

فصلنامه علمی- پژوهشی **رهیافت**

سال یازدهم، شماره ۴۰، پاییز ۱۳۹۶
صفحه ۱۰۳ تا ۱۲۰

بررسی تحلیل زمینه‌ها و عوامل تقابل بازاریان با حکومت پهلوی دوم، بر اساس «مدل بسیج» چارلز تیلی (۱۳۵۷-۱۳۴۰)

مرتضی دهقان نژاد / استاد گروه تاریخ دانشگاه اصفهان mdehqannejad@yahoo.com

عادل رستمی / دانشجوی دکتری تاریخ ایران بعد از اسلام گروه تاریخ، دانشکده ادبیات، دانشگاه اصفهان
adelrostaminezhad@gmail.com

اصغر منتظر القائم / استاد گروه تاریخ دانشگاه اصفهان montazer5727@yahoo.com

چکیده

نقش سرنوشت ساز بازاریان در حرکت‌های اعتراضی عصر پهلوی دوم همواره مورد توجه پژوهش‌گران بوده، ولی عوامل ناراضی‌آیی آنها از حکومت مذکور و مشارکت گسترده آنها در حرکت‌های ضد حکومتی این دوره، که هدف اصلی پژوهش حاضر است، کمتر مورد توجه قرار گرفته است؛ بنابراین، سوال محوری پژوهش حاضر، این است که چه عواملی زمینه ساز ناراضی‌آیی، مخالفت و کنش جمعی بازاریان علیه حکومت، در دوره مورد بحث بوده است؟ فرضیه اصلی این پژوهش، این است که مخالفت و اقدام جمعی بازاریان علیه حکومت پهلوی، از یک سو ریشه در قابلیت‌ها و ویژگی‌های خاص بازاریان داشته و از سوی دیگر، نتیجه سیاست‌ها و عملکرد خصومت آمیز حکومت مذکور علیه بازاریان بوده است. در این تحقیق تلاش شده تا با بهره‌گیری از روش تحلیلی-تاریخی، و با تکیه بر متغیرهای اصلی «مدل بسیج» چارلز تیلی، تبیینی واقعی و روشن برای این سوال، ارائه شود. بر این اساس، ابتدا نقش ویژگی‌ها و توانمندی‌های خاص بازاریان در این زمینه و سپس، نقش و عملکرد دولت و تاثیر آن بر جهت‌گیری‌ها و پویای سیاسی بازاریان، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است.

کلیدواژه: انقلاب، بازاریان، چارلز تیلی، پهلوی دوم، بسیج سیاسی.

تاریخ تأیید ۱۳۹۶/۰۷/۱۰

تاریخ دریافت ۱۳۹۶/۰۵/۲۰

این مقاله بر گرفته از رساله دکتری آقای عادل رستمی می‌باشد.

مقدمه

بازاریان به عنوان یک گروه اجتماعی-اقتصادی تأثیر گذار و با اهمیت در جامعه ایران، نقش سرنوشت ساز و انکار ناپذیری در جنبش‌ها و حرکت‌های ضد حکومتی عصر پهلوی دوم داشتند؛ به گونه‌ای که برخی پژوهش‌گران، از بازار با عناوینی چون «چشم طوفان» و «ستون فقرات» حرکت‌های ضد حکومتی این دوره، یاد کرده‌اند (parsa, 1989: 91؛ فوران، 1378: 554). سوال اساسی که در این جا مطرح است این است که چه زمینه‌ها و عواملی در تقابل و روی آوردن بازاریان به اقدام جمعی علیه حکومت پهلوی دوم، مؤثر بوده‌اند؟ پژوهش حاضر بر این فرضیه استوار است که هم پتانسیل‌ها و قابلیت‌های موجود در بازار و هم سیاست‌های دولت علیه بازاریان، نقش مهمی در این زمینه داشته است. در این پژوهش، تلاش شده تا زمینه‌ها و عوامل کنش‌های جمعی بازاریان در دوره مورد بحث، در دو بخش، مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد؛ نخست، زمینه‌ها و عوامل درون گروهی که به طور بالقوه، اقدام جمعی بازاریان علیه دولت را امکان پذیر و تسهیل می‌کرد، ارزیابی و تحلیل خواهد شد و در بخش دوم نقش دولت و سیاست‌گذاری‌های آن، در نارضایتی بازاریان و گرایش آنها به اقدام جمعی علیه دولت، مورد بررسی و تحلیل قرار خواهد گرفت. از آنجا که در «مدل بسیج» چارلز تیلی، هم نقش ویژگی‌ها و قابلیت‌های درون گروهی و هم نقش شرایط و متغیرهای برون گروهی در رویکرد گروه‌های اجتماعی به کنش جمعی مورد توجه قرار گرفته، در این پژوهش، تلاش شد تا با بهره‌گیری از متغیرهای موجود در این نظریه، زمینه‌ها و عوامل مؤثر بر کنش جمعی بازاریان علیه حکومت پهلوی دوم، بررسی و تحلیل شود.

چارچوب نظری

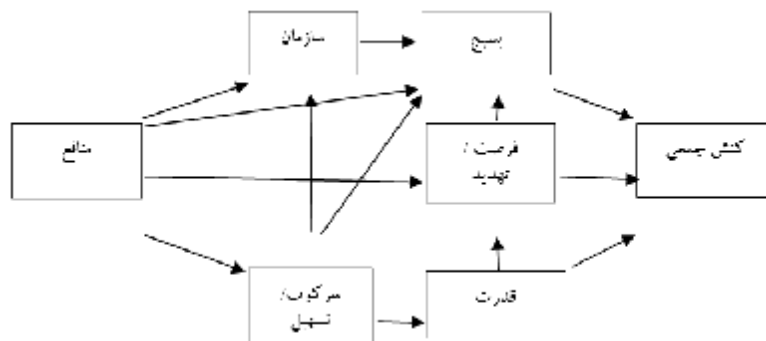
چارلز تیلی، در کتاب «از بسیج تا انقلاب»، الگوی نظری خود با عنوان «مدل بسیج» را با هدف تبیین رفتار سیاسی گروه‌های اجتماعی چالش‌گر و چرایی و چگونگی درگیر شدن آنها در اشکال مختلف فرایند کنش جمعی، ارائه نموده است. عناصر اصلی الگوی نظری تیلی را متغیرهایی چون سازمان، منافع، بسیج، کنش جمعی، فرصت/تهدید، قدرت و سرکوب/تسهیل تشکیل می‌دهند. منظور از منافع، امتیازات یا هزینه‌هایی است که در نتیجه تعامل با نظام سیاسی یا سایر گروه‌های رقیب، متوجه اعضای یک گروه می‌شود. سازمان به معنی «میزان هویت مشترک و ساختار وحدت بخش افراد در درون یک جمعیت» است و قدرت آن، به میزان آگاهی و تعهد و وفاداری اعضای آن نسبت منافع جمعی، وجود کانال‌های ارتباط دهنده میان اعضا و گستردگی و کیفیت سازمان، وابسته است (تیلی، 1388: 83). بسیج «فرایندی است که به

واسطه آن، گروهی از حالت مجموعه منفعلی از افراد به مشارکت کننده فعال در زندگی عمومی تبدیل می‌شوند». بسیج منابع نیز به معنی تلاش برای دستیابی و بهره‌گیری از تمام منابعی است که می‌تواند در جهت پیشبرد عمل جمعی و تحقق اهداف گروه، مؤثر باشد. منابع می‌تواند شامل منابع اجبار و تهدید، امکانات مالی، شبکه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی و حتی منابع هنجاری و ارزشی مانند تعهد، وفاداری و احساس تکلیف باشد. کنش جمعی به اقدام مشترک اعضای یک گروه مدعی، برای رسیدن به هدف یا اهدافی مشترک، گفته می‌شود؛ و تابعی است از منافع مشترک، میزان انسجام و سازمان یافتگی گروه، احساس هویت مشترک و تعهد و وفاداری اعضای گروه نسبت به یکدیگر، و البته میزان منابع در اختیار گروه (تیلی، 1388: 84، 105 و 128). فرصت/تهدید، فرصت، شرایطی است که در آن، امکان کنش جمعی، اعمال قدرت و نیز تحقق اهداف یک گروه چالش‌گر افزایش می‌یابد؛ و تهدید نیز شرایطی است که در آن، امکان کنش جمعی و تحقق اهداف گروه، کاهش می‌یابد؛ قدرت: منظور از قدرت، میزان غلبه منافع و مطالبات یک گروه بر قدرت دولت یا گروه‌های رقیب است؛ در صورتی که دولت، قادر به اعمال قدرت بر گروه‌های مدعی و چالش‌گر باشد، تمایل این گروه‌ها به اقدام جمعی علیه دولت نیز کاهش می‌یابد. سرکوب/تسهیل: به هر گونه اقدامی از سوی دولت که هزینه کنش جمعی یک گروه را افزایش می‌دهد، سرکوب، و به هر اقدامی که چنین هزینه‌ای را کاهش می‌دهد، تسهیل گفته می‌شود (تیلی، 1388: 147، 149 و 196).

تیلی متغیرهای اصلی الگوی خود را به دو بخش درون گروهی و برون گروهی تقسیم نموده است: بخش نخست که شامل متغیرهای درون گروهی نظیر، سازمان، منافع و بسیج است، به خودی خود منجر به کنش جمعی نمی‌شوند، بلکه ظرفیت‌های موجود درون گروهی را جهت اقدام جمعی علیه دولت یا سایر گروه‌های رقیب، نشان می‌دهند. ولی متغیرهای برون گروهی که شامل عناصری چون، فرصت/تهدید، قدرت دولت و سرکوب/تسهیل است از بیرون، بر کنش جمعی یک گروه تاثیر گذاشته و توان بالقوه گروه برای کنش جمعی را تبدیل به بالفعل می‌کنند. بنابراین در این الگو، کنش جمعی یک گروه، از یک سو به ظرفیت‌ها و ویژگی‌های درونی خاص آن، نظیر میزان منابع در اختیار، میزان همبستگی و علائق و منافع مشترک میان اعضا، توان سازماندهی و بسیج منابع از سوی آن گروه بستگی دارد؛ و از دیگر سو، متأثر از متغیرها و شرایط بیرونی، همچون قدرت نظام سیاسی برای مقابله با مخالفین (سرکوب)، میزان آمادگی حکومت برای واگذاری امتیاز (تسهیل) و همچنین وجود

شرایط مناسب جهت کنش جمعی (فرصت) است. از این رو، در این تحقیق تلاش خواهد شد تا مسئله تقابل بازاریان با حکومت پهلوی دوم نیز بر همین اساس، بررسی و تبیین شود.

شکل 1- مدل بسیج چارلز تیلی (یناهی، 1389: 341)



الف: نقش عناصر و متغیرهای درون گروهی در رویکرد بازاریان به کنش جمعی

1- سازمان اجتماعی و همبستگی و انسجام بازاریان

به عقیده صاحب نظران، «عمل جمعی از سوی گروه‌های اجتماعی خاص هنگامی آسان تر می‌شود که این گروه‌ها از دو ویژگی برخوردار باشند: 1- به سادگی قابل شناسایی و از گروه‌های اجتماعی دیگر قابل تمیز باشند. 2- به واسطه وجود شبکه‌های اجتماعی بین اعضایشان، دارای سطح بالایی از انسجام درونی و یک هویت مشخص باشند.» (دلپور تا و دیانی، 1383: 52). در واقع احساس هویت مشترک باعث ایجاد یک «مای همه شمول» و برداشت مثبت از خودی‌ها و مخالفت فعالانه با غیر خودی‌ها می‌شود و با ایجاد شبکه‌های ارتباطی غیر رسمی و تعاملات درون گروهی، مشکلات ناشی از سرکوب شدید را بر طرف نموده و اعضای گروه را برای مواجهه با هزینه‌ها و تهدیدات احتمالی آماده می‌سازد (دلپور تا و دیانی، 1383: 134-131؛ تیلی، 1388: 83 و 123).

بازاریان که طیف گسترده‌ای از صاحبان مشاغل تولیدی و خدماتی فعال در محدوده بازار را تشکیل می‌دهند، علاوه بر روابط حرفه‌ای و گاه خانوادگی، غالباً از علائق و اشتراکات فکری، فرهنگی و مذهبی تقریباً مشابهی برخوردار بوده و همین امر نیز همواره احساس هویت جمعی را در میان آنها تقویت می‌کرده است (جباری، 1379: 90-68؛ شیرین کام، 1389: 140-

139). چنین مجموعه گسترده‌ای همواره دارای نوعی سلسله مراتب اجتماعی درون گروهی و انعطاف پذیر بوده و در رأس آن، تجار بزرگ و پس از آنها کدخدایان، ریش سفیدان و روسای اصناف قرار داشتند؛ تجار بزرگ، همواره از آگاهی، اعتبار و نفوذ بالایی در میان بازاریان برخوردار بوده و در مواقع لزوم، به آسانی قادر بودند بازاریان را علیه حکومت و در جهت دفاع از منافع جمعی خویش، بسیج کنند (اشرف، 1359: 23؛ معدل، 1382: 124). در عصر پهلوی دوم، این گروه از بازاریان، نبض سیاسی بازار را در اختیار داشته و بخش عمده‌ای از پویش‌های سیاسی بازاریان، تحت تأثیر و هدایت آنها انجام می‌گرفت (عسکر اولادی، 1392: 24-25 و 29). پس از تجار بزرگ، کسبه و پیشه‌وران، در پایین‌ترین سطوح بازار نیز جمع‌گویی از شاگردان، پادوها، کارگران و دست‌فروشان قرار داشتند که به دلیل نارضایتی از وضعیت معیشتی خویش و هم به دلیل اینکه فاقد سرمایه بوده و چیزی برای از دست دادن نداشتند، نسبت به لایه‌های بالای بازار، محافظه‌کاری کمتری داشته و در کنش‌های جمعی بازاریان، حضوری پررنگ‌تر و مطالبات رادیکال‌تری داشتند (عتیق‌پور، 1358: 67-70).

با وجود این ساختار سلسله‌مراتبی و تفاوت‌هایی که از نظر مالی و منزلت اجتماعی در میان بازاریان وجود داشت، عوامل متعددی چون، فعالیت آنها در یک محدوده مکانی مشخص، وابستگی مشاغل بازاری به یکدیگر، ارتباط روزمره و پیوندهای شغلی و گاه خانوادگی بازاریان، وجود منافع جمعی مشترک و همچنین وجود شبکه‌های متداخل و پیچیده در میان بازاریان، زمینه را برای انسجام، همبستگی و شکل‌گیری احساسی قوی از هویت جمعی در میان آنها فراهم می‌ساخت و اقدام جمعی آنها علیه دولت را تسهیل و کم‌هزینه‌تر می‌ساخت (keshavarzian, 2007, p: 21-24).

2- منافع بازاریان

بازاریان همواره خواهان دولتی منطقی، قانونمند، مستقل و مقتدر بودند که بتواند در برابر مداخلات بیگانگان بایستد، امنیت و امکانات لازم را جهت رونق داد و ستد و کسب و کار فراهم کند، از مداخله در امور بازار خودداری کند، به لیبرالیزم سیاسی و اقتصادی پایبند باشد و به ارزش‌ها و سنت‌های مورد احترام جامعه نیز احترام بگذارد (دادخواه، 1389: 58-59)؛ مسلماً تحقق چنین مطالباتی، می‌توانست منافع بازاریان را تامین کند و از ارزش‌های مورد احترام آنها نیز محافظت کند. تا اواسط دهه 1350، منافع بازاریان، حول محور مطالبات مذکور و همچنین مبارزه با پیامدهای مدرنیزاسیون اقتصادی و اجتماعی شاه، اعتراض به نادیده گرفتن قانون اساسی از سوی وی، جلوگیری از بازگشت استبداد، مبارزه با روند رو به رشد نقش دولت در

اقتصاد و همچنین حمایت از رهبران مذهبی در برابر رژیم شاه و برنامه‌های غرب گرایانه آن بود؛ ولی از آن پس، منافع بازاریان به سمت مقابله با حمله آشکار شاه به بازار و براندازی رژیم پهلوی و برقراری حکومت اسلامی، تغییر یافت.

3- ظرفیت‌ها و منابع در دسترس بازاریان جهت اقدام علیه دولت

بازار همواره از جایگاه بسیار مهمی در جامعه ایران برخوردار بوده و شالوده زندگی اقتصادی و اجتماعی شهرها را تشکیل می‌داده است؛ استقلال اقتصادی بازاریان و امکان بهره‌گیری آنها از شگردها و تاکتیک‌هایی نظیر احتکار، اخلاف در نظام مالی و شبکه توزیع کالا و مالیات‌گریزی، از جمله ابزارها و راهبردهایی بوده که بازاریان را قادر می‌ساخت تا در هنگام نیاز، دولت را تحت فشار قرار دهند. به لحاظ اجتماعی نیز بازار همواره یکی از عناصر محوری و بنیادین ریخت‌شناسی شهری محسوب شده، قلب تپنده زندگی شهری را تشکیل می‌داد؛ موقعیت مرکزی بازار در شهرها، به همراه اشتغال هزاران نفر و حضور اقشار مختلف مردم در محدوده بازار، آن را به محلی برای تجمع و گردهمایی روزانه ساکنان شهرها تبدیل می‌کرد؛ تجمعی غیررسمی و خودجوش که حجم وسیعی از اخبار، اطلاعات، شایعات و دیدگاه‌های مختلف پیرامون اوضاع سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه را به جریان می‌انداخت و گاه پایه‌ای برای حرکت‌های اعتراضی و کنش جمعی علیه دولت می‌شد (Keshavarzian, p: 9, 2007).

در شرایط اختناق و سرکوب و در نبود وسایل ارتباط جمعی مؤثر و آزاد، اعتصاب و تعطیلی بازار، ابزاری مؤثر برای فشار علیه دولت بود؛ زیرا از یک سو صدای معترضان را به گوش مردم می‌رساند و از سوی دیگر، فضای شهر را غیر عادی و ملتهب ساخته و با وقفه‌ای که در کار تولید و توزیع ایجاد می‌کرد، باعث کمیابی، گرانی و در نتیجه، تشدید نارضایتی‌ها و اعتراضات می‌شد (عتیق پور، 1358: 78). به همین دلیل نیز حکومت‌ها، همواره به مسئله تعطیلی بازار و شایعاتی که میان بازاریان در جریان بود، توجه و حساسیت خاصی نشان می‌دادند؛ به طوری که حجم گسترده‌ای از گزارش‌های ساواک، به این امر اختصاص یافته است (مرکز بررسی اسناد تاریخی، 1378، ج 6: 417-427، 260-263، 196).

4- نقش آموزه‌ها و رهبران مذهبی شیعه در رویکرد بازاریان به اقدام علیه دولت

بدون تردید، مذهب شیعه هم به لحاظ فرهنگی و هم به لحاظ سازمانی، نقش مهمی در همبستگی و مشارکت بازاریان و افزایش انگیزه و توان آنها جهت اقدام جمعی در برابر رژیم شاه داشته است. فرهنگ سیاسی، به ویژه نظریه سیاسی شیعه مبنی بر غاصب و نامشروع بودن