

بازار سنتی ایران در سه دوره؛ رکن قدرت، جنگ قدرت، اوج قدرت

محمد توکل

تشکل‌های مذهبی حضور داشته و ارتباطی طبیعی با افراد و نیروهای بازار داشتند. مجاهدین توانستند روی آنها تأثیر بگذارند و به همین دلیل هم موفق شدند از نیروی اجتماعی قوی‌تری در مبارزه برخوردار بشوند و بیشتر مورد حمایت قرار گرفتند. آنها حتی از خود بازاری‌ها هم توانستند عضوگیری بکنند. کلاً نیروهای جنبش مسلحانه به دلیل این‌که واقعاً تضاد اصلی را رژیم سلطنتی می‌دانستند، نگاه مثبت‌تری نسبت به بازار و به اصطلاح نیروهای بومی و داخلی داشتند.

در تاریخ سیاسی اخیر ایران، تنها معدودی از جریان‌های سیاسی بوده‌اند که با نگاه از درون به بازار نگریسته‌اند. مجاهدین خلق در اواخر دههٔ چهل و اوایل دههٔ پنجاه یکی از این جریان‌ها بودند که توانستند تعامل نسبتاً خوبی را با جناح‌هایی از بازار برقرار کنند و با دیدگاه "کار و سرمایه‌ای" به بازار نگاه نکردند

نیروهای ملی هم، از جبهه ملی گرفته تا نهضت آزادی، تعامل نسبتاً مثبتی با بازار داشتند. ولی در عین حال آنها هم یک تحلیل مشخص، جامع و دقیق از بازار ارائه نکردند تا بتواند شناخت عمیق‌تری به جامعه بدهد. بنابراین، به دلیل فقدان یک تحلیل متکی به نگاه از درون به بازار و اهمیتی که بازار در تحولات اجتماعی-سیاسی صدسال اخیر ایران داشته، لازم است روی این موضوع بیشتر کار بشود. برای دستیابی به این هدف، نگاهی به تاریخچهٔ بازار ضروری به نظر می‌رسد. این تاریخچه از چند فراز تشکیل می‌شود:

فراز اول، در حقیقت دورانی است که بازار به عنوان یک رکن قدرت مطرح است؛ این دوره از صفویه شروع می‌شود و تا مشروطیت ادامه پیدا می‌کند. دورهٔ دوم، دورهٔ جنگ قدرت است، دوره‌ای است که بازار با قدرت سیاسی درگیر است- بعد از مشروطیت و مسئلهٔ نفت- در این دوره بازار تحت فشار قرار می‌گیرد و درگیر جنگ قدرتی می‌شود که تا انقلاب اسلامی به طول

آنچه در این نوشتار، که متن تقریر یافتهٔ یک بحث شفاهی است، تقدیم خوانندگان محترم می‌گردد، ارزیابی مختصری از نقش و جایگاه بازار سنتی در تحولات سیاسی-اجتماعی ایران است که طرح آن بی‌فایده نخواهد بود. امید که این متن انگیزه‌ای باشد برای کسانی که بخواهند کار دقیق‌تری را در این زمینه پی‌گیری کنند. با وجود مطالعات پراکنده، تاکنون تحقیق دقیق و جامعی راجع به بازار سنتی صورت نگرفته است. پیداست که پژوهش افراد با صلاحیت در راستای کاری دقیق و علمی ضروری به نظر می‌رسد.

به اعتقاد نگارنده بنا به دلایلی، بازار سنتی در سدهٔ اخیر و حتی در چند صد سال اخیر، تأثیرگذارترین تشکل اجتماعی در تحولات اجتماعی-سیاسی ایران بوده است. از انقلاب مشروطیت به بعد، حضور بازار در صحنهٔ تحولات سیاسی و اجتماعی و به خصوص در انقلاب اسلامی سال ۵۷ بسیار چشمگیر بوده است. نکته‌ای که لازم است در اینجا یادآور شویم، نوع نگاه روشنفکران- به ویژه روشنفکران چپ- در طول دهه‌های پنجاه تا هفتاد نسبت به بازار است. معمولاً روشنفکران و اهل تحقیق در جامعه ما با نگاه از بیرون به ارزیابی بازار پرداخته‌اند، نه نگاه از درون. بسیاری از آنها عمدتاً با همان قالب‌های تئوریک که برای تحلیل و ارزیابی تحولات و طبقات اجتماعی داشته‌اند، به بازار هم نگاه کرده‌اند. خصوصاً جریان‌های چپ، جریان‌هایی که به هر حال به نوعی به تحلیل طبقاتی از جامعه و تاریخ اعتقاد داشتند، بازار را در قالب تضاد کار و سرمایه، و به عنوان جریان بورژوازی تجاری تحلیل می‌کردند. به نظر می‌رسد که این نوع نگاه، نمی‌تواند تعریف دقیق و جامعی از بازار به ما ارائه کند. اینان از درون همین تعریف به تقابل بازار با مردم می‌رسیدند. این، شناخت دقیقی نبوده است، زیرا در مقاطع گوناگون شاهد بوده‌ایم که بازار در کنار مردم قرار گرفته و طبیعی است که این جریان‌ها همراهی بازار و مردم را نتوانند تبیین کنند. در تاریخ سیاسی اخیر ایران، تنها معدودی از جریان‌های سیاسی بوده‌اند که با نگاه از درون به بازار نگریسته‌اند. مجاهدین خلق در اواخر دههٔ چهل و اوایل دههٔ پنجاه یکی از این جریان‌ها بودند که توانستند تعامل نسبتاً خوبی را با جناح‌هایی از بازار برقرار کنند و با دیدگاه "کار و سرمایه‌ای" به بازار نگاه نکردند. دلیل این تعامل هم این بود که بسیاری از اعضای مجاهدین نیروهایی بودند که از دل جریان‌های مذهبی جوشیده بودند، در هیئت‌ها و

به هر حال صفویه یک تجربه توسعه بومی بوده است. البته ما نمی توانیم کلمه ملی را در مورد آن به کار ببریم، ولی قطعاً یک تجربه توسعه بومی متناسب با شرایط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ایران بوده است. لذا در حد یک مدل توسعه می توان از آن درس هایی آموخت. نیروهایی که حاضر نیستند به الگوهای توسعه بومی بیندیشند، در نهایت به الگوهای توسعه خارجی می رسند که آنها هم بازده چندان درخشان تری از صفویه ندارند

می کشد.

دوره سوم، دوره بعد از انقلاب است که من از این دوره به عنوان "اوج قدرت" یاد می کنم.

میدان نقش جهان، نماد تقسیم کار اجتماعی

پیش از این که به جایگاه بازار در این دوره تاریخی بپردازیم، لازم می دانم توضیح مختصری راجع به دوران صفویه بدهم. به اعتقاد نگارنده، جامعه ما در ارتباط با صفویه همواره دچار افراط و تفریط بوده است. عده ای صفویه را

ساختاری که از دوره صفویه به ارث رسیده بود، متناسب با پیشرفت ها و تحولاتی که در جهان به وقوع پیوسته بود، تکامل نیافته بود و یک نظم ایستا بود و این نظم ایستا در جایی باید می شکست، ضمن این که هیچ گونه توسعه سیاسی هم وجود نداشت. انگلیس از شکست این نظم، نهایت بهره برداری را کرد

صدرصد تأیید می کنند. نیروهای سنتی اعم از طیفی از روحانیت و جناح هایی از بازار، صفویه را به عنوان حکومتی می شناسند که توانست تشیع را در ایران شکوفا کند و به قدرت برساند و به عنوان نقطه عطف و خیزش تشیع در ایران به آن اهمیت فوق العاده می دهند. یک عده هم همیشه صفویه را نفی کرده اند. به دلیل ظلم و ستمی که بر مردم روا می داشتند و یا خشونت هایی که در زندان ها اعمال می کرده اند و یا لشکرکشی ها و قتل عام هایی که انجام می داده اند و ...

ولی واقعیت این است که در دل این نقدی که روی صفویه می شود، از یک مطلب غفلت شده است و آن این که به هر حال صفویه یک تجربه توسعه بومی بوده است. البته ما نمی توانیم کلمه ملی را در مورد آن به کار ببریم، ولی قطعاً یک تجربه توسعه بومی متناسب با شرایط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ایران بوده است. لذا در حد یک مدل توسعه می توان از آن درس هایی آموخت. نیروهایی که حاضر نیستند به الگوهای توسعه بومی

بیندیشند، در نهایت به الگوهای توسعه خارجی می رسند که آنها هم بازده چندان درخشان تری از صفویه ندارند. بنابراین گذشته از ضعف های دوران صفویه، که کم هم نیستند، به نظر می رسد صفویه در ایران کار بزرگی کردند و توانستند نوعی "اقتدار متکی بر تقسیم کار اجتماعی" را به وجود بیاورند. هر اقتداری مبتنی بر نظم اجتماعی است. اگر نتوانیم نظم اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در جامعه به وجود بیاوریم، قدرت در آن جامعه شکل نمی گیرد و حاکمیت آن همیشه متزلزل و آسیب پذیر است. حاکمیتی که مبتنی بر نظم واقع بینانه و تقسیم کار درست سیاسی و اجتماعی و اقتصادی صورت گرفته باشد، دارای اقتدار پایدار است در اوج قدرت صفویه - در دوران شاه عباس - شاهد تقسیم کار جدی بین نیروهای اجتماعی هستیم. در آن دوران چند نیروی مؤثر در فضای ایران وجود داشت: یکی قدرت سیاسی بود که در اختیار ایل حاکم بود، دیگری روحانیت شیعه بود. روحانیت ضمن این که برای حکومت تولید مشروعیت می کرد، می توانست بخش های زیادی از جامعه (کشاورزها، اصناف، ایلات و ...) را هم در جهت دفاع از حاکمیت به ویژه در برابر تهدید عثمانی ها بسیج بکند.

نیروی اجتماعی دیگری که در آن دوران تشکل پیدا کرد، بازار بود. قدیمی ترین بازارهای ایران مربوط می شود به شهرهای تبریز، قزوین و اصفهان که اینها مراکز قدرت صفویه بوده است.

شاه عباس در میدان نقش جهان اصفهان سه عامل قدرت را شکل داد: عالی قاپو، مسجد شاه، بازار. البته دکتر شریعتی به این مجموعه به عنوان سمبل زر و زور و تزویر نگاه کرده است. برداشت دیگر من این است که به عنوان سمبل اقتدار حکومت صفوی و نوع تقسیم کاری که کرده بودند، نگاه کنیم. بازاریان در آن زمان دادوستد و تجارت را در اختیار داشتند و می توانستند پیشه وران و کسبه را متشکل کنند. یکی از عوامل مهم در بسیج نیروها و ایجاد انگیزه، تکیه شاهان صفوی به احیای تشیع و مبارزه با تسنن بود که می توانست حکومت را در برابر قدرت عثمانی ها حمایت کند. به این منظور حتی شاه عباس مرکز حکومت صفویه را از قزوین به اصفهان که اکثر اهل سنت و در دشمنی با شیعیان مشهور بودند منتقل کرد و به این وسیله اولاً قدرت تشیع را به رخ اهل سنت می کشید و ثانیاً به قلع و قمع اهل تسنن پرداخت که داستان به زندان افکندن و شکنجه آنان یکی از اوراق سیاه دفتر تاریخ صفویان را رقم می زند. به تعبیر دیگر اتحادی که شکل گرفت از ابتدا با محوریت تشیع و مقابله با اهل سنت بود و این ویژگی ها تاکنون نیز در بازار سنتی و روحانیت سنتی حفظ و در تعامل بین این دو جریان همواره

حضور و نقش داشته است.

شاه عباس این بخش را که در واقع اقتصاد کشور را در دست داشت، سازمان داده بود و حمایت می کرد و از نظر خودش تعامل درستی با اینها برقرار کرده بود. نماد دیگر این تقسیم کار، روحانیت و مسجد بود. جریانی که سال ها زیر فشار عظیم حکومت های سنی مذهب داخلی و خارجی قرار داشت و از انگیزه لازم برای دفاع از استقرار یک حکومت شیعی و جنگ و مقاومت در برابر حکومت عثمانی برخوردار بود. بررسی این موضوع به تحلیل حکومت صفوی مربوط می شود که در اینجا مجال پرداختن به آن نیست.

رکن قدرت

فارغ از آسیب شناسی حکومت صفوی، ما در اینجا به نبوغی پرداخته ایم که شاه عباس در تقسیم کار اجتماعی از خود نشان داده است. تقسیم کار اجتماعی برای یک حکومت خیلی مهم است که بتواند هر نیرو را در جای خود قرار بدهد. اگر حکومتی قدرت این را نداشته باشد که با تحلیل درست و با تدبیر، جایگاه نیروهای اجتماعی را تعیین کند، و در حقیقت عدالت تشکیلاتی را در سطح جامعه برقرار نکند، نمی تواند قدرت خود را حفظ بکند و دچار هرج و مرج و شکست خواهد شد. پس سه نهاد قدرت در عصر صفوی، نخست دولت ایلی، دوم روحانیت و سوم بازار بود. به تدریج این تعامل توانست روی فقه هم تأثیر بسزایی بگذارد. روحانیت قبل از صفویه امکان تشکل

نداشت و به صورت عناصر پراکنده در مناطق گوناگون مورد رجوع مردم قرار می گرفت و قدرت ابراز وجود نداشت. به این دلیل که حکومت های شیعی در ایران بر سر کار نبودند و فقه و فقاہت هم به آن صورت رشدی نکرده بود، رشد فقاہت به عنوان آنچه که از آن به عنوان سازمان روحانیت نام برده می شود، بیشتر در دوران صفویه شکل گرفت. شاه عباس توانست در همان میدان نقش جهان که یک میدان استراتژیک در تاریخ ایران است، تعاملی بین این افسار برقرار کند، بین قدرت، روحانیت و بازار. اینها توانستند در یک تعامل نزدیک روی همدیگر تأثیر بگذارند، به صورتی که بازار خیلی به روحانیت نزدیک شد، بسیاری از بازاریان در دروس حوزه های علمیه شرکت می کردند و اطلاعات فقهی قابل توجهی داشتند، این سنت تا قبل از انقلاب رایج بود.

یادآوری این نکته هم لازم به نظر می رسد که علاوه بر تلاش حاکمیت در برقراری ارتباط نزدیک بین بازار و روحانیت، زمینه درونی این ارتباط هم وجود داشت. به هر حال، بازار برای تسهیل روابط خود نیازمند تعامل با نهادی بود که بتواند مشروعیت اعمال و رفتار خود را از طریق او کسب کند. از آن طرف روحانیت هم، به بازار و کمک های بازار نیاز داشت. امروزه نیز ملاحظه می شود که ارتباط تنگاتنگی بین روحانیت و بازار وجود دارد.

پشتوانه اقتصادی بسیاری از طرح هایی که روحانیت برای پیشبرد تشیع و اسلام داشته، بازار بوده است. منتها آن که بستر این تعامل را به صورت از گانیک یا بهتر بگوییم به صورت سهل و آسانی فراهم کرد. جریانی بود که معماری جامعه شناسانه میدان نقش جهان را طراحی کرد.

قبل از خروج از بحث دوران صفویه به این نکته هم اشاره کنیم که بازار در آن زمان متکی به تولیدات داخلی و عمدتاً تولیدات کشاورزی بود و نقش مهمی در برقراری روابط بازرگانی و تجارت و نقل و انتقال این محصولات و رونق اقتصادی کشور داشت.

دوره زندگی هم، الگوی توسعه خوبی است.

کریمخان زند که حال به عنوان یک شخصیت ملی از وی نام می برند، بازار وکیل شیراز را ساخت تا به رونق اقتصادی کمک کند. در کرمان هم لطفعلی خان زند، بازار و حمام و محل ضرب سکه حکومت را در کنار یکدیگر ساخت. البته صفویه به نیروی تشیع و فقه تکیه جدی داشتند، مرکز نقل آن هم اصفهان بود. ولی زندگی چندان جنبه شرعی نداشتند، زیرا صفویه خودش را در تقابل با قدرتی مثل عثمانی می دید و به بسج نیروی تشیع خیلی بیشتر احتیاج داشت تا زندگی که عمدتاً به مسائل داخلی می پرداختند و می خواستند مشکلات داخلی را حل کنند. از سوی دیگر، افشاریه هیچ مدلی برای تقسیم کار اجتماعی در ایران نداشت. نادرشاه افشار توانست قدرت عظیمی ایجاد کند؛ هند را فتح کرد و ثروت

عظیمی به ایران آورد، ولی به سرعت دچار فروپاشی شد. در مقابل، حکومت صفویه سال ها دوام پیدا کرد. لذا می بینیم که تقسیم کار اجتماعی تا چه میزان به ماندگاری و ثبات یک جامعه و حکومت کمک می کند. نوع تقسیم کار و الگوی توسعه ای که صفویه در ایران به وجود آوردند، تا انقلاب ۵۷ هم ادامه پیدا کرد. یعنی این قدر این نظم، ریشه دار و عمیق بود و پایگاه بومی داشت که قاجاریه هم همان نظم را دنبال کردند و به این تقسیم کار تن دادند. در دوره قاجاریه، امر قضا به روحانیت سپرده شده بود، اقتصاد به بازار و قدرت هم به ایل قاجار. این نظم اجتماعی ادامه داشت تا این که موضوع نفت در ایران پیش آمد و منجر به تحولات و تغییراتی در نظم موجود گردید.

زمینه های بروز جنگ قدرت

پس از کشف منابع نفتی در ایران و زمینه چینی انگلیسی ها برای به انحصار درآوردن این منابع، قضایا سمت و سوی دیگری به خود گرفت. آنها ابتدا روی تجارت تنباکو دست گذاشتند و قراردادی را با حکومت ایران منعقد کردند که طبق آن، امتیاز واردات و توزیع توتون و تنباکو به یک شرکت انگلیسی به نام "رژئی" واگذار شد. با انعقاد این قرارداد، انگلیسی ها حضور مستقیم در ایران و بازار ایران پیدا کردند. همین نقطه، نقطه شروع درگیری و جدا شدن سه رکن "قدرت، بازار و روحانیت" از یکدیگر بود. البته

نقش سیاسی پررنگ تر شد. بازار در جنبش مشروطیت حضور جدی داشت و اصلاً بخشی از قضایا مربوط می شد به این که یک روز عده‌ای از بازاری‌ها و طلاب را فلک کردند، بعد از آن روحانیون به طور جدی وارد صحنه شدند. در ابتدای روی کار آمدن رضاخان، بازار و روحانیت نگاه مثبتی به وی داشتند، تکیه معروفی بود که شخص رضاخان در مراسم عزاداری و سینه‌زنی آنجا شرکت می کرد. در هیئت‌های مذهبی که عمدتاً در محیط بازار تشکیل می شد، رضاشاه را یک چهره ملی می دانستند. چنانچه در زمانی که در عربستان یک سری اماکن مذهبی توسط وهابیان تخریب شد، علما نامه‌های متعددی به رضاشاه نوشتند و از وی درخواست نمودند تا برای حمایت و حفظ آثار اسلامی اقدامی بکند. تا حدود ده سال پس از روی کار آمدن رضاشاه، درگیری و تنش خاصی بین بازار، روحانیت و رضاشاه وجود نداشت. حتی بازاریان از امنیتی که رضاشاه برقرار کرده بود رضایت نسبی داشتند، زیرا تجارت و دادوستد و رونق بازار در سایه امنیت ممکن بود و این، نیاز همیشگی بازار در دوره‌های مختلف بوده است. اصولاً یکی از دلایل همکاری بازار با قدرت سیاسی وقت (پیش از حکومت رضاشاه) نیز، همین عامل بوده است.

اما نقطه شروع درگیری بازار و روحانیت با حکومت رضاخان زمانی بود که وی سعی کرد مدل توسعه غربی را در ایران جایگزین کند. بحث کشف حجاب به عنوان نقطه عطفی در این میان مطرح است. کشف حجاب به معنی درگیری آشکار با سنت‌های روحانیت و بازار بود و برای آنان بسیار سنگین و طاقت‌فرسا جلوه می کرد. به گونه‌ای که پس از گذشت سالیان طولانی،



"روحانیت و بازار" به عنوان نیروی مقاوم در برابر اجنبی در یک طرف و "قدرت" در طرف دیگر قرار گرفت. به هر حال، تجارت توتون و تنباکو بخشی از تجارت بازار بود. بازاریان احساس کردند در صورت عدم اعتراض، این روند ادامه خواهد یافت و به تدریج امتیاز تجارت سایر اقلام هم به خارجی‌ها سپرده خواهد شد. اینها با انگیزه مبارزه با کفار، توانستند روحانیت را هم به صحنه بکشانند و با فتوای تحریم تنباکوی آیت‌الله میرزای شیرازی قیامی شکل گرفت. با همبستگی بازار و روحانیت و فتوای تحریم تنباکو دولت عقب‌نشینی کرد و این امتیاز لغو شد. پس از تعارضی که بین بازار و قدرت سیاسی پیش آمد، زمینه برای رشد و گسترش جنبش‌های داخلی پیدا شد و فضای نسبتاً مساعدی برای این که ملت نفسی بکشد، ایجاد گردید. ضمن این که حکومت قاجاریه - به خصوص ناصرالدین شاه - نگاه به خارج داشتند و برای حل بسیاری از مشکلات اقتصادی از بیگانگان استقراض می کردند. شاید یک علت رویکرد به خارج این بود که به دلیل اتحاد بین بازار و روحانیت، دولت توان تأمین منابع مالی از طریق فشار به مردم و بازار و دریافت مالیات‌های هنگفت را نداشت. این رویکرد به تدریج باعث شد که حکومت به سمت دادن امتیاز به بانک‌های خارجی مثل بانک استقراضی روسیه و بانک شاهی انگلیس برود. به عبارت دیگر، این روند در عین حال که ناشی از اقتدار بازار و روحانیت و مردم در مقابل حکومت بود، زمینه را برای چرخش حکومت به سمت منابع خارجی فراهم کرد. علت شکست اقتدار و نظم و همگامی بین سه رکن "بازار، روحانیت و قدرت" اقتضای درونی بود. این رابطه و پیوند، رابطه‌ای پویا نبود. ساختاری که از دوره صفویه به ارث رسیده بود، متناسب با پیشرفت‌ها و تحولاتی که در جهان به وقوع پیوسته بود، تکامل نیافته بود. یک نظم ایستا بود و این نظم ایستا در جایی باید می شکست، ضمن این که هیچ‌گونه توسعه سیاسی هم وجود نداشت. انگلیس از شکست این نظم، نهایت بهره‌برداری را کرد. چنانچه بعد از مشروطیت توانست قرارداد بهره‌برداری از ذخایر نفتی ایران را به امضا برساند.

بازار در آن دوران هنوز نگاهی به خارج نداشت، چون ساختار اقتصادی کشور یک اقتصاد متکی به کشاورزی و تولید ملی و بومی بود. این ساختار هم جنبه‌های مثبت داشت و هم جنبه‌های منفی. به این لحاظ منفی بود که خلاقیت و تحولی در آن وجود نداشت و یک ساختار ساکن بود که بالاخره آسیب‌پذیر بود.

جنگ قدرت

با آغاز دوره جنگ قدرت، بازار از یک نیروی اقتصادی و اجتماعی، به یک نیروی سیاسی - اجتماعی تبدیل شد و روز به روز حضور و قدرت خود را در عرصه اقتصاد از دست داد. در دوره پهلوی با چرخش حکومت به سمت غرب و افزایش درآمد نفت، حکومت قوی‌تر شد و بازار محدودتر. گفتنی است که تحت تأثیر این فشارها و بعدها قضیه انقلاب سفید، بخشی از بازار هم استحاله شد. ولی در عین حال که قدرت اقتصادی خود را از دست می داد، حضور سیاسی و اجتماعی فعال‌تری پیدا می کرد. چنانچه پیش از مشروطیت، بازار حضور سیاسی چندانی نداشت؛ زیرا خود بخشی از حاکمیت و ساخت قدرت بود. ولی هر چه از حاکمیت بیرون رانده شد، این

هنوز این موضوع به فراموشی سپرده نشده است.

مورد دیگر، فشار حکومت بر هیئت‌های مذهبی بود، زیرا رضاشاه یکی از کانون‌های قدرت را همین هیئت‌ها می‌دانست که در واقع جایی بود که در اختیار حکومت و تحت قدرت آن نبود. در الگوی توسعه رضاخان یک نوع سنت‌ستیزی وجود داشت که این، با باورهای روحانیت و بازار در تعارض بود. از طرفی هم به دلیل درآمد نفت - هر چند محدود - دیگر تکیه رضاشاه به لحاظ اقتصادی به بازار نبود. ضمن آن که حکومت رضاشاه این درآمد محدود را صرف کارهای زیربنایی مثل ساختن راه‌آهن، دانشگاه، بانک و غیره می‌کرد. این موارد نه تنها به ضرر بازار نبود، بلکه به نفع بازار هم تمام می‌شد. به این ترتیب، بازار هیچ‌گاه با مشی اقتصادی رضاخان درگیر نبود. آنچه باعث جدایی و دوری دو رکن حکومت و بازار شد، سنت‌ستیزی رضاخان بود.

به اعتقاد من، تنها نیروی اجتماعی که از نظام تشیع - به معنای عرفی آن - همواره دفاع کرده و توان تشکیلاتی هم داشته، بازار است. حتی روحانیت هم تا این حد متشکل نبود، به گونه‌ای که اگر بازار از آن جدا می‌شد، نهاد روحانیت نمی‌توانست یک نیروی اجتماعی مستقل و همه‌جانبه باشد. بازار ایدئولوژی دارد، روابط اجتماعی دارد، تشکل‌های سیاسی - مدنی دارد، سیستم توزیع دارد، مدیریت - از نوع خودش - دارد، دانش اقتصادی و منابع مالی هم دارد. چه تشکل،

جریان اجتماعی و یا نهادی را در ایران می‌توان یافت که جامعیت بازار را داشته باشد؟

در غرب، سرمایه‌داری ممکن است صاحب ایدئولوژی خاصی نباشد و تنها به منافع مادی بیندیشد. ولی بازار در ایران در کنار منافع مالی به سنت‌های شیعه هم اهمیت ویژه می‌دهد و بازاریانی هستند که برای حراست از سنت، حاضرند به منافع اقتصادی هم پشت کنند. رضاشاه با منافع بازار درگیر نشده بود، ولی کینه بازار نسبت به وی عمیق بود و این با تحلیل اقتصادی صرف نمی‌خواند. این که معتقدم اکثریت روشنفکران ما با نگاه از بیرون با بازار برخورد کرده‌اند و نتوانسته‌اند آن را بشناسند به همین دلیل است. این عدم شناخت، همواره آنان را دچار ساده‌اندیشی کرده و هیچ‌گاه نیروی بازار را به عنوان یک نیروی جدی تلقی نکرده‌اند. به این ترتیب همواره در درگیری با بازار شکست خورده‌اند. البته این به معنای آن نیست که این درگیری‌ها روی بازار تأثیری نگذاشته است و یا بازار ضربه نخورده است، ولی به دلیل جامعیتی که داشته، خود را سر پا نگه داشته است. قوام این تشکل ناشی از یک سری مشترکات است. یکی از این مشترکات سنت‌ها و باورها هستند و بازار برای حفظ این سنت‌ها، سرمایه‌گذاری

می‌کند، کارهای خیریه می‌کنند، مدرسه می‌سازند، مدارس می‌کند که در آنها سنت‌ها را به بچه‌ها بیاموزند، اعتقادشان این است که آداب و شعائر مذهبی را حامل محتوای مورد نظر خود می‌دانند. آنها به این اعتقاد خویش بسیار پای‌بند هستند.

پس از رفتن رضاشاه، به دلیل اشغال ایران و حضور متفقین در شهر یور، ۱۳۲۰ بازار تحت فشار و قحطی، منفل بود. قدرتی وجود نداشت تا بازار هم در آن نقشی ایفا کند. ولی به تدریج که حکومت مرکزی قدرت پیدا می‌کند، بازار هم دوران بازسازی خود را آغاز می‌کند. بازار در قالب‌های مختلفی نقش خود را بازی می‌یابد. جریانی از بازار برای حفظ سنت‌ها حرکت می‌کند که محصول آن تشکل‌هایی مثل فدائیان اسلام و ترور کسروی است. در این رهگذر با حکومت پهلوی هم درگیر می‌شود و ما شاهد رادیکال شدن بازار هستیم. فدائیان اسلام در حقیقت تشکیلاتی بود که بدنه اصلی‌اش از بازاریان تشکیل می‌شد.

بازار و نهضت ملی

بازار در جریان نهضت ملی هم حضور فعالی داشت. بسیاری از بازاری‌ها در میتینگ‌های سیاسی شرکت می‌کردند. بازاری‌ها پیرامون تشکل‌ها و شخصیت‌های ملی که آن زمان فعال بودند، حاضر بودند. بازار از نهضت ملی خوب دفاع می‌کرد؛ زیرا آنچه که بازار را در معرض تهدید قرار می‌داد، موضوع نفت بود. نفت را ابزاری می‌دانستند

که در اختیار حکومت و نیروهای خارجی بود و در درازمدت می‌توانست بازار را از چرخه اقتصاد کشور خارج کند. اما اگر همین ابزار از سلطه حکومت وابسته و کلاً از سلطه بیگانگان خارج می‌شد و به دست دولت ملی می‌افتاد، به نفع بازار بود و آینده بازار را تضمین می‌کرد. با این انگیزه، سرنوشت نفت برای بازار بسیار مهم بود. گفته می‌شود پدر مرحوم مهندس بازرگان که از بازاریان سرشناس تبریز - مرکز تجارت خارجی ایران - بود، تلاش فراوانی در جهت گرفتن فتوا از مرحوم آیت‌الله بروجردی برای تأیید مصدق می‌کرد. البته ایشان موفق به گرفتن فتوا نمی‌شود، ولی خود وی مصدق را تأیید می‌کرد. علی‌رغم این انگیزه‌ها، واقعیت این بود که بین جریان سنت‌گرای بازار و جریانی که در هر حال به منافع سیاسی و اقتصادی بازار فکر می‌کرد، تعارض عمیق و ریشه‌ای وجود داشت. جریان سنت‌گرا درک عمیقی از مسئله نفت نداشت، و این جریانی بود که عمدتاً پیرامون آیت‌الله کاشانی گرد آمده بودند و با نهضت ملی همراه بودند. بازاریانی که در اطراف جبهه ملی حضور داشتند، به عمق مسئله نفت بیشتر واقف بودند. به دلیل همین اختلاف درک از مسئله نفت، نهایتاً انشاقی در بازار و در روحانیت پدید آمد و از آن به بعد ما شاهد وجود دو جریان در بازار هستیم: جریان

تنها نیروی اجتماعی که از نظام تشیع - به معنای عرفی آن - همواره دفاع کرده و توان تشکیلاتی هم داشته، بازار است. حتی روحانیت هم تا این حد متشکل نبود، به گونه‌ای که اگر بازار از آن جدا می‌شد، نهاد روحانیت نمی‌توانست یک نیروی اجتماعی مستقل و همه‌جانبه باشد

سنت‌گرا* و جریان مذهبی و ملی، که انگیزه ملی آن قوی بود. اصولاً جریان ملی غیرمذهبی در بازار نمودی نداشته است.

به هر صورت، این انشقاق در جریان نهضت ملی در بازار شکل گرفت و جریان سنت‌گرا که اطراف آیت‌الله کاشانی بودند، به‌نحوی از انحای کودتای ۲۸ مرداد نقش خود را ایفا کردند. تأیید کودتای ۲۸ مرداد توسط این جریان باعث شد که از نظر سیاسی تا مدت‌ها بعد از کودتا، در موضع انفعالی قرار بگیرند و در افکار عمومی بازار منزوی باشند. براساس برخی

آثار منتشرشده، زمانی که بین مصدق و کاشانی اختلاف افتاد، عمدتاً واردکنندگان کالا و تجار بزرگ، اطراف آیت‌الله کاشانی جمع شدند. به نظر می‌رسد که این جریان در آغاز فکر می‌کردند که نفت ملی می‌شود و اینها به‌عنوان یک رکن حکومت، به این منبع مالی عظیم دسترسی خواهند داشت. ولی زمانی که احساس کردند مسئله نفت حل نخواهد شد و مصدق بر سر کار نخواهد ماند، به‌گونه‌ای مسیر خود را عوض کردند. طبیعی است کسانی که انگیزه‌های ملی نداشتند و بیشتر به دنبال منافع خود بودند، به سمتی گرایش پیدا کنند که به زعم آنها می‌توانست بازار را از رکود و بحران نجات دهد. حضور دو جریان در بازار به موازات هم پیش می‌رفت تا این که ۱۵ خرداد ۴۲ پیش آمد و فضای جدیدی را جهت رادیکال‌تر شدن به روی بازار گشود. بدین صورت که در جریان انقلاب سفید، واقعاً لبه تیز حمله در برابر بازار قرار

می‌گرفت. شاه با مشی اقتصادی که در پیش گرفته بود، اولاً تولید کشاورزی و سیستم توزیع و دادوستد را به هم می‌ریخت و ثانیاً سرمایه‌های خارجی را وارد ایران می‌کرد. علاوه بر این، مانند پدرش با سنت‌های بازار و روحانیت هم درگیر شد. به‌عنوان نمونه، موضوع شرکت زنان در انتخابات را مطرح کرد. با سیستم جدید توزیع - مثل تعاونی‌های شهر و روستا - بسیاری از محصولات را از روستا می‌توانست به شهر بیاورد و از شهر به روستا ببرد و در واقع دست و پای بازار را می‌بست. لذا حکومت شاه بازار و روحانیت را یک مانع و عامل مزاحم در راه الگوی توسعه‌ای که در پیش گرفته بود، می‌دانست؛ که این مانع باید به تدریج حذف و یا استحاله می‌شد. طبعاً این روند تأثیر خودش را به‌صورت استحاله بخشی از بازار، به روی بازار گذاشت. بسیاری از بازاریان خودشان را با شرایط جدید تطبیق دادند و نمایندگی شرکت‌های بزرگ خارجی را گرفتند.

عوامل تشکل و ماندگاری بازار

در اینجا لازم است اشاره‌ای به عوامل تشکل و نظم در بازار داشته باشیم تا به علل فشارهایی که حکومت شاه بر بازار می‌آورد، بیشتر پی ببریم. چند عامل در تشکل و نظم بازار همواره مؤثر بوده است:

۱- روابط صنفی بازار؛ بخشی از تشکل و ارتباطات درون بازار از صنوف سرچشمه می‌گیرد.

۲- هیئت‌های مذهبی؛ هیئت‌های مذهبی در بازار ریشه دارند و عامل دورهم جمع شدن و ارتباطات قوی هستند. عامل اتحاد و تأثیرگذاری و حل بسیاری از مسائل و مشکلات، همین هیئت‌ها می‌باشند. هیئت‌هایی در بازار وجود دارند که سابقه آنها به صدسال می‌رسد. مثلاً هیئت خرازی فروش‌ها که در سال گذشته مراسم بزرگداشت صدمین سال تأسیس خود را برگزار کرد. در آن مراسم تنها حدود نیم ساعت اسامی بنیانگذاران و گردانندگان این هیئت که در قید حیات نبودند، قرائت شد. شجره‌نامه تمامی اینها را حفظ کرده‌اند. این هیئت‌ها تشکیلات عظیمی هستند و اعضا بخشی از زندگی‌شان را در هیئت می‌گذرانند و دائماً در برنامه‌های هفتگی یکدیگر را می‌بینند. ضمن آن که بخشی از معارف دینی را هم در آنجا می‌آموزند. فرزندان‌شان در این حوزه آموزش می‌بینند و اولیا ارتباطات خود را با فرزندان خود در این حیطه تنظیم می‌کنند و سامان می‌دهند. در عین حال در این هیئت‌ها بسیاری از مشکلات افراد حل و فصل می‌شود، دادوستدها انجام می‌گیرد و بالاخره بخشی از روابط اقتصادی و اجتماعی و ازدواج‌ها در درون این تشکل انجام می‌شود. لذا هیئت‌ها در بازار واحد تشکیلاتی بسیار تأثیرگذاری هستند.

۳- مراجع تقلید؛ عامل دیگر تشکل در بازار، مراجع تقلید بوده و هستند. به‌خصوص در گذشته، مراجع تقلید نقش ویژه‌ای بازی می‌کردند و با روابط خود می‌توانستند ثبات و امنیت را برای بازاریان تأمین کنند. به‌خصوص تجار بزرگ سعی می‌کردند ارتباط نزدیکی با مراجع داشته باشند، چون این نوع ارتباط امنیت ایجاد می‌کرد. اگر توسط حکومت به یکی از قطب‌های بازار فشار می‌آمد و یا دستگیر می‌شد، دخالت مراجع واقعاً کارساز بود. به‌طور مثال، مراجعه به مرحوم آیت‌الله شریعتمداری برای این‌گونه امور زیاد بود. فرضاً ایشان به رئیس شهربانی پیغام می‌داد و آنها هم ملاحظاتی را در نظر می‌گرفتند. اگرچه قبول هم نداشتند، ولی در هر صورت به توصیه مراجع بی‌توجه نبودند. مرحوم آیت‌الله بروجردی ویژگی ممتازی که داشت - حداقل از نظر بازار - این بود که توانسته بود این روابط را تنظیم کند و استقلال خودش را در بیشتر مواقع حفظ می‌کرد. به شاه هم خیلی رو نمی‌داد، ولی در عین حال تعادل را حفظ کرده بود. شاه هم از قدرت ایشان می‌ترسید. آیت‌الله بروجردی به‌گونه‌ای متعادل اوضاع را پیش می‌برد که حریم روحانیت و تشکیلات روحانیت و بازار و متدینین حفظ بشود. یکی از عوامل شهرت مرحوم بروجردی از نظر بازار این بود که ایشان را آدم سیاستمداری می‌دانستند که می‌دانست

به دلیل همین اختلاف درک از مسئله نفت، نهایتاً انشقاقی در بازار و در روحانیت پدید آمد و از آن به بعد ما شاهد وجود دو جریان در بازار هستیم: جریان "سنت‌گرا" و جریان "مذهبی و ملی"، که انگیزه ملی آن قوی بود. اصولاً جریان ملی غیرمذهبی در بازار نمودی نداشته است

حکومت شاه بازار و روحانیت را یک مانع و عامل مزاحم در راه الگوی توسعه‌ای که در پیش گرفته بود، می‌دانست؛ که این مانع باید به تدریج حذف و یا استحاله می‌شد

یکی از عوامل شهرت مرحوم بروجردی از نظر بازار این بود که ایشان را آدم سیاستمداری می‌دانستند که می‌دانست چگونه باید با شاه برخورد کند که نه حریم خودش شکسته شود و نه تنش ایجاد بکند



چگونه باید با شاه برخورد کند که نه حریم خودش شکسته شود و نه تنش ایجاد بکند. طبعاً کسانی هم که زیر چتر حمایتی مراجع بودند، از امنیت نسبی برخوردار بودند.

حتی پس از انقلاب هم بخش‌هایی از بازار سنتی، در مقابل فشار و تندروی‌های بخش‌هایی از حکومت نسبت به بازار، به برخی مراجع مثل مرحوم آیت‌الله گلپایگانی و یا مرحوم آیت‌الله خویی پناه می‌بردند. در هر صورت، مراجع یکی از عوامل تشکل و جناح‌بندی و تقسیم روابط در بازار بودند؛ "مقلدین مرحوم بروجردی"، "مقلدین مرحوم خوانساری"، "مقلدین آقای ...". این تقسیم‌بندی‌ها به افراد بازار تشخص می‌داد. عوامل تعریف فرد این بود که: "در چه صنفی است"، "با چه هیئتی رفت‌وآمد می‌کند" و "مقلد کیست".

گفتنی است همان‌گونه که روحانیت قطب‌هایی داشت، بازار هم برای خودش قطب‌هایی داشت. عده‌ای از روحانیون و طلاب برای این که مطرح بشوند و وجهه‌ای کسب کنند، سعی می‌کردند با قطب‌های بازار ارتباط برقرار کنند.

۴- امور خیر و عام‌المنفعه؛ یکی دیگر از عوامل تشکل در بازار نهادهای اجتماعی و عام‌المنفعه بود که اینها نیز ریشه‌دار بودند. مثلاً در بازار، سال‌های سال صندوق‌های خیریه و قرض‌الحسنه وجود داشته است، هر چند به صورت امروزی سازمان‌یافته نبود. این نهادهای عام‌المنفعه، حلال بسیاری از مشکلات روزمره توده مردم بودند. قرض‌الحسنه می‌دادند، جهیزیه تهیه می‌کردند، حمام و مسجد می‌ساختند و ... این کارها حتی در قالب هیئت‌ها نیز انجام می‌شد. برخی از این نهادها به امور فرهنگی هم مبادرت می‌ورزیدند. از جمله اطرافیان مرحوم شریعتمداری "دارالتبلیغ" قم را راه‌اندازی کردند که همزمان کارهای خیریه هم انجام می‌داد. مجموعه عوامل فوق‌باعت تشکل، نظم و اقتدار بازار بود. هر زمان که حکومت می‌خواست به هر یک از این عوامل دست‌اندازی کند، در واقع بازار را مورد تعرض و تهدید قرار می‌داد. حکومت شاه با دست گذاشتن روی هر یک از این عوامل، در صدد بود تشکل و بافت و ارتباطات بازار را فرو بپاشد. به طور مثال، صنوف را به بهانه‌های مختلف تحت فشار می‌گذاشتند. این عملکرد حکومت در واقع نقطه مقابل بسترسازی دوران صفویه بود که بازار را در یک نقطه متشکل کرد. وقتی در یک مکان جمع هستند، به طور طبیعی یکدیگر را هر روز می‌بینند، با هم در یک مسجد نماز می‌خوانند و شب‌در هیئت کنار یکدیگر هستند، در حالی که افراد یک گروه سیاسی ممکن است بیش از هفته‌ای یک بار همدیگر را نبینند. نظام اطلاع‌رسانی در بازار بسیار قوی است، ابزار آن رابطه‌چهره به چهره و رابطه‌زبان با زبان است. این ارتباطات آثار و پیامدهای بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد.

زمینه رشد رادیکالیسم در بازار

پس از ۱۵ خرداد ۴۲ که جنگ قدرت اوج گرفت، بازار به سمت رادیکالیسم بیشتر و حمایت از جنبش مسلحانه و برانداز میل پیدا کرد و هر یک از دو جریان موجود در بازار، تشکل مبارزاتی متناسب را پیدا کردند. جریان سنت‌گرا بیشتر از مؤتلفه و تشکل‌هایی نظیر آن حمایت می‌کرد و

این ویژگی فقه سنتی که شریعت و دیانت را در متنی مشخص، مرزبندی و قانونمند کرده است، می‌تواند تشکیلاتی ماندگار مثل بازار به وجود بیاورد

یکی از تشکل‌های مهمی که بعد از نهضت ملی به وجود آمد، انجمن حجّتیّه بود. این تشکل که ارتباط ساختاری عمیق با بازار داشت، در بستر جریان سنتی رشد کرد. این تشکل در دل بازار به وجود آمد و هنوز هم از یکدیگر ارتزاق می‌کنند.

جریان دیگر پیرامون نهضت آزادی و بعدها سازمان مجاهدین خلق جمع شدند. مرحوم امام به دلیل معارضه جدی که با حکومت شاه داشت به تدریج در میان بازاریان جاذبه پیدا کرد، این علاقه بیشتر به خاطر معارضه‌ای بود که بازار با حکومت داشت. حتی کسانی که مقلد مراجع دیگر بودند در جریان انقلاب از امام حمایت می‌کردند و در واقع به لحاظ سیاسی از امام پیروی می‌کردند. بخشی از بازاریان، پس از انقلاب، تقلیدشان را از مراجع دیگر برداشته و مقلد امام شدند. به عنوان مثال بیشتر مقلدین آیت‌الله خوانساری و بخشی از مقلدین آیت‌الله شریعتمداری، به لحاظ سیاسی از امام تبعیت می‌کردند و اعلامیه‌های امام را پخش می‌کردند. در دوره جنگ قدرت نیز بازار در فرازونشیب‌ها، به دلیل عواملی که برشمردیم، توانست انسجام و هویت و تشکل خود را حفظ کند. در حفظ این انسجام درونی، داشتن یک ایدئولوژی مبتنی بر فقه و شریعت، که در واقع یک تلقی و قرائت نظام‌مند و قانونمند از دین است، بسیار کارساز بوده است. این ویژگی فقه سنتی که شریعت و دیانت را در متنی مشخص، مرزبندی و قانونمند کرده است، می‌تواند تشکیلاتی ماندگار مثل بازار به وجود بیاورد. با این پشتوانه ایدئولوژیک، بازار و تشکل‌های وابسته به آن، علاوه بر مدارس دینی و حوزه‌های علمیه، به تأسیس مدارس علوم جدید نیز همت گماشته‌اند که بسیاری از این مدارس - بدون اغراق - از نظر سطح علمی، حرف اول را می‌زنند. تأسیس این مدارس سال‌ها پیش از انقلاب آغاز شد و پس از انقلاب ادامه پیدا کرد.

بازار و انجمن حجّتیّه

پیش از این که به "بازار در دوران قدرت" بپردازیم، لازم است اشاره‌ای مختصر به رابطه بازار و انجمن حجّتیّه داشته باشیم. یکی از تشکل‌های مهمی که بعد از نهضت ملی به وجود آمد، انجمن حجّتیّه بود. این تشکل که ارتباط ساختاری عمیق با بازار داشت، در بستر جریان سنتی رشد کرد. این تشکل در دل بازار به وجود آمد و هنوز هم از یکدیگر ارتزاق می‌کنند. بدون تردید این تشکل، قوی‌ترین تشکل فرهنگی - سیاسی بازار بوده است. بسیاری از جوانان باهوش و تحصیل کرده را جذب کرد و به این دلیل از لحاظ بنیّه علمی نیز بسیار قوی بوده و هست. با این همه توانمندی، آیا ساده‌اندیشانه نیست که روشنفکران ما فکر کنند با چند اعلامیه و تحلیل از بازار، این تشکل ضعیف می‌شود و یا از بین می‌رود؟ این در حالی است که نیروهای رادیکال و انقلابی در جامعه ما کمتر تبدیل به یک نیروی اجتماعی شده‌اند و لذا ماندنی هم نبودند. جریان‌های ملی در این زمینه بیشتر موفق بودند و دلیل آن هم شاید این باشد که اینها با نیروهای اجتماعی از جمله بازار ارتباط بیشتری داشته‌اند. به اعتقاد من، نقشی که بازار در سرکوب حزب توده - با آن قدرت عظیم ثوریک و تشکیلاتی - داشت، رژیم شاه نداشت! کینه‌ای که نسبت به توده‌ای‌ها در بازار بود، نسبت به چریک‌های فدایی که مبارزه مسلحانه با رژیم شاه می‌کردند، نبود. پس از انقلاب هم بازار نقش قابل توجهی در فروپاشی حزب توده داشت. در ادامه بحث به نقش انجمن حجّتیّه اشاره بیشتری خواهیم داشت.

دوران قدرت

پس از انقلاب، بازار با حمایت روحانیت به تدریج وارد صحنه مدیریت



کشور شد و برخی از بازاریان شاخص در کلیه نهادها - سیاسی، نظامی، قضایی و حتی اجرایی - به‌طور چشمگیر و تأثیرگذاری حضور یافتند. این حضور در بعضی عرصه‌ها قوی‌تر و در برخی عرصه‌ها محدودتر بود. در

بعضی از عرصه‌ها کاملاً موفق شدند و در برخی از زمینه‌ها موفقیت نسبی به‌دست آوردند. در مجموع، در میان نیروهای اجتماعی - روشنفکران، تحصیلکرده‌ها، کارگران، دهقانان و... بازار، تأثیرگذارترین نیرویی بود که پس از انقلاب موفق شد در نظام مدیریت کشور جای بگیرد و نقش مورد نظر خود را ایفا کند. هر چند که در ابتدای امر با توجه به مشارکت گسترده افشار روشنفکر و تحصیل کرده، گروه‌های سیاسی فعال در قبل و دوران انقلاب مانند جبهه ملی و نهضت آزادی و روشنفکران مذهبی هم توانستند به موقعیت‌هایی در نظام دست یابند، ولی به تدریج با اتحاد و ائتلافی که بین بازار و روحانیت وجود داشت، و درگیری‌ها و تنش‌هایی که در ابتدای انقلاب بین نیروهای سیاسی که هر کدام خواهان سهم بیشتری از قدرت بودند، در این جنگ قدرت، نهایتاً این بازار بود که توانست سهم بیشتری از قدرت به‌دست بیاورد. نیروهای سیاسی که در جنبش مسلحانه علیه رژیم سلطنتی فعال بودند - مثل مجاهدین خلق و گروه‌های چپ - معتقد بودند که پشتاز مبارزه بوده‌اند و لذا باید سهم اصلی از قدرت به اینها واگذار شود. در مقابل، روحانیت و بازار این گروه‌ها را مستحق چنین سهمی نمی‌دانستند. به این ترتیب، هر دو جریان به کنارزدن یکدیگر از قدرت می‌اندیشیدند.

به هر حال، جناح‌ها در یک جنگ قدرت شرکت کردند و در این جنگ، این بازار و روحانیت بود که پیروز شد؛ زیرا از انسجام و قدرت بیشتری برخوردار بود و مشروعیت بیشتری برای خود ایجاد کرده بود. جریان مقابل هم با برخی چپ‌روی‌ها زمینه‌های حذف خود را بیشتر فراهم کرد.

در اینجا باید به این پرسش پاسخ داده شود که چرا روحانیت و بازار حاضر نشدند به نیروهای دیگری که برای انقلاب جان‌فشانی کرده بودند، سهمی از قدرت را واگذار کنند؟

به‌طور کلی بازار از پیش از انقلاب با جریان روشنفکری و چپ تعارض

داشته است؛ این تعارض یک تعارض سیاسی و ایدئولوژیک بود. جریان روشنفکری چپ در ایران - چه مذهبی و چه غیرمذهبی - همواره در تحلیل‌های خود، بازار را جریان بورژوازی می‌دانسته است. به عبارت دیگر، هیچ‌گاه بازار به‌عنوان یک نیروی خودی تلقی نمی‌شد.

مسعود رجوی حتی مهندس بازرگان را بورژوازی لیبرال می‌دانست و بورژوازی لیبرال هم یعنی نقطه مقابل خلق! حتی نیروهایی که بازار را "بورژوازی ملی" و در کنار خلق می‌دانستند، اتحاد با آن را موقت و محدود تلقی می‌کردند.

در این جنگ قدرت واقعاً طرفین شرکت داشتند. نگاهی به بافت دادستانی‌ها که با مجاهدین درگیر بودند، این مدعا را اثبات می‌کند. نیروهای بازار و مؤتلفه تشکیلاتی بودند که دادستانی انقلاب، به‌خصوص پس از شروع مبارزه مسلحانه گروه‌ها، عمدتاً در دست آنها بود. نتیجه این که چپ‌روی گروه‌های چپ، علاوه بر این که زمینه حذف خودشان را فراهم کرد، باعث حضور بیشتر بازار و تشکل‌های همسو با آن در سطوح مدیریتی نظام و خصوصاً قوه قضائیه شد. در حالی که پیش از شروع فاز مسلحانه، با حضور شخصیت‌هایی نظیر مرحوم بهشتی، رجایی و دیگران تعادل نسبی وجود داشت و کارها کمتر در اختیار آنان بود.

نقاط اشتراک انجمن حجتیه و بازار پس از انقلاب

یکی دیگر از زمینه‌هایی که بازار توسط آن توانست سهم زیادی از قدرت را بگیرد، انجمن حجتیه بود. انجمن حجتیه به‌عنوان یکی از تشکل‌های جوشیده از دل بازار، عضوگیری‌هایش بیشتر از خانواده‌های وابسته به بازار یا روحانیت بود و به لحاظ مالی از بازار ارتزاق می‌کرد. حتی تا این اواخر و تا قبل از فوت مرحوم حاج‌شیخ محمود حلبی، برخی از نزدیکان و مقلدین آیت‌الله خویی وجوهات خود را به‌منظور تقویت بنیه مالی

انجمن برای ایشان می‌فرستادند. برخی از عناصر بسیار شاخص و به‌اصطلاح دانه‌درشت‌های بازار از مقلدین آیت‌الله خویی بودند و از حجتیه حمایت می‌کردند و می‌کنند. به این ترتیب، همواره بین انجمن حجتیه و بازار سنتی یک ارتباط تنگاتنگ، مستحکم و تفکیک‌ناپذیر حاکم بوده

حجتیه تنها تشکیلات منسجم در میان نیروهای سنتی بود که کادرهای تحصیل کرده، باسواد و ثروتمند داشت که تجربه کار تشکیلاتی قوی هم داشتند. اینها به دلیل تجربه و کارایی، توانستند در بسیاری از ارکان نظام نفوذ کنند. نفوذ اینها در هر جا مترادف با نفوذ اهداف و استراتژی بازار بود

یکی از ویژگی‌های انجمن حجتیه - علی‌رغم ملایمت رفتاری اعضای آن - تفکر حذفی این جریان است. به همین دلیل، آدم‌های بسیار بااخلاق و متین و معقول و دوست‌داشتنی، در حوزه اجرا بسیار بی‌رحمانه عمل می‌کنند. اینها با عنوان مبارزه با التقات، بسیاری از نیروهای روشنفکر را از مراکز گوناگون حذف کردند

است. حساسیت‌های مورد نظر بازار سنتی، حساسیت‌های انجمن هم بوده است. نیروهای سنتی همواره نسبت به بهائیت به عنوان تهدید جدی علیه مهدویت و تشیع حساسیت داشته‌اند. انجمن، پیش و پس از انقلاب به

کمونیسم با چشم دشمن نگاه کرده است و این دقیقاً همان چیزی است که بازار سنتی هم به آن معتقد است. ولایت و ضدیت با اهل تسنن از دیگر وجوه مشترک این دو است. انجمن همواره به عنوان جریانی که خواست‌های جریان سنتی را به لحاظ ایدئولوژیک - سیاسی تعریف می‌کرده، مطرح بوده است. اوایل انقلاب، حجتیه در تشدید درگیری بین گروه‌های سیاسی و خط امام و نیروهای سنتی خیلی نقش داشت. مجله "جیح و داد" دائماً به مجاهدین و گروه‌های چپ توهین می‌کرد و آنها را به تمسخر می‌گرفت و تحریک می‌کرد و با این شیوه‌ها کینه آنها را نسبت به نظام تشدید می‌کرد. حجتیه تنها تشکیلات منسجم در میان نیروهای سنتی بود که کادرهای تحصیل کرده، باسواد و ثورسین داشت که تجربه کار تشکیلاتی قوی هم داشتند. اینها به دلیل تجربه و کارایی، توانستند در بسیاری از ارکان نظام نفوذ کنند. نفوذ اینها در هر جا مترادف با نفوذ اهداف و استراتژی بازار بود.

حساسیتی که مرحوم امام ابتدای امر نسبت به حجتیه نشان داد، به این علت بود که متوجه شد علی‌رغم این که اینها به مبانی انقلاب و نظام اعتقادی ندارند، در بسیاری از جاها نفوذ کرده‌اند و واقعاً یک تهدید جدی برای انحراف انقلاب از اهداف و شعارهای خود بودند. البته این نکته ناگفته نماند که نسبت به تک‌تک افراد و اعضای این تشکل در اینجا اظهار نظر نمی‌کنیم، افراد با اخلاق، صالح و صادق در بدنه این تشکل کم نیستند، بلکه بیشتر ارزیابی خط‌مشی کادرهایی است که آگاهانه و غامدانه به منظور نفوذ خط‌مشی خود در جای‌جای نظام نفوذ کردند. جریان کلی این تشکل، جریانی است با اهداف، افکار و

سلیقه‌های مشخصی که آن بدنه را هم در این جهت به خدمت می‌گیرد. یکی از عوامل عدم قاطعیت در نیروهای خط امام و انقلاب برای پیشگیری از توسعه نفوذ حجتیه، فقدان تحلیل واحد در بین این نیروها بوده است؛ یک عده به عناصر حجتیه توجه می‌کنند و می‌گویند اینها بچه‌های خیلی خوبی

هستند. یک عده هم به خط‌مشی حجتیه توجه می‌کنند و می‌گویند این خط‌مشی خیلی خطرناک است؛ به این معنا که با حضور خود در نظام، مسیر انقلاب را عوض می‌کنند و به دلیل آن انسجام و قدرتی که داشتند،

متأسفانه موفق شدند در خیلی از جاها تأثیر بگذارند. از جمله نهادهایی که انجمن در آن نفوذ کرد، نهادهای نظامی و امنیتی بود. آموزش و پرورش یکی دیگر از جاهایی بود که انجمن حجتیه خیلی وسیع در آن حضور پیدا کرد، به این دلیل که از گذشته اعتقاد به مبارزه فرهنگی با مخالفان نشان داشتند. اینها کادرهای بسیار قوی، در امور فرهنگی - هم به لحاظ اخلاقی و هم به لحاظ علمی - دارند. عمده مدارس غیرانتفاعی و مذهبی موفق، تحت مدیریت اینها اداره می‌شوند. با حضور خود در آموزش و پرورش موج تصفیه و حذف راه انداختند. یکی از ویژگی‌های انجمن حجتیه - علی‌رغم ملامت رفتاری اعضای آن - تفکر حذفی این جریان است. به همین دلیل، آدم‌های بسیار با اخلاق و متین و معقول و دوست‌داشتنی، در حوزه اجرا بسیار بی‌رحمانه عمل می‌کنند. اینها با عنوان مبارزه با النقطه، بسیاری از نیروهای روشنفکر را از مراکز گوناگون حذف کردند. وقتی سخن از بازار به میان می‌آید، در ذهن بیشتر روشنفکران ما بدون وقفه، تشکل مؤتلفه متبادر می‌شود. درست است که مؤتلفه نفوذ زیادی دارد، ولی بسیار قوی‌تر، مؤثرتر و پیچیده‌تر و سرتاسری‌تر از آن به لحاظ تشکیلاتی، تشکل حجتیه است. روشنفکران ما از این نیرو غافل‌اند و دائم به نقد مؤتلفه مشغول‌اند و تصور می‌کنند که از این طریق مشکلات جامعه حل می‌شود. در حالی که شاید از بعضی جهات، مؤتلفه با دیگر نیروهای سیاسی انقلاب نقاط اشتراک بیشتری داشته باشد تا انجمن حجتیه. ممکن است برخی از عناصر مؤتلفه به دلیل خصلت‌هایی که در بازار و محیط کار پیدا کرده‌اند، برای ما خیلی جذاب نباشند و در عوض عناصر حجتیه به دلیل داشتن ابعاد فرهنگی، جذاب‌تر باشند، ولی به لحاظ سیاسی، مؤتلفه به جریان‌ها و عناصر مبارز نزدیک‌ترند.

خطای استراتژیک بازار در دوران قدرت

بازار، پس از انقلاب از مدار تقسیم کاری که در گذشته وجود داشت،

بازار، پس از انقلاب از مدار تقسیم کاری که در گذشته وجود داشت، خارج شد و به عنوان یک نیروی سیاسی - اجتماعی، نقش و جایگاه واقعی و طبیعی خودش را درست ارزیابی نکرد و پا را از جایگاه واقعی خویش فراتر نهاد و همانند دیگر نیروهای سیاسی در مسیر توسعه طلبی افتاد

آنچه از آن به عنوان "دوران اوج قدرت" یاد می‌کنیم، پروسه‌ای بود که به تدریج محقق شد و این‌گونه نبود که از همان آغاز پیروزی انقلاب، همهٔ مصادر در دست بازار باشد، ولی با مقاومت‌هایی که جریان سنتی بازار از خود نشان داد - به دلیل انسجامی که پیشتر عنوان شد - این پروسه کامل شد

خارج شد و به عنوان یک نیروی سیاسی - اجتماعی، نقش و جایگاه واقعی و طبیعی خودش را درست ارزیابی نکرد و پا را از جایگاه واقعی خویش فراتر نهاد و همانند دیگر نیروهای سیاسی در مسیر توسعه طلبی افتاد. این روند باعث شد که بازاریان در جاهایی حضور پیدا کردند که سختی با تعریف و جایگاه بازار نداشت. از طریق ارتباطها و نفوذی که داشتند، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی را در دست گرفتند - مثل بنیاد جانبازان و مستضعفان - بنیادهای مختلف اقتصادی را با نام ائمه معصومین (ع) و نامگذاری‌های مقدس شکل دادند. با تشکیل سازمانی به نام "سازمان اقتصاد اسلامی"، به توسعه صندوق‌های قرض الحسنه پرداختند و به صورت یک جریان موازی با بانکداری کشور درآمدند. شاید یکی از علت‌های این کار، مقاومت‌هایی بود که خط امام در مقابل جریان سنتی و بازار از خود نشان می‌داد. اینها احساس کردند که حداقل تا زمانی که امام در قید حیات است، نمی‌توانند مدیریت دولت را در دست بگیرند، لذا صندوق‌های قرض الحسنه را به صورت یک بنگاه مالی عظیم سامان دادند.

بازار و قانون اساسی

جوی که در ابتدای انقلاب وجود داشت محصول تفکر سنتی نبود، محصول یک تفکر انقلابی بود که بخش‌هایی از بازار هم در آن مشارکت داشتند. طبیعی بود که این جو انقلابی بر فضای تدوین قانون اساسی هم حاکم باشد و لذا در قانون اساسی بخش خصوصی با اقتصاد بازار پس از بخش دولتی و بخش تعاونی در رتبه سوم قرار گرفت. اتفاقاً امام با شناختی که از لایه‌های عمیق روحانیت

و مرجعیت در مقطع خودش داشت، می‌دانست که اگر جو انقلاب فروکش کند و به اصطلاح آب‌ها از آسیاب بیفتند، چیزی که ته‌نشین می‌شود، با شعارها و دستاوردهای انقلاب خیلی فاصله خواهد داشت. با همین استدلال، ایشان اصرار بر تدوین هر چه زودتر قانون اساسی داشت. لذا در بخش‌های اقتصادی قانون اساسی بیشتر اندیشه‌های امام، آیت‌الله منتظری، مرحوم بهشتی و جریان‌های چپ مذهبی به چشم می‌خورد. اگر سه - چهار سال بعد قانون اساسی نوشته می‌شد، جای آنها کاملاً عوض می‌شد. چنانچه عملاً مشاهده می‌شود که در برابر اجرای اصول اقتصادی قانون اساسی همواره مقاومت جدی شده است و تا حدود زیادی هم موفق بوده‌اند و یا حتی به هنگام اجرا، مسیر را عوض کرده‌اند؛ مثلاً به جای تعاونی‌ها، اغلب، اصناف که خود زاینده روابط بازار بودند، توزیع را در دست گرفتند. بنابراین آنچه از آن به عنوان "دوران اوج قدرت" یاد می‌کنیم، پروسه‌ای بود که به تدریج محقق شد و این گونه نبود که از همان آغاز

پیروزی انقلاب، همه مصادرات در دست بازار باشد، ولی با مقاومت‌هایی که جریان سنتی بازار از خود نشان داد - به دلیل انسجامی که بیشتر عنوان شد - این پروسه کامل شد.

همان گونه که اشاره شد، هر نیروی اجتماعی براساس ضرورت‌هایی شکل می‌گیرد و براساس همان ضرورت‌ها بقا پیدا می‌کند. این نیرو و هرگاه نسبت به جایگاه واقعی خویش بی‌توجه شود، ضربه پذیر می‌گردد. بازار نیز از این قاعده مستثنا نیست. چه بسا که بتوان شکست رقیب اصلی آقای خاتمی در انتخابات خرداد ۷۶ را هم در حمایت گسترده بازار از ایشان ارزیابی کرد. زیرا مردم احساس می‌کردند که جناح بازار برای تصرف قدرت اجرایی و به عبارتی "دولت" خیز برداشته است. بازار در جامعه ایران، همواره به عنوان یک واقعیت تاریخی نمود داشته است. بازاریان که حاملان سنت‌های مذهبی و ملی جامعه قلمداد می‌شده‌اند، در انجام خدمات فرهنگی و اقتصادی و... موفقیت‌های بزرگی کسب کرده‌اند. وارد شدن در همه ارکان قدرت سیاسی - اقتصادی این سوابق را خدشه دار می‌کرد و ضرورت وجودی یک بازار مشکل و منسجم را زیر سؤال می‌برد. شاید هم با تلقی این که "سیاست ما عین دیانت ماست" به خود حق می‌دهند که در همه امور و نهادها دخالت کنند در حالی که این تلقی نادرست و غیرمنطقی از این شعار است. این دخالت‌ها فراتر از اظهار نظر بود. اظهار نظر در مورد تمامی امور، به تنهایی ایرادی ندارد. ولی مدیریت بدون علم، تجربه و تخصص کافی و دخالت‌های ریز و درشت، ضرورت وجودی یک نیروی اجتماعی را زیر سؤال می‌برد. وقتی تقسیم کار اجتماعی به هم خورد، نظام اجتماعی هم دچار مشکل می‌شود.

حضور تمامیت‌خواهانه بازاریان در ارکان قدرت و نهادها و... باعث رواج شیوه‌هایی شد که مختص بازار بود. آنها با این حضور، شیوه‌هایی را به نظام منتقل کردند که امروز شاهد خسران فراوان از جانب آنها هستیم. شیوه تاجر مسلکی، دلالی و منفعت طلبی صرف، در بخشی از مسئولین کشور و در قوای مختلف رشد کرده است. سازمان‌ها و نهادها دنبال این هستند که بودجه بگیرند و برونند ساختمان بخرند یا حتی ساختمان سازی کنند زیرا ساختمان گران می‌شود! بودجه بگیرند و با آن ماشین وارد کنند، و با زمین بگیرند و با قیمت بالا بفروشند! و... .

در دولت‌های مختلفی که پس از انقلاب روی کار آمد این شیوه‌ها کم و بیش وجود داشت. برای مثال، دادن مجوز واردات شکر و سیگار و... به این ارگان و آن نهاد و آن بنگاه و... با این استدلال که خودگردان شوند - باعث

عده‌ای در پروژه اصلاحات به حذف بازار فکر می‌کنند، دقیقاً همان اشتباهی که بازار مرتکب شد

ما در جامعه، به نیروی روشنفکر، دانشگاهی، روحانی، بازاری و... احتیاج داریم، منتها جای هر کدام را باید درست تعریف کنیم و خطایی را که بخشی از بازار و روحانیت در عدم تعریف از خود و دیگر نیروها مرتکب شدند، تکرار نکنیم

شد که همه تاجر مسلک بشوند و به شدت مادی فکر کنند. بینش دلالی و منفعت طلبی و تاجر مسلکی جای فکر و اندیشه تولید و سازندگی را گرفته است و حتی سازمان‌هایی که می‌بایست به کار فرهنگی و تبلیغ دین و اندیشه پردازند، به دلالی و تجارت و کسب درآمدهای بسیار سرسام‌آور روی آورده‌اند. آیا علت عمده گسترش فقر و فساد و تبعیض را نباید در چنین نگرشی جست‌وجو کرد؟ اگر بنیاد عظیمی مثل بنیاد مستضعفان و جانبازان، با این تفکر و نگرش اداره شود، آیا تمام دستاوردها را ویران نخواهد کرد؟ این تفکر اصلاً نمی‌تواند به منافع ملی بیندیشد. نمی‌تواند بفهمد که وقتی تولید را به دلیل عدم سوددهی کافی تضعیف می‌کند، دلالی را رواج می‌دهد، این یعنی فقر و فساد! بسیاری از این مدیریت‌ها که تجربه اقتصاد کلان را نداشته‌اند، نهایتاً مملکت را با معضلات کنونی روبه‌رو کرده‌اند و این وضع پیامد این نوع نگرش نسبت به اقتصاد است. بازار غالباً در بخش تولید فعال نبوده است و نسبت به اقتصاد نگاه تولیدی ندارد و بیشتر در بخش توزیع فعال بوده است. وقتی اینها یکباره و بیش از حد قدرت پیدا کنند و مدیریت کلان را در دست بگیرند، وضع این می‌شود که در حال حاضر شاهد آن هستیم. در واگذاری کارخانجات به بخش خصوصی، بسیاری از تجار و بازاری‌ها این کارخانه‌ها را خریدند و دستگاه‌ها و زمین آن را فروختند و یا بساز و بفروشی راه انداختند! خصوصی سازی در بسیاری از کشورها ایزاری است برای توسعه تولید، برای این که کارخانجات را فعال کنند، ولی با کمال تأسف در کشور ما ایزاری برای انهدام تولید بود. ما انتظار نداشته باشیم که بازاریان تفکر رشد صنعتی و تولیدی داشته باشند، بلکه باید از آنها انتظار توزیع خوب را داشته باشیم.

امروزه می‌بینیم که جامعه نگاه منفی به بازار دارد، حتی گاهی در حد کینه و نفرت. در خود بازار نیز، بدنه بازار نسبت به نیروهای شاخصی که در بازار بودند و در قدرت مشارکت کردند، بدبین شده‌اند و آن جایگاه طبیعی و مثبت خود را از دست داده‌اند. روحانیت هم اگر جایگاه طبیعی و تقسیم کار اجتماعی را رها نمی‌کرد، امروزه می‌توانست مرجع و ملجأ جوانانی باشد که صدها سؤال آنان نسبت به دین بی‌پاسخ مانده است. پیش از انقلاب جوانان سیاسی و فعال، به روحانیون اندیشمندی دسترسی داشتند که می‌توانستند پای منبر آنان بنشینند؛ طالقانی، مطهری، بهشتی و ... آیا امروز این خلأ وجود ندارد؟ برخی از دلسوزان انقلاب، همان اوایل این اخطار را دادند که هر نیروی اجتماعی ظرفیتی دارد.

نگاه اصلاح طلبان به بازار

جریان اصلاح طلبی در واقع واکنشی است به این گونه رفتارها و سیر قدرت‌گیری جریان سنتی و بازار، و درحقیقت بازگشت به یک سری ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب و اصول قانون اساسی که در جامعه، جامه عمل نپوشیده است. حالا با چنین بازاری چه باید کرد؟ در هر صورت با روند طی شده، هم بازار و هم مجموعه جامعه با یک سری بحران‌ها روبه‌رو گردیده است. آیا چاره و راه حلی برای برون رفت از این بحران وجود دارد؟ عده‌ای در پروژه اصلاحات به حذف بازار فکر می‌کنند، دقیقاً همان اشتباهی که بازار مرتکب شد. عده‌ای از اصلاح طلبان معتقدند باید خود تمام نظام را به دست بگیرند، این عده نسبت به جریان‌های سنتی دید مثبتی

ندارند و معتقدند که سنتی‌ها باید کنار بروند و اصلاحات در همه شؤون شکل بگیرد. برای برخورد با این نگرش، باید بازتعریفی از اصلاحات داشته باشیم. این تفکر که ما بخواهیم یک نیروی اجتماعی را حذف کنیم، تفکر اصلاح طلبانه نیست. اگر تصور می‌شود که با یکدست شدن، کشور به سرانجام خوبی می‌رسد، تصور درستی نیست و اصلاً مملکت یک‌دست و جامعه یک‌دست وجود ندارد و خداوند نیز هرگز این گونه اراده نکرده است. هر جامعه‌ای محصول و فرایند نیروهایی است که در عین وحدت، با هم تضاد هم دارند. اندیشیدن به حذف دیگران، اصلاً تفکر غیر توحیدی است. ما چون آن احاطه و علم الهی را نسبت به هستی - چه در طبیعت و چه در جامعه - نداریم، به تمام کارکرد هر نیرویی واقف نیستیم. فکر می‌کنیم که اگر فلان نیرو نباشد، ما به سعادت می‌رسیم. حتی وجود شیطان هم به نوعی برای هدایت بشر لازم است و اگر لازم نبود، خداوند او را خلق نمی‌کرد. مشیت و خلقت خدا براساس حکمت است. نیروهایی هم که در یک جامعه تبلور پیدا می‌کنند و به وجود می‌آیند و به صورت پایدار - نه به صورت مقطعی و کاذب - براساس ضرورت‌ها و مصلحت‌هایی شکل گرفته‌اند؛ اینها وجودشان کارکرد مثبت دارد. ما باید کارکرد مثبت و جایگاه واقعی آنها را کشف کنیم. ما در جامعه، به نیروی روشنفکر، دانشگاهی، روحانی، بازاری و ... احتیاج داریم، منتها جای هر کدام را باید درست تعریف کنیم و خطایی را که (بخشی از) بازار و روحانیت در عدم تعریف از خود و دیگر نیروها مرتکب شدند، تکرار نکنیم.

نتیجه این که اگر نسبت به بازار و جریان سنتی نگاه غیر واقع بینانه داشته باشیم و تصور کنیم که اینها وجودشان مانع اصلاحات است، مانع تکامل جامعه شده‌ایم. ما در این جامعه، به بازار و دیگر نیروهایی که به سنت‌ها وفادار باشند احتیاج داریم. ما اگر همدیگر را به خاطر اختلاف نظرهایمان تحمل نکنیم، بی‌دینی، لابی‌لگیری و ولننگاری رواج پیدا می‌کند. این ولننگاری محصول عملکرد دو جناح است، دو جناحی که به حذف یکدیگر فکر می‌کنند. اگر این دو جناح به تعامل درست و اصولی و تقسیم کار مناسب فکر کنند، بحران‌های اجتماعی ما قابل حل خواهد بود؛ یعنی بازار برگردد به جایگاه اصلی خودش، روحانیت به جایگاه و رسالت خودش، اصلاح طلب و دانشگاهی نیز در جایگاه خودش. اینها همه، با محوریت قانون اساسی که یک میثاق ملی است، می‌توانند بحران بازار، بحران روحانیت و بحران اصلاح طلب‌ها را هم حل کنند.

والسلام