

بررسی واکنش‌های ایرانیان نسبت به رواج کالا و محصولات خارجی در عصر قاجار (سال‌های ۱۳۲۴-۱۲۶۴ هجری قمری)

محمد سلماسی زاده^۱

سجاد برزگر هفشجانی^۲

چکیده

در دوران حکومت قاجاریه به‌ویژه در نیمه‌ی دوم سده نوزدهم کالاها و تولیدات خارجی به دلایل مختلفی نظیر نوآوری در تولید و برتری تکنولوژی و تفوق سیاسی- نظامی و غیره روانه بازار شهرهای بزرگ و کوچک ایران شد و موجب تغییراتی در سبک زندگی ایرانیان گردید. برخی از این محصولات خارجی از ابتدای ورود و عرضه در بازارهای کشور مورد استقبال و پذیرش مردم قرار گرفتند، برخی دیگر به‌مرور زمان پذیرفته شدند و تعدادی از این تولیدات و کالاها هم با اعتراض و مقاومت مردمی روبه‌رو گردیدند. از این‌رو چگونگی مواجهه و برخورد جامعه‌ی ایران با محصولات ماشینی جدید موضوع و سؤال مورد مطالعه این مقاله خواهد بود.

اطلاعات این پژوهش از داده‌های منابع مختلف کتابخانه‌ای استخراج گردیده و به روش عمدتاً مرسوم در تحقیقات تاریخی، یعنی به صورت توصیفی- تحلیلی به بررسی چرایی و چگونگی کنش‌ها و واکنش‌های ناشی از این رخداد پرداخته است.

بر پایه اطلاعات پژوهش حاضر می‌توان چنین استنتاج کرد که در پذیرش (واکنش مثبت) یا عدم پذیرش (واکنش منفی) تولیدات و کالاهای جدید اروپایی عواملی همچون: ناآشنایی مردم با محصولات جدید، احساس تحمیلی بودن این عناصر وارداتی، تعارض این عناصر با عادت‌ها و ارزش‌های فرهنگی و دینی غالب در جامعه، بهاء و منفعت اقتصادی و تداخل با مشاغل و تولیدات بومی اثرگذار بوده است. در حقیقت، چهار عامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و روان‌شناختی در پذیرش یا نفی این عناصر تازه و نو مؤثر بوده است.

واژگان کلیدی: قاجاریه، تولیدات و محصولات خارجی، واکنش ایرانیان، پذیرش، نفی عقلانی، نفی ایدئولوژیک.

Study of Iranian reaction to the prevalence of foreign goods in the Qajar Era (1264-1324 AH)

M. Salmasizadeh¹

S. Barzegar Hafashjani²

Abstract

The era of the Qajar reign is one of the most important historical periods in Iran. This era has been the beginning of political, social, cultural, and economic developments in confrontation with West. It is during this period that western goods and machine products were launched to the markets bazaar of big and small cities of Iran for various reasons such as innovation in the production and superiority of technology and political-military superiority; and brought changes in the Iranians lifestyle. Some of these foreign products were welcomed and accepted from the beginning of the entry and supply in the markets of the country, others were gradually accepted by the time, and some of these products and goods were faced with popular protest and resistance. The way Iranian people encountered and dealt with these new material is what this paper has addressed. As a default, it can be claimed that Iranians of the mentioned era in the face of the flood of western goods and the social changes resulting from them showed different reactions, which is categorized into two categories of positive reactions that means accepting these new elements and reacting negatively or resistance to the entry of these elements.

Based on the data of present research, which has been provided by the use of various library resources and descriptive-analytical method, one can conclude that accepting (positive reaction) or rejecting (negative reaction) the European goods, factors such as: unfamiliarity with new products, the sense of imposing these imported elements, the confrontation of these elements with the dominant cultural and religious habits and values in the society, economic benefits, and interference with native jobs and products have been effective. In fact, four social, cultural, economic and psychological factors have been effective in accepting or rejecting these new elements.

Key Words: Qajar, foreign goods and products, Iranians reactions, acceptance, rational negation, ideological negation.

1 . Associate Professor, University of Tabriz, Tabriz, Iran

2 . Ph.D. Student of History, University of Tabriz, Tabriz, Iran

msalmasizadeh@tabrizu.ac.ir

sajad_barzgar64@yahoo.com

مقدمه

اندیشمندان اجتماعی، تغییرات اجتماعی - فرهنگی در جوامع را حاصل دو روند می‌دانند: روند نخست حاصل اختراع و نوآوری^۱ در جوامع است؛ نظیر آنچه در پی انقلاب صنعتی در اواسط سده‌ی هجدهم برای انگلستان و به تدریج برای برخی دیگر کشورهای اروپایی اتفاق افتاد؛ دوم روندی که از آن به‌عنوان اشاعه فرهنگی^۲ یا نفوذ فرهنگی^۳ یاد می‌شود.^۴ این مفهوم در مورد فرآیندی به کار می‌رود که از طریق آن یک ایده، اختراع یا دیگر پدیده‌های فرهنگی از منابع خارجی به عاریت گرفته می‌شود. مردم ایده‌ها، ابزار، تولیدات و اختراعات دیگر جوامع را به عاریت^۵ می‌گیرند و از آن استفاده می‌کنند (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۳۶۰). البته نفوذ، جذب و عاریه گرفتن عناصر فرهنگی جوامع دیگر در فرهنگ جوامع خودی چندان ساده و بدون تنش نیست (محمدی و مؤید حکمت، ۱۳۹۲: ۸۷). در واقع دگرگونی اجتماعی و فرهنگی را می‌توان به‌مثابه‌ی نوعی عاریه گرفتن خصوصیات فرهنگی جوامع دیگر و جابه‌جایی برخی از عناصر فرهنگی تلقی کرد. عناصری که در قبال ورود و حضورشان گاه مقاومت‌هایی نیز صورت می‌گیرد.

در حقیقت چگونگی تغییر اجتماعی در جوامع از دو الگوی عمده پیروی می‌کند. تغییر یا درونی است و در درون ساختار فرهنگی خاصی از طریق اختراع صورت می‌گیرد یا تغییر برونی است و در اثر تماس میان دو یا چند فرهنگ ایجاد می‌شود (محمدی و مؤید حکمت، ۱۳۹۲: ۸۷). روند اخیر اغلب در جوامع سنتی و در حال گذار و از جمله در ایران عصر قاجار قابل رویت و مشاهده است.

در واقع با انقلاب صنعتی، جهان به دو گروه کشورهای صنعتی و غیر صنعتی تقسیم شد

1. Invention & Innovation.

2. Cultural diffusion.

۳. مفهوم اشاعه فرهنگی در تحقیقات داخلی با عناوین مختلفی به کار می‌رود، از جمله: نفوذ فرهنگی، سرایت فرهنگی و انتشار فرهنگی.

۴. البته برخی از جامعه‌شناسان تغییر اجتماعی را تنها به نوآوری و اشاعه فرهنگی محدود ننموده و «عمل رهبران»، «کشمکش یا تضاد» و «سیستم اقتصادی سرمایه‌داری» را از دیگر عوامل کلیدی آغازگر تغییر برشمرده‌اند. نک: (عضدانلو، ۱۳۸۴: ۲۰۱).

۵. در اینجا مفهوم عاریت در سطح بسیار وسیع آن به کار گرفته شده و می‌تواند معانی غصب، دزدی، تقلید، دزدی ایده، خرید و یا کپی را هم در برگیرد.

و متعاقب آن جوامع غیرصنعتی همچون ایران عصر قاجار به طرق و اندازه‌های مختلفی مقهور قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی جوامع صنعتی شده و تغییرات و دگرگونی‌های بزرگی را تجربه نمودند؛ به عبارت دیگر منشأ تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی در کشورها و جوامع غیرصنعتی بیشتر در خارج از آن جوامع و کشورها و از طریق اشاعه و نفوذ فرهنگی بوده است. بدان معنا که ورود یا جذب عناصر فرهنگی بیگانه، حتی اجناس و محصولات مصرفی مانند پوشاک، نهایتاً منتج به تغییراتی در عادات و شیوه‌ی زندگانی مردمان جوامعی همچون ایران شده است.^۱

ورود و حضور این اجناس و پدیده‌های جدید در ایران هم کم داستان و ماجرا نداشته است. چرا که پذیرش چیزهای «نوظهور» یا «تازه» هیچ‌گاه بدون دردسر نبوده و تغییر سبک زندگی یا بخش‌هایی از آن همواره با مخالفت‌ها و مقاومت‌هایی روبرو بوده است.

بنابراین سؤال اصلی نوشته‌ی حاضر این است که واکنش ایرانیان عصر قاجار در برخورد با کالاها و محصولات خارجی چگونه بوده است؟ چرایی و چگونگی مواجهه و برخورد ایرانیان با این کالاها و عناصر جدید سؤال اصلی این تحقیق خواهد بود.

درباره‌ی مواجهه ایران و غرب؛ در یکی دو دهه اخیر مطالعات متعددی صورت پذیرفته است. «تمدن و تجدد» رامین جهاننگلو؛ «ایرانیان و اندیشه تجدد» جمشید بهنام؛ «ما و مدرنیت» داریوش آشوری؛ «مدرنیته و عصرمشروطیت» و «غرب‌شناسی علمای شیعه» اثر احمد رهدار از جمله این آثار است. البته باید توجه داشت که این تحقیقات عمدتاً نظری بوده و صرفاً به دنبال بررسی واکنش ایرانیان به عناصر فرهنگی غرب نبوده‌اند. در مقابل چند تحقیق و تألیف نسبتاً جدید وجود دارد که موضوع آن‌ها مطالعه طیف‌های مختلف رفتاری ایرانیان در قبال صدور کالا و سرمایه خارجی به ایران است. کتاب «عالمان شیعه و صیانت از سرمایه‌های ملی» نوشته مهدی ابوطالبی در زمره همین آثار است. در نوشته اخیر رویکرد

۱. در پژوهش حاضر منظور از اشاعه فرهنگی و عناصر فرنگی جنبه‌های مادی فرهنگ از جمله ابزار و کالاها و تولیدات است و به دنبال تعمیم دهی آن به سایر وجوه فرهنگ از جمله «تماس فرهنگی» نیستیم. البته این در صورتی قابل قبول است که همچون تایلور، مالدینوفسکی و ویسلر (Tylor, malinowski, Wissler) برای فرهنگ جنبه‌های مادی نیز قائل باشیم. درباره‌ی معنا و مفهوم فرهنگ نک: (آزاد ارمکی، ۱۳۸۷: ۶۴-۲۱؛ آشوری، ۱۳۸۰: ۷۵-۴۷).

ضد استعماری «علما» و «روحانیون» به‌ویژه از جنبش تنباکو به بعد مورد توجه قرار گرفته و مبنای نظری و اقدامات عملی ایشان در حمایت از تولید ملی و شکل‌گیری مبارزه ملی علیه صدور کالا و سرمایه غربی به ایران معرفی گردیده است. در این اثر «تحریم» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین واکنش‌های علما در قبال حضور عناصر فرهنگی بیگانه در کشور یاد شده و نمونه‌های تاریخی آن ذکر شده است.

سید بیوک محمدی و همکاران نیز در مقاله‌ای با عنوان «بررسی واکنش‌های ایرانیان به عناصر فرهنگی غرب» به مطالعه این مقوله در تاریخ معاصر ایران پرداخته‌اند و حالات و رفتار مختلف ایرانیان در مواجهه با این عناصر جدید را مورد کاوش قرار داده‌اند. از دستاوردها و یافته‌های این تحقیقات در پژوهش حاضر نیز استفاده شده است؛ اما لازم به یادآوری است که هیچ‌کدام از این تحقیقات به‌صورت مستقل به بررسی این مسئله نپرداخته و یا اصولاً یک تحقیق خالص تاریخی نبوده و یا آنکه تنها واکنش گروه‌هایی از جامعه بررسی شده و مابقی گروه‌ها و طبقات جامعه مورد دقت قرار نگرفته‌اند. همچنین دوره‌ی زمانی این پژوهش با این نوشته‌ها تطابق کامل ندارد.

روش تحقیق مقاله حاضر به شیوه‌ی تحقیقات تاریخی و به روش توصیفی - تحلیلی است که با بهره‌وری از منابع مختلف کتابخانه‌ای اطلاعات لازم فراهم آمده و تلاش شده با رویکردی تاریخی نحوه مواجهه و برخورد ایرانیان دوره‌ی قاجار با محصولات غربی تحلیل و تبیین گردد. پیش از پرداختن به چرایی و چگونگی واکنش مردم در قبال کالاهای خارجی لازم است ابتدا نگاهی تاریخی بر جریان صدور کالاهای صنعتی و گسترش مناسبات اقتصادی ایران با مغرب زمین در دوران قاجار داشته باشیم. و از آنجا که عمده این تغییرات از نیمه دوم سده‌ی نوزدهم به بعد رخ داده یا تأثیر گذاشته تمرکز مقاله را بر این دوران خواهیم گذاشت.

۱. روند ورود کالاها و مصنوعات خارجی به ایران

چنانکه ذکر شد اروپا در سده‌ی هجدهم با انقلاب صنعتی مواجهه گردید و استفاده از نیروهای طبیعی مانند نیروی بخار آب برای بکار انداختن کارخانه‌ها نخست در انگلستان و سپس در دیگر کشورهای اروپایی رواج یافت و در رشته‌های گوناگون صنایع، خاصه نساجی

و ریسندگی اختراعات تازه به عمل آمد و تحول جدیدی روی داد که نتیجه آن بالا رفتن سطح تولید بود. انگلستان در رأس کشورهای صنعتی جدید قرار داشت و روسیه تزاری نیز به تدریج روش و تکنیک صنعت جدید یعنی صنایع ماشینی را از اروپای غربی اقتباس نموده و کارخانه‌های متعدد پارچه‌بافی و شیشه‌گری و چینی‌سازی و امثال آن‌ها دایر کرد (شمیم، ۱۳۸۴: ۳۹۳-۳۹۲).

صنعت جدید با تولید زیاد، نیاز به بازارهایی برای فروش کالاهای صنعتی داشت. این امر باعث رقابت میان کشورهای صنعتی در ابتدای سده‌ی نوزدهم گردید. ایران نیز خواه و ناخواه در میانه حوادث نامطلوبی قرار گرفت که در حقیقت نتیجه‌ی آن تحولات و کشمکش‌ها بود. درک مسائلی که در این دوران رخ داد با توجه به مختصات کلی جامعه و تحلیل ماهیت رابطه‌ی غرب با ایران امکان‌پذیر است. به‌طور کلی جامعه‌ی ایران تا این دوره برکنار از تحولاتی به سر می‌برد که در جوامع اروپایی موجبات پیشرفت‌های تمدنی آن‌ها را فراهم آورده بود. در دوران سلطنت فتحعلی‌شاه و محمدشاه در نیمه اول سده‌ی نوزدهم، سرمایه‌داری اروپای غربی مبدل به قدرت سیاسی عمده شد و سرمایه‌داری صنعتی به سرعت جای سرمایه‌داری تجاری را گرفت. این اتفاق از نظر اقتصادی نتایج و پیامدهایی را در کشورهای «نیمه مستعمره» همچون ایران به دنبال داشت، از جمله: ادغام کشورهای نیمه مستعمره در بازار جهانی و از هم پاشیدگی بازارهای کوچک محلی، رشد تجارت خارجی، تخصص‌یابی در تولید و صدور مواد خام، زوال صنایع دستی بومی، رواج مصنوعات غربی و به‌طور کلی وابستگی اقتصادی به قدرت‌های غربی (اشرف، ۱۳۵۹: ۴۶).

در این زمان کشورهای غربی برای گسترش نفوذ خود در ایران از به‌کارگیری نیروی نظامی و جنگ با این کشور و سپس وادار کردن ایران به انعقاد قراردادهای گوناگون و گرفتن امتیازات اقتصادی و سیاسی هیچ ابایی به خود راه نمی‌دادند. چنانکه می‌توان گفت: «روابط سرمایه‌داری در ایران با اعمال زور مستقیم و غیرمستقیم به وسیله استثمارگران و امپریالیست‌ها از راه صدور کالا و سرمایه و فرستادن «کارشناس» سیاسی و نظامی به کشور ما قدم گذاشته است» (سوداگر، ۱۳۵۷: ۱۶). به تعبیر فرزین وحدت «مدرنیت به آسیب‌زنده‌ترین و در نتیجه بیدار کننده‌ترین شکل خود، یعنی امپریالیسم نظامی‌گرا، وارد ایران و بسیاری کشورهای دیگر شد» (وحدت، ۱۳۹۰: ۵۷).

در دوره اول سلطنت قاجاریه یعنی از ۱۲۱۰ تا ۱۲۵۰ هجری قمری، حکومت قاجاریه با دولت تزاری روسیه وارد مجموعه‌ای از جنگ‌ها گردید و در همین زمان انگلستان موفق شد رقیب خود، فرانسه را کنار بزند و برای بسط نفوذ سیاسی خویش در کشور ما به فعالیت پرداخت، رقابت روسیه و انگلیس در درجه اول برای رخنه در امور مالی و اقتصادی ایران و کسب امتیازات اقتصادی و معافیت‌های گمرکی و عقد قراردادهای تجاری پُر سود برای آن دو کشور آغاز گردید و روزبه‌روز شدت یافت و هر دو رقیب برای پیشرفت مقاصد خود از هیچ اقدام و عمل سیاسی خودداری نکردند. بدین ترتیب تجارت خارجی ایران به‌مرورزمان در انحصار دو دولت زورمند روس و انگلیس قرار گرفت و ایران در امور گمرکی و مالی دچار ضرر فراوان گردید و در کل استقلال اقتصادی خود را از دست داد.^۱

واتسن دیپلمات انگلیسی در گزارش خود نوشته «از اواخر سده‌ی هیجدهم فعالیت انگلستان برای صدور کالا به ایران تشدید گردید؛ و در مقابل هیئت حاکمه ایران به سبب ناآگاهی نه‌تنها اقدامی برای حفظ و حمایت از صنایع داخلی انجام ندادند، بلکه دروازه‌های کشور را بر روی کالای بیگانه گشودند. به‌صورتی که در عصر فتحعلی‌شاه کلیه کالاهای انگلیسی از پرداخت مالیات معاف بودند» (واتسن، بی‌تا: ۱۲۴).

اتخاذ چنین تصمیماتی و اعطای چنین معافیت‌های مالیاتی و گمرکی به مرور زمان منجر به تشدید واردات کالاهای خارجی و تغییر در رقم صادرات و واردات کشور گردید. بطوری‌که ورود انواع و اقسام پارچه ماشینی در نیمه سده نوزدهم ۶۳ درصد و در پایان همین سده ۳۰ تا ۴۰ درصد کل واردات کشور را تشکیل می‌داد. سهم چای، قند و شکر نیز در طی همان مدت از ۱۱ درصد به ۳۰ درصد افزایش یافت (دالمانی، ۱۳۷۸: ج ۱/ ۱۳۶؛ همچنین نک: فوران، ۱۳۸۹: ۱۸۱-۱۸۰؛ فشاهی، ۱۳۶۰: ۱۱۴).

۱. در دوره قاجاریه به سبب ناآگاهی شاهان قاجار از اوضاع جهان، رفت‌وآمد سفرا و نمایندگان دول اروپایی همچون انگلیس و فرانسه به قراردادهای سیاسی- تجاری منجر شد که در نتیجه آن هیئت حاکمه ما به اتخاذ سیاست درهای باز اقتصادی تن دادند. این قراردادها در کنار شکست‌های نظامی از روسیه تزاری و متعاقب آن بسته شدن معاهداتی نظیر گلستان و ترکمان‌چای؛ که حاوی بندهای تجاری و گمرکی بود، علاوه بر شکست‌های نظامی- سیاسی به بروز اختلالی عظیم در امور اقتصادی و تجاری ایران انجامید. جهت اطلاع از زمینه‌ها و کم و کیف این قراردادها و معاهدات نک: (اعتمادالسلطنه، ۱۳۶۷: ج ۳/ ۱۵۱۶-۱۵۱۰ و ۱۵۹۲-۱۵۸۲؛ سپهر، ۱۳۷۷: ج ۱/ ۲۸۶؛ عبدالله‌یف، ۱۳۳۶: ۲۰۱ و ۲۰۲؛ فشاهی، ۱۳۶۰: ۱۳ و ۹۵-۹۴).

با نگاهی کلی به روند تجارت خارجی ایران، متوجه یک رشد مسلم اما مسأله‌دار می‌شویم. اگر محاسبات چارلز عیسوی را دقیق بشماریم، به نظر می‌رسد کل میزان داد و ستد خارجی کشور در فاصله‌ی سال‌های ۱۸۰۰-۱۸۶۰ میلادی دو برابر و در فاصله سال‌های ۱۸۶۰-۱۹۱۴ میلادی چهار برابر شده است. اگر تعدیل قیمت‌ها را به حساب آوریم حجم داد و ستد محصولات در سال‌های ۱۸۰۰-۱۸۶۰ میلادی سه برابر و در دوره‌ی ۱۸۶۰-۱۹۱۴ میلادی چهار برابر افزایش یافته است. به عبارت دیگر داد و ستد ایران طی ۱۱۴ سال ۱۲ برابر شده است (عیسوی، ۱۳۶۲: ۲۰۰). اگرچه خام‌فروشی ایران^۱ در بالا رفتن این ارقام تأثیر داشته و از حجمی ۵ برابری نسبت به کالاهای ساخته شده‌ی وارداتی برخوردار بود اما اجناس وارداتی ارزشی ۳ برابری نسبت به کل کالاهای صادراتی داشت. چنانکه در نیمه‌های سده‌ی نوزدهم واردات از صادرات پیشی گرفت و کسری تراز بازرگانی پدید آمد. این کسری در ۱۹۱۳ میلادی حدود ۳ میلیون پوند استرلینگ بود. در نتیجه ایران از خارجیان وام گرفت، ارزش پول خود را کاهش داد و امتیازهای تجاری بیشتری به بیگانگان واگذار کرد (فوران، ۱۳۸۹: ۱۸۱-۱۸۰).

نگاهی به فهرست محصولات وارداتی در این دوره نشانی از ورود و گسترش مناسبات سرمایه‌داری جدید مغرب زمین به کشور و میزان نیاز ما به کالاهای صنعتی غربی را به‌خوبی نشان می‌دهد.

در نیمه‌ی دوم سده‌ی نوزدهم عمده اجناس وارداتی ایران از کشورهای انگلستان، روسیه، فرانسه، آلمان، اتریش و هندوستان فراهم می‌گردید (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲/ ۶۶۷). فهرست کالاها به تفکیک مبدأ تولید عبارت بود از:

انگلیس: لوازم چای‌خوری و قهوه‌خوری (پولاک، ۱۳۶۸: ۳۸۸) پارچه‌های پنبه‌ای (دالمانی، ۱۳۳۵: ۹۴۱)، چیت، چلوار، چیت، پارچه‌های پیراهنی سفید و خاکستری، ظروف مسی، شمع، اسلحه و مهمات (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲/ ۶۶۷).

روسیه: مصنوعات فلزی و بلوری از جمله سماور، آینه و لیوان (پولاک، ۱۳۶۸: ۳۸۸ و

۱. در این باره نک: (شودزکو، ۱۳۵۴: ۹۲).

۳۸۶) قندوشکر (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۱ / ۶۷۱)، پارچه‌های نخی، چای، اشیاء بلوری و ظروف خرازی (دالمانی، ۱۳۳۵: ۵۹۶)، وسایل روشنایی از قبیل نفت، شمع، چراغ (همان: ۹۴۲)، آئینه، فلزات، کالسکه و سماور (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲ / ۶۶۷).

فرانسه: قند، ظروف چینی و شیشه‌ای، پارچه و اجناس ابریشمی (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲ / ۶۶۷) قند و پارچه‌های حریر (دالمانی، ۱۳۳۵: ۹۴۲ و ۸۲۸).

آلمان و اتریش: پارچه‌های پشمی و چای (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۱ / ۶۷۱) لوازم خرازی، شیشه و بلور، شکر (همان: ج ۲ / ۶۶۷ و دالمانی، ۱۳۳۵: ۹۳۹ و ۹۲۹).

هندوستان: ظروف فلزی، قلع و روی، چای، (دالمانی، ۱۳۳۵: ۹۴۲ و ۵۹۶ و ۳۴۹) چای، چلوار، برنج و روی، دارو، ادویه، حریر و گلابتون و دبیت (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲ / ۶۶۷).

البته بیشترین حجم کالاها و لوازم از طرف دو کشور انگلیس و روسیه به ایران وارد می‌گردید (اورسل، ۱۳۵۳: ۲۳۸-۲۳۷؛ مکنزی، ۱۳۵۹: ۱۰۰-۹۹ و دالمانی، ۱۳۳۵: ۱۰۲). هرچند در ابتدای این دوره هنوز کفهی ترازو به نفع انگلیس بود اما در اواخر این سده کفهی ترازو به نفع روسیه تغییر کرد و بیشترین حجم تجارت خارجی ایران در اختیار روسیه قرار گرفت (ویشارد، ۱۳۶۳: ۲۶۷؛ جمالزاده، ۱۳۸۴: ۹). لذا بنا به ضرورت موضوع، در صفحات بعدی روند ورود و رقابت کالاها و محصولات روسی و انگلیسی به بازارهای ایران بررسی خواهد شد.

۱.۱. ورود کالاهای روسی

پس از انعقاد معاهده ترکمانچای در سال ۱۲۴۳ قمری/۱۲۲۸ میلادی سیاست روسیه در ایران شکل تازه‌ای به خود گرفت. روابط روسیه و ایران از دایره‌ی سیاسی- نظامی خارج گشت و جنبه‌ی سیاسی- اقتصادی به خود گرفت. عهدنامه ترکمانچای علاوه بر تحمیل یک گرامت ۲۰ میلیون تومانی و احراز امتیازات فوق العاده منطقه‌ای، در صورت مرافعه و منازعه نیز چهارچوبی برای تجارت خارجی اتباع روسیه ایجاد نمود (عیسوی، ۱۳۶۲: ۱۱۰). از این زمان به بعد، نفوذ اقتصادی روسیه به سرعت گسترش یافت و تجارت شمال ایران به‌طور عمده زیر نظر آن‌ها قرار گرفت و بدین طریق سیل کالاهای روسی به‌طرف ایران

سرازیر شد. جرج کرزن سیاست عمومی روسیه را در آن زمان چنین ارزیابی می‌کند: «یکی از اصول اساسی روس در مشرق این است که ابتدا نفوذ تجاری او مستقر شود و سپس قدرت سیاسی‌اش تأمین شود. تأسیس نمایندگی‌های بازرگانی و ایجاد راه‌های ارتباطی و اعمال مزایا و معافیت جهت اجناسی که از راه روسیه به بازارهای مشرق وارد و صادر می‌شود از مبانی تغییر ناپذیر دیپلماسی آسیایی آنهاست» (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۱/ ۲۸۰).

از سال ۱۸۸۰ میلادی سهم روسیه از تجارت خارجی ایران افزایش یافت (نک: عیسوی، ۱۳۶۲: ۱۰۹) و از سال ۱۸۹۰ میلادی به بعد، یعنی در اواخر دوره‌ی ناصر‌ی در دنباله تضادهای شدید دنیای صنعتی، دولت روسیه موفق شد در بازار صادرات و واردات ایران بر انگلستان پیشی بگیرد و آنرا عقب براند (فشاهی، ۱۳۶۰: ۱۲۱). این در حالی بود که مدتی پیش از این انگلستان ۸۰ درصد از تجارت وارداتی و ۱۰ تا ۱۲ درصد تجارت صادراتی کشور را در دست داشت (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۱/ ۶۷۱).

به این ترتیب با پایان سده‌ی نوزدهم تغییراتی در دادوستد تجاری ایران بوجود آمد، به طوری که در حوالی سال ۱۹۰۷ میلادی ۵۷ درصد کل معاملات تجاری ایران در اختیار روسیه و ۲۲ درصد نیز در اختیار انگلستان (به اضافه هندوستان) قرار داشت (دالمانی، ۱۳۳۵: ۱۰۲). این ارقام در خلال جنگ جهانی اول به ترتیب به ۵۰ و کمتر از ۲۵ درصد تغییر یافت (عیسوی، ۱۳۶۲: ۱۰۹).

در دوره‌ی دوم سلطنت قاجار بازارهای شمالی کشور و همچنین بازارهای خراسان تبدیل به محلی برای فروش کالاهای روسی شده بود. کالاهایی که پارچه بیشترین حجم آنرا تشکیل می‌داد. هانری رنه دالمانی به هنگام حضور در بازار قوچان کرباس و چلوار و دیگر پارچه‌های پنبه‌ای بافت روسیه را مشاهده نموده است (دالمانی، ۱۳۷۸: ج ۱۱۱/۲) وی در مشاهدات خود از بازارهای نیشابور و تهران نیز به اشیاء تجملی اروپایی بخصوص مصنوعات روسی اشاره کرده است (همان: ج ۲/ ۴۰۸ و ۲۱۳). گزارش مؤلف استرآباد نامه نیز حاکی از دادوستد قند و چائی و شکر و همه قسم پارچه‌های روسی و خرازی و بلورآلات در این ولایت است (استرآبادنامه، ۱۳۴۸: ۲۷).

تجارت ایران با روسیه محدود به پوست و پارچه‌های وارداتی نبود و تولیدات دیگر

روسیه نیز در ایران بازار داشتند از جمله دو صنعت شیشه‌گری و آهنگری (پولاک، ۱۳۶۸: ۳۸۴-۳۸۸).

۱.۲. ورود کالاهای انگلیسی

اصولاً انگلستان در مقایسه با روسیه علاقه بیشتری به کسب امتیازات اقتصادی و بسط تجارت خود در ایران داشت. از نظر چارلز عیسوی بسط تجارت، گسترش نفوذ سیاسی، کسب امتیازات و حفظ جان اتباع رئوس سیاستهای این کشور در ایران بشمار می‌آید (عیسوی، ۱۳۶۲: ۱۱۴).

رئوس سیاست‌های انگلیس را از فرمانی که در سال ۱۲۲۲ قمری / ۱۸۰۷ میلادی به سرهار فورد جونز فرستاده‌ی سیاسی حکومت انگلستان در دربار ایران داده شد نیز می‌توان دریافت: «این کمال رضایت ماست که در خلال اقامت در ایران وسیله‌ای برای فروش زیاد کالاهای تولید انگلیس در ایران پیدا کنی و روابط بازرگانی و دادوستد را بین ایران و هند تجدید نمایی... و در خصوص موقعیت بازرگانی ایران، فراورده‌های آن، واردات و صادرات آن به‌دقت تحقیق کنی و راه افزایش مصرف کالاهای اروپایی از قبیل منسوجات پشمی، فلزات، چینی‌آلات و غیره را در آنجا کشف نمایی» (لمبتون، ۱۳۸۵: ۲۲۷). با این حال در نیمه اول سده‌ی نوزدهم تجارت این کشور با ایران اهمیت قابل توجهی نداشت، اما با اصرار و سماجت انگلیس سرانجام در ۱۸۴۱ میلادی پس از مذاکرات طولانی طی قراردادی آنچه را که روسیه طی عهدنامه ترکمانچای به دست آورد، نصیب این کشور نیز شد (سدیدالسلطنه کبابی، ۱۳۶۳: ۶۳۳؛ عیسوی، ۱۳۶۲: ۱۱۰). امضای این قرارداد ورود بیشتر کالاهای انگلیسی به ایران را به‌دنبال داشت. در اکثر منابع و سفرنامه‌های عصر قاجار به واردات محصولات انگلیسی به‌ویژه به تجارت پارچه‌های انگلیسی اشاره شده است. طبق گزارش پولاک «اغلب چیت‌های مصرفی ایران را کارخانه‌های منچستر تأمین می‌کنند و این چیت‌ها بخصوص در آن دیار مطابق سلیقه ایرانی‌ها و برای فروش به مشرق زمین تولید می‌شود» (پولاک، ۱۳۶۸: ۳۷۹). کُرزن در دهه‌ی ۱۸۹۰ میلادی در همین ارتباط می‌نویسد: اصفهان مصرف‌کننده‌ی «پارچه‌های نخی کارخانه‌ای که کم‌وبیش تماماً از منچستر و گلاسکو می‌آید» شده بود (کُرزن، ۱۳۶۲: ج ۵۲/۲).

۲. واکنش ایرانیان به ورود کالاها و مصنوعات خارجی

۲.۱. پذیرش و استقبال از تولیدات ماشینی مغرب زمین

در برهه مذکور، الگوی جدید مصرف توسط تجار خارجی در بازار شهرها در برابر دیدگان مردمان ایران قرار گرفت و حتی در برابر نیازهای ضروری و روزمره‌ی آنان چندین و چند حق انتخاب قرار گرفت و سلیقه و ذائقه خریدار ایرانی را تحریک نمود. هرچند بحث از مصرف و الگوی مصرف و خرید بیشتر ناظر بر توانایی انتخاب و امور تجملی است و جز خصیصه‌های اصلی عصر مدرن بشمار می‌رود اما ورود آن حجم از کالاهای گوناگون، ارزان‌قیمت و پُر زرق‌وبرق ماشینی ساخت فرنگ تبدیل به چالشی برای الگوی خرید و مصرف ایرانیان آن دوره گردید و واکنش‌های متفاوتی را در بین مردمان ایران برانگیخت. به نظر می‌رسد که واکنش مردمان عصر قاجار به عناصر مادی غربی همراه با واکنش مثبت بوده و بعد از مدتی اغلب این محصولات مورد پذیرش جامعه قرار گرفته است. ده‌ها و صدها مورد را می‌توان نام برد که جزو تولیدات تولیدات و اختراعات مغرب زمین بوده اما ایرانیان آن‌ها را پذیرفته‌اند و به آن‌ها خو کرده‌اند. بعضی از این محصولات از همین زمان صفوی و قاجار وارد ایران شده و در فرهنگ خودی ادغام گردیده است. مثل میز و صندلی، سیگار، پیپ، سماور، چرخ‌خیاطی، انبردست، چاپ، روزنامه، تلفن، تلگراف، ساعت، دکمه، عینک و غیره.^۱ این قبیل لوازم یا عناصر تولیدی مغرب زمین زمانی ددرساز شده و مقاومت و واکنش منفی مردم را بر می‌انگیخت که یا لطمه‌ای به شغل و درآمد گروهی از مردمان بزند، مثل لطمه‌ی اقتصادی که در همین دوره به پیشه‌وران و تولیدکنندگان کوچک محلی وارد گردید؛ و یا اینکه عناصر وارد شده غربی مغایر با سنت‌ها و ارزش‌های جامعه انگاشته شود و به لحاظ دینی و ایدئولوژیک در مظان اتهام قرارگیرد. در غیر اینصورت کالاها و عناصر غربی به خاطر نیاز یا مزیت‌هایی از جمله قیمت ارزان، ظرافت و کیفیت بهتر، نو بودن و پُر

۱. درباره‌ی زمان ورود و شیوع استفاده از برخی از عناصر مادی-رفاهی غربی از قبیل: ماشین زراعت، تلمبه بخار، چراغ برق، دوربین عکاسی، تلفن و تلگراف، اتومبیل، شیوع و گسترش صنعت چاپ و روزنامه و غیره به ایران نک: (سپهر، ۱۳۸۶: ج ۱/ ۲۹۶-۲۹۳)؛ همچنین در خصوص تاریخچه‌ی روزنامه و صنعت چاپ در ایران نک: (میرزا صالح شیرازی، ۱۳۶۲: ص ۲۴ به بعد؛ بهار، ۲۵۳۵: ج ۳/ ۳۴۷-۳۴۲؛ محبوبی اردکانی، ۱۳۷۰: ج ۱/ ۱۸۰-۱۷۶ و ۲۲۹-۲۰۹)؛ درباره‌ی ورود سیگار و پیپ «دودکشی» به ایران نیز نک: (کسروی، بی‌تا: ۳۱-۱۴؛ محبوبی اردکانی، ۱۳۷۰: ج ۱/ ۲۳۲-۲۳۱؛ راوندی، ۱۳۸۲: ج ۱/ ۲۴۷-۲۴۲).

زرق و برق بودن موفق به تغییر سلیقه و ذائقه مردم گردیده و به‌مرور زمان مورد استقبال و پذیرش مردم قرار گرفته و بعد از مدتی در فرهنگ خودی ادغام می‌شدند. برای مثال کرزن در ۱۸۹۰ میلادی در باب همین شدت نیاز ایران به کالاهای خارجی گزارشی می‌دهد:

«در این کشورها مقدار بسیار محدودی شکر تولید می‌کنند و یا اصلاً تولید نمی‌شود نه محصول قهوه دارد و نه چای، هرچند که مصرف هر دو جنس مزبور در ایران به حد وفور است. معادن نفتش هنوز دست نخورده است و کوچه‌ها و خانه‌های آن با مواد نفتی روسی و آمریکائی روشن می‌شود... همه طلا و نقره‌ی مورد لزوم را از خارجه وارد می‌کنند... با آنکه گفته‌اند مس در همه‌ی نقاط این کشور هست حتی یک ظرف غذاپزی نیست که با فلز محلی ساخته شده باشد. ظروف و کارد و قاشق و بلور و شیشه و چینی و بدل آن را باید از خارجه وارد کنند و از آهن فقط چیزهای خیلی خام و خشن می‌سازند و ساختن شیشه‌آلات مرسوم نیست... جواهر و ساعت هم مال خارجه است. چلوار و پارچه‌های پیراهنی و نخی در همه‌جا مصرف می‌شود، حقیرترین افراد اجناس ساخت منچستر یا مسکو می‌پوشند و کرباس نیلی کشور را که زن روستائی بر پیکر بی‌قواره‌ی خود می‌اندازد از بمبئی وارد می‌شود. ایران در واقع از سر تا پا همه‌ی لوازم زندگی خود را باید از غرب بیاورد...» (کرزن، ۱۳۶۲: ج ۲/۶۶۷-۶۶۶).

علاوه بر بحث نیاز به کالای فرنگی بحث دلدادگی و علاقه مردم و حتی درباریان به این امتعه خارجی نیز مطرح است. چنانکه کلنل استوارت جاسوس انگلیسی که با نام مستعار خواجه ابراهیم در دوره محمدشاه و ناصرالدین‌شاه در ایران مأموریت داشت در گزارش‌هایی که از ایران به سال ۱۸۵۴ میلادی در لندن به چاپ رسانده است، شرحی از ممنوعیت خرید کالاهای انگلیسی ارائه نموده که خواندندش بی‌فایده نیست: «در شعبان ۱۲۵۱، محمدشاه قاجار، به بهانه ترویج کالاهای داخلی، امر داد که درباریان و اعضای خاندان سلطنتی هیچ‌یک از مال‌التجاره برجیس نخرند در صورتی که برجیس در موقع داخل کردن این کالاها، حقوق گمرکی همه را مرتباً پرداخته بود. محمدشاه گفت که هرکس این کالاها را که او ممنوع کرده بود بخرد، «قرمساق» است. عشق و علاقه مردم به خرید اجناس انگلیسی به قدری زیاد بود که، با وجود منع شاه، سه تن از شاهدگان، شبانه، به انبار برجیس آمدند و

از او مقداری اشیاء خریدند...» (Stuart, 1854: 225) به‌رحال ظاهراً برجیس به شاه پیشکشی تقدیم و موافقت او را جلب نموده به‌صورتی که شاه به بعضی از نوکران و درباریان دستور داد که از برجیس همان کالاهایی را خریداری نمایند که خود او چندی قبل خریدن آنها را منع کرده بود (Stuart, 1854: 225).

ورود کالاهای خارجی با ویژگی‌هایی که داشت مطمئناً باعث تغییر سلیقه مردم و روی‌آوری آنها به مصرف کالاهای مصنوع گردید. میرزا حسین‌خان تحویلدار معتقد است با ورود این اجناس ارزان‌قیمت، سلیقه مردم تغییر کرد و به‌سوی اجناس خوش آب و رنگ خارجی متمایل گردید. توصیف وی از جماعت احرامی باف اصفهان گویای همین مطلب است: «روفرشی‌های فرنگی و کتان که درآمد بازار این‌ها شکسته و منحصر به دو دستگاه شد، آن‌هم دائم لنگ و معطل» (تحویلدار اصفهانی، ۱۳۸۸: ۱۲۲) محمدمهدی اصفهانی؛ دیگر نویسنده اصفهانی نیز، در تألیف خویش با عنوان *نصف جهان فی تعریف الاصفهان*، در تأیید مطلب بالا نوشته است: «مال فرنگ رواج یافته است و این فقره نیز پیوسته در اوج است» (اصفهانی، ۱۳۶۸: ۱۲۶). به قول احمد اشرف «مردم کشور به مصرف این کالاها و بخصوص قماش منچستر و قند و شکر و چای اعتیاد پیدا کردند» (اشرف، ۱۳۵۹: ۱۰۳). اعتیاد، شگفتی و مفتون‌شدگی از جمله اسامی و حالاتی است که می‌توان برای نحوه برخورد و مواجهه ایرانیان با عناصر مادی و رفاهی غرب برگزید.^۱

عبدالله مستوفی مسافرت‌های شاه و درباریان به فرنگ را بی‌ربط به تغییر سلیقه مردم و استفاده از محصولات خارجی ندانسته و امین‌السلطان را مؤسس و مشوق این طرز زندگی در میان رجال و اعیان و توده مردم معرفی می‌کند. چنانکه می‌نویسد: «... مسافرت‌های شاه بفرنگ سطح سلیقه درباریها و بالنتیجه رجال مملکت را بالا برد. این سلیقه‌ها طبعاً بطبقات پائین‌تر هم سرایت کرده و تغییر لباس‌ها که از زمان میرزا حسین‌خان سپهسالار شروع شده

۱. شرح این سرگشتگی و مفتونی بیش از هر جایی در قلم نویسنده کتاب *مخزن‌الوقایع* قابل‌مشاهده است. جایی که فرخ‌خان /*امین‌الدوله* به سال ۱۲۷۲ قمری مطابق ۱۸۵۶ میلادی به همراه هیأتی از طریق عثمانی راهی اروپا شدند و از مشاهده مظاهر تمدن جدید شگفت‌زده و متحیر گردیدند، به‌طوری‌که مخزن‌الوقایع بیشتر به شهرفرنگ شبیه است تا به شرح یک مأموریت سیاسی. برای نمونه نک: (سرابی، ۱۳۶۱: ۲۰۴-۲۰۳ و ۳۴۲)؛ حیرت فرهادمیرزا از مشاهده ساخت ماشین بخاری با انرژی خورشید در مسافرت پاریس به سال ۱۲۹۲ میلادی نیز از همین قبیل است (فرهادمیرزا، ۱۳۶۶: ۵۳).

بود، در این وقت عمومیت پیدا نمود. برک و قدک و قلمکار و آنچه که ببرد جبه و قبا و ارخالق راسته می‌خورد، برای جلیقه و شلوار و سرداری مناسب نبود و ماهوت و فاسونی فرنگ جای آن را گرفت. چراغ روغن کرچک دهات مبدل بلامپهای نفتی و در خانه‌های اعیان شمعهای پیهی مبدل بشمعهای گچی یا لامپ نفتی شد. اثاثیه زندگی در همه چیز تغییر کرد و کم‌کم راه و پای صندلی و میز بخانه‌ها بازگردید. کناره‌های نمد و میان فرشهای قالی مبدل بفرش‌قالی یکپارچه شد و درشکه و کالسکه جای اسبهای سواری را گرفت. حتی اسبهای کالسکه هم روسی شدند» (مستوفی، ۱۳۸۴: ج ۱/۴۹۴-۴۹۵).^۱ درباره‌ی اثاثه و مبلمان خانه‌ی ایرانیان نیز، اوضاع تا حدودی به همین منوال بود. چنانکه مرسوم شده بود اعیان و اشراف شهر خانه‌هایشان را با خرت و پرت اروپایی آراسته و به سبک اروپایی مبلمان نمایند (نک: براون، ۱۳۸۱: ۱۲۷؛ کارلاسرنا، ۱۳۶۳: ۲۸۸-۲۸۴؛ کرزن، ۱۳۶۲: ج ۱/۴۳۷). ایزابلا برد گزارشی از ضیافت صبحانه میرزا یحیی مشیرالدوله می‌دهد که به سبک اروپایی، در سرویس‌های چینی صرف شده بود، همراه مبلمان اروپایی و ظروف چینی در رسیدن که زینت‌بخش روی میز شده بود (Bird, 1988: Vol 1/206). البته این‌گونه هم نبود که ایرانیان بلافاصله الگوی مصرف خود را تغییر دهند و کالای پر زرق و برق خارجی را استفاده کنند، پذیرش و استقبال از عناصر فرهنگی جدید زمانی رخ می‌داد که مقاومت‌های اولیه درباره‌ی آن عنصر از بین رفته باشد و آن کالا جز عناصر معمولی به شمار رود. معمولاً این مقاومت درباره مظاهر مادی مدرنیته به سرعت برطرف می‌شد، مگر اینکه آن محصول وارداتی مورد نفی ایدئولوژیک یا نفی عقلانی قرار می‌گرفت.

۲.۲. مقاومت و نفی محصولات جدید مغرب زمین

ایرانیان نیز مانند اقوام و ملل دیگر در برابر عناصر فرهنگی غرب، نظیر تلگراف، قطار، سینما و برخی لوازم‌خانگی و مصرفی جدید همچون چرخ‌خیاطی، دوچرخه، عینک، دندان مصنوعی و گاه لباس‌های غربی و غیره از خود واکنش منفی بروز داده و در برابر این فناوری‌های نو دست به مقاومت زدند. ایرانیان برای مقاومت خود در برابر چیزهای نوظهور، ابتدا به «نفی ایدئولوژیک» و ارائه‌ی تصویری از نظر مذهبی یا اعتقادی مغایر با ارزش‌های

۱. در خصوص پیشگامی اعیان و اشراف در تغییر لباس و پوشش ایرانی به طرح و سبک اروپایی نک: (مستوفی، ۱۳۸۴: ج ۱/۵۱۱-۵۱۰؛ سوزوکی، ۱۳۹۳: ۱۱۵-۱۱۴؛ یوشیدا، ۱۳۷۳: ۱۷۶-۱۷۵؛ کارلاسرنا، ۱۳۶۳: ۲۸۱؛ پولاک، ۱۳۶۸: ۱۱۷-۱۰۲؛ گفتگوی تاریخ ایرانی با جنیفر اسکارس، «دختر ناصرالدین‌شاه پیشگام تغییر لباس زنان قاجار شد»، ترجمه سامان صفرزایی).

دینی از فناوری‌های نو می‌پردازند و گاهی در کنار توجیه ایدئولوژیک، یعنی به نحو هم‌زمان، به «نفی عقلانی» آن نیز مبادرت می‌کنند.

الف) نفی عقلانی (مقاومت عقلانی)

شیوه‌های نفی عقلانی متفاوت‌اند؛ گاه فایده‌مندی ابزار و شیوه‌ی نو را محل تردید قرار می‌دهند، گاه نیز عدم تناسب آن را با توانایی‌های فنی، اقتصادی و اجتماعی خود، سپر می‌سازند. گاهی نیز اساساً شیوه یا ابزار سنتی بدیل آن را ارجح‌تر از شیوه و پدیده‌ی نو می‌شمارند (فاضلی، ۱۳۸۶: ۷-۶)؛ حتی گاه ممکن است واکنش منفی مردمان نسبت به ورود چیزهای جدید به صورت طیف‌های مختلف رفتاری جلوه‌گری کند و در مواجهه با محصولات غربی رفتارهایی نظیر؛ تمسخر، شایعه‌سازی، تحریم، فریاد، اعتراض و مشارکت در جنبش‌ها و جریان‌های معارض از خود بروز دهند؛ مردمان دوره‌ی مورد بحث گاه از پذیرش این قبیل چیزهای جدید و نو احتراز نموده و در موقعیت‌های مختلف اقدام به تمسخر یا شایعه‌سازی یا تحریم و مبارزه علنی علیه ورود و رواج این کالاها و پدیده‌های نو می‌کردند، مثلاً کت‌وشلوار تنها با دامن کوتاه و کت‌وشلوار چسبان اهانت‌آمیز و پوشنده‌اش فرنگی مآب و کافر مسلک به حساب آمده مورد استهزاء و (هوهو) اطفال قرار می‌گرفت، به دنبال پوشنده‌اش راه افتاده و شعر (فرنگی، ع. رنگی) برایش می‌خواندند (شهری، ۱۳۶۹: ج ۲/۴۹۰). یا چنانکه با تمسخر کلاه گرد اروپایی، آن را به دیگ چلوپزی تشبیه نموده و نسبت به دستور شاه برای تغییر کلاه بی‌اعتنایی نشان داده و از اطاعت شاه مستبد روی برتابیدند (پولاک، ۱۳۶۸: ۱۰۴).

یا به شدت از پذیرش چرخ‌خیاطی اجتناب نموده و لباس دوخته‌شده با چرخ‌خیاطی را «ارمنی دوز» می‌خواندند و معتقد بودند که پوشیدن آن «کراهت دارد» (شهری، ۱۳۶۹: ج ۲/۶۰۱). یا اینکه دوچرخه را وسیله‌ای «جنی و شیطانی» می‌دانستند (همان، ج ۲/۱۰۰-۹۸). مقاومت در برابر واکسیناسیون و آبله‌کوبی عمومی در زمان صدارت امیرکبیر، ننشستن روی صندلی، عدم استفاده از بلندگو (به تعبیر مخالفان صوت الشیطان) به هنگام اذان نمونه‌های دیگری از واکنش منفی مردم به معنای عدم پذیرش تولیدات غربی است که به صورت شایعه‌پراکنی و تحریم بروز می‌نمود؛ چنانکه بسیاری از مردم هدف اجنبی‌ها از

واکسیناسیون اطفال را وارد نمودن اجنه به کالبد فرزندانشان پنداشته و یا باور داشتند داروهای فرنگی عامل عقیم شدن مردان و باعث نازایی زنانشان می‌گردد و با چنین دریافتی استفاده از داروها و جوشانده‌های سنتی را بر داروها و قرص‌های اروپایی ترجیح می‌دادند.^۱

مراوده تجاری زیان‌بار با مغرب زمین و بی‌تدبیری، سهل‌انگاری و منفعت‌جویی دولتمردان قاجار در قبال ورود فزاینده کالاهای خارجی، سرانجام به شکل‌گیری اعتراض و تحریم این محصولات منجر شد. اوراق روزنامه‌ها و رساله‌های انتقادی روشنفکران و میهن‌پرستان و فتاوی علمای دین در عصر ناصری و دوره مشروطه آکنده از مطالبی است که نسبت به کوتاهی دولت در قبال تولید ملی و رواج اجناس بنجل خارجی گله‌مند هستند. چنانکه جمالزاده در گنج‌شایگان، سهل‌انگاری و کوتاهی داخلی و حضور نیروهای خارجی را علت انحطاط صنعت قدیم و پای نگرفتن صنعت جدید در ایران دانسته (جمالزاده، ۱۳۸۴: ۷۷) و ارزانی و آب‌وتاب کالاهای فرنگی را در کنار شیفتگی مردم عامل تخریب و انهدام صنایع ملی و بومی کشور معرفی نموده و به انتقاد از مصرف‌گرایی و دلدادگی مردم و بزرگان نسبت به محصولات خارجی پرداخته است (همان، ۶).

وجه مشترک اغلب این نوشته‌ها نفی محصولات خارجی به دلیل تبعات اقتصادی و پیامدهای شغلی و مالی مخرب آنان است. در واقع اینان جهت حفظ ثروت ملی و در حمایت از تولید و صنایع داخلی به نفی محصولات ماشینی غربی پرداخته و کارآیی، جنس و کیفیت این قبیل کالاها را محل تردید قرار داده و کالای وطنی را برتر و ارجح‌تر دانسته.^۲

ورود کالای خارجی یا ایده یا هر چیز تازه، به دارندگان و مولدان آن قدرت می‌بخشد و در صورتی که بدیل‌های سنتی آن متضرر شوند، در برابر آن مقاومت صورت می‌گیرد، مثلاً بازرگانان و پیشه‌وران که به‌واقع مجموعه‌ای از تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان کوچک دیرینه

۱. درباره‌ی جهالت مردم و مقاومت ایشان در برابر واکسیناسیون نک: (رابینو، ۱۳۵۷: ۵۱)؛ روزنامه وقایع اتفاقیه، پنجشنبه ۳ رمضان سال ۱۲۶۷ قمری، شماره ۲۲، ذیل عنوان «سایر ولایات»، روزنامه وقایع اتفاقیه، پنجشنبه ۲۴ رمضان سال ۱۲۶۷ قمری، شماره ۲۵، ذیل عنوان «سایر ولایات»؛ همچنین رجوع شود به مقاله «سابقه تمدن جدید در ایران: آبله کوبی در ایران»، مجله یادگار، آبان ۱۳۲۶، سال چهارم - شماره ۳ (۵ صفحه - از ۶۸ تا ۷۲).

۲. برای نمونه نک: (مراغه‌ای، ۱۳۸۸: ۸۷)؛ روزنامه احتیاج، ۱۳۱۶ قمری، س ۱، ش ۱، ص ۴ «تجارت»؛ روزنامه احتیاج، ۱۳۱۶ قمری، س ۱، ش ۳، ص ۹ «تجارت».

سال جامعه ایرانی هستند از اواخر دوره ناصری به دلیل ادغام اقتصاد ایران در منظومه جهانی سرمایه‌داری دچار وضعیتی خاص شدند. در این دوره قصور و کوتاهی دولت همراه با اعطای اختیارات گمرکی، معافیت قضائی و امتیازات تجاری متعدد به خارجی‌ان، در کنار ورود کالاهای صنعتی ارزان قیمت و سرمایه خارجی به ایران باعث رکود و ورشکستگی صنایع کوچک و پیشه‌ورانی گردید که تولیداتشان در رقابت با محصولات خارجی قرار داشت (سیاح، ۱۳۴۶: ۵۶؛ فوران، ۱۳۸۹: ۱۹۸).

از قضا ورشکستگی صنف نساجی به‌عنوان بزرگترین صنف پیشه‌وری کشور درست مقارن همین زمان اتفاق افتاد، تحویلدار علت این امر را ورود پارچه‌های گوناگون خارجی از یک‌سو و در ادامه تقلید کورکورانه صنعت نساجی ایران از اجناس خارجی می‌داند که موجب روگردانی ایرانی از متاع خودی گردید در حقیقت صنف نساج ایرانی مجبور به تغییر رویه گردید که این پارچه‌های تولیدی جدید نه کیفیت قدیمی را داشت و نه توان رقابت با مشابه خارجی (تحویلدار اصفهانی، ۱۳۸۸: ۱۲۰). در عصر ناصری بر اثر رواج کالاهای فرنگی و اعتیاد مردم کشور به مصرف این کالاها و به‌خصوص منسوجات نخی و پارچه منجستر که ظاهری بهتر و بهایی ارزان‌تر از پارچه‌های ایرانی داشت، صنایع نساجی کشور و به‌خصوص صنایع نساجی شهرهای مرکزی کشور یعنی اصفهان، کاشان و یزد رو به زوال نهاد (نک: تحویلدار اصفهانی، ۱۳۸۸: ۱۲۱؛ اصفهانی، ۱۳۶۸: ۱۲۳؛ ضرابی، ۲۵۳۶: ۴۹۹؛ گوبینو، ۱۳۸۳: ۱۸۶؛ فلاندن، ۱۳۲۴: ۱۰۷).

تحویلدار در جغرافیای اصفهان درباره‌ی ورشکستگی صنعت نساجی به تفصیل، اما با اندوه سخن گفته است، او ضمن برشمردن ویژگی‌های پارچه‌های قدک اصفهانی به انتقاد از ایرانیانی پرداخته که مصرف اجناس خارجی را بر تولیدات داخلی ترجیح داده‌اند: «چندین سال است پارچه‌های زرد و سرخ باطن سست فرنگستان رواج گرفته... و مردم ایران جسم و جان خود را رها کردند و دنبال رنگ و بوی دیگران بالا رفتند و در واقع در این مرحله به ضررها رسیدند و ملتفت نیستند» (تحویلدار اصفهانی، ۱۳۸۸: ۱۲۱).

در این وضعیت پیشه‌وران و تولیدکنندگانی که علل شکست خود را ناشی از سلطه‌ی دنیای سرمایه‌داری بر اقتصاد ایران و وابستگی حکومت قاجار به آن می‌پنداشتند، با چنین

دریافتی به جریان‌های معارض و مخالف سیاسی حکومت پاسخ مثبت داده و از جمله در جریان جنبش‌های باییه و تنباکو و سپس در نهضت مشروطه با سایر قشرها همراه شدند.^۱

ب) نفی عقیدتی و ایدئولوژیک (مقاومت عقیدتی و ایدئولوژیک)

روحانیون و علما دسته‌ای دیگر از مخالفان بودند که در اعلامیه‌ها و فتاوی خود به «تحریم»^۲ کالای خارجی و ترویج کالای داخلی پرداختند. یکی از اقدامات علمای شیعه در حمایت از تولید ملی و کار و سرمایه ایرانیان در اواخر دوره ناصری و در عصر مشروطه، صدور اعلامیه و فتاوی مختلف در خصوص تحریم کالاهای خارجی و حمایت و تقویت صنایع و کالاهای داخلی کشور و ترویج فرهنگ استفاده از پارچه، لباس، کاغذ و انواع کالاها و صنایع ایرانی بود.

مرحوم آیت‌الله شیخ اسماعیل محلاتی صاحب رساله «ارشاد العباد الی عمارة البلاد» اعلامیه‌ای در واکنش به زوال اقتصاد داخلی و تحریم مصرف کالاهای خارجی به شرح ذیل صادر کرد:

بسم الله الرحمن الرحيم

و به نستعين في اعلاء كلمة الاسلام و اعزاز المسلمين

در ادوار سابقه، ابواب تجارت خارجه به این شدت و دوران به طرف ایران مفتوح نبود و غالباً متعه و البسه اهل مملکت نتیجه حرف و صنایع خود آن‌ها بود. در این دوره اخیر که اهل اروپا به ایران نزدیک شدند و مراوده آن‌ها با این مملکت، تدریجاً قوت گرفت، امتعه آن‌ها در بلاد منتشر شد ... و بدین واسطه [رواج کالاهای خارجی]، حِرَف و صنایع ایرانیه رو به انحطاط و اندراس گذاشت و فقر و پریشانی مابین صاحبان آن حِرَف و اجزاء و حواشی

۱. بر فرض صحت این ادعا می‌توان گزارش مکتزی از آتش سوزی تعمدی یکی از انبارهای شرکت روسی در شمال کشور را نمونه‌ای از رفتارهای اعتراضی اصناف و تولیدکنندگان داخلی به حساب آورد که شغل و زندگانی خود را بدین واسطه در خطر می‌دیدند (مکتزی، ۱۳۵۹: ۱۴۹-۱۴۷)؛ روایت وامبری از خشمگینی صنعتگران ایرانی هم نمونه‌ای دیگر از این قبیل اعتراضات است. نک: (وامبری، ۱۳۸۱: ۹۶).

۲. تحریم همواره به معنای فقهی آن یعنی «حرام دانستن» نیست، بلکه گاهی به معنای پرهیز از استفاده است (البوطایی، ۱۳۹۵: ۴۵).

آن‌ها بالا گرفته چه خانواده‌ها برچیده و چه کارخانه‌ها که بسته شد... آیا دیگر سزاوار نیست که از خواب غفلت بیدار شویم و اموال خود را مصرف در آبادی مملکت وقوت مذهب و ملت خود نماییم و چشم از زخرف و صورت سازی امتعه خارجی بپوشیم و به اجناس وطنیه اسلامیة خود حتی المقدور اکتفا کنیم و حرف و صنایع خود را تدریجاً توسعه و ترقی دهیم و ذلت مسلمین را که از حد گذشته به عزت مبدل نماییم و ممالک اسلامیة که موطن شریعت حق الهیه است معمور و آباد کنیم (زرگری‌نژاد، ۱۳۷۱: ۲۹-۲۸).

علما و مراجع تقلید در راستای شکل‌گیری و اثربخشی تحریم علیه محصولات خارجی و در کل جهت مبارزه با استعمار در اعلامیه‌ها و مکاتبات خویش، به چهار گروه؛ طلاب و روحانیون، درباریان، بازرگانان و تولیدکنندگان بیش از عامه مردم توجه نموده و خواستار همراهی جدی آنان بودند.^۱ سیدمحمدکاظم طباطبایی یزدی، معروف به صاحب عروه از فقهای نامدار شیعیان در دوره‌ی مشروطه نیز در نامه‌ای که مخاطب آن احتمالاً یکی از تجار است از نفوذ خارجی‌ها در صنعت و اقتصاد کشور و ضعف تکنولوژی و تولید در میان مسلمین ابراز نگرانی کرده و مسلمین را به کار و تولید برای رسیدن به استقلال اقتصادی تشویق نموده و از مردم می‌خواهد در حد امکان از لباس و کالاهای اسلامی و داخلی استفاده کنند و از تشبه به کفار بپرهیزند (ابوالحسنی، ۱۳۸۶: ۱۶۰ و ۱۶۲).

در آن برهه استفاده از «البسه فرنگی» یا به تعبیر فقها و مراجع «تشبه به کفار» آن‌چنان فراگیر شده بود که مستوفی را مجاب نماید در یادداشت‌های خود بنویسد: «لباس راسته و بلند منحصر بتجار و روحانیون و بعضی پیرهای قدیمی است که تغییر لباس را مخالف حیثیت خود می‌دانند...» (مستوفی، ۱۳۸۴: ج ۱/۵۱۰).

فارغ از چنین برداشت‌هایی، باید دانست که این‌گونه اقدامات و تصمیمات علما و روحانیون در مقابله با غرب مبتنی بر برخی اصول و ادله فقهی و کلامی بوده که می‌توان آن

۱. برای نمونه رجوع شود به رساله جمال‌الدین صدرالواعظین اصفهانی تحت عنوان «لباس التقوی» (صدرالواعظین اصفهانی، ۱۳۱۸ قمری: ۳۸-۴۰)؛ همچنین نک: زرگری‌نژاد، ۱۳۷۱: «ارشاد العباد الی عمارة البلاد رساله‌ای در دفاع از اقتصاد ملی در دوره قاجار»، ۳۹.

را مبنای نظری اقدامات علما و روحانیون در برابر غرب دانست. اصل «نفی سیل»^۱ اصل «حرمت تشبّه به کفار»، اصل «حرمت دوستی و موَدّت با کفار»، اصل «لاضرر و لاضرار»، اصل «الاهم فالاهم»، اصل «حفظ بیضه اسلام»، اصل «المیسور لا یترک بالمعسور» (اصل قدر مقدور)، اصل «الایسر فالایسر» و اصل «حرمت القای نفس در تهلکه» از جمله اصولی است که در تصمیم‌گیری علما و متدینین در برابر غرب تأثیرگذار بوده است. یقیناً بر مبنای همین اصول است [اصل نفی سیل یا سلطه نداشتن کفار بر مسلمین] که مرحوم محمدکاظم طباطبایی در پاسخ به استفتایی مبنی بر حکم استفاده از کالاهای خارجی در صورت استفاده از مشابه داخلی آن کالا می‌نویسد: «هرچه موجب تقویت و شوکت کفر و کفار و باعث ضعف اسلام و مسلمین است حرام است، چه از معاملات باشد یا غیر آن از آنچه باشد... و بسی سزاوار است که مسلمین، کلیه، هرگاه ممکن باشد، بدون ترتیب مفسده تحرز کنند از چیزهایی که در معرض تقویت کفر است» (جبل‌المتین، ۱۳۲۴: شماره ۳۳) یا اندکی بعد به سال ۱۳۲۹ هجری قمری مراجع بزرگ نجف؛ مرحوم ملامحمد کاظم خراسانی و شیخ عبدالله مازندرانی در تلگرافی به علمای استرآباد نتیجه مرآده با فرنگستان را گوشزد نموده و از مردم تقاضای تحریم کالاهای روسی را خواستار شدند (ره‌دار، ۱۳۸۴: ۵۳-۵۲). این اصول متعدد پیش از این توسط احمد ره‌دار در کتاب غرب‌شناسی علمای شیعه (و در مقاله‌ای تقریباً با همین عنوان) بررسی و معرفی شده‌اند. بدین جهت و برای اختصار بحث از معرفی این اصول صرف‌نظر می‌نمائیم.

در پایان باید خطر نشان کرد که تحریم و صدور اعلامیه و فتوا تنها واکنش علما و مراجع نسبت به گسترش مناسبات اقتصادی مغرب زمین در ایران نبود بلکه ایشان در برابر «نفوذ و سلطه اقتصادی و تجاری کفار» دست به اقدامات عملی هم زدند. اقداماتی از قبیل راه‌اندازی و شرکت در مبارزاتی همچون جنبش تنباکو و انقلاب مشروطه یا اقدامات

۱. در خصوص عدم تفوق و سلطه کفار بر مسلمانان، نامه‌ها و مواضع میرزای شیرازی و ملاعلی کنی به ناصرالدین‌شاه در قبال قرارداد رویتر قابل‌ملاحظه است. نک: (احمد ره‌دار، ۱۳۸۴: ۵۲-۵۱)؛ همچنین نک: (صدرالواعظین اصفهانی، ۱۳۱۸ قمری: ۵۲-۵۳).

اقتصادی همانند تشکیل انجمن شرقی^۱ و راه‌اندازی شرکت اسلامی^۲ که صرفاً جهت حمایت و صیانت از تولید و سرمایه ملی شکل‌گرفت نمونه‌هایی از این‌دست است.

نتیجه

پذیرش یا عدم پذیرش محصولات جدید اروپایی هیچ‌گاه مثبت یا منفی کامل نبوده است؛ یعنی منفورترین این کالاها در بین مردم طرفدارانی و محبوب‌ترین آن‌ها هم مخالفانی داشته است. به‌هرحال هر یک از مردمان آن دوره با توجه به پایگاه اجتماعی خویش و همچنین با در نظر گرفتن؛ نفع یا ضرر شخصی، بهاء اقتصادی کالا، نیاز، سلیقه، عادات، احساسات و ... نسبت به این عناصر جدید واکنش مثبت یا منفی نشان می‌داده‌اند. به‌علاوه باید در نظر داشت که پذیرش و استفاده چیزهای تازه، عمدتاً آئی و ناگهانی نبوده و اکثر این محصولات با گذشت زمان کم و بیش پذیرفته شده و در فرهنگ داخلی ادغام می‌شدند. «ناآشنایی» مردم با این وسایل و نحوه کارکردشان در طولانی شدن فرآیند پذیرش تأثیرگذار بود. برای مثال؛ مردم در ابتدا «دوچرخه» را «وسیله جنی» و «موکب شیطان» نامیدند و تا مدت‌ها آن را جزء اسباب‌بازی و سرگرمی بچه‌های اعیان و فرزندان طبقه‌ی اشراف می‌دانستند؛ اما همین‌که مردم با کارآیی و قابلیت این محصول آشنا شدند، تغییر عقیده داده و از دوچرخه به‌عنوان وسیله کار استفاده کردند. یا «کت فرنگی» که در ابتدای عرضه محل استهزاء و خنده بود به‌مرور تبدیل به لباس رسمی ایرانیان گردید.

در آن سوی، احساس تحمیلی بودن این عناصر می‌توانست باعث بروز مقاومت بین مردم گردد به‌خصوص اگر با ارزش‌ها و اعتقادات جامعه هم تلاقی پیدا می‌کرد. برای مثال

۱. این انجمن دو هدف در برداشت: الف) از طریق وعظ و خطابه در منابر و مساجد مردم را به استفاده از کالاهای وطنی دعوت و ترغیب کنند. ب) با تجار مذاکره نمایند و سرمایه‌ای برای تشکیل شرکت وطنی جمع‌آوری کنند. جهت اطلاع بیشتر رجوع شود به: (زاهد زاهدانی، ۱۳۸۱: ۳۳۱).

۲. درباره‌ی اساسنامه، اهداف و اخبار شرکت اسلامی نک: کتابچه و نظامنامه قواعد مقننه و قانون صحیحه شرکت اسلامی [چاپ سنگی]، (۱۳۱۹ قمری)، اصفهان: بی‌نا، ص ۱۹ و ۲۰؛ روزنامه ثریا، ۱۳۱۶ قمری، س ۱، ش ۳۳، ص ۱۴-۱۰ ذیل مقاله «مکتوب از اصفهان» و «کتابچه قواعد شرکت اسلامی»؛ روزنامه ثریا، ۱۳۱۶ قمری، ش ۶ و ۱۳ و ۱۷ و ۱۸ و ۲۰ و ۲۵ و ۲۷ و ۴۶ همگی ذیل مقاله «تجارت»؛ روزنامه کمال، ۱۳۱۷ قمری، س ۱، ش ۲، ص ۸ «شرکت اسلامی اصفهان»؛ روزنامه کمال، ۱۳۱۸ قمری، س ۱، ش ۱۸، ص ۸-۶ «اعلان شرکت اسلامی».

دستور ناصرالدین‌شاه برای تغییر لباس زنان به سبک لباس بالرین‌های اروپایی و تغییر کلاه مردان به کلاه گرد اروپایی با اعتراض و مقاومت مردم روبرو شد.

عامل بیگانه‌ستیزی نیز در مواردی که ابزار یا عناصر فرهنگی جدید از جامعه‌ای دیگر اخذ یا اقتباس شده باشد، بر مقاومت افراد و گروه‌های آسیب‌دیده تأثیر می‌گذارد. به‌رحال مردمان جوامع نمی‌خواهند به سادگی برتری فکری و فنی دیگران را بپذیرند، زیرا گویی تن دادن به آن، علاوه بر مضرات مالی و شغلی به‌نوعی پذیرش سلطه بیگانه و قبول حقارت خویش است. همین عامل بیگانه‌ستیزی در کنار بی‌توجهی حکام داخلی بود که موجب عصیان پیشه‌وران و تولیدکنندگان بومی گردید و آنان را در کنار سایر وطن‌پرستان به‌صف مبارزه با استعمار و استبداد کشاند.

نکته آخر آنکه در ترویج یا نفی محصولات فرنگستان نقش «نخبگان» قابل تأمل است. دربار و اعیان و اشراف پیشگام تغییر سبک‌زندگی ایرانیان به سبک اروپایی بوده و مروج و مشوق این شیوه‌ی زندگانی در بین توده‌ی مردم به‌حساب می‌آمدند؛ و در مقابل نخبگان مذهبی جامعه وظیفه رهبری و مقاومت در مقابل این تغییرات را برعهده داشتند. بخصوص که این تغییرات را در تعارض با ارزش‌ها و اصول دینی می‌پنداشتند.

منابع

الف) منابع اصلی

- *استرآبادنامه*، (۱۳۴۸)، به کوشش مسیح ذبیحی، با همکاری ایرج افشار و محمدتقی دانش‌پژوه، تهران: انتشارات فرهنگ ایران‌زمین.
- اصفهانی، محمدمهدی، (۱۳۶۸)، *نصف جهان فی تعریف الاصفهان*، تصحیح منوچهر ستوده، چ ۲، تهران: امیرکبیر.
- اعتمادالسلطنه، محمدحسن‌خان، (۱۳۶۷)، *تاریخ منتظم ناصری*، ج ۳، تصحیح محمداسماعیل رضوانی، تهران: دنیای کتاب.
- اورسل، ارنست، (۱۳۵۳)، *سفرنامه اورسل*، ترجمه‌ی علی‌اصغر سعیدی، تهران: انتشارات زوار.
- براون، ادوارد گرانویل، (۱۳۸۱)، *یک‌سال در میان ایرانیان*، ترجمه مانی صالحی علامه، تهران: نشر ماه ریز.
- پولاک، یاکوب ادوارد، (۱۳۶۸)، *سفرنامه پولاک (ایران و ایرانیان)*، ترجمه کیکاوس جهاننداری، تهران: خوارزمی.
- تحویلدار اصفهانی، میرزا حسین، (۱۳۸۸)، *جغرافیای اصفهان (جغرافیای طبیعی و انسانی و آمار اصفهان)*، به کوشش الهه تیرا، تهران: اختران.
- جمالزاده، محمدعلی، (۱۳۸۴)، *گنج شایگان، اوضاع اقتصادی ایران*، چ ۳، تهران: انتشارات سخن.
- دالمانی، هانری رنه، (۱۳۳۵)، *از خراسان تا بختیاری*، ترجمه محمدعلی فره‌وشی، تهران: امیرکبیر.
- دالمانی، هانری رنه، (۱۳۷۸)، *از خراسان تا بختیاری*، ج ۱ و ۲، ترجمه غلامرضا سمیعی، تهران: نشر طاوس.
- رابینو، هل، (۱۳۵۷)، *ولایات دارالمرز ایران - گیلان*، ترجمه جعفر خمایی‌زاده، رشت: بنیاد فرهنگ ایران، کتاب‌فروشی طاعتی رشت.

- سپهر، عبدالحسین خان، (۱۳۸۶)، *مرآت الوقایع مظفری*، ج ۱، تصحیح عبدالحسین نوایی، تهران: میراث مکتوب.
- سپهر، محمدتقی لسان‌الملک، (۱۳۷۷)، *ناسخ التواریخ*، ج ۱، به اهتمام جمشید کیانفر، تهران: اساطیر.
- سدیدالسلطنه کبابی، محمدعلی، (۱۳۶۳)، *بندرعباس و خلیج فارس (اعلام الناس فی احوال بندرعباس)*، به تصحیح احمد اقتداری، تهران: دنیای کتاب.
- سراپی، حسین بن عبدالله، (۱۳۶۱)، *سفرنامه فرخ خان امین‌الدوله، مخزن الوقایع*، تصحیح کریم اصفهانیان و قدرت‌الله روشنی، چ ۲، تهران: اساطیر.
- سوزوکی، شین جو، (۱۳۹۳)، *سفرنامه سوزوکی شین جو (سفر در فلات ایران)*، ترجمه‌ی هاشم رجب‌زاده، تهران: انتشارات طهوری.
- سیاح، محمدعلی، (۱۳۴۶)، *خاطرات*، به کوشش حمید سیاح به تصحیح سیف‌الله گلکار، تهران: ابن‌سینا.
- شودزکو، الکساندر، (۱۳۵۴)، *سرزمین گیلان*، ترجمه سیروس سهامی، تهران: پیام.
- شیرازی، میرزا صالح (۱۳۶۲)، *گزارش سفر میرزا صالح شیرازی*، ویرایش همایون شهیدی، تهران: راه نو، چاپخانه سپهر.
- صدرالواعظین اصفهانی، جمال‌الدین [چاپ‌سنگی]، (۱۳۱۸ قمری)، *لباس التقوی*، شیراز: دارالطباعة محمدی.
- ضرابی، عبدالرحیم، (۲۵۳۶ شاهنشاهی)، *تاریخ کاشان*، چ ۳، تهران: امیرکبیر.
- فرهادمیرزا، (۱۳۶۶)، *سفرنامه فرهادمیرزا*، تصحیح غلام‌رضا طباطبایی مجد، تهران: مؤسسه مطبوعاتی علمی.
- فلاندن، اوژن، (۱۳۲۴)، *سفرنامه اوژن فلاندن به ایران در سالهای ۱۸۴۱-۱۸۴۰*، ترجمه‌ی حسین نورصادقی، چ ۲، تهران: چاپخانه روزنامه‌ی نقش جهان.
- کارلاسرنا، (۱۳۶۳)، *مردم و دیدنیهای ایران (سفرنامه کارلاسرنا)*، ترجمه‌ی غلام‌رضا سمیعی، تهران: نشر نو.

- کتابچه و نظامنامه قواعد مقننه و قانون صحیحه شرکت اسلامیة [چاپ‌سنگی]، (۱۳۱۹ قمری)، اصفهان: بی‌نا.
- کرزن، جرج‌ن، (۱۳۶۲)، *ایران و قضیه ایران*، ترجمه‌ی غلامعلی وحید مازندرانی، ج ۱ و ۲، چ ۲، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- گوینو، ژوزف آرتور، (۱۳۸۳)، *سه سال در آسیا: سفرنامه کنت دوگوینو*، ترجمه‌ی عبدالرضا هوشنگ مهدوی، تهران: نشر قطره.
- مراغه‌ای، زین‌العابدین (۱۳۸۸)، *سیاحتنامه ابراهیم بیگ*، به کوشش محمدعلی سپانلو، تهران: نشر آگه.
- مستوفی، عبدالله، (۱۳۸۴)، *تسرح زندگانی من*، ج ۱، چ ۵، تهران: انتشارات زوار.
- مکنزی، چارلز فرانسیس (۱۳۵۹)، *سفرنامه شمال: گزارش چارلز فرانسیس مکنزی اولین کنسول انگلیس در رشت از سفر به مازندران و استرآباد*، به کوشش: منصوره اتحادیه (نظام مافی)، تهران: نشر گستره.
- واتسن، رابرت گرت، (بی‌تا)، *تاریخ ایران از ابتدای قرن نوزدهم تا سال ۱۸۵۸*، ترجمه‌ی غلامعلی وحید مازندرانی، تهران: انتشارات سخن.
- وامبری، آرمین، (۱۳۸۱)، *زندگی و سفرهای وامبری: دنباله سیاحت درویش دروغین*، ترجمه‌ی محمد حسین آریا، چ ۲، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- ویشارد، جان، (۱۳۶۳)، *بیست سال در ایران*، ترجمه‌ی علی پیرنیا، تهران: مؤسسه انتشارات نوین.
- یوشیدا، ماساهارو، (۱۳۷۳)، *سفرنامه یوشیدا ماساهارو*، ترجمه‌ی دکتر هاشم رجب زاده، مشهد: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.
- Bird Isabella, (1988), *Journeys in Persia and Kurdistan*, 2 vols. Vol 1, 1891; reprint ed. London.
- Stuart, Colonel Charles (1854), *Journal of a residence in northern Persia and the adjacent provinces of Turkey*, London: bentely.

(ب) تحقیقات

- ابوطالبی، مهدی، (۱۳۹۵)، *عالمان ثبیه و صیانت از سرمایه‌های ملی*، تهران: انتشارات کانون اندیشه جوان.
- آزاد ارمکی، تقی، (۱۳۸۷)، *جامعه‌شناسی فرهنگ*، تهران: نشر علم.
- اشرف، احمد، (۱۳۵۹)، *موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران*، دوره قاجاریه، تهران: انتشارات زمینه.
- آشوری، داریوش، (۱۳۸۰)، *تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ*، چ ۱ (ویراست سوم)، تهران: نشر آگه.
- بهار، محمدتقی (ملک‌الشعرا)، (۲۵۳۵)، *سبک‌شناسی (یا تاریخ تطور نثر فارسی)*، ج ۳، چ ۴، تهران: امیرکبیر.
- راوندی، مرتضی، (۱۳۸۲)، *تاریخ اجتماعی ایران*، ج ۷، چ ۲، تهران: انتشاراتنگاه.
- سوداگر، محمدرضا، (۱۳۵۷)، *رشد روابط سرمایه‌داری در ایران*، تهران: بی‌نا.
- شمیم، علی‌اصغر، (۱۳۸۴)، *ایران در دوره سلطنت قاجار قرن سیزدهم و نیمه اول قرن چهاردهم*، چ ۳، تهران: انتشارات زریاب.
- شهری، جعفر، (۱۳۶۹)، *تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزدهم*، ج ۲، چ ۲، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- عبدالله‌یف، فتح‌الله، (۱۳۳۶)، *مناسبات روسیه و ایران و سیاست انگلستان در ایران*، ترجمه‌ی غلامحسین متین، تهران: انتشارات ستاره.
- عضدانلو، حمید، (۱۳۸۴)، *آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*، تهران: نشر نی.
- عیسوی، چارلز، (۱۳۶۲)، *تاریخ اقتصادی ایران (عصر قاجار، ۱۳۳۲ - ۱۳۱۵ ه ق)*، مترجم یعقوب آژند، تهران: نشر گستره.
- فشاهی، محمدرضا، (۱۳۶۰)، *تکوین سرمایه‌داری در ایران*، بی‌جا: انتشارات گوتنبرگ.
- فوران، جان، (۱۳۸۹)، *مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران از صفویه تا سالهای پس از انقلاب اسلامی*، ترجمه‌ی احمد تدین، چ ۱۰، تهران: انتشارات رسا.

- کسروی، احمد، (بی‌تا)، *تاریخچه چپوق و غلیان*، چ ۲، بی‌جا: نشر مؤسسه مطبوعاتی شرق.
- لمبتون، آن.ک.س، (۱۳۸۵)، *سیری در تاریخ ایران بعد از اسلام*، ترجمه یعقوب آژند، چ ۳، تهران: امیرکبیر.
- محبوبی اردکانی، حسین، (۱۳۷۰)، *تاریخ مؤسسات تمدنی جدید در ایران*، ج ۱، چ ۲، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- وحدت، فرزین، (۱۳۹۰)، *رویارویی فکری ایرانیان و مدرنیت*، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، چ ۳، تهران: انتشارات ققنوس.

ج) مقالات

- ابوالحسنی (منذر)، علی، «مروری بر اندیشه و سیره سیاسی صاحب عروه»، *فصلنامه تاریخ معاصر*، شماره ۴۲، ۱۳۸۶، صص ۲۰۴-۱۳۳.
- بی‌نا، «سابقه تمدن جدید در ایران: آبله کوبی در ایران»، *مجله یادگار*، سال ۴، شماره ۳، آبان ۱۳۲۶، صص ۶۸-۷۲.
- رهدار، احمد، «کلیاتی درباره غرب‌شناسی علمای شیعه با تکیه بر تحولات تاریخ معاصر ایران»، *رواق اندیشه*، شماره ۴، آبان ۱۳۸۴، صص ۵۹-۳۶.
- زاهد زاهدانی، سعید و سعیده گروسی، «هیأت‌های مذهبی و تشکیلات صنفی به‌مثابه سازمان‌های غیردولتی»، مطالعه موردی دوره‌ی قاجار، *مجله‌ی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان*، دوره ۲، شماره ۳۱-۳۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، صص ۲۴۴-۲۱۵.
- زرگری نژاد، غلامحسین، «ارشاد العباد الی عماره البلاد رساله‌ای در دفاع از اقتصاد ملی در دوره قاجار»، *فرهنگ توسعه*، شماره ۱، شهریور ۱۳۷۱، صص ۲۹-۲۲.
- فاضلی، نعمت‌الله، «مقاومت فرهنگی در برابر نوآوری‌ها و فناوری‌های تازه در ایران»، *رشد علوم اجتماعی*، دوره ۱۱، شماره ۱، پاییز ۱۳۸۶، صص ۹-۵.
- گفتگو جنیفر اسکارس با سامان صفرزایی، «دختر ناصرالدین‌شاه پیشگام تغییر لباس زنان قاجار شد»، سایت تاریخ ایرانی، ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۱، لینک مطلب:

<http://tarikhirani.ir/Modules/files/Phtml/files.PrintVersion.Html.php?Lang=fa&TypeId=48&filesId=488>

— محمدی، سید بیوک و ناهید مؤید حکمت، «بررسی واکنش‌های ایرانیان به عناصر فرهنگی غرب»، دو فصلنامه غرب‌شناسی بنیادی، سال ۴، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۲، صص ۸۱-۱۱۱.

د) روزنامه‌ها

- روزنامه احتیاج (۱۳۱۶ قمری) سال ۱، شماره ۱، ۳.
- روزنامه نریا (۱۳۱۶ قمری) سال ۱، شماره ۶، ۱۳، ۱۷، ۱۸، ۲۰، ۲۵، ۲۷، ۳۳، ۴۶.
- روزنامه حبل‌المتین (۱۳۲۴ قمری) سال ۱۳، شماره ۳۳.
- روزنامه کمال (۱۳۱۷ قمری) سال ۱، شماره ۲، ۸.
- روزنامه کمال (۱۳۱۸ قمری) سال ۱، شماره ۲، ۱۸.
- روزنامه وقایع اتفاقیه، پنجشنبه ۲۴ رمضان سال (۱۲۶۷ قمری)، شماره ۲۵.
- روزنامه وقایع اتفاقیه، پنجشنبه ۳ رمضان سال (۱۲۶۷ قمری)، شماره ۲۲.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی