

مطالعات ایران، ج ۳۹، ش ۳، (سپتامبر ۲۰۰۶)، صص ۴۱۴-۴۰۱.

سرکوب دولت در بازار ایران، ۱۳۵۴-۱۳۵۶: طرح مبارزه با گران‌فروشی و

انقلاب قریب‌الوقوع

نیما مظاهریⁱ

ترجمه: مرتضی ویسی

چکیده: این مقالهⁱⁱ به بررسی سرکوب بازار به‌وسیله دولت، در طول اجرای طرح مبارزه با گران‌فروشی، در سال‌های ۱۳۵۴-۱۳۵۶ می‌پردازد. درحالی‌که بسیاری معتقدند مبارزه با گران‌فروشی خود به آغاز بسیج انقلابی بازار کمک کرد، اما این مقاله بر این باور است که محققان همچنین باید این نکته را در نظر بگیرند که طرح مبارزه با گران‌فروشی در کل به تقویت حمایت مردم از جنبش انقلابی کمک کرد. با توجه به پیوندهای عمیق بازار با طبقات متوسط و فرودست جامعه ایران و همچنین جایگاهشان به‌عنوان «فشارسنج اقتصاد»ⁱⁱⁱ کشور، این مقاله نظریه‌ای ارائه می‌کند بر این مبنا که طرح مبارزه با گران‌فروشی

i Mazaheri, Nimah, "State repression in the Iranian bazaar, 1975-1977: The anti-profiteering campaign and an impending revolution", *Iranian Studies*, volume 39, number 3, September 2006, pp: 401-414.

نیما مظاهری دانشجوی دکتری در دانشکده علوم سیاسی در دانشگاه واشنگتن، در سیاتل است. او از آرنک کشاورزیان، اصغر خراسانی، الیزابت کایر Elizabeth Kier، عزه سلامه-لاتون Azza Salaama-Layton، مایکل مکینتایر Michael McIntyr، جاگو سالمون Jago Salmon، مایکل تیلور Michael Taylor، مردیس ویس Meredith Weiss و فردی که آن را بازنگری کرده، برای کمک‌هایشان به هنگام تنظیم پیش‌نویس مقاله تشکر می‌کند.

ii طبیعی است که نویسندگان از منظر خود به موضوع پرداخته است، بنابراین نگاهی آزاد دارد، اما پژوهش او درخور توجه است. م.

iii economic barometer

در ایجاد نارضایتی مردم علیه رژیم پیشین در دوران منتهی به انقلاب ۱۳۵۷، نقش داشته است.

مقدمه

در سال‌های ۱۳۵۴ تا ۱۳۵۶، دولت ایران به قصد تلاش برای مهار سریع تورم فزاینده یک طرح ضربتی کنترل قیمت را در میان طبقات تجاری سنتی کشور - که عموماً بانام «بازار»^۱ شناخته می‌شود- اجرا کرد. این طرح، در ابعاد اقتصادی شکست خورد و علاوه بر آن تبعات سیاسی شدیدی برای رژیم محمدرضا شاه پهلوی (سلطنت ۱۳۲۰-۱۳۵۷ ش) در پی داشت. با گسترش حملات خشونت‌آمیز دولت به بازار، بسیاری از ثروتمندان و تجار صاحب نفوذ در گروه‌های پر قدرت اجتماعی را خشمگین کرد. این رویداد در کنار جلب توجه عموم مردم به ناتوانی دولت ایران در مدیریت درست مسائل اقتصادی، به آغاز قیام‌های طولانی در میان اجتماعات بازاری ایران کمک کرد و به‌طور مستقیم در براندازی رژیم شاه در سال ۱۳۵۷ سهم داشت.

اگرچه ژولیان دونو^۱ بعدها از طرح مبارزه با گران‌فروشی به‌عنوان «مهم‌ترین عامل تسریع‌کننده بسیج بازاری‌ها علیه رژیم»^۲ یاد می‌کند، در آثار مرتبط با انقلاب ایران قضیه مبارزه با گران‌فروشی یا به‌طور کامل به فراموشی سپرده‌شده یا به‌طور پراکنده اشاراتی بدان شده است. با توجه به اهمیتی که این موضوع می‌تواند در پاسخ به مسائل مهم تاریخ ایران و مطالعه انقلاب‌های اجتماعی

i Guilain Denoeux

داشته باشد، چرا مبارزه با گران‌فروشی چنین مورد بی‌توجهی قرار گرفته است؟ بخشی از آن، به واسطه نبود درک کلی از نقش بازار در قیام ۵۷-۱۳۵۶ است،^۳ و نیز اینکه من فکر می‌کنم تأثیری که مبارزه با گران‌فروشی بر بخش بزرگی از مردم ایران به‌طور کلی گذاشت، کمتر از آنچه باید ارزیابی شده است. در ادامه این مقاله، تلاش می‌کنم علل و نتایج مبارزه با گران‌فروشی و همچنین اهمیت تأثیر این رویداد بر ارزیابی مردم از رژیم و به دنبالش حمایت آن‌ها از انقلاب را روشن کنم.

رابطه بازار و دولت

رابرت لونی^۱ عنوان می‌کند مبارزه با گران‌فروشی: «بذر خشم و بی‌اعتمادی را در بین بازاریان نسبت به دولت کاشت»،^۴ اما آنچه درباره این واقعه خاص اهمیت دارد دانستن این نکته است که این اولین مواجهه خشونت‌بار بازار و دولت در تاریخ ایران نبوده است. از حدود دهه ۱۸۵۰ م [آغاز دوره ناصری] به این سو، دولت و بازار بر سر کنترل تجارت ایران درگیر بوده‌اند و چندین بار این درگیری‌ها منجر به دستگیری، تهاجم به بازار و اعتراضات توده‌ای شده است.^۵ اما در کل، نیازهای اقتصاد ملی متمایل به رفع تنش‌ها بین دولت و بازار بود و دو گروه تلاش کردند روابطی را حفظ کنند که یک بازاری قدیمی نزد من از آن با عنوان «همکاری»ⁱⁱ نام برد. این امر دست‌کم در سطح سرآمدان بازار که

i R.E. Looney

ii Cooperative

تصمیمات مهم را اتخاذ می‌کردند، انجام می‌گرفت. اگرچه دهه ۱۳۴۰ آغاز دورانی بود که شاه آشکارا اعلام می‌کرد که هدفش حذف و جایگزین کردن این گروه با تعاونی‌ها، بانک‌ها، سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای است،^۷ اما در روزگار پیشامدرن ایران، بازاریان^۸ عموماً از تسلط بی‌قید و شرط دولت جلوگیری می‌کردند. به‌طور مشخص، دولت به دنبال کنترل فعالیت‌های اقتصادی بازار در قالب تنظیم مقررات صادرات و واردات، محدود کردن اعتبار و تثبیت قیمت‌ها عمل می‌کرد، اما پیش از دهه ۱۳۴۰ تا حد زیادی اقدامات پیرامونی دولت برای تسلط کامل بر بازار بی‌حاصل بود.

در نگاه نخست، این امر به‌واسطه این واقعیت بود که بازاریان هزاران سال استقلال نسبی از دخالت‌های دولت را تجربه کرده بودند و در نتیجه برای دولت بسیار سخت بود که به بازار فشار بیاورد تا به قوانین سخت‌گیرانه دولتی تن دهد. علاوه بر این، فشار آوردن به بازار به لحاظ سیاسی برای دولت مشکلاتی در پی داشت چراکه بازاریان قادر بودند فعالیت‌های مخالف رژیم را بسیج کنند و در نهایت دولت را مجبور به تعدیل سیاست خود کنند، همچنان که در واقعه تنباکو (۱۸۹۰-۹۲ م/ ۱۳۰۷-۹ ق) اتفاق افتاد.^۸ علاوه بر این، تراکم شبکه‌های تجاری میان کارآفرینان بازار در سراسر کشور هر یک از بازاریان را با دیگری در سطوح اقتصادی مرتبط می‌ساخت - به این ترتیب، هرگونه حمله به یک بازاری سرشناس ممکن بود واکنش صدها و حتی هزاران نفر را به همراه داشته باشد. و

i bazaar community/communities

در نهایت اینکه، مخالفت با بازار سیاست کاملاً نادرستی بود چراکه سلامت عمومی اقتصاد به طور قابل توجهی در گرو حفظ رضایت این بخش از مردم و توان تولید آن‌ها بود.

در حالی که یک رهبر محتاط می‌باید از تاریخ درس گرفته و محدودیت کمتری برای این گروه ایجاد می‌کرد، اما شاه به این «رابطه کاری» با بازار اعتنا نکرد و از روش‌های ظالمانه، برای کنترل قیمت کالاهای بازار، در زمان اجرای طرح مبارزه با گران‌فروشی در سال‌های ۵۶-۱۳۵۴، استفاده کرد. اما برخلاف سیاست‌های نامحبوب اقتصادی که ممکن است در روزهای اولیه یک حکومت انقلابی تحمل شود- همان‌گونه که کنترل قیمت دقیقی بر کشاورزان در ایالات متحده تازه مستقل شده در دهه ۱۷۷۰ م تصویب شد^۹- حمله شاه به بازار صرفاً نشان‌دهنده ناتوانی دولت او در برخورد مؤثر با مسائل اقتصادی بود. در نتیجه توجه مردم جلب شد. اما شاه برخلاف هم‌تایان آمریکایی خود، به شدت از نتایج این اقدام آسیب دید.

تولد رستاخیز

اگرچه مبارزه با گران‌فروشی نشان‌دهنده تصمیم قاطع (و آخر) دولت در برخورد با بازار بود، اما اهمیت این رویداد در این بود که نارضایتی تمام مردم ایران را تشدید کرد که بار دیگر شاهد شکست سیاست‌های شاه و سبک میلیتاریستی حکومت او بودند. محبوبیتی که شاه در اوایل دهه ۱۳۴۰ کسب کرده

بود به واسطه عواملی همچون فساد گسترده، اتلاف عظیم منابع دولتی، هزینه‌های دفاعی بیش از اندازه، در اوایل دهه ۱۳۵۰ بر باد رفت و ماهیت شخصیت ستمگر و کج‌پندارگونه^۱ شاه را بیش از هر زمان دیگر برای مردم آشکار کرد. در سال ۱۳۵۳، شاه با درک این تضعیف حمایت مردمی، به این باور رسید که ایجاد برخی تغییرات ضروری است. درحالی‌که دولت به لحاظ سیاسی در یک سیستم دوحزبی بانام‌های «مردم» و «ایران نوین» عمل می‌کرد، در ۱۱ اسفند ۱۳۵۳ شاه این دو حزب را منحل و حزب رستاخیز را تأسیس کرد تا راهی برای ایجاد یک حزب سیاسی «مشروع» برای پنهان کردن سبک فاشیستی حکومت او باشد که روزبه‌روز بدتر می‌شد.^{۱۱} هم‌زمان، از حزب رستاخیز انتظار می‌رفت قدرت سیاسی کشور را در حلقه شاه تثبیت کند و همچنین با ظهور مخالفت از سوی مردم ایران مقابله کند.

رستاخیز با گنجاندن توأمان عناصر کاپیتالیستی و سوسیالیستی در عقاید خود به دنبال جذب طیف گسترده‌تری از مردم بود، اما در واقعیت، از آنجاکه عضویت در حزب رستاخیز برای همه ایرانیان اجباری اعلام شده بود، تفاوت‌های جزئی ایدئولوژیک که این حزب مدعی آن بود، اهمیت چندانی نداشت. شاه بر کسانی که از عضویت در حزب امتناع می‌کردند، برچسب «خیانت‌کار» می‌زد و او برای این افراد دو انتخاب را پیش رو نهاد: یا به زندان بروند و یا با گذرنامه رایگان ایران را فوراً ترک کنند.^{۱۱} اگرچه ایدئولوگ‌های حزب رستاخیز، کار شاه در

i paranoia-driven

تأسیس نظام تک‌حزبی را تحسین می‌کردند و ادعا می‌کردند با این کار «یک رابطه ارگانیک با توده‌ها»^{۱۲} ایجاد شده است، اما نصیحت شاه به مخالفان در میان بسیاری از مردم کم‌کم احساس عمیقی از هراس نسبت به سرشت سرکوبگر رژیم به وجود آورد و کمبود وجوه دموکراتیک حکومت پهلوی را برجسته کرد. دخالت مستقیم شاه در یک حزب سیاسی نشان داد که هیچ نوع مخالفتی تحمل نخواهد شد، ماروین زونیس در این باره عنوان می‌کند که حزب رستاخیز «بسیاری از ایرانیان را متقاعد کرد که او [شاه] کاملاً به حکومت مشروطه پشت کرده و حالا خود را یک دیکتاتور می‌بیند»^{۱۳}

تأسیس حزب رستاخیز عواقب جدی برای بازار به همراه داشت. نخست آنکه، شاه، شعبه‌های رسمی رستاخیز را به سرعت در بازار تأسیس و بازاریان را مجبور کرد به حزب کمک مالی کنند. این موضوع بدین معنی بود که حتی بازاریان سرکشی هم که قبلاً فعالیت‌های ضد رژیم داشتند می‌باید وفاداری خود را به حزب رستاخیز نشان می‌دادند. با مجبور کردن همه بازاریان به واگذار کردن میدان به حزب، دلخواه شاه این بود که پایگاه قدرت بازار را مختل کند، کنترل مستقیم بیشتری بر تصمیم‌گیرندگان بازار داشته باشد و آنها را در زمره آدم‌های رژیم قرار دهد. دوم آنکه، رژیم با استفاده از حزب رستاخیز استقلال اصناف بازار را از بین برد و به جای آنها یک نظام همسوتر با منافع رژیم قرارداد. اصناف - که پیش‌ازین به‌عنوان ابزاری حمایتی علیه دخالت دولت عمل می‌کردند، باعث به هم پیوستن بخش‌های منفرد بازار شده و برای بسیاری از

بازاری‌های بانفوذ قدرت سیاسی ایجاد می‌کردند- اکنون در قالب یک سیستم صنفی جدید، شکلی دیگر یافته و با عنوان اتاق بازرگانی عمل می‌کردند که اغلب یک غیر بازاری در رأس آن قرار می‌گرفت.^{۱۴} قطعاً با اینکه تسلط دولت بر اصناف بازار به‌طور فزاینده از زمان رضاشاه پهلوی (سلطنت ۲۰-۱۳۰۴ ش) اعمال شده بود،^{۱۵} اما اصناف دولتی جدید تحت نظارت ساواک، سرویس مخفی محمدرضاشاه قرار داشتند که به قتل و شکنجه مکرر مخالفان سیاسی مشهور بود. و سرانجام، شاه یک دادگاه اتاق اصناف - «نگهبان»^۱ حزب رستاخیز در بازار^{۱۶} - تأسیس کرد که درباره اتهامات دولت علیه کارآفرینان و مغازه‌داران، جریمه‌های مالیاتی و اجرای احکام زندان و تبعید علیه تاجران داوری می‌کرد که در طرح مبارزه با گران‌فروشی پیش رو گناهکار شناخته می‌شدند.^{۱۷}

تحریک اقتصادی - تورم ایران و تهاجم شاه

زمانی که حزب رستاخیز در صحنه سیاسی ایران در سال ۱۳۵۴ تثبیت شد، در همان زمان، کشور به‌واسطه جهش سریع تورم یک تحول اقتصادی را تجربه می‌کرد: قیمت‌های خرده‌فروشی از شاخص هفتادوپنج در سال ۱۳۵۱ به ۱۰۰ در سال ۱۳۵۳ و ۱۲۰ در سال ۱۳۵۵ افزایش یافتند.^{۱۸} اگرچه در آثار موجود توضیحات گوناگونی درباره علل سطوح تورم مسئله‌دار در این دوره ارائه شده است، اما محرک‌های اصلی را می‌توان در ناکامی در تولیدات کشاورزی برای پاسخ گفتن به نیازهای جمعیت کشور و همچنین «سرازیر شدن میلیاردها درآمد

سرشار نفت در پروژه‌های جاه‌طلبانه توسعه» دانست.^{۱۹} و قطعاً، این علت دوم بود که تبدیل به بحران شد. در سال ۱۳۵۳، پس از تحریم نفتی، درآمدهای نفتی ایران چهار برابر شد، عکس‌العمل دولت نسبت به این واقعه افزایش سه برابری سرمایه‌گذاری در توسعه و افزایش عرضه پول ملی به بیش از شصت درصد بود.^{۲۰} اما در سال ۱۳۵۴ شدت جریان دلارهای نفتی متوقف شد. اما بدون تعدیل هزینه‌های دولت و جلوگیری از گسترش نقدینگی، تورم افسارگسیخته به وجود آمد.

شهری سازی گسترده کمبودهایی را در شهرها ایجاد کرد و همین خود یکی از نخستین دلایل بالا رفتن قیمت‌های ارزاق و مسکن در نواحی شهری ایران شد. شاخص هزینه زندگی بین سال‌های ۱۳۴۹ تا ۱۳۵۳ از ۱۰۰ به ۱۲۶ و در سال ۱۳۵۴ به ۱۶۰ رسید و این روند رو به رشد ادامه داشت به نحوی که در سال ۱۳۵۵ به ۱۹۰ هم رسید و اجاره‌بها در مناطق مسکونی تهران بین سال‌های ۱۳۵۵-۱۳۵۰، ۳۰۰ درصد افزایش یافت. این افزایش در مرکز شهر تهران شتاب بیشتری داشت.^{۲۱} علی‌رغم این واقعیت که دستمزدها در اواخر نیمه دوم دهه ۱۳۵۰ افزایش یافت، افزایش سریع تورم، افزایش کمبود کالاهای اساسی و موج افزایش قیمت مسکن نیز شدیدتر شد. اگرچه این وضعیت راه، در این مقطع نمی‌توان یک بحران توصیف کرد، اما خطرات اقتصادی که برای آزار مردم در حال ظهور بودند به ندرت فزاینده آن‌ها از حکومت شاه افزودند.

نخستین پاسخ علنی شاه به تورم در یک مصاحبه تلویزیون ملی در مرداد ۱۳۵۴ روی داد و او «قیمت‌گذاری ناعادلانه» از سوی بازار را تقبیح کرد و علیه «استثمار انسان به دست انسان» سخن گفت. او قول داد نرخ تورم را تا سال ۱۳۵۵ «ان‌شاءالله به صفر» برساند و بلافاصله قیمت هزاران کالا و خدمات را در حکمی به سطح قیمت سال ۱۳۵۳ (پیش از شکوفایی نفتی) بازگرداند.^{۲۲} علاوه بر این، رژیم شروع به واردات مقدار زیادی گندم، شکر، گوشت کرد تا قیمت بازار را پایین بیاورد.^{۲۳} شاه با اعلان جنگ به بازار، طرح «تثبیت قیمت و مبارزه با گران‌فروشی» را مطرح کرد و از حزب تازه تأسیس رستاخیز برای «جنگ بی‌رحمانه علیه گران‌فروشان، محتکران و سرمایه‌داران بی‌تفاوت» استفاده کرد.^{۲۴}

حزب رستاخیز حدود ۱۰,۰۰۰ دانشجو در غالب «تیم‌های بازرسی» استخدام کرد.^{۲۵} در طول دو سال بعد، در مجموع بیش از ۲۰,۰۰۰ عضو حزب رستاخیز به قصد نظارت بر قیمت‌های خرده‌فروشی وارد بازار شدند و در صورت لزوم، مغازه‌های گران‌فروش را غارت و به هم می‌ریختند. سرکوب از ابتدا کاملاً جامع بود و در نتیجه آن در طول دو هفته نخست عملیات ۷,۷۵۰ بازاری دستگیر شدند.^{۲۶} زونیس از حوادث اوت ۱۳۵۴ این‌گونه یاد می‌کند:

مغازه‌دارها، صنعت‌کارها، عمده‌فروش‌ها - از تولیدکنندگان واکس کفش تا معامله‌کنندگان مرسدس بنز- شغل خود را مورد هجوم یافتند. قیمت‌های فروش آن‌ها در مقایسه با قیمت‌های «مناسب» تعیین شده دولت قرار می‌گرفت. اگر قیمت‌ها خارج از

معیار بودند، بازاری «خاطی» دستگیر و مغازه‌اش پلمپ می‌شد.^{۲۷}

و میثاق پارسا نیز به وضوح این‌گونه شرح می‌دهد:

رفتاری که رژیم در این مبارزه از خود بروز داد به‌طور مشخص تحقیق‌آمیز بود... یک پارچه‌نوشته بزرگ از در ورودی فروشگاه مربوطه آویزان می‌شد و اعلام می‌کرد که به دلیل اینکه مالک این مغازه به خاطر گران‌فروشی جریمه شده، این فروشگاه تا مدتی بسته خواهد بود. نام افراد و محله‌هایی که مغازه‌داران آن‌ها دستگیر یا جریمه شده بودند هر روز در روزنامه ملی منتشر می‌شد.^{۲۸}

با توجه به اینکه درآمد یک کارآفرین یا مغازه‌دار به‌طور مستقیم بستگی به نوع شهرت او در بازار و جامعه اطرافش دارد، اتهامات گران‌فروشی به شهرت فرد آسیب می‌زد و به‌نوبه خود تهدیدی برای بقای او بود. در کل، این مبارزه از سال ۱۳۵۴ تا ۱۳۵۶ صدها هزار بازاری را درگیر کرد: تقریباً ۲۵۰,۰۰۰ جریمه اعمال شد؛ ۲۳,۰۰۰ بازاری تبعید شدند؛ ۸,۰۰۰ مغازه‌دار از دو ماه تا سه سال به زندان محکوم شدند و ۱۸۰,۰۰۰ نفر دیگر متهم به تعدی از قیمت شدند.^{۲۹} جای تعجب نیست که در اغلب حملات حزب رستاخیز خشونت به کار گرفته می‌شد: گزارش‌هایی وجود داشت مبنی بر این‌که مغازه‌های بازار غارت و

ویران شده بودند و این شیوه را می‌توان با عملکرد «گارد سرخ» در «انقلاب فرهنگی چین» مقایسه کرد.^{۳۰}

صرف نظر از پیروزی موقتی که شاه شاید حس می‌کرد بر بازار به دست آورده است، تورم همچنان بالاتر می‌رفت.^{۳۱} همان‌گونه که دولت ژاپن از برنامه مبارزه با گران‌فروشی سال‌های ۱۹۳۸ تا ۱۹۳۹ که به شدت شبیه نمونه ایرانی آن بود، آموخت: «کنترل قیمت‌ها ... تأثیر اندکی بر قیمت‌ها داشت.»^{۳۲} یا همان‌گونه که جهانگیر آموزگار به این نکته اشاره می‌کند شاه باید از پیشینیان قاجارش (حکومت ۱۳۰۴ ش/ ۱۹۲۵ م- ۱۲۱۰ ق/ ۱۷۷۹ م) این درس را می‌آموخت که «شیوه‌های کهنه مانند شلاق زدن قصاب‌ها و انداختن نانوایان به درون تنور قیمت گوشت و نان را پایین نمی‌آورد».^{۳۳}

قصد اصلی رژیم در به راه انداختن مبارزه با گران‌فروشی و اعمال مجازات سخت این بود که بازار را به‌عنوان عامل «اعمال مجرمانه» علیه مردم ایران معرفی کند. اما خشونت این مبارزه- همراه با مجموعه شکست‌های اقتصادی دولت که به تدریج آشکار می‌شدند- همان‌طور که انتظارش می‌رفت، منجر به کاهش بیشتر حمایت مردمی از شاه شد. در واقع، مشکلات تورمی ایران به سبب عوامل متعددی به وجود آمده بود، اما پاسخ دولت نشانگر تعهد آن به فرونشاندن شاخص بالای قیمت‌ها نبود، بلکه تنها نشانگر حضور حاکمی بود که با روش‌های نظامی می‌خواهد یک مسئله اقتصادی را حل کند. اما همان‌گونه که

یان راکسبورو^۱ به درستی اشاره می‌کند، اخیراً به خصوص در کشورهای در حال توسعه، این مسئله مطرح است که آیا رهبران به واقع ظرفیت مدیریتی به کارگیری درست اقدامات ضد تورمی را دارند یا نه. در حالی که تلاش‌ها برای کاهش تورم احتمالاً به مبارزه برای توزیع مجدد [ثروت] در ایران می‌انجامد و این نکته باعث می‌شود که رجال [حاکم] شاهد از دست رفتن بخشی از سهم خود از درآمد تولید نفت باشند، راکسبورو معتقد است در چنین شرایطی بسیار بعید است که رهبران چنین کشورهایی بخواهند این نتایج سیاسی خطرناک رخ دهند.^{۳۴}

شاه پس از رویارویی با چنین وضعیتی، به جای مهار کردن تورم افسارگسیخته تصمیم گرفت به بگیروبند بخشی از مردم، یعنی بازار، بپردازد که تا حدی بر قیمت‌ها کنترل داشتند. در نگاه نخست، سرزنش بازار چندان تصمیم غیرمنطقی به نظر نمی‌رسید. مطمئناً، هر کس که بازار ایران را دیده است، در نگاه اول چنین برداشت می‌کند که نظام قیمت‌گذاری به طور کلی خودسرانه است - که البته این‌گونه نیست. در حالی که تهاتر در همه معاملات در بازار بسیار اهمیت دارد، قیمت‌های نسبی اجناس از ساختار بازار پیروی کرده و مثل هر جای دیگر با توجه به عرضه و تقاضا دچار افت و خیز می‌شود. شاه به خاطر بی‌اطلاعی و یا با نادیده گرفتن ساده‌لوحانه این جنبه از اقتصاد بازار، تصمیم گرفت که طرح

i Ian Roxborough

مبارزه با گران‌فروشی را آغاز کند که این موضوع بیش از آنکه وسیله‌ای برای تثبیت قیمت باشد بیشتر شبیه یک پاک‌سازی گسترده بازار بود.

سقوط اقتصادی

همان‌گونه که پیش‌بینی می‌شد، مبارزه با گران‌فروشی در کاهش تورم شکست خورد و عواقب اقتصادی پس‌از آن قابل‌توجه بود. تعداد زیادی از کارآفرینان قیمت‌هایشان را به خاطر اجتناب از جریمه یا برای بازگرداندن شهرتشان، کاهش دادند و اغلب اجناس را زیر قیمت فرآیند معمول می‌فروختند. درحالی‌که مشخص است تعداد زیادی از مغازه‌داران خرده‌پا با سرمایه‌های اندک به‌طور کامل از چرخه بازار خارج می‌شدند، بعضی از کارفرمایان ثروتمند (در اعتراض یا برای اجتناب از ورشکستگی) یا تولید خود را متوقف کرده و سرمایه‌ای که هنوز در اختیار داشتند را به خارج از کشور منتقل کردند، یا مهاجرت کردند.^{۳۵} علاوه بر این، بسیاری از واردکنندگان با این تصمیم سخت مواجه بودند که اگر حاشیه سود تحت کنترل شدید دولت باشد، آیا به کارشان ادامه بدهند یا نه و این امر در بندرهایی که کالا از آن‌ها وارد کشور می‌شد به‌طور خاص تأثیر منفی داشت:

از آنجاکه قیمت کالاها در صورت حساب‌های فروش کمتر از میزان واقعی ذکر می‌شد، دولت بر اساس قیمت ذکر شده میزان سود و قیمت فروش کالا را تعیین و تثبیت می‌کرد. این بدان

معنی بود که واردکنندگان مجبور بودند کالا را به قیمتی کمتر از قیمت خرید بفروشند. هرچند این کار ترفندی زیرکانه از سوی دولت برای تشویق کردن واردکنندگان به صداقت بیشتر بود، ولی اثر معکوس داشت. بسیاری از واردکنندگان به جای آنکه قیمت واقعی را اعلام کنند یا قیمت تثبیت شده را بپذیرند ترجیح می دادند بگذارند کالاهایشان متروکه باقی بماند.^{۳۶}

در سال ۱۳۵۴ به اندازه چهار درصد کالاهایی که وارد خرمشهر شده بودند (بزرگترین بندر کشور در آن زمان) متروکه ماندند. بعضی تولیدکنندگان داخلی هم با توقف تولید پاسخی مشابه دادند، زیرا به این نتیجه رسیده بودند که تنها نتیجه ادامه تولید ضرر مالی است.^{۳۷}

همراه با بسیاری از واردکنندگان و تولیدکنندگان، مبارزه با گرانفروشی در بین بخش جدید صنعت هم تلفاتی ایجاد کرد. اگرچه هدف از مبارزه با گرانفروشی حمله به بازار به طور کل بود، شاه در تلاشی برای تبلیغ این مبارزه و بیان این که این طرح راه حل رژیم برای نابودی سودجویی در تمام عرضه های مالی است، به تعدادی از کارآفرینان مشهور و ثروتمند حمله کرد. هرچند این افراد ثروتمند به راحتی می توانستند این توفان را پشت سر بگذارند، هراس از این که به واقع «آینده و ثروت خود را در دستان یک شخص قرار داده اند»، بسیاری از آنها را واداشت که پس از این ماجرا سرمایه خود را به کشورهای انتقال دهند که از نظر مالی بی ثباتی کمتری داشتند.^{۳۸} این موضوع همچنین به کاهش شدید

سرمایه‌گذاری خارجی در طول سال‌های باقی‌مانده حکومت شاه منجر شد و فرار سرمایه به‌طور مؤثر توسعه اقتصاد ملی را که از اواسط دهه ۱۳۴۰ رخ داده بود، متوقف کرد.^{۳۹}

از این رو، تأثیر طرح مبارزه با گران‌فروشی محدود به بازار به‌تنهایی نماند. به خاطر ماهیت نسنجیده اعمال کنترل قیمت‌ها و شریان‌های تجاری که از بازار نشئت می‌گرفت، این طرح در فضای بیرون بازار گسترش یافت و بخش‌های دیگر اقتصاد ایران را نیز تحت تأثیر خود قرارداد. هرچند آثار موجود در این باره سکوت کرده‌اند، این محتمل است که شاه با اعلام جنگ به بازار باور داشت که می‌تواند حمله‌ای مجزا به یک بخش ویژه اقتصادی داشته باشد و بنابراین به این نتیجه رسید که می‌تواند از قدرت بیشتری بهره بگیرد. اگر رژیم کاملاً فهمیده بود که سرانجام طرح مبارزه با گران‌فروشی چه تأثیری بر واردکنندگان و تولیدکنندگان در سراسر کشور می‌گذاشت، احتمالاً شیوه‌های تنبیهی از این دست که تا این حد سخت‌گیرانه باشند به کار نمی‌گرفت. اما حتی در نگاهی به گذشته، روشن نیست که مبارزه با گران‌فروشی از نظر اقتصادی قصد داشته چه چیزی را اجرا کند. همان‌طور که گراهام به‌خوبی توضیح داده است: «تحمیل طرح کنترل قیمتی بسیار ستمگرانه در اقتصادی به‌شدت ملتهب، بی‌تردید مخرب و درنهایت ضد تولید بود.»^{۴۰}

جامعه ایران و مبارزه با گران‌فروشی

فهمیدن اینکه کل جامعه ایران چه واکنشی به مبارزه با گران‌فروشی داشت در ارزیابی تأثیر این رویداد بر کاهش حمایت عمومی از شاه و افزایش حمایت از فعالیت‌های ضد رژیم اهمیت اساسی دارد. از نظر مردم بازار تا چه میزان در بالا رفتن تورم و بیماری‌های اقتصادی کشور نقش داشت؟ تا چه میزان مردم با شیوه‌های شاه در برخورد با بازار موافق بودند؟ بخشی از پاسخ این سؤال‌ها را می‌توان در داستان کوتاه «کوچه سرنوشت» اثر اعظم نعمتی یافت. داستان نعمتی با ثبت تجربیات یک دختر جوان دانشجوی به نام مریم، در تهران سال ۱۳۵۵ اتفاق می‌افتد و فعالیت‌های بازرسان حزب رستاخیز در ماجرای مبارزه با گران‌فروشی را توصیف می‌کند. نویسنده با نقل ماجرای سفر مریم به بازار همراه با دوستانش که از سوی رژیم به‌عنوان بازرس قیمت به کار گرفته شده بودند، گوشه‌ای از فضای قبل از انقلاب ایران را به ما نشان می‌دهد.

با اینکه نویسنده لباس و ظاهر مریم را بسیار «غربی» توصیف می‌کند، اما او بعد از مشاهده برخی رفتارهای حزب رستاخیز در بازار در ماجرای مبارزه با گران‌فروشی، احساسات ضد شاه پیدا می‌کند. هنگامی که گروهی از دوستانش سراغ یکی از تجار بازار قدیم می‌روند، پیرمرد «داشت سخته قلبی می‌کرد وقتی فهمید به خاطر نداشتن برچسب قیمت روی بخشی از کالاهایش قرار است جریمه شود.» درحالی که مریم «واقعاً دلش برای او سوخته بود» دوستان بازرس او «محکم ایستادند و پیرمرد را متهم کردند که به دروغ می‌گوید قلبش مشکل پیدا کرده است.»^{۴۱} مریم که جوانی رک‌گو و صریح است، نارضایتی خود را بیان

می‌کند و بازرسان را متقاعد می‌کند که او را جریمه نکنند و با آن پیرمرد بازاری دوستانه رفتار کنند. اما او آنجا را ترک می‌کند و نسبت به دولت به خاطر اقداماتش علیه این بازاری‌ها احساس غیظ می‌کند: «از فکر اینکه... بازرسان، تاجران معمولی بیچاره‌ای را جریمه می‌کنند که شاید بی‌سواد باشند و نتوانند چیزی بنویسند، خشم درونش زبانه کشیده بود.» در همین زمان، دولت نسبت به صاحبان «بوتیک‌های پرزرق‌وبرق» سراسر تهران که می‌توانستند «به آن‌ها رشوه بدهند» بی‌تفاوت بود.^{۴۲}

نمونه بالا تنها یک روایت از واکنش یک فرد به مبارزه با گران‌فروشی است، اما محل تردید است که مریم، شخصیت داستان نعمتی، خلاف جریان زمان خود در تهران بوده باشد. با وجود آنکه افراد بسیاری هم بودند که از طرح مبارزه با گران‌فروشی علیه بازار حمایت کردند، متن فوق ناتوانی دولت در اینکه بتواند به‌طور موفقیت‌آمیز همه بازاری‌ها را به‌عنوان افرادی تصویر کند که سنگدل و عامل اصلی گران‌فروشی هستند و باید مجازات شوند، برجسته می‌کند. صرف‌نظر از جرائم متعارف بازاریان علیه مردم، آن‌ها با صاحبان ثروتمند بوتیک‌های غرب‌زده شمال تهران فرق داشتند- با اطمینان می‌توان گفت، آن‌ها محکم در همان چارچوب ساختار اجتماعی ایران باقی ماندند و از این منظر بیشتر از نخبگان و یا هر کس دیگری که ارتباطات نزدیک با حکومت داشت، به افراد معمولی جامعه قرابت داشتند.

همانند مریم، بربریت مطلق مبارزه با گران‌فروشی و بی‌تدبیری آشکار دولت در یک مسئله اقتصادی بسیاری از مردم ایران را خشمگین کرده بود و به‌خصوص کسانی که ارتباط تنگاتنگ با بازار داشتند، مبارزه با گران‌فروشی را به‌مثابه یک حمله ناروا به یکی از بخش‌های اصلی جامعه ایران می‌دیدند.

در حالی که عموم طبقات متوسط و فردوست ایران به‌طور طبیعی به‌سختی می‌توانستند حمله دولت به بازار را توجیه کنند، تجار این توانایی را نیز داشتند که باعث تلاش روحانیون مسلمان - همراهان گاه‌وبیگاه بازاریان در مبارزات سیاسی علیه حاکمیت در طول تاریخ - برای کمک به آن‌ها در مبارزه خود علیه دخالت رژیم شوند. خوشبختانه، ارتباط بازار با روحانیت با جزئیات قابل‌توجه در آثار پژوهشی مربوط به انقلاب مورد بررسی قرار گرفته است،^{۴۳} و این مهم است که در نظر داشته باشیم با این ابزارهای غیرمستقیم بود که بازار می‌توانسته برای مبارزات خود در دوران طرح مبارزه با گران‌فروشی حمایت مردمی را کسب کند. در واقع، به همان میزانی که رابطه بین بازار و روحانیت از نظر مالی تعریف می‌شود، مهم است که بدانیم بازاری‌ها در طول قرن‌ها حمایت روحانیون را عملاً خریده‌اند. از آنجاکه وقتی یک اختلاف تجاری بروز می‌کند، نظر مشخص یک روحانی می‌تواند برای امر مالکیت حیاتی باشد (زیرا روحانیون اغلب به‌عنوان حاکم عمل کرده‌اند)، حمایت روحانیت همچنین از نظر فراهم آوردن پشتیبانی گسترده از مبارزات بازار علیه دخالت‌های فزاینده دولت عنصری کلیدی است. به‌خصوص در طول دهه ۱۳۵۰، حمایت مالی بازار از روحانیت

می‌توانست به خاطر نفوذ روحانیون در بین مردم محلی و همچنین نقش آن‌ها در تأمین مؤسسات خیریه، به گسترش حمایت از بازار بیانجامد. در امور خیریه، هدایای بازاریان قادر بود این گروه را به گیرندگان این وجوه: طبقات فرودست و به‌ویژه بیکاران و فقرای شهری مرتبط سازد.^{۴۴} در نتیجه، اعانات بازار می‌توانست هم‌زمان پشتیبانی هر دو طبقه روحانیت و فرودستان را بخرد - که در طول دوران طرح مبارزه با گران‌فروشی که وجهه بازار زیر بیشترین حمله‌ها قرار داشت، ضروری بود.

در عین حال، می‌باید درک کرد که انتقادات نسبت به بازار و حمله‌ها به وجهه ایجادشده کاملاً ناموجه نبود. در واقع، این اشتباه خواهد بود که طرح مبارزه با گران‌فروشی را توهینی به کارآفرینان صادق و شریف تفسیر کنیم چراکه محتمل است بسیاری از بازاری‌ها از کمبود کالاهای مصرفی بهره‌برداری کرده باشند تا قیمت‌ها را به میزانی بالاتر از معیارهای پذیرفتنی و اخلاقی افزایش دهند. اگرچه در مورد ماهیت دقیق سودجوئی در طول این دوران کمبود اطلاعات وجود دارد، اما آن‌طور که یک بازاری سابق در این باره به من گفت: «بسیاری از بازاری‌ها، به‌خصوص زمانی که فضای سیاسی بی‌ثبات می‌شود، از شرایط بهره‌برداری کرده و کالاهایشان را احتکار می‌کنند.»^{۴۵} جای تعجب نیست که آگاهی عمومی از این اعمال، منجر به نگرش منفی نسبت به بازار می‌شد (و به‌واقع نیز چنین شد). اما باید توجه داشت که احتکار تقریباً نوعی رفتار پذیرفته‌شده در میان بازاری‌ها محسوب می‌شود. مطمئناً این موضوع حتی در سال‌های بعد از انقلاب ۱۳۵۷

مشاهده شده است همان‌گونه که منصور معدل تشریح می‌کند واضح است که احتکار و گران‌فروشی «از قواعد تجارت» هستند.^{۴۶}

اما با همه آنچه گفته شد، بیشتر ایرانی‌ها همچنان از سرزنش مستقیم بازار برای وضعیتی که در جریان رویدادهای سال‌های ۱۳۵۴ تا ۱۳۵۶ به وجود آمد، خودداری می‌کنند. این واقعیت که طرح مبارزه با گران‌فروشی با تثبیت نظام تک‌حزبی، سرکوب مخالفان سیاسی و (از همه مهم‌تر) مراحل اولیه رکود اقتصادی در ایران در ارتباط بود، موجب می‌شود که بسیاری سیاست‌های اقتصادی رژیم را دقیق‌تر نگاه کنند تا دریابند چرا سطح قیمت‌ها افزایش می‌یافت. با توجه به پیوندهایی که بازار با طبقه متوسط و طبقات فرودست داشت از این جهت که آن‌ها برای تهیه کالاهای خود به‌طور انحصاری به بازار متکی بودند، بعید است که مردم تقصیر تورم در کشور را کلاً بر دوش بازار انداخته باشند. علاوه بر این، پژوهشگران پیوسته تأکید کرده‌اند که سیاست‌های اقتصادی دولت از دلایل اصلی تورم در طول این دوران بوده است - و اذعان کرده‌اند که بازار به‌هیچ‌وجه مسئول نبوده است. برای مثال، رابرت گراهام به این نکته اشاره می‌کند که حتی اگر سودهای بادآورده عاید کارآفرینان حریص شده باشد، «گران‌فروشی یک عارضه بود، نه یک علت».^{۴۷} تورمی که عملاً در دهه ۱۳۴۰ وجود نداشت - واقعیت به‌جامانده‌ای بود که در اوایل دهه ۱۳۵۰ به دلایل مختلف و از جمله ولخرجی‌های بیش‌ازاندازه دولت و مدیریت مالی ناکارآمد شتاب گرفت. اما به‌جای اتخاذ روش‌های پیش‌گیرنده برای مهار تورم و پذیرفتن

مسئولیت، شاه با حمله به بازار و خشمگین کردن گروهی که می‌باید بیشترین تلاش را برای همکاری با آن‌ها می‌کرد، بر وخامت اوضاع افزود.

نتایج بحران آفرین: مبارزه با گران‌فروشی و انقلاب

اگرچه اقدامات شاه نشانگر اجتناب از پرداختن به دلایل واقعی تورم در کشور بود، اما او با تلاش برای سرکوب بازار، یعنی درست آن بخش از جامعه که می‌توانست به‌طور مستقیم شکست‌های سیاست اقتصادی رژیم را به توده‌های مردم به شکل روزمره نشان دهد، خطایی مرگبار را مرتکب شد. بازار- با تعیین نسبی قیمت کالاها- داری قدرتی است که دولت آن قدرت را ندارد، زیرا بازار می‌تواند صادقانه توانایی یا ناتوانی اقتصادی کشور را بیان کند. افراط در هزینه‌های نظامی و سرمایه‌گذاری در صنایع بی‌ثمر کمابیش مورد توجه عموم مردم قرار ندارد، اما قیمت‌های ارزاق و کالاهای ضروری به‌طور مستقیم با توده‌های مردم ارتباط دارند. از این رو، بازار در ایران نشان‌دهنده تعامل اصلی فرد با اقتصاد ملی است - یک خط ارتباطی بین سیاست اقتصادی و مردم. زمانی که قیمت کالاهای ضروری فراتر از سطح منطقی آن افزایش می‌یابد، معمولاً در این حالت دولت مقصر شناخته می‌شود و نه بازاری‌هایی که خود را تجار بی‌گناهی می‌دانند که مقهور اراده بازار می‌شوند (هرچند که این امر محل تردید است). علاوه بر این، با توجه به شکاف رو به رشد بین بازار و صنعتگران جدید، مردم از اینکه بازار را یکسره مقصر افزایش قیمت‌ها بدانند، ابا داشتند. بازار نسبت به

نخبگان یا کارآفرینان خارجی به مردم نزدیک‌تر بود و به‌آسانی می‌توانست در مواجهه با ناتوانی دولت در سامان دادن یک سیاست اقتصادی درست، خود را همچون یک قربانی به تصویر بکشد.

شدت مبارزه با گران‌فروشی به‌وضوح بازاریان را به‌سوی سطحی از یک انسجام اجتماعی و اقتصادی سوق داد، اما اینکه ما تا چه میزانی می‌توانیم بگویم آن‌ها در یک امر سیاسی متحد بودند، محل سؤال است. این مهم است که درباره اتحاد ایدئولوژیک بازاری‌ها چه در دوران اوج‌گیری انقلاب و چه در هر زمان دیگری از تاریخ ایران مبالغه نشود؛ اگرچه، داریوش زاهدی صراحتاً به این نکته اشاره دارد که سیاست‌های مداخله‌جویانه شاه «به اتحاد و یکپارچگی گروه‌ها و عناصر گوناگون در بازار کمک کرد.»^{۴۸} از آنجائی که مبارزه با گران‌فروشی به‌صورت یک حمله گسترده به بازار درآمد، این مسئله در متحد کردن بازار در برابر دولت کمک کرد و قطعاً به کاهش یا رفع فاصله میان بازاریانی که به لحاظ ایدئولوژیک و اقتصادی با یکدیگر فاصله داشتند، یاری رساند. بنابراین به‌درستی می‌توان گفت در پاییز سال ۱۳۵۶، اکثریت بازاری‌ها از بالاترین تا پایین‌ترین رده، اکنون به یک باور مشترک (حداقلی) رسیده بودند که اساساً پیش از آن چنین احساسی نداشتند، یعنی: نفرت عمیق نسبت شاه. این نکته بسیار بااهمیت بود- نفرت مشترک نسبت به شاه به تقویت هویت انقلابی جمعی کمک کرد و حرکت به‌سوی بسیج توده‌ها در طول حمله نهایی سال‌های ۵۷-۱۳۵۶ علیه دولت را تقویت کرد. اما همان‌طور که م. ه. پسران به ما یادآوری می‌کند، نفرت

بازار و مردم نسبت به شاه هیچ‌کدام برای توضیح کامل علل انقلاب ایران کافی نیستند.^{۴۹} کری رزفسکی ویکام نیز در پژوهش اخیر خود درباره جنبش‌های اسلامی معاصر معتقد است نارضایتی‌ها از دولت نمی‌تواند به‌تنهایی بسیج جنبش را توضیح دهد.^{۵۰}

درباره ایران نیز، اگرچه مبارزه با گران‌فروشی به بالا رفتن علم نارضایتی مردم علیه شاه کمک کرد، اما به‌طور مشخص برای حفظ یک جنبش انقلابی کافی نبود و هرگاه پیشنهاد شود که چنین بوده کاملاً اشتباه خواهد بود. آنچه مبارزه با گران‌فروشی برای بازار به‌عنوان یک گروه - و در مانیفست آن‌ها به‌عنوان یک جنبش مخالف - به ارمغان آورد کاملاً مشخص است، اما در حالت کلی برای مردم ایران، به‌طور طبیعی تأثیر تسریع‌کننده کمتری داشت. در نگاهی کاملاً حداقلی می‌توان گفت که این طرح آشکارا به عموم مردم نشان داد که بازار و دولت در ستیز بوده‌اند - و علاوه بر آن، اقتصاد ملی و بالقوه دولت ایران به‌طور کلی دچار مشکل جدی بوده است. و باید مطمئن بود، کشمکش‌ها و مبارزات سیاسی متعددی در طول تاریخ در داخل بازار ایران شکل گرفته‌اند، همان‌گونه که روی متحده عنوان می‌کند: «زمانی که حیات سیاسی به جوش می‌آید، بازار تنها ارزیاب عمومی ارزش‌ها نیست - بلکه به عرصه مستقیم بیان سیاسی تبدیل می‌شود.»^{۵۱} به‌طورکلی، مبارزه با گران‌فروشی کمک کرد تا مردم موضع خود را مشخص کنند: اینکه اوضاع بد بازار را به‌مثابه بیان خواست مردم علیه یک نظام سرکوبگر تلقی کنند و یا دولت را به‌مثابه وسیله‌ای بفهمند که از

طریق مدرن‌سازی، کشور را از عناصر عقب‌ماندگی رها می‌کند. اما همان‌گونه که تاریخ نشان داده است، کسانی که در گروه اول بودند نهایتاً بر گروه دوم غلبه کردند. عموم مردم ایران به‌طور قاطع از بازار و جنبش‌های ضد شاه حمایت کردند و می‌توان گفت که مبارزه با گران‌فروشی در این فرآیند نقش ایفا کرده است.

۱- درحالی‌که برخی از محققان از اصطلاحاتی همچون طبقه متوسط سنتی یا خرده‌بورژوازی استفاده کرده‌اند، در نظر گرفتن بازار به‌عنوان یک طبقه واحد اشتباه خواهد بود (برای یادآوری این موضوع به من از بنجامین اسمیت Benjamin Smith ممنونم). پارسا تعریف خوبی از بازاری‌های سنتی یا افرادی که فضای فیزیکی بازار را می‌سازند ارائه می‌دهد: «بازاری‌ها اصطلاحی است که به بازرگانان، مغازه‌داران و صنعتگران اشاره دارد... آن‌ها بیشتر مالک سرمایه‌های متوسط و خرد هستند، مگر برخی که سرمایه کلان دارند و به‌استثنای بخش فروش، تولید و توزیع کالا در بازار داخلی را در دست دارند.» (Misagh Parsa, "Entrepreneurs and Democratization: Iran and the Philippines," *Comparative Studies in Society and History*, 37 [1995]: 811)

برای آمار بیشتر در مورد بازار رجوع کنید به:

Hootan Shambayati, "The Rentier State, Interest Groups, and the Paradox of Autonomy: State and Business in Turkey and Iran," *Comparative Politics*, 26 (1994): 321-22;

و

Davoud Ghandchi-Tehrani, *Bazaaris and Clergy: Socio-economic Origins of Radicalism and Revolution in Iran* (Ph.D. diss., City University of New York, 1982).

2 Guilain Denoeux, *Urban Unrest in the Middle East: A Comparative Study of Informal Networks in Egypt, Iran, and Lebanon* (Albany, 1993): 147;

و همچنین ببینید:

Ashraf, "Bazaar-mosque Alliance: The Social Basis of Revolts and Revolutions," *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 1 (1988): 559.

همچنین برای ارزیابی‌های مشابه او ببینید:

Parsa, "Entrepreneurs and Democratization: Iran and the Philippines," 826.

۳- قریب به‌اتفاق محققان حضور بازاری‌ها در انقلاب را تأیید می‌کنند، اما این حرکت‌ها در چارچوب به‌اصطلاح یک ائتلاف بازار-روحانیت بررسی شده است که بازار نقش پشتیبانی از روحانیونی را داشت که درنهایت رهبری کشور را به دست گرفتند. اما آثار زیر بر اهمیت موردی بازار تأکید کرده‌اند.

Misagh Parsa, *Social Origins of the Iranian Revolution* (New Brunswick, 1989); Mehdi Mozaffari, "Why the Bazaar Rebels," *Journal of Peace Research*, 28 (1991): 377-391;

و هما ناطق، *بازرگانان* (تهران، ۱۳۸۳)، از دیگر کارهایی که اخیراً انجام شده‌اند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

Arang Keshavarzian, *A Bazaar and Two Regimes: Continuity and Discontinuity in the Tehran Bazaar, 1963–The Present* (Cambridge, forthcoming)

و

Benjamin Smith, "Collective Action with and without Islam: Mobilizing the Bazaar in Iran," *Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach* (Bloomington, 2003): 212–41.
4 R.E. Looney, *Economic Origins of the Iranian Revolution* (New York, 1982): 167.
5 Mozaffari, "Why the Bazaar Rebels," 377.

درباره آغاز اقتصاد صنعتی در ایران ببینید:

Homa Katouzian, *The Political Economy of Modern Iran: Despotism and Pseudo-Modernism, 1926-1979* (London, 1981).

درباره روابط آغازین صنعتی دولت-بازار ببینید:

Mansoor Moaddel, "The Shi'i Ulama and the State in Iran," *Theory and Society* 15 (1986);
و نیز ببینید:

Katouzian, *The Political Economy of Modern Iran: Despotism and Pseudo-Modernism, 1926-1979*, 54–5.

۶- مصاحبه، سپتامبر ۲۰۰۴.

۷- در نقل قولی که شاه در خاطراتش به طور مکرر به آن استناد می‌کند، شاه نوشت: «من نمی‌توانستم ساخت سوپرمارکت‌ها را متوقف کنم. من خواهان یک کشور مدرن بودم. حرکت برخلاف بازاری‌ها به نوعی یک ریسک سیاسی و اجتماعی بود که من باید برای مدرن‌سازی به آن تن می‌دادم.»

(Mohammed Reza Pahlavi, *Answer to History* [New York, 1980]: 156)

نابودی بخش بزرگی از بازار مشهد به وسیله دولت در سال ۱۳۵۴ ببینید:

Shambayati, "The Rentier State, Interest Groups, and the Paradox of Autonomy: State and Business in Turkey and Iran," 307;

و نیز ببینید:

Ashraf, "Bazaar-mosque Alliance: The Social Basis of Revolts and Revolutions," 557

و اقدامات بعدی برای ایجاد بزرگراه ۸ بانده که از بازار عبور می‌کرد از دیگر راه‌های شاه برای از بین بردن بازار بود.

۸- در این باره ببینید:

Nikki R. Keddie, "Iranian Revolutions in Comparative Perspectives," *The American Historical Review* 88 (1983)

و

Moaddel, "The Shi'i Ulama and the State in Iran," 1986.

۹- «...اگر دولت‌های انقلابی بتوانند یک احساس همخوانی عمومی نسبت به حکومت- به معنای مالکیت و کنترل نهادهای

قدرت- ایجاد کنند- می‌توانند مردم خود را در تنگناهای شدید اقتصادی قرار دهند»

(Edward Countryman, "Consolidating Power in Revolutionary America: The Case of New York, 1775–1783," *Journal of Interdisciplinary History* 6 [1976]: 667–8);

و ببینید:

Samuel P. Huntington, *Political Order in Changing Societies* (New Haven, 1968): 308-11.

۱۰- من از یک خواننده منتقد ناشناس برای نشان دادن این نکته تشکر می‌کنم.

۱۱- ببینید:

Mohammed Amjad, *Iran: From Royal Dictatorship to Theocracy* (New York, 1989), 98

و

Ervand Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions* (Princeton, 1982), 440-1.

12 Ervand Abrahamian, "The Political Challenge," *MERIP Reports*, 69 (1978): 3.

13 Marvin Zonis, *Majestic Failure* (Chicago, 1991), 75.

14 John Foran, *Fragile Resistance: Social Transformation in Iran from 1500 to the Revolution* (Boulder, 1993), 335

۱۵- ببینید:

Jahangir Amuzegar, *The Dynamics of the Iranian Revolution: The Pahlavis' Triumph and Tragedy* (Albany, 1991), 276.

16 Hossein Bashiriyeh, *The State and Revolution in Iran, 1962-1982* (New York, 1984), 103.

17 Dariush Zahedi, *The Iranian Revolution Then and Now: Indicators of Regime Instability* (Boulder, 2000), 87.

در اوایل دهه ۱۹۵۰، کنست اسرائیل از قوه قضاییه به‌جای اتاق اصناف استفاده کرد تا قیمت‌ها را ثابت نگه دارد و بازرگانان متهم به گران‌فروشی را مجازات کند. در ۳ ژوئن ۱۹۵۲ نیویورک‌تایمز نوشت که قوه قضاییه، برخلاف اتاق اصناف، «قوانین مبارزه با گران‌فروشی را به‌شدت و منصفانه اعمال خواهد کرد» از سوی دیگر، نظام دادگاهی اتاق اصناف شاه، احتمالاً به معنای گسترش حزب رستاخیز تفسیر شده بود و بنابراین شاه از مجلس و دادگاه‌های کشور استفاده کرده بود تا بتواند از این موضوع خودش را دور نگاه‌داشته و از افزایش مخالفت علیه رهبری خود جلوگیری کند.

18 Abrahamian "The Political Challenge," 4.

۱۹- ببینید:

Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 497.

نیز ببینید:

Katouzian, *The Political Economy of Modern Iran: Despotism and Psuedo-Modernism, 1926-1979*.

۲۰- ببینید:

Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 497.

نیز ببینید:

Katouzian, *The Political Economy of Modern Iran: Despotism and Psuedo-Modernism, 1926-1979*.

بنا بر تخمین‌های صالحی-اصفهان‌ی، بین سال‌های ۱۳۵۲-۱۳۵۱ ش و ۱۳۵۷-۱۳۵۶ ش مقدار نقدینگی ۳۷٫۹ درصد سالانه افزایش یافته است.

(Djavad Salehi-Isfahani, "The Political Economy of Credit Subsidy in Iran, 1973-1978," *International Journal of Middle East Studies*, 21 [1989]: 364).

21 Salehi-Isfahani, "The Political Economy of Credit Subsidy in Iran, 1973-1978," 364.

22 Amuzegar, *The Dynamics of the Iranian Revolution: The Pahlavis' Triumph and Tragedy*, 246.

23 Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 498.

نیز ببینید:

Lawrence P. Frank, "Two Responses to the Oil Boom: Iranian and Nigerian Politics after 1973," *Comparative Politics*, 16 (1984): 295-314.

24 Zahedi, *The Iranian Revolution Then and Now: Indicators of Regime Instability*, 87-8.

۲۵- کاتوزیان از آن‌ها با عنوان «نیروهای شوک» شاه یاد می‌کند:

(*The Political Economy of Modern Iran: Despotism and Pseudo-Modernism, 1926-1979*, 334),

و آبراهامیان این مستخدمین را «لات‌های ضد گران‌فروشی» نام می‌نهد.

(“The Political Challenge,” 4).

26 Robert Graham, *Iran: The Illusion of Power* (New York, 1980), 94.

اگرچه با بازار تهران با توجه به بزرگی بازار بزرگ و موقعیت آن به‌عنوان مرکز توزیع برای اقتصاد ملی، سخت‌ترین برخورد صورت گرفت، اما طرح مبارزه با گران‌فروشی به همه شهرهای ایران هم سرایت کرد. برای مثال در تبریز (چهارمین شهر بزرگ ایران) چهل‌وچهار بازاری به زندان افتادند و ۹۸۱ نفر نیز در طول چهل‌وپنج روز اول مبارزه با گران‌فروشی جریمه شدند.

(Zonis, *Majestic Failure*, 77).

27 Zonis, *Majestic Failure*, 77.

28 Parsa, *Social Origins of the Iranian Revolution*, 103-4.

29 Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 498.

30 Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 96.

اگرچه به نظر می‌رسد بازاری‌ها در انتقام گرفتن از حزب رستاخیز و دولت درمانده بودند، اما شامبیاتی مدعی است برخی از بازاری‌ها افرادی را اجیر کرده بودند تا در زمان جنبش انقلابی در بازار گشت بزنند و در برابر حمله اعضای حزب رستاخیز یا عوامل ساواک امنیت را تأمین کنند این شیوه دفاع در طول طرح مبارزه با گران‌فروشی نیز احتمالاً مورد استفاده قرار گرفته است.

(Shambayati, *The Rentier State, Interest Groups, and the Paradox of Autonomy*, 326).

۳۱- در کل، طرح مبارزه با گران‌فروشی یک شکست فاحش بود. شاخص‌های رسمی برای شش ماه کاهش یافتند اما قیمت کالاهای اساسی در بازار سیاه به‌شدت افزایش یافت. حتی اگر چیزی بیشتر اعلام می‌شد، کمبودها برطرف نمی‌شد.

(Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 96).

زونیس مدعی است طرح مبارزه با گران‌فروشی «تأثیر بسیار ناچیز بر قیمت‌های مصرف‌کننده» داشت.

(*Majestic Failure*, 78).

32 Lawrence H. Odell, "Japan Fights Widespread Violation of Control Regulations," *Far Eastern Survey*, 9 (1940): 122.

33 Amuzegar, *The Dynamics of the Iranian Revolution: The Pahlavis' Triumph and Tragedy*, 246.

34 Ian Roxborough, "Inflation and Social Pacts in Brazil and Mexico," *Journal of Latin American Studies*, 24 (1992): 639.

35 Amuzegar, *The Dynamics of the Iranian Revolution: The Pahlavis' Triumph and Tragedy*, 278.

36 Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 96-7.

37 Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 97

38 Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 498.

39 Abrahamian, *Iran Between Two Revolutions*, 498.

40 Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 96.

41 Azam Nemati, "Alley of Fate," *Persian Mirror* (2001),

که از وبسایت زیر:

<http://iranian.com/AzamNemati/2005/March/Fate/index.html>

در ژانویه ۲۰۰۵ در دسترس بوده است.

42 Nemati, "Alley of Fate."

۴۳- ببینید:

Nikki R. Keddie, *Roots of Revolution: An Interpretive History of Modern Iran* (New Haven, 1981); Ervand Abrahamian, "Bazaar and Mosque in Iran's Revolution: Interview with Ahmad Ashraf," *MERIP Reports* (March-April): 16-18; Moaddel, "The Shi'i Ulama and the State in Iran," 519-556; Parsa, *Social Origins of the Iranian Revolution*;

و

Smith, "Collective Action with and without Islam: Mobilizing the Bazaar in Iran," 212-41.

44 Ghandchi-Tehrani, *Bazaaris and Clergy: Socio-economic Origins of Radicalism and Revolution in Iran*, 131.

همچنین ببینید:

Farideh Farhi, *States and Urban-based Revolutions: Iran and Nicaragua* (Urbana and Chicago, 1990), 70.

بازار همچنین برای سازمان‌های بهزیستی اسلامی غذا تأمین می‌کرد.

(Ghandchi-Tehrani, *Bazaaris and Clergy: Socio-economic Origins of Radicalism and Revolution in Iran*, 156.)

۴۵- مصاحبه، سپتامبر ۲۰۰۴.

46 Moaddel, "The Shi'i Ulama and the State in Iran," 331.

47 Graham, *Iran: The Illusion of Power*, 96.

48 Zahedi, *The Iranian Revolution Then and Now: Indicators of Regime Instability*, 85.

۴۹- «فراتر از این هدف آنی [سرنگونی شاه]، هیچ توافقی درباره دلایل اصلی انقلاب بهمین و اهداف نهایی آن وجود

نداشت و هنوز هم وجود ندارد.»

M.H. Pesaran, "The System of Dependent Capitalism in Pre-and Post-revolutionary Iran," *International Journal of Middle East Studies* 14 [1982]: 501.

50 Carrie Rosefsky Wickham, *Mobilizing Islam: Religion, Activism, and Political Change in Egypt* (New York, 2002), 7–8.

51 Roy Mottahedeh, *Mantle of the Prophet* (New York, 1985), 35.

WWW.22Bahman.ir