطان تا عمامه و دستار حجه‌الاسلام و تفنگ و توپ سرباز و سواره نظام و کاغذ و کتاب طلاب و لباس مرد و زن تماماً فرنگی شد^۹.

بدین ترتیب، رونق کالاهای خارجی و علاقه مردم کشور به مصرف این کالاها موجب شد پوشاک بیشتر طبقات اجتماعی از مردان گرفته تا زنان همگی از غرب وارد شود^{۱۰}.

با واقعه تحریم تنباکو، مردم ایران نخستین تجربه سیاسی موفقیت آمیز خود را در مقابله با نظام شاهنشاهی و دول استثمارگر خارجی به دست آوردند. پس از فرو نشستن تب و تاب اعتراض بر امتیاز رژی و الغای آن قرارداد، جامعه ایران با نوعی اعتماد به نفس نشأت گرفته از نخستین پیروزی بزرگ خود، مهبیای گام نهادن در مسیر تحولی بزرگ بود.

در این مقطع زمانی همراهی دو قشر با نفوذ و تاثیرگذار جامعه یعنی روحانیون و علما که پس از نهضت تنباکو فعال تر در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به فعالیت می‌پرداختند و خطر از بین رفتن اقتصاد ملی و استقلال سیاسی کشور را درک کرده بودند با تجار و بازرگان که بیشترین نصیب را از پیکار پیروز تنباکو برده بودند و آماده گذار از مرحله تجارت سنتی به بازرگانی جدید شده بودند سنگ بنای شکل گیری شرکت اسلامی را گذاشت.

دو نکته قابل توجه درباره فلسفه وجودی شرکت اسلامی وجود دارد:

- اول آن که این شرکت برای اولین بار کوشید با تشویق به استفاده از تولیدات داخلی و تبلیغات در مقابل کالاهای خارجی، زمینه ساز ایجاد حرکت اقتصادی مشروطیت در اصفهان شود. نکته ای که در تاریخ معاصر اصفهان در نوع خود کم نظیر بود.

- دوم آن که تأسیس و ادامه کار شرکت با حمایت و تشویق علمای برجسته و همچنین مردم اصفهان همراه بود.

آقا نجفی اصفهانی به همراه و با کمک برادر خود آقا نورالله و میرزا ابوالقاسم زنجانی به همراهی بازرگانانی همچون حسین آقا امین الضرب اصفهانی، محمد حسین کازرونی، سلیمان خان رکن الملک شیرازی، کاکو حسین کازرونی و ملک التجار در سال ۱۳۱۶ ه.ق/ ۱۸۹۸ م. شرکت اسلامی را با هدف تأمین منسوجات مورد نیاز مردم ایران و مقابله با وابستگی به خارج در اصفهان تأسیس کرد. ریاست این شرکت به عهده حاجی محمد حسین کازرونی بود که سابقه و تجربه اداره شرکت مسعودیه را دارا بود و چهار تن از بازرگانان اصفهان به عنوان وکلا و اصناف اداره مرکزی اصفهان برگزیده شدند. این شرکت به صورت سهامی عام اداره می شد. سرمایه شرکت ۱۵۰ هزار تومان بود که به ۱۵ هزار سهم ۱۰ تومانی تقسیم شده و به سهامداران فروخته شده بود. این شرکت ملی هسته اولیه کارخانجات بزرگ به سبک نوین در اصفهان و سایر شهرها شد و تا حدود زیادی احتیاجات ایران را به کشورهای خارجی محدود کرد.^{۱۱}

شرکت اسلامی شعبه‌هایی را در نوزده شهر مهم ایران از جمله تهران، مشهد، بوشهر، شیراز، کاشان تأسیس کرد و وکلایی از طرف شرکت معرفی شدند و نمایندگی‌هایی را تأسیس نمودند.^{۱۲} بدین ترتیب نمایندگی‌هایی از شرکت در شهرهای مختلف فعال شد، منسوجات را معرفی و به شکل خاصی در اختیار اقشار ملت قرار می دادند.

شرکت اسلامی تنها به فعالیت در ایران بسنده نکرد و حوزه تبلیغاتی خود را به بیرون از مرزها از جمله کشورهای روسیه، مصر، انگلستان، هندوستان و عثمانی نیز کشاند.^{۱۳}

اهداف شرکت اسلامی

شرکت اسلامی در انجام فعالیت‌های خود اهدافی را دنبال می‌کند که در گزارشی از روزنامه حکمت چنین تشریح شده است:

۱. این شرکت مطلقاً تجارت امتعه خارج نخواهد کرد مگر بعضی ادوات کارخانه‌ها.
 ۲. شرکت با حکومت برای احداث راه شوسه قم اصفهان در حال گفتگو است.
 ۳. مقابله با احتکار، نجات مردم از گرانی، انتقال کالاهای مورد نیاز به مکانهایی که لازم است.
 ۴. تدارک لباس تمام اهالی ایران، چنانکه علمای اصفهان می‌خواستند مردم را از پوشیدن لباس و منسوجات خارجی منع نمایند اما روسای شرکت استدعا نمودند تا لوازم موجود نشود، اظهار نمایند.
 ۵. این شرکت هرچیزی را که به آن بدهند به قدر کفاف از آن حاضر می‌نماید حتی ماهوت اتریش را ولی آن قدر باشد که بتوانند اسباب نساجی آن را از فرنگستان آورده برسانند.^{۱۴}
- مطالعه‌ی اهداف و سرفصل‌های ارائه شده توسط مؤسسان شرکت اسلامی، به خوبی آشکار می‌سازد که احساسات ملی‌گرایانه‌ی قوی در میان اعضاء آن وجود داشته است.
- در روزنامه حبل‌المتین در این باره چنین آمده است: «...و فقط قصد این شرکت بزرگ معتابه در ترقی امتعه و اقمشه و سایر صنایع آن شهر است»^{۱۵}.

نظر علما نسبت به شرکت اسلامی

تاکید مؤسسان شرکت اسلامی بر اندیشه عدم وابستگی مسلمانان به کشورهای غیر اسلامی موجب شد تا جمع قابل توجهی از علمای سراسر سرزمین‌های اسلامی (اعم از ایرانی و غیر ایرانی) به شیوه‌های مختلف (فتوا، اعلامیه، سخنرانی و تألیف کتاب) به حمایت از آن برخیزند. برخی از علمایی که به حمایت علمی از این شرکت برخاستند و اعلامیه صادر کردند، عبارتند از: آیت الله ملا محمد کاظم خراسانی. آیت الله سید محمد کاظم یزدی، آیت الله میرزا حسین نجل، میرزا خلیل، آیت الله محمد الغروری الشریبانی، آیت الله ملا محمد حسن مامقانی، آیت الله میرزا فتح الله شیرازی اصفهانی معروف به شریعتمدار، آیت الله میرزا محمد حسین نوری معروف به محدث نوری، آیت الله صدر اصفهانی و...^{۱۶}.

انتشار اندیشه استقلال خواهانه شرکت اسلامی به شهرهای دیگر ایران و حتی کشورهای اسلامی، هدفی بود که بانیان روحانی آن در ترویج سیاست اسلامی دنبال می‌کردند. برای رسیدن به این هدف

همراهی و هم رأیی بزرگان شیعه مقیم نجف اشرف در حوزه عراق عرب بسیار مهم بوده است. بررسی اسناد و مدارک تاریخی نشانگر حمایت علمای بزرگ عتبات عالیات از شرکت اسلامی است. از جمله در سندی تاریخی آمده است که در مجلس جشنی که به مناسبت عید مبعث در نجف برگزار شد، پارچه‌های شرکت عرضه و مورد استقبال علما و مردم قرار گرفت و حاج شیخ محسن واعظ عراقی خطبه فصیحی در رابطه با حرمت پارچه‌های خارجی و در استحباب استفاده کالاهای داخلی ایراد نمود^{۱۷}.

همچنین شیخ محمد تقی آقا نجفی سخنان مفصلی را درباره ترک منسوجات و مصنوعات خارجی و ترویج پارچه‌های داخلی ایراد نمود^{۱۸}.

سلطان العلماء امام جمعه اصفهان نیز در نامه‌ای در مورد استفتاهایی که در مورد شرکت اسلامی صادر شد، نوشت: «اگرچه بحمدالله مطلب خیلی واضح و معلوم است، و رجحان این شرکت اسلامی عقلاً و عرفاً و شرعاً معین است و حاجت به بیان و اظهار ندارد...»^{۱۹}.

سید جمال الدین واعظ نیز رساله «لباس التقوی» را نوشت و هدف خود را از نوشتن این رساله همراهی سایر روسای روحانیون و علمای اعلام کرد^{۲۰}. بدین ترتیب شرکت با جلب مشارکت عده‌ای از روحانیون، علاوه بر کسب مشروعیت لازم به گونه‌ای مؤثر احساسات ضد بیگانه مردم را برانگیخت^{۲۱}.

واکنش جراید نسبت به شرکت اسلامی

شرکت اسلامی در میان مطبوعات داخلی به شدت مورد استقبال قرار گرفت. به ویژه جرایدی که دارای رویکرد وطن دوستانه بودند و در راستای نشر افکار آزادی خواهانه در ایران، آگاهی و بیداری ایرانیان و مبارزه با سلطه استعمارگران فعالیت می‌کردند، از تاسیس شرکت اسلامی بسیار حمایت کردند. روزنامه‌های جهاد اکبر، اصفهان، حبل المتین، ثریا و... از جمله روزنامه‌هایی بودند که بیشتر از سایر مطبوعات به اخبار مربوط به شرکت اسلامی حساسیت نشان می‌دادند. آقا نجفی و حاج آقا نورالله در چندین مرتبه در سال‌های ۱۳۱۶ و ۱۳۱۷ هجری قمری به طور مکتوب از توجه این روزنامه‌ها به شرکت اسلامی تشکر نمودند^{۲۲}.

روزنامه ثریا از تأسیس دو شرکت مسعودیه و اسلامی در اصفهان در شماره ۳۲ ابراز امیدواری کرد و نوشت: «این دلیلی بر بیداری فرزندان وطن از خواب غفلت است و اگر مشغول به کار شوند پس از گذشت مدتی سهام شرکت صد برابر ترقی می‌کند»^{۲۳}.

مطبوعات علاوه بر تشویق شرکت اسلامی، توصیه‌های خیرخواهانه‌ای برای موفقیت شرکت ارائه دادند که از آن جمله می‌توان به متن روزنامه اطلاع و پیشنهاد برای احداث کارخانه صنعتی اشاره کرد^{۲۴}. روزنامه حبل‌المتین برای توجه به تولیدات داخلی و کاهش ورود کالاهای خارجی به کشور، به جایگاه و نقش علما توجه کرده و آورد: «... اگر علمای اعلام ما خود از پوشیدن اقمشه فرنگ اجتناب نمایند. احدی از کشور، رجال دولت و ملت نیست مگر این که پیروی از ایشان می‌نمایند...»^{۲۵}. روزنامه جهاد اکبر نیز همانند سایر روزنامه‌های اصفهان به تحریم کالاهای خارجی و ترویج صنایع ملی می‌پرداخت و لزوم تقویت صنایع ملی را تبلیغ می‌نمود. در این رابطه جهاد اکبر در چهار مقاله پی در پی به نام «تمنا» به لزوم مشخص بودن وظایف هر کس برای ترقی وطن و حفظ اسلام اشاره کرده و از مردم می‌خواست هر کس در شهر خود مشغول به فعالیت‌های مفید اقتصادی شود. اما آن چه که بیش از ترویج صنایع، جهاد اکبر را به خود مشغول داشت تجارت امتعه و پارچه بود. این روزنامه با اعتقاد بر این که ناآگاهی و نادانی مردم دلیل خرید کالاهای خارجی است، بیشترین بخش اخبار اقتصادی خود را به این موضوع اختصاص داد و در صفحات متعددی به پوشیدن لباس‌های تهیه شده از پارچه‌های داخلی و در خواست علمای اصفهان از مردم مبنی بر این موضوع پرداخت. در زمان مشروط نیز روزنامه «انجمن مقدس ملی اصفهان» در هر شماره از شرکت اسلامی نام برده و به تبلیغ و تعریف از آن می‌پرداخت^{۲۶}.

تبلیغات شرکت اسلامی

توجه اعضای اجرایی شرکت اسلامی به امر تبلیغات بسیار حائز اهمیت است. مقاله‌های متعددی در روزنامه‌های ثریا، پرورش، حکمت و حبل‌المتین که در خارج از کشور طبع می‌شدند، به چاپ رسید و روزنامه‌های ایران، اطلاع، تربیت در تهران، ادب در خراسان و کمال در تبریز نیز مطالبی درباره شرکت برای اطلاع خوانندگان خود می‌نوشتند. علاوه بر چاپ مقاله، سخنرانان ممتازی بر منبرها و مجالس، به تشویق مردم برای استفاده از کالاهای وطنی به ویژه پارچه‌هایی که شرکت اسلامی تهیه و توزیع می‌کرد، می‌پرداختند. کسانی چون ملک‌المتکلمین و سید جمال‌الدین واعظ که در جریان نهضت مشروطه به ناطقین ملت در تهران معروف شدند، از مبلغان شرکت اسلامی بودند. همچنین شرکت با چاپ کتابچه قواعد و اهداف شرکت که به رایگان در اختیار مشترکین قرار می‌داد، سعی کرد تا مردم را با شیوهی کار شرکت آشنا کند^{۲۷}. علاوه بر آن، علما برخی از وعاظ را روانه نقاط مختلف

شهر و روستا می‌کردند تا با اطلاع رسانی به مردم از آنها بخواهند از این به بعد، تنها از پارچه‌های شرکت اسلامی حمایت و استقبال کنند.^{۲۸}

حاج محمد حسین کازرونی در نامه‌ای به روزنامه حبل‌المتین، آنها را به استفاده از پارچه‌های شرکت دعوت کرد: «محض رضای خدا و تقویت شرع مطهر و اطاعت علمای اسلام و ترویج منسوجات داخله ایران خاصه اصفهان و رفاه فقرا، از نمره شهر رجب سنه ۱۳۱۷ خود و بستگان و اجزای دو اداره، سرتاپا، ملبسس به لباس ایرانی و منسوجات اصفهانی خواهیم شد. از دوستان نیز می‌خواهیم پیروی کنند»^{۲۹}.

سید جمال‌الدین واعظ برای همراه کردن مردم با شرکت اسلامی در رساله لباس‌التقوی آورد: «...خدمت به این شرکت و نصرت این تجارت، خدمت به اسلام و امام زمان (ع) است. پس مسلم است هر یک از افراد ملت و ابقاء وطن به هر قسم که بتوانند، شایسته و بایسته است به تمام مقدور و همه‌ی وسیع درصدد استقرار این بنیه و استحکام این بنای مبارک برآیند...»^{۳۰}

روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان نیز برای تشویق مردم به استفاده از تولیدات شرکت اسلامی چنین آورده است: «...از باب غیرت و حمیت باید مجدانه در ترتیب رواج اقمشه و امتعه اسلامی بر سبیل اتحاد و اتفاق بکوشید تا عن قریب لباس غذا و عزت بپوشید و جام سعادت و راحت بنوشید...»^{۳۱}

همراهی مردم با شرکت اسلامی

بخشی از دلایل موفقیت شرکت اسلامی تیزبینی و درایت مؤسسانش در جلب حمایت همه جانبه‌ی مردم از محصولات تولید شده‌ی آن بود. هیجان و شوق زاید‌الوصفی که از ویژگی دین‌خواهی و وطن‌دوستی مردم بر می‌خواست با غرور ملی درمی‌آمیخت و کالای تولید شده در وطن، اگرچه کیفیتی در برابر کالای خارجی نداشت، اما ترجیح داده می‌شد و مردم با افتخار مصرف می‌کردند و چه بسا که اگر این حمایت مردم همراه شرکت نبود، شرکت حرکتش متوقف می‌گردید. تأثیر این حرکت به نحوی بود که خبرنگار روزنامه ثریا از اصفهان چنین گزارشی کرده است: «جوششی در میان کلیه‌ی اهالی اصفهان برای حفظ وطن و رفع احتیاجات آن مشاهده می‌شود و این جوشش نه تنها از یک طبقه است بلکه از صنف خاصه علمای اعلام کثر الله بخدمه الوطن هر روز به ظهور می‌رسد...»^{۳۲}

رونق استفاده از منسوجات شرکت اسلامی

با فعال شدن نمایندگی‌های شرکت در شهرهای مختلف، پارچه‌های شرکت اسلامی معرفی و به شکل افتخار آمیزی در اختیار اقشار ملت قرار گرفت. «انجمن مقدس ملی» نیز در حمایت از شرکت اسلامی تصویب نمود، تمام افراد از رئیس و مرئوس و امنای شرکت مجبور هستند لباس خود را از پارچه‌های شرکت اسلامی تهیه نمایند. بنا به گزارش مجدالاسلام، عالمان بزرگ تنها از پارچه اسلامی برای جامه‌ها و حتی دستارهایشان استفاده می‌کردند^{۳۳}. حاج آقا نورالله برای ترویج استفاده از تولیدات داخلی، خود لباس وطنی می‌پوشید و در رفع احتیاجات خود تا جایی که امکان داشت از تولیدات داخلی استفاده می‌کرد و تا اندازه‌ای این دعوت عملی وی در رواج پارچه‌ها و تولیدات داخلی مؤثر شد^{۳۴}.

در اخبار آن دوران می‌خوانیم که دامنه‌ی نفوذ شرکت به مدارس نیز رسید: «لباسی که از مدرسه به شاگردان داده می‌شود عجلتاً سالی دو لباده‌ی زمستانی و تابستانی و عمامه و یک کلاه و زیر عمامه و دو جفت پا افزار، و تمام این اجناس باید از ساخت داخله‌ی ایران باشد. چنانچه لباده‌هایی که برای شاگردان دوخته شده همه از شرکت اسلامی اصفهان است»^{۳۵}.

تأثیرات و فواید شرکت اسلامی

سید جمال الدین واعظ درباره اهمیت و جایگاه شرکت بیان می‌کند: «امروزه می‌توانم ادعا کنم که باعث ترقی فعلی ایران از جمات عددیه، رواج بازار شرکت اسلامی است. اول این که اسم این شرکت و خود این لفظ شرکت اسلامی، در انظار و قلوب اجانب و اباعد، شکوهی مخصوص و ربعی دیگر دارد. چه، این لفظ مبارک دلالت می‌کند بر اتحاد و اتفاق افراد و آحاد ملت اسلام که اتحاد و اتفاق، سرمایه‌ی هم قسم پیشرفت و بزرگواری است... ثانی، این که لازمه‌ی شرکت، کثرت ثروت و کثرت ثروت موجب رفع احتیاج است از خارجه». وی در ادامه آورده: «رواج و ترقی شرکت اسلامی موجب تأسیس کارخانجات و ترقی تجارت و رفع احتیاج ما از اجانب می‌شود»^{۳۶}.

در نامه آقا نجفی به روزنامه حبل المتین، عدم احتیاج مسلمین به ملبوسات و منسوجات خارجی به عنوان یکی از تأثیرات شرکت مورد توجه قرار گرفته است: «منسوجات در اصفهان و سایر بلدان مسلمانان انتشار و رواج گرفته و اغلب البسه مردانه از همین منسوجات شرکت اسلامی است. رجاء دارم که عما قریب از حاجت به دیگران خیلی کاسته شود»^{۳۷}.

محمد علی ثقه الاسلام نیز در نامه ای به روزنامه حبل المتین از فواید شرکت اسلامیة چنین سخن گفته است: «تأسیس شرکت اسلامیة را سبب قوت شریعت و وسعت معیشت مسلمین می‌دانیم، کمال همراهی را نموده و می‌نماییم. علاوه بر منافع دینی، منافع دنیویه‌ی این شرکت مهم، الحال بر همه کس ظاهر شده است. اول آن که چندین هزار نفر اشخاص بیکار به واسطه بیکاری، یا قمار بازی یا دزدی می‌کردند، الحال مشغول به کار شده‌اند، دیگر آن که کسانی بودند که وجهی قلیل یا کثیر داشتند و به واسطه قلت معاملات به معامله ربا و تنزیل پول اشتغال داشتند. الحال وجه خود را در این شرکت داخل نموده به کمال خوشی و به حلیت منافع کل عاید آنها می‌شود...»^{۳۸}.

در جای دیگر از فواید شرکت این چنین آمده: «فقرای ابناء وطن ما که به واسطه‌ی بیکاری و نبودن کسب و کار همه از شدت فقر و پریشانی به تکدی و گروهی به ناچار به سرقت روی آورده‌اند و یا به خدمت خارجیان مشغول شده‌اند با روی آوردن به ساخت کالاهای داخلی می‌توانند وضعیت خود را بهبود بخشند... اگر عموم افراد ملت از مرد و زن منسوجات اسلامیة را بپوشند و ملبوسات خارجه را مطرود کنند موجب ازدیاد ثروت و اعتبار تمام ملت می‌شود. از فواید دیگر این شرکت این است که جوانان بی‌هنر و بی‌صنعت تربیت نمی‌شوند و با رواج کار شرکت جوانان همگی صاحب پیشه می‌شوند»^{۳۹}.

تشکیل شرکت اسلامیة را چه در اثر احساس استقلال طلبی ملی- مذهبی بدانیم و چه کوششی از سوی طبقه‌ی تاجر سنتی برای هماهنگی با شرایط جدید اقتصادی- اجتماعی، به هر جهت گامی بلند به جلو در مسیر عدم وابستگی به بیگانگان و بلوغ فکری، سیاسی و اجتماعی جامعه ایران محسوب می‌گشت. ایجاد شرکت اسلامیة نقش اساسی در بیداری مردم برای انقلاب مشروطه داشت زیرا با ایجاد این شرکت، مبارزه علیه دولت‌های استعماری وارد مرحله جدیدی شد. از همین زمان به بعد تجار و علما به پشتوانه حمایت مردمی، با اعلامیه‌ها و جلسات خود کم‌کم به فکر تحریم همه جانبه سلطه بیگانگان افتادند.^{۴۰}

علاوه بر تأثیراتی که شرکت اسلامیة در داخل کشور داشت، توانست الگویی برای کشورهای دیگر قرار گیرد. روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان در این رابطه چنین نوشته است: «حکم علماء اعلام اصفهان در خصوص منسوجات داخله و منع از منسوجات خارجه در اهالی بمبئی خیلی مؤثر و مهیج گردید، به نحوی که دیده شد «اُرسی» از ایران در بمبئی آورده بودند و اهالی در کمال رغبت می‌خریدند و شکر از مساعی جمیله‌ی حجج اسلام اصفهان می‌نمودند که خفتگان بستر جهالت را از

خواب خرگوشی بیدار نمودند و راه غنا و ثروت را به اهالی نمودند که اگر در این کار بکوشید، باشد که شراب رفاهیت بنوشید... اهل هندوستان امتعه‌ی خارجه را سوختند و گنج ساعت بهر خود و اخلاف اندوختند. امروز تعداد کارخانجات بمبئی در تمام هند یک صد و نود و نه کارخانه ریسمان تابی و پارچه بافی می‌باشد...»^{۴۱}.

مشکلات و موانع بر سر راه شرکت اسلامی

شرکت اسلامی در خاستگاه خود معطوف به مبارزه با منافع استعمار بود و از همان ابتدا، گسترش شعبه‌های این شرکت در شهرها و کشورهای مختلف، مؤسسان این شرکت را به این هدف نزدیک تر کرد. این شرکت، حلقه ارتباطی اقتصادی مهم بین قیام تنباکو سال ۱۳۰۹ هجری قمری و انقلاب مشروطیت سال ۱۳۲۴ هجری قمری بود و درست در حد واسط بین این دو رویداد مهم تأسیس شد. ارزش مهم و اساسی این شرکت، این بود که جنبه مبارزه و حرکت منفی برضد استعمار را یک قدم به جلو برد و وارد مرحله اثباتی (خودکفایی ملی و تولید داخلی) آن نمود. دقت نظر در مواد و فصول مختلف اساسنامه و نظامنامه این شرکت نیز به وضوح نشان می‌دهد که حمله به منافع بیگانگان استعمارگر تا چه اندازه مورد نظر مؤسسان شرکت بوده است^{۴۲}.

کشورهای مغرب زمین که به واسطه تسلط تجاری خواهان عقب ماندگی ملل شرق زمین بودند و به طور طبیعی با عوامل رشد و ترقی و استقلال ملل مشرق به مخالفت و مبارزه بر می‌خاستند، در مورد شرکت اسلامی نیز ساکت ننشستند. طبیعی است که انگلستان یکی از مخالفین این حرکت بوده و نسبت به استقلال و رشد ایران بی تفاوت نبوده است. برای همین است که سفارت انگلیس در یادداشتی به وزارت امور خارجه می‌نویسد: «از قرار اطلاعاتی که از اصفهان می‌رسد، علمای آنجا بیشتر برضد تجارت خارجه می‌باشند. علمای مزبور نه به ملاحظه‌ی تعصب مذهبی بلکه صرفه‌ی شخصی به معیت بعضی رؤسای تجار که در شرکت اسلامی شریک می‌باشند، سعی بلیغ در فروش امتعه‌ی خود و رد مال التجاره‌ی خارجه دارند. مخصوصاً می‌گویند که امتعه‌ی خارجه نجس است. بلکه در مساجد و سایر نقاط علناً می‌گویند که مردم نباید امتعه‌ی خارجه را بخرند. علما از اشخاص معتبر که امتعه‌ی خارجه می‌خرند، بد می‌گویند. آن‌ها هم از این جهت جرأت خرید را ندارند... قونسول جنرال روس در اینجا به شاهزاده حکمران پروتست کرده و نیز به سفارت خود نوشته است جناب آقانورالله در مسجد چند روز قبل از این گفته بودند که این اقدام، اقدام وطن خواهی است که تجارت داخله را

ترغیب و تجارت خارجه را تحریم کنند. مشتریان ایرانی می‌گویند که اگر این طور باشد بایستی قطع مراوده با خارجه بکنند. مگر این که آقایان را متقاعد کنند که ضدیت ننمایند. این مسأله نهایت اهمیت را دارد. مشتریان داخله و رشکست خواهند شد و تجار خارجه خلنه‌های خود از اصفهان برخوردارند و در شهرهای دیگر ایران هم همینطور خواهد شد. این فقره موجب خرابی مملکت است» در واقع تأسیس شرکت اسلامی برای کشورهای استعماری خطرآفرین بود، به حدی که روزنامه‌ها و نمایندگان انگلیس، رشد آن را سخته به منافع انگلیس در کلیه منطقه خلیج فارس اعلام کردند و به تجار خود سفارش کردند که نوعی رفتار کنند که در آینده بازار تجارتشان از رونق بیفتد و الاً به زودی باید منتظر شنیدن خبر بسته شدن تجارت ما در اصفهان باشند^{۴۳}.

تجار خارجی برای مقابله با شرکت اسلامی بی‌کار نماندند و دست به کارشکنی‌هایی زدند که نمونه‌هایی از این کارشکنی‌ها در روزنامه‌های آن دوران ثبت شده‌اند. از جمله اقدامات آنها دامن زدن به اختلاف مسلمین و نصارا در اصفهان برای ایجاد ستیز با شرکت اسلامی بود: «چندی است که اخبارات انگلیسی نکته‌ی اهمیت شرکت اسلامی اصفهان که بدون استثناء تمام ملت شرکت دارند فهمیده، عاقبت این عمل مقدس را دانسته نقصان‌های خود را نسجیده‌اند، چون در آن عمل نمیتوانند ایرادی بگیرند از راه دیگری بیرون آمده می‌گویند که اهال اصفهان با مسیحیان بنا بر بد سلوکی را نهاده اند... این اعلانات کذب را اخبارات انگلیسی از روی پولیتیک اشاعت می‌دهند:»^{۴۴}.

از دیگر اقدامات تجار خارجی این بود که با شایعات و تبلیغات زیاد قیمت اجناس خود را به شدت کاهش می‌دادند و متأسفانه در این مواقع در میان زنان مشتریان مشتاقی می‌یافتند: «چند روز است در میانه‌ی نسوان شهرت داده اند که پارچه‌های فرنگی ارزان شده و بازارها پر شده است که زنان می‌خواهند ارزان خری کرده و در عوض هر چه پول دادند به کسبه فرنگی می‌اندازند». روش دیگر تجار خارجی در مقابله با وضع جدید آن بود که اجناس خود را به نسیه به بعضی بازاریان درجه چندم می‌دادند. حاج آقا نورالله هشدار داد «فعلا دست گذاشته‌اند به مردم بی اعتبار نسیه می‌دهند که فردا از بابت مطالبات اسباب حرف شود»^{۴۵}.

همزمان با مخالفت‌ها و تلاش‌هایی که از سوی بیگانگان برای شکست شرکت اسلامی انجام شد، فضای داخلی کشور و تجار ایرانی نیز برای شرکت مشکلاتی بوجود آوردند که بخشی از آن را در نامه مدیر شرکت می‌توان متوجه شد: «هرگاه غیرتمندان هر شهر و دیار در تشکیل معازه شرکت نمایند و از ما جنس طلبیده، مال سایر بلاد راهم از وکلای خود ما که در کار می‌باشند، طلب نمایند، فایده‌اش

از همه کار زیادتر است و هم وجه آنها در کیسه خودشان است... چیزی که سبب عدم رغبت بعضی-هاست همان اسم خارجه است که روی قماش ما نیست و همان چاپ خارجه است که هنوز به منسوجات ما نخورده، و گرنه به تصدیق اهل خبره، قماش و دوام منسوجات، خیلی بیشتر است، اگر ایرادهای بنی اسرائیلی نباشد... چه ضرر دارد کمپانی‌های دیگر مثل فارس و مسعودیه و محمودیه اصفهان با شرکت اسلامیہ فنطرات نموده، یک دو سه سال ماهی دو سه هزار تومان، منسوجات را حمل به بلاد دیگر نمایند به عوض عدل‌های مال خارجه که می‌آورند و می‌فروشند»^{۴۶}.

تجار ایرانی نیز که از طریق فروش کالاهای خارجی موقعیتی کسب کرده بودند، می‌توانستند از مخالفین این شرکت باشند تجارتي که حاج آقا نورالله در مورد آن نوشته: «این قسم تجارت دلالی اجانب بوده و جان کندن برای تحصیل نفع آن هاست»^{۴۷}. روزنامه الجنب در این باره می‌نویسد: «یا للعجب بیا و تماشا کن! چه مضمون‌ها که گفته نشد! اما عوام بیچاره که هرچه به آنها گفته شود نمی‌فهمند... اما آنها که می‌فهمند یا آن است که منافی شغل آنهاست، از قبیل برازی یا ارسی فرنگی فرشی یا اجناس دیگر فرنگی، که مسلم النجاسه می‌باشند، یا آن است که با واسطه مربوط به خارجه هستند، مثل تجار معظم یا دلال‌ها»^{۴۸}.

سرانجام شرکت اسلامیہ

شرکت اسلامیہ پس از چند سال فعالیت موفقیت آمیز به یکباره در سرایشی ورشکستگی و سقوط افتاد و همچون دیگر آرمان‌های مشروطیت رو به خاموشی برد، به طوری که چهار سال پس از مشروطه (۱۲۸۵ ه.ش)، یعنی در سال‌های ۱۲۸۹ ه.ش تولیدات نساجی اصفهان خریداری نداشت و رو به ورشکستگی رفت: «منسوجات وطنیه رو به زوال و بازاریش کساد است و صنعت گران قرین فقر و فاقه هستند... امروز همین اصفهان، تنها اشخاصی که صنعت آنها نساجی است افزون از هزارند که در این صنعت کمال مهارت دارند و منسوجاتشان لطافت و زیبایی با منسوجات خارجه برابری می‌کند. مع ذلک از کساد بازار و عدم خریدار تمامی دچار فقر و فاقد هستند. اگر اهالی وطن، از آنها تشویق می‌کردند و منسوجات آن‌ها را خریداری می‌کردند، هم آنها به واسطه‌ی رواج صنعت قرین رفاهیت بودند، هم ملت به واسطه‌ی رفع احتیاجات سربلند و مفتخر می‌شدند. اما هزاران افسوس که ما ملت هنوز لذت حب وطن را نچشیده و طعم استقلال را حس نکرده ایم...»^{۴۹}. هرچه بود در ماه‌های پایانی سال ۱۳۲۵

هجری قمری، سفیر انگلیس به وزیر خارجه متبوع خویش گزارش داد که «مخالفت و ضدیت جدی در خصوص تجارت با خارجه ظاهراً متوقف گردید و دیگر تجار بومی مورد تهدید واقع شده‌اند»^{۵۰}.

روزنامه حبل المتین در خصوص سرانجام شرکت اسلامیة این گونه آورده است: «...با وجود این همه تقویت و همراهی علمای اعلام و تشویق اولیای دولت علیه ایران این امر خیر در اواسط درجه‌ی ترقی متوقف شده و آن طوری که باید و شاید ترقی نکرده... ولی عمده‌ی موانع ترقی دو چیز است: یکی تقلب نساچه‌ها و صباغها، دیگر عدم عضویت دانایان فنون صافیه در این شرکت. به عباره آخری عدم موجودگی عالمان فنون صنایع در ایران مسلم است کاری که شالوده‌ی آن از روی علم و اتفاق نباشد هنوز تابان نشده از بد حوادث مفهوم و بر باد می‌شود در این گونه شرکت‌های بزرگ، علم بلکه علوم در کار است. به واسطه‌ی آن که لباس دادن یک ملت که تقریباً چهل که در ایران جمعیت آنان است، فرع وجود کارخانجات می‌باشد و وجود کارخانجات در مملکتی مثل ایران فقط به همان خریدن از خارجه و آوردن به داخله نیست و نمی‌توان گفت علم محض وجود کارخانجات سال احتیاج ماها خواهد بود. اگر این قسم بودی می‌باید کارخانه‌ی بلور سازی و شمع ریزی و قند سازی تهران به یک اندازه مارا مستثنی از خارجه کرده باشند و حال آن که کارخانه‌ی بلورسازی و شمع‌ریزی از خارجه، داخل خاک ایران شد، ولی به واسطه‌ی عدم (محافظ) یعنی علم کم کم از میان رفت...»^{۵۱}.

در برخی از اسناد شواهدی دیده می‌شود مبنی بر اینکه یکی از علل شکست شرکت اسلامیة، عدم همراهی دولت با شرکت در عمل، بوده است. در اسناد مربوط به آن مقطع، نامه‌ای وجود دارد که مدیر شرکت اسلامیة از صدر اعظم خواسته که لباس ارتشیان را از منسوجات شرکت خریداری کنند تا موجب تقویت شرکت شود ولی مظفر الدین شاه در ذیل نامه نوشته است: «ضرر ندارد اما مشکل است آنها بتوانند از عهده برآیند». این امر حاکی از عدم اعتماد دولت نسبت به انجام امور شرکت و عدم همکاری با آن بود که تداوم کار شرکت را با دشواری مواجه ساخت^{۵۲}.

آنچه در ادامه تحت عنوان نقاط ضعف شرکت اسلامیة توضیح داده می‌شود، مجموعه عواملی است که موجبات شکست شرکت اسلامیة را فراهم نمود. این عوامل به اختصار عبارتند از:

- کارشکنی تجار خارجی
- اقدامات تجار داخلی ناآگاه
- وجود تقلب در کالاها
- کاهش اقبال مردم به خرید تولیدات داخلی

- فقدان نیروی انسانی متخصص در زمینه منسوجات
- گستردگی فعالیت
- عدم همراهی دولت با شرکت اسلامی در عمل

شرکت اسلامی تجربه اقتصاد مقاومتی

آنچه در شرایط کنونی بررسی نحوه عملکرد شرکت اسلامی را دارای اهمیت نموده است، تشابه شرایط اجتماعی و اقتصادی زمان حال با دوران قاجار در مقطع زمانی تشکیل شرکت اسلامی و عملکرد موفقیت آمیز آن شرکت است.

همانگونه که بیان شد در آن مقطع زمانی به دلیل وجود رقبای تجاری بزرگی مانند روسیه و انگلستان در صحنه اقتصادی کشور، تجار ایرانی شرایط سختی را می‌گذراندند. سیل ورود کالاهای خارجی، تولیدکنندگان کالاهای داخلی را در شرایط سختی قرار داده بود. این شرایط تجار ایرانی را به تکاپو انداخت تا موجودیت طبقاتی خود را حفظ و ابقا کنند و با پی بردن به ناکارآمد بودن شیوه‌های گذشته در تجارت و اقتصاد، به نو کردن اساسی کار خود دست زدند.

اما واقعه تحریم تنباکو تجربه ارزشمندی را در اختیار مردم ایران قرار داد. درک این موضوع که با وحدت و حرکت یکپارچه می‌توان بر مشکلات و نابسامانی‌های اقتصادی و اجتماعی فایق آمد ره‌آورد واقعه تحریم تنباکو بود.

در شرایط کنونی جامعه ایران نیز واردات بی‌رویه کالاهای خارجی سبب آسیب پذیری تولید داخلی شده و ضمن ایجاد شرایط سخت برای تولیدکنندگان داخلی، با تهدید مشاغل موجود، افزایش بیکاری را به همراه داشته است.

در مقابله با شرایط موجود، رهبر معظم انقلاب سیاست کلان «اقتصاد مقاومتی» را به عنوان راهکار غلبه بر مشکلات و شرایط نامطلوب اقتصادی عنوان نمودند.

برخی از مهمترین شرایط و الزامات اقتصاد مقاومتی مطرح شده توسط رهبر انقلاب عبارتند از:
 استفاده از همه ظرفیت‌های دولتی و مردمی،
 مردمی کردن اقتصاد،
 توانمند سازی بخش خصوصی،
 کاهش وابستگی به نفت،

جایگزینی درآمدهای نفتی با درآمدهای غیرنفتی،
حمایت از تولید ملی،

تعادل در مصرف و مدیریت مصرف با جایگزینی و ترجیح تولیدات داخلی با کالاهای خارجی،
مدیریت مصرف و فرهنگ سازی برای جلوگیری از اسراف،
استفاده حداکثری از زمان و منابع و امکانات،
فعال کردن واحدهای تولیدی کوچک و متوسط،
مبارزه با مفاسد اقتصادی.

بخش قابل توجهی از شرایط و الزامات اقتصاد مقاومتی مطرح شده توسط رهبر انقلاب با آنچه در دوران قاجار در رابطه با شرکت اسلامیة اتفاق افتاد، دارای تشابه است.
با توجه به اینکه در اقتصاد مقاومتی نقش اصلی را توده مردم ایفا می‌کنند و دستگاه‌های دولتی زمینه‌ساز ایفای این سیاست کلان توسط بدنه جامعه هستند، وجود الگوی رفتاری ملموس می‌تواند کمک شایانی به چگونگی تحقق این الزامات باشد. تجزیه و تحلیل دقیق نحوه عملکرد شرکت اسلامیة، جنبه‌های الگویی شرکت اسلامیة برای تحقق اقتصاد مقاومتی را پیش روی ما قرار خواهد داد.

نقاط قوت شرکت اسلامیة

۱- وحدت دو طبقه تاثیرگذار جامعه

شرکت اسلامیة با همکاری و همت علما و تجار سرشناس اصفهانی تأسیس گردید. همراهی این دو قشر بانفوذ جامعه در مراحل گسترش شرکت همچنان ادامه یافت. پس از اینکه شرکت در عملکرد خود به موفقیت‌هایی دست یافت جمع قابل توجهی از علمای سراسر بلاد اسلامی (اعم از ایرانی و غیر ایرانی) به طرق مختلف (فتوا، اعلامیه، سخنرانی و تألیف کتاب) از شرکت اسلامیة حمایت نمودند.
در کنار هم قرار گرفتن دو عامل مهم سرمایه‌ی تاجر و نفوذ روحانی از نقاط قوت شرکت اسلامیة بود.

۲- احساسات ملی‌گرایانه‌ی قوی

اهداف و سرفصل‌های ارائه شده توسط مؤسسان شرکت اسلامیة، به خوبی آشکار می‌سازد که احساسات ملی‌گرایانه‌ی قوی در میان اعضاء آن وجود داشته است.

ممنوعیت تجارت هرگونه کالای خارجی، تلاش برای اینکه مردم از پوشیدن لباس و منسوجات خارجی پرهیز کنند، تقویت تولید منسوجات داخلی و تلاش جهت در دسترس قرار دادن تولیدات داخلی برای همه مردم بیانگر بخشی از این احساسات ملی‌گرایانه است.

۳- پشتوانه اعتقادی مذهبی قوی

حضور علماء و روحانیون در هسته اولیه شکل‌گیری شرکت اسلامی و ایفای نقش پر رنگ در مراحل بعدی فعالیت آن، از عوامل مهم موفقیت شرکت بود. با توجه به وجود ابعاد اعتقادی قوی مردم ایران و جایگاهی که علماء و روحانیون شیعه در جامعه ایران از آن برخوردارند، انتشار اندیشه استقلال خواهانه شرکت اسلامی بر بالای منابع توسط روحانیون و نشر اعلامیه‌های حمایتی توسط علماء و مراجع، در گرایش مردم به شرکت و استقبال کم‌نظیر از تولیدات آن موثر بود.

نامه سلطان العلماء امام جمعه اصفهان درباره شرکت اسلامی و اعلام اینکه رجحان این شرکت عقلاً و عرفاً و شرعاً معین است و حاجت به بیان و اظهار ندارد و یا رساله «لباس التقوی» سید جمال الدین واعظ که همراهی سایر روسای روحانیون و علمای اعلام را جهت ترغیب و تحریص عموم مسلمانان در ترویج این شرکت و تقویت این بازار و منسوجات اسلامی و طرد ملبوسات اجانب ضروری می‌داند، از جمله مواردی است که بیانگر پشتوانه اعتقادی مذهبی قوی جریان شکل‌گیری شرکت اسلامی است.

۴- جلب حمایت همه جانبه مردم

از نقاط قوت مهم شرکت اسلامی تیزی و درایت مؤسسانش در جلب حمایت همه جانبه مردم از محصولات تولید شده آن بود. هیجان و شوق زاید الوصف که از ویژگی دین خواهی و وطن دوستی مردم بر خواسته بود با غرور ملی در آمیخت و کالای تولید شده داخلی را که کیفیتی برابر با کالای خارجی نداشت، ترجیح می‌دادند و با افتخار مصرف می‌کردند.

۵- حمایت مطبوعات و جراید داخلی و خارجی

شرکت اسلامی در میان مطبوعات داخلی به شدت مورد استقبال قرار گرفت. روزنامه‌های جهاد اکبر، اصفهان، جبل‌المتین، ثریا و... از جمله روزنامه‌هایی بودند که بیشتر از سایر مطبوعات به اخبار مربوط به شرکت اسلامی حساسیت نشان می‌دادند. مطبوعات علاوه بر تشویق شرکت اسلامی، توصیه‌های خیرخواهانه‌ای برای موفقیت شرکت نیز ارائه می‌دادند. علاوه بر انعکاس اخبار، اقدامات و فعالیت‌های شرکت اسلامی در مطبوعات ایرانی، اخبار شرکت در جراید خارجی نیز انعکاس می‌یافت.

از جمله روزنامه الهلال مصر گزارشی از شرکت اسلامیة ارائه نمود و از اهداف ضد بیگانه شرکت تجلیل کرد.

۶- تبلیغات قوی و تاثیرگذار

از جمله نقاط قوت شرکت اسلامیة توجه اعضای شرکت به امر تبلیغات بود. مقاله‌های متعددی در روزنامه‌ها به چاپ می‌رسید. علاوه بر درج مقاله، سخنرانان ممتازی در مناظر و مجالس، مردم را برای استفاده از کالاهای وطنی به ویژه منسوجاتی که شرکت اسلامیة تهیه و توزیع می‌کرد، تشویق می‌کردند.

همچنین شرکت با چاپ کتابچه‌ای که قواعد و اهداف شرکت را در آن نوشته بود و به رایگان در اختیار مشترکین قرار می‌داد، سعی کرد تا مردم را با شیوه‌ی کار شرکت آشنا کند. علما برخی از وعظا را روانه نقاط مختلف شهر و روستا می‌کردند تا با اطلاع رسانی به مردم از آنها بخواهند از این به بعد، تنها از منسوجات شرکت اسلامیة حمایت و استقبال کنند.

مشکلات و موانع شرکت اسلامیة

۱) کارشکنی تجار خارجی

تجار خارجی برای مقابله با شرکت اسلامیة دست به کارشکنی‌هایی زدند که از جمله می‌توان به دامن زدن اختلاف مسلمین و نصارا در اصفهان، کاهش شدید قیمت اجناس همراه با تبلیغات و شایعات فراوان، فروش کالاها به صورت نسیه به بعضی بازاریان درجه چندم، اشاره کرد. شرکت در برابر این کارشکنی‌ها آسیب پذیر بود و به مرور زمان با ادامه یافتن و شدت گرفتن دسیسه‌های تجار خارجی به ویژه تجار انگلیسی، قوت و استحکام اولیه خود را از دست داد.

۲) اقدامات تجار داخلی ناآگاه

عدم رغبت برخی از تجار داخلی ناآگاه نسبت به خرید کالاهای داخلی به دلیل امتیاز قایل شدن برای اجناس با مارک خارجی و مخالفت تجار ایرانی که از طریق فروش کالاهای خارجی موقعیتی کسب کرده بودند با گذشت زمان مشکلاتی را برای شرکت به وجود آورد.

۳) وجود تقلب در کالاها

تقلب برخی از کارگاه‌ها و کارخانه‌های پارچه بافی در کیفیت پارچه‌ها و منسوجات، موجب شکل‌گیری ذهنیت منفی مردم نسبت به کیفیت کالاهای شرکت اسلامی شد و به اساس کار شرکت و سایر کارخانجاتی که پارچه‌های با کیفیت تولید می‌کردند ضربه وارد کرد.

۴) کاهش اقبال مردم به خرید تولیدات داخلی

وجود مجموعه‌ای از عوامل همچون تبلیغات و شایعات تجار خارجی، اقدامات برخی از تجار داخلی ناآگاه، و تقلب برخی از کارگاه‌ها و کارخانه‌های پارچه بافی در کیفیت پارچه‌ها و منسوجات سبب شد کم‌کم رغبت مردم نیز به خرید منسوجات تولید داخل کاهش یابد. این تغییر در روند استقبال و خرید از پارچه‌های داخلی در تضعیف شرکت بسیار موثر واقع شد.

۵) فقدان نیروی انسانی متخصص در زمینه منسوجات

اگر چه تجار ایرانی با خرید ابزار آلات کارخانه‌های نساجی از خارج، این صنعت را در ایران رونق داده بودند اما سرپا نگه داشتن کارخانه‌های نساجی و تامین کردن منسوجات جمعیتی عظیم در ایران تنها با ایجاد تعدادی کارخانه میسر نبود. تداوم کار کارخانجات، بازاریابی تولیدات آنها و تامین منسوجات مردم متناسب با سلیق مختلف و نیازهای به روز، نیازمند نیروی انسانی متخصص و آگاه به علوم و فنون صنعت نساجی بود.

نبود نیروی انسانی متخصص جهت ایجاد اصلاحات علمی و اصولی در روند تولیدات کارخانجات نساجی از عوامل موثر در ناکامی شرکت اسلامی بود.

۶) گستردگی فعالیت

شرکت اسلامی شعبه‌هایی را در نوزده شهر مهم ایران از جمله تهران، بوشهر، کاشان، شیراز، مشهد، تأسیس کرد و وکلایی از طرف شرکت معرفی و نمایندگی‌هایی را تأسیس نمودند. بدین ترتیب نمایندگی‌های شرکت در شهرهای مختلف فعال شده، منسوجات را معرفی و به شکل خاصی در اختیار اقشار ملت قرار می‌دادند. شرکت اسلامی تنها به فعالیت در ایران بسنده نکرد و حوزه تبلیغاتی خود را به بیرون از مرزها نیز کشاند. روسیه، مصر، عراق، انگلستان، هندوستان و عثمانی از جمله کشورهایی بودند که نمایندگی‌های شرکت در آنها تأسیس شد. این نمایندگی‌ها عمدتاً به وسیله تجار ایرانی و به ویژه اصفهانی‌ها اداره می‌شد. گسترده شدن حوزه فعالیت شرکت اسلامی در طی نخستین سال‌های تشکیل شرکت، به عنوان عامل ضعفی در عملکرد شرکت موثر گشت. چنانچه

شرکت با چندین شعبه محدود و با قوت بیشتر از جمله تربیت نیروی انسانی متخصص در زمینه منسوجات فعالیت می‌کرد امکان پایداری در مدت زمان بیشتری داشت.

۷) عدم همراهی دولت با شرکت اسلامیة در عمل

دولتمردان دربار مظفرالدین شاه در سخن شرکت را تأیید کرده و مخالفتی با آن ابراز نمی‌کردند، اما در عمل نسبت به انجام امور شرکت اعتماد نداشته و حاضر به همیاری و همکاری با آن نبودند و این مساله تداوم کار شرکت را با دشواری مواجه ساخت. چنانچه مظفرالدین شاه در ذیل نامه سفارش تهیه لباس ارتشیان از منسوجات شرکت نوشت: «ضرر ندارد اما مشکل است آنها بتوانند از عهده برآیند»^{۵۳}.

نتیجه‌گیری

نظامنامه و اسناد موجود در رابطه با فعالیت شرکت اسلامیة نشان دهنده آن است که بخش مهمی از آنچه در زمان حال به عنوان شرایط و الزامات تحقق اقتصاد مقاومتی مطرح است در جریان فعالیت شرکت اسلامیة جامه عمل پوشیده است.

مردمی کردن اقتصاد، تنسیق و تنظیم فرهنگ کشور به سمت ترویج تولید داخلی، ترجیح تولیدات داخلی به کالاهای خارجی و تلاش همگانی برای ارزش پیدا کردن مصرف تولیدات داخلی، رونق تولید ملی، تاکید بر عدم مصرف کالاهای خارجی توسط دستگاه‌های دولتی، در نظر گرفتن ملاحظات تولید داخلی در مسئله‌ی واردات، و توانمندسازی بخش خصوصی برخی از این الزامات تحقق یافته است.

توجه به نقاط قوت شرکت و تلاش جهت محقق ساختن آنها در شرایط کنونی، همچنین آگاهی نسبت به مشکلات و موانعی که سبب تضعیف و سرانجام شکست شرکت گردید و هوشیاری نسبت به عدم شکل‌گیری و تاثیر آن مشکلات و موانع در مسیر تحقق اقتصاد مقاومتی، الگوی مناسبی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی در زمان حاضر می‌باشد.

با توجه به تجربه شرکت اسلامیة موارد زیر جهت تحقق اقتصاد مقاومتی ارائه می‌گردد:

۱- بهره‌گیری از احساسات ملی‌گرایانه

احساسات ملی‌گرایانه عاملی است که در هر سرزمینی برای جذب کلیه افراد یک ملت با هر عقیده، اندیشه و اعتقاد دینی موثر است. بی‌تردید بهره‌گیری از احساسات ملی‌گرایانه، اندیشه‌های وطن

دوستانه و افکار استقلال طلبانه و عزت مدارانه در برابر تلاش دشمنان برای از بین بردن استقلال و عزت ایرانیان و ایجاد وابستگی به بیگانگان در تحقق شرایط و الزامات اقتصاد مقاومتی نیز موثر است.

۲- بهره‌گیری از پشتوانه اعتقادی مذهبی مردم

با توجه به وجود ابعاد اعتقادی قوی مردم ایران و جایگاه قابل توجهی که علماء و روحانیون شیعه در جامعه ایران از آن برخوردارند، انتشار اندیشه اقتصاد مقاومتی و راهکارهای تحقق آن توسط روحانیون، علماء و مراجع در محقق ساختن الزامات اقتصاد مقاومتی موثر می‌باشد.

۳- ایجاد وحدت ما بین عوامل موثر بر بدنه جامعه

در شرکت اسلامی کنار هم قرار گرفتن دو عامل مهم سرمایه‌ی تاجر و نفوذ روحانی از نقاط قوت شرکت بود. با توجه به اینکه در جوامع فعلی عوامل تاثیرگذار بر عملکرد مردم یک جامعه مانند گذشته محدود نیست، چنانچه در جریان تحقق اقتصاد مقاومتی تلاش شود ما بین عوامل موثر بر بدنه جامعه وحدت ایجاد شود اقتصاد مقاومتی هرچه قوی‌تر تحقق می‌یابد. از عوامل موثر بر بدنه جامعه می‌توان از اقشار بانفوذ و تاثیرگذار جامعه همچون بازاریان و تجار، علماء و روحانیون، اساتید دانشگاهی و فرهنگیان، پزشکان و ...، دستگاه‌های فرهنگی اقتصادی دولتی، و رسانه‌های ارتباط جمعی نام برد.

۴- جلب حمایت همه جانبه مردم

با توجه به اینکه مجریان اصلی اقتصاد مقاومتی مردم هستند، جلب حمایت همه جانبه مردم در فراهم نمودن الزامات و شرایط اقتصاد مقاومتی بسیار موثر است. چنانچه با درایت متولیان امر و عوامل موثر بر بدنه جامعه، ویژگی دین خواهی و وطن دوستی مردم با غرور ملی در آمیخته شود، مردم با تمام وجود در صحنه حاضر خواهند شد و از اجرای هرچه بهتر اقتصاد مقاومتی حمایت خواهند کرد.

۵- بهره‌گیری از تبلیغات قوی و اثرگذار

در دنیای امروز تبلیغات یکی از ابزارهای مهم ارتباطی است. با توجه به نقش تبلیغات در تاثیرگذاری بر مخاطبان و فرهنگ عمومی جامعه، بهره‌گیری از یک نظام تبلیغاتی قوی و اثرگذار از جمله ضروریات تحقق اقتصاد مقاومتی است. ارائه مفاهیم مرتبط با اقتصاد مقاومتی در بسته بندی‌های مناسب تبلیغاتی یکی از راه‌های موثر هدایت افکار عمومی به سمت مصرف کالاهای ایرانی است.

کتابنامه

۱. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مردم استان ایلام، پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری *khamenei.ir* ۱۳۹۳/۲/۲۳.
۲. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگزاران نظام، پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری *khamenei.ir* ۱۳۹۳/۴/۱۶.
۳. زارعی، ابراهیم (۱۳۹۲)، **نقشه‌ی راه اقتصاد مقاومتی در بیانات مقام معظم رهبری**، تهران: انتشارات ایران، ص ۸۰-۳۰.
۴. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان نظام، ۱۳۹۴/۴/۲.
۵. ترابی، سهیلا (۱۳۸۴)، **تجار مشروطیت و دولت مدرن**، تهران: نشر تاریخ ایران، چاپ اول، ص ۲۳.
۶. ناتانیل کرزن، جورج (۱۳۶۲)، **ایران و قضیه ایران**، ترجمه غلامعلی وحید مازندرانی، تهران: مرکز انتشارات علمی فرهنگی، ج ۱، ص ۵۱.
۷. دهقان نژاد، مرتضی (۱۳۸۴)، **موانع توسعه نیافتگی اقتصادی ایران از نظر حاج آقا نور...** اصفهانی، مجموعه مقالات همایش تبیین آراء و بزرگداشت هشتادمین سالگرد نهضت آیت الله شهید حاج آقا نور الله اصفهانی، صص ۱۶۱-۱۴۳، اصفهان: انتشارات سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، ص ۱۵۵.
۸. **روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان**، سال اول، شماره ۱۷.
۹. واعظ اصفهانی، سید جمال الدین (۱۳۶۳)، **رسائل قاجاری**، تهران: نشر تاریخ ایران، چاپ اول، ص ۷۱.
۱۰. ترابی، **تجار مشروطیت و دولت مدرن**، ص ۲۶.
۱۱. رهبری حق، پیمان، «شرکت اسلامی نمونه موفق اقتصاد مقاومتی در تاریخ معاصر ایران»، پایگاه اطلاع رسانی *www.598.ir* شماره کد ۷۸۵۳۷، ۱۳۹۱.
۱۲. عسکرانی، محمدرضا (۱۳۸۴)، **نقش مردم اصفهان در نهضت مشروطیت اصفهان**، اصفهان: نشر نوشته، چاپ اول، ص ۳۶.
۱۳. عقیلی، سید احمد (۱۳۸۵)، **نگرشی بر مشروطیت اصفهان**، اصفهان: انتشارات سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، ص ۹۳.
۱۴. ترابی، **تجار مشروطیت و دولت مدرن**، ص ۸۲.
۱۵. **روزنامه حبل المتین**، سال هفتم شماره ۱۰.
۱۶. رهدار، احمد (۱۳۸۴)، **غرب شناسی و غرب ستیزی حاج آقا نور ... اصفهانی**، مجموعه مقالات همایش تبیین آراء و بزرگداشت هشتادمین سالگرد نهضت آیت الله شهید حاج آقا نور الله اصفهانی، اصفهان: صص ۲۷۱-۲۰۳، انتشارات سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، ص ۲۵۲.

17. نجفی، موسی(۱۳۸۴)، اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی، تهران: موسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، چاپ سوم، ص ۶۹
18. رجایی، عبدالمهدی(۱۳۹۲)، تاریخ نساجی اصفهان در دوره قاجار و پهلوی(از نگاه مطبوعات و اسناد)، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ اول، ۴۱.
19. همان، ص ۵۳.
20. واعظ اصفهانی، رسائل قاجاری، ص ۱۸.
21. عسکرانی، نقش مردم اصفهان در نهضت مشروطیت اصفهان، ص ۳۵.
22. رهدار، غرب شناسی و غرب ستیزی حاج آقا نور... اصفهانی، صص ۲۵۶ و ۲۵۵.
23. واعظ اصفهانی، رسائل قاجاری، ص ۴۵.
24. رجائی، تاریخ نساجی اصفهان در دوره قاجار و پهلوی(از نگاه مطبوعات و اسناد)، ص ۴۹.
25. روزنامه حبل المتین، سال پنجم، شماره ۲۰.
26. عقیلی، نگرشی بر مشروطیت اصفهان، صص ۱۵۸ و ۹۳.
27. عسکرانی، نقش مردم اصفهان در نهضت مشروطیت اصفهان، صص ۳۶-۳۷.
28. رهدار، غرب شناسی و غرب ستیزی حاج آقا نور... اصفهانی، ص ۲۵۶.
29. رجائی، تاریخ نساجی اصفهان در دوره قاجار و پهلوی(از نگاه مطبوعات و اسناد)، ص ۴۸.
30. واعظ اصفهانی، رسائل قاجاری، ص ۱۸.
31. روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان، سال اول، شماره ۱۷.
32. نجفی، اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی، ص ۸۹.
33. دهقان نژاد، موانع توسعه نیافتگی اقتصادی ایران از نظر حاج آقا نور... اصفهانی، ص ۱۵۸.
34. رجائی، اصفهان از انقلاب مشروطه تا جنگ جهانی اول، ص ۴۰۷.
35. نجفی، اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی، ص ۹۱.
36. واعظ اصفهانی، رسائل قاجاری، صص ۳۷-۴۱.
37. رجایی، تاریخ نساجی اصفهان در دوره قاجار و پهلوی(از نگاه مطبوعات و اسناد)، ص ۴۳.
38. روزنامه حبل المتین، سال هفتم، شماره ۱۸.
39. واعظ اصفهانی، رسائل قاجاری، صص ۴۶-۴۸.
40. عقیلی، نگرشی بر مشروطیت اصفهان، ص ۹۴.
41. روزنامه انجمن مقدس ملی اصفهان، سال دوم، شماره ۹.
42. رهدار، غرب شناسی و غرب ستیزی حاج آقا نور... اصفهانی، ص ۲۵۹.
43. نجفی، اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی، صص ۱۰۵-۱۰۶.

44. همان، ص ۱۰۶.
45. رجائی، تاریخ مشروطیت اصفهان، ص ۲۲۴.
46. روزنامه جبل المتین، سال هفتم، شماره ۴۵.
47. نجفی، اندیشه سیاسی و تاریخ نهضت حاج آقا نورالله اصفهانی، ص ۳۴.
48. رجائی، تاریخ مشروطیت اصفهان، ص ۲۲۳.
49. عقیلی، نگرشی بر مشروطیت اصفهان، ص ۳۲۲-۳۲۱.
50. رجائی، تاریخ مشروطیت اصفهان، ص ۲۲۵.
51. روزنامه جبل المتین، سال هفتم، شماره ۲۰.
52. ترابی، تجار مشروطیت و دولت مدرن، ص ۸۴-۸۲.
53. همان، ص ۸۲.