

نقش سیاسی بازار: تحلیل تحولات دهه اول جمهوری اسلامی ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۴/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۸/۰۱

دکتر علی محمد حاضری*

مهدی حسین زاده فرمی**

چکیده

قبل از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، بازار سنتی ایران به عنوان یکی از گروه‌های تأثیرگذار در جامعه مدنی، مطرح بود و توانست در اتحاد با روحانیون نقش مهمی در تحدید دولت پهلوی‌ها و پیروزی انقلاب اسلامی داشته باشد. پس از پیروزی انقلاب، رابطه بازار با دولت دگرگون شد. در بررسی این دگرگونی، فرضیه مقاله تدوین شد؛ پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، بازاری‌های سنتی به جامعه سیاسی وارد شدند و در بعضی از جایگاه‌های سیاسی- اقتصادی کشور حاضر شدند و از این طریق قدرت خود را در جامعه مدنی از دست دادند. پس از ارائه شواهدی از طریق روش تحقیق تاریخی، به نظر می‌رسد فرضیه فوق به واقعیت‌های بازار پس از انقلاب اشاره می‌نماید. نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد که در دهه اول پس از انقلاب اسلامی، رابطه بازار با دولت دچار دگرگونی شد. یعنی، با پیوستن بخشی از بازار به دولت، شاهد شکل‌گیری دو گروه اجتماعی و سیاسی از بازار در ایران هستیم که هر یک کارویژه‌های خاص خود را داشته‌اند.

واژگان کلیدی

بازار، دولت، انقلاب اسلامی، جمهوری اسلامی ایران، جامعه مدنی، صندوق‌های قرض‌الحسنه، تعزیرات.

hazeri-a@modares.ac.ir

mferemi@gmail.com

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

بازار و نقش آن در فرایند تحولات سیاسی و اجتماعی ایران، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی می‌باشد که محققان داخلی در بررسی‌های تاریخی، سیاسی، اقتصادی و جامعه‌شناختی خود کمتر به آن توجه کرده‌اند. اهمیت و تأثیرگذاری تاریخی بازار سنتی در تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران و به خصوص انقلاب اسلامی، نه فقط به این خاطر است که «بازار»، اساس و ستون فقرات ساخت اجتماعی و اقتصادی جامعه شهری ایران را تشکیل می‌دهد، بلکه به خاطر داشتن ارتباط تنگاتنگ تاریخی و سازمانی آن با مراکز و مؤسسات مذهبی می‌باشد. بازاری‌های سنتی که از لایه‌های اجتماعی مهم ایران محسوب می‌شوند، در همراهی سازمانی و تاریخی با روحانیت مبارز شیعه در طی تاریخ ایران در هر نوع حرکت اجتماعی و سیاسی مهمی چون قیام تنباکو، نهضت مشروطه، جنبش ملی‌شدن صنعت نفت، قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ و انقلاب اسلامی شرکت داشته‌اند. اهمیت دادن بازار به سیاست، در مفهوم «بستن» یا «تعطیلی مغازه‌ها» به اوج خود می‌رسید. یعنی، وقتی در شهر شایع می‌شد که «دکان‌ها را بستند» و یا «بازار به حالت تعطیل درآمد»، همگان، می‌فهمیدند که اعتراضی در بین است و ماجرای در حال وقوع (اشرف، ۱۳۷۵؛ کمالی، ۱۳۸۱؛ عقیق‌پور، ۱۳۸۵). در واقع، اعتصاب بازار به مانند یک شبکه خبری در دوران فقدان وسایل ارتباط جمعی عمل می‌کرد. زیرا بسته شدن بازار به مفهوم رسیدن خبر آن از طریق هزاران مغازه سطح شهر به مردم عادی بود. تعطیلی بازار، در کار غیرسیاسی‌ترین مردم نیز اختلال ایجاد می‌نمود و آن‌ها را به کم و کیف موضوع کنجکاو می‌کرد. در دوران کنونی نیز که دوران وسایل ارتباط جمعی است، اعتراض بازار با کمک وسایل ارتباط جمعی، اغلب پرده از روی بعضی از جریانات برمی‌دارد. این مقاله، با روش تحقیق «تاریخی» به مطالعه تحولات بازار، در دهه اول پس از پیروزی انقلاب اسلامی می‌پردازد.

۱. کلیات

۱-۱. بیان مساله

تلاش سازمان‌یافته بازاری‌های سنتی برای تشکیل مجلس وکلای تجار، مشارکت مؤثر بازاری‌ها به ویژه کسبه و تجار در پیروزی قیام تنباکو و نهضت مشروطه، حضور در

مجلس مؤسسان و نقش تأثیرگذار و سازمان‌یافته به همراه روحانیون، در تأسیس مجلس شورای ملی، نقش کسبه و پیشه‌وران در تولید و توزیع «کالاهای عمومی» و تقویت بورژوازی ملی در سال‌های آخر سلطنت رضا شاه پهلوی؛ مشارکت بازاری‌ها در به قدرت رسیدن دکتر «مصدق» و نهضت ملی کردن صنعت نفت، حضور در سازمان‌ها و گروه‌های سیاسی مختلف چون جبهه ملی، نهضت مقاومت ملی و نهضت آزادی، هیئت‌های مؤتلفه اسلامی، مشارکت همه‌جانبه بازاری‌های سنتی در مخالفت با لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی و نیز حضور در قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ در حمایت از روحانیت و بالاخره نقش بسیار مؤثر بازاری‌های سنتی از طریق اعتصابات عمومی در تهران و شهرستان‌ها علیه دستگاه حکومتی در سال‌های ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷ که به پیروزی انقلاب اسلامی منجر گردید، نشان می‌دهد که بازار در فاصله بین نقطه عطف‌های تاریخی در هر اعتراضی علیه حکومت‌های پهلوی، نقش مهمی داشته است (ازغندی، ۱۳۸۵، صص ۲۸۶-۲۸۰). در زیر می‌توان، به صورت تاریخی رفتار سیاسی بازار را در طول تاریخ معاصر ایران مشاهده کرد:

ا. قیام تنباکو (۱۲۶۸)؛ ممانعت از ورود عوامل انگلیسی به کشت‌زارهای تنباکو، آتش زدن انبارهای تنباکو، نوشتن عریضه و اعزام نماینده به شاه و تعطیلی بازار، که نتیجه آن، بی‌تفاوتی اولیه و کشتار تظاهرکنندگان و در نهایت لغو امتیاز تنباکو بود.

ب. نهضت مشروطه (۱۲۸۵)؛ بسته شدن مغازه‌ها و تعطیلی بازار، بست‌نشینی، تظاهرات و تحصن، لغو تیولداری، ایجاد نظام انتخاباتی صنفی و کسب ۴۲ کرسی از ۱۰۰ کرسی مجلس اول شورا.

ج. دوره رضا شاه پهلوی (۱۳۲۰-۱۳۰۴)؛ کنترل بازار و اصناف توسط دولت.

د. دوره ملی‌شدن صنعت نفت (۱۳۳۲-۱۳۲۹)؛ حمایت از مصدق در انتخابات دوره چهاردهم مجلس، تهدید به تعطیلی بازار جهت فشار به مجلس سنا برای دادن رأی اعتماد به مصدق.

ه. دوره کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲؛ بخش میانی بازار از مصدق حمایت کرد و بعد از کودتا نیز مغازه‌های خود را بستند. ولی تجار ثروتمند و رده‌های پایین بازار از سلطنت حمایت کردند. بازاری‌ها نسبت به بقیه گروه‌ها بیشترین دستگیری و کشتار را

داشتند. در ادامه، دولت اجازه تشکیل شورای عالی اصناف را به صورت مشروط داد و نماینده دولت، رئیس افتخاری شورای عالی اصناف بود.

و. قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲؛ اعتراض بازار، توسعه شورای عالی اصناف تهران به ۱۱۰ صنف مختلف و ۱۲۰۰۰۰ عضو که زیر نظر حکومت بود.

ز. دوره انقلاب اسلامی (۱۳۵۷-۱۳۵۶)؛ تدارک دو سوم تظاهرات و راهپیمایی‌ها توسط بازاری‌ها و روحانیون، تأمین مالی جنبش انقلابی با تشکیل ۴۵ کمیته رفاهی و تعداد زیادی از شهدای انقلاب اسلامی از رده‌های پایین و متوسط رو به پایین بازاری‌های جوان و اعضای خانواده آن‌ها بودند (اشرف، ۱۳۷۵؛ ازغندی، ۱۳۸۵؛ کمالی، ۱۳۸۱؛ کشاورزیان، ۱۳۸۳).

بنابراین، با عنایت به فعالیت بازاری‌ها در طول تاریخ معاصر، این امر مشخص می‌گردد که بازاری‌ها به عنوان کنشگران تاریخی نقش مهمی در جامعه مدنی سنتی ایران داشته‌اند. با مطالعه تاریخ معاصر، ملاحظه می‌شود که در ایران هم جامعه مدنی (به معنای تخصصی آن) وجود داشته است. هر چند که این جامعه مدنی با آنچه در تصور غربی از جامعه مدنی وجود داشته، تفاوت دارد. این جامعه مدنی، پیش از آن‌که جامعه مدنی افراد شهروند و اجتماعات آن‌ها باشد، جامعه مدنی نهادها و جماعات است (کمالی، ۱۳۸۱، ص ۳۳). جامعه مدنی ایران تا آغاز نوسازی و غربی‌سازی در قرن بیستم، از دو گروه عمده «روحانیون و بازاری‌ها» تشکیل شده بود؛ روحانیون و بازاری‌ها، در محله‌ها و در میان مردم بودند. یعنی، در بین مردم زندگی می‌کردند. به عبارت دیگر، بر خلاف غرب که مباحث جامعه مدنی در «کافه‌ها» و «سالن‌های مهمانی» تجلی پیدا کرده بود در ایران، مباحث پیرامون حکومت و اعتراض‌های سیاسی - اجتماعی علیه دولت در مجامع مهمی مثل مساجد، منابر، مدارس، و بازار نمایان می‌شد و در مراسم مذهبی، تعزیه‌ها و عزاداری‌ها خود را نشان می‌داد (کمالی، ۱۳۸۱، ص ۳۵). بدین ترتیب، می‌توان گفت که در ایران، جامعه مدنی وجود داشت که بر دو گروه متنفذی چون علمای شیعه و بازاری‌های سنتی استوار بود. این دو گروه با پیوندهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی که با یکدیگر داشتند، توانستند در تحولات سیاسی و اجتماعی ایران نقش سرنوشت‌سازی را ایفا کنند.

با پیروزی انقلاب اسلامی و تشکیل جمهوری اسلامی ایران، بعضی از بازاری‌ها، برای اولین بار در تاریخ ایران وارد جامعه سیاسی شدند و توانستند جایگاه‌های سیاسی-اقتصادی مهمی را به خود اختصاص دهند. مسأله اساسی این مقاله این است که این تحولات چه نتایجی را دربرداشته است؟

۱-۲. روش تحقیق

با توجه به این‌که، مسأله این مقاله ریشه تاریخی دارد، روش تحقیق نیز «روش تاریخی» می‌باشد و تکنیک جمع‌آوری اطلاعات هم به شیوه «اسنادی و تاریخی» خواهد بود. یعنی، داده‌های تجربی - تاریخی با مراجعه به اسناد دست اول، کتب، مدارک معتبر تاریخی، عهدنامه‌ها و امتیازات مربوط به امور تجاری و بازرگانی، تلگراف‌ها، نامه‌ها و غیره استخراج می‌شوند. منظور از داده‌های تاریخی، داده‌های تجربی ناظر بر وقایع منحصر به فرد تاریخی هستند که تحلیل تاریخی را در دو سطح «توصیف» و «تبیین» امکان‌پذیر می‌نمایند (ساعی، ۱۳۸۶، ص ۱۹۲). بنابراین در این مقاله، روش تحلیل پژوهش، کیفی و مبتنی بر داده‌ها و شواهد تاریخی است. سطح تحلیل، هم میانه (در سطح نهادها و ساخت‌ها) و هم «فرد» (در سطح افراد و کنشگران) است و نوع داده‌ها نیز کیفی و تاریخی است. منطق این تحقیق نیز، منطق «استقرائی» است که بر مشاهدات مکرر و داده‌های تجربی استوار است.

۱-۳. قلمرو زمانی

دوره زمانی مقاله، سال‌های ۱۳۶۸-۱۳۵۷ شمسی می‌باشد. یعنی، تحولات بازار در دهه اول بعد از پیروزی انقلاب اسلامی مطالعه می‌شود. بازار در دهه‌های قبل از وقوع انقلاب اسلامی، در اتحاد کارکردی با روحانیت در نقطه عطف‌های سیاسی - اجتماعی ایران، نقشی فعال داشته‌اند و بعد از پیروزی انقلاب، بخشی از بازاری‌ها وارد جامعه سیاسی شدند و جایگاه‌های سیاسی-اقتصادی تصدی کردند. بدین خاطر، تحولات بازار در موقعیت زمانی جدید (دهه اول بعد از پیروزی انقلاب)، که موقعیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جدیدی هم به همراه داشته است، مورد مطالعه تحلیلی قرار می‌گیرد.

۱-۴. برداشت مفهومی

«بازار» در شهرهای ایرانی (با تکیه بر دایرة المعارف بین‌المللی گرولیر نیویورک) به معنای محل خرید و فروش، سیمایی از شهرهای سنتی که به طور نهادی از محوطه و مسیر سرپوشیده‌ای تشکیل می‌شود که به ردیف از مغازه‌های کوچکی در دو طرف پر شده است؛ جایی که بازاری‌ها، کالاهای خود را در معرض دید می‌گذارند. با تأکید بر اینکه در ایران، بازار فقط محل تجارت نیست، بلکه جایگاهی از زندگی سیاسی مردم نیز محسوب می‌شود. در نتیجه در ایران اسلامی، بازار سنتی از گذشته تا کنون، کارکردهای متنوعی داشته است؛ اول- بازار، مرکز داد و ستد و تولید صنایع دستی بود، دوم- بازار در کنار مسجد شهر، عرصه عمده روابط برون خانوادگی بود، سوم- بازار پایه قدرت مالی و سیاسی نهادهای مذهبی شیعی بود و چهارم- بازار، دژ برای اکثر جنبش‌های اعتراضی- سیاسی مردم بوده است (اشرف و عزیزی، ۱۳۸۷، ص ۱۱۸). یکی از ویژگی‌های بسیار مهمی که از گذشته در بازار حاکم بوده است، شرایط تعاملی می‌باشد که بین مصرف‌کننده (خریدار) و تولید کننده (فروشنده) وجود داشته است که تصمیمات خویش را به صورت مستقل اتخاذ می‌کردند (ازغندی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۷) و دیگر این‌که، تعطیل کردن مغازه‌ها (بازار)، تحصن در مساجد و اماکن عمومی، پشتیبانی مالی از جنبش‌ها و شرکت در گردهمایی‌ها و تظاهرات خیابانی، از تاکتیک‌های اصلی اعتراض بازاری‌ها بوده و «هیأت‌های مذهبی»، «مجالس سخنرانی» و «نمازهای جماعت یومیّه» نیز، از ابزارهای اجتماعی عمده برای حفظ همبستگی میان بازاری‌ها می‌باشند (اشرف و عزیزی، ۱۳۸۷، ص ۱۵). بنابراین در این مقاله، منظور از بازاری‌ها، مغازه‌داران، کسبه و پیشه‌وران بازار قدیمی (سنتی) هستند که با یاری جستن از تعدادی همکاران و کارگران به سازماندهی امور اقتصادی و تأمین نیازمندی‌های مردم مشغول هستند.

۲. مبانی نظری

در این مطالعه، رابطه بازار و دولت، بر اساس نظریه‌های مربوط به نقش و جایگاه «جامعه مدنی» به عنوان یک رابطه میان ملت و دولت، بررسی می‌شود. جامعه مدنی، تاریخ طولانی در تفکر و اندیشه سیاسی دارد. این مفهوم نظری در دستگاه‌های فکری متفکران مختلفی از جمله «لاک»، «هابز»، «مارکس»، «هابرماس»، «الکساندر»،

«آیزنشتات» و ... ارائه شده است. جامعه مدنی به آن حوزه یا فضای اجتماعی گفته می‌شود که در آن افراد، گروه‌ها و تشکلهای غیرسیاسی با یکدیگر وارد کنش متقابل می‌شوند و زندگی خود را سامان می‌دهند. به عبارت دیگر، جامعه مدنی کیفیتی از جامعه است که می‌تواند خود را سازمان دهد، بی‌آنکه نیاز به سازماندهی دولت داشته باشد. یعنی، حوزه اجتماعی که فارغ از دسترسی اعمال قدرت حوزه سیاسی باشد. در تعریف حداکثری از جامعه مدنی، «آیزنشتات» آن را به جوامع ماقبل مدرن نیز تسری می‌دهد. وی چهار شرط ساختاری و اجتماعی را برای جامعه مدنی در نظر می‌گیرد؛ اول- استقلال نسبی حوزه اجتماعی از دولت؛ دوم- دسترسی نسبتاً مستقل به دولت یا نخبگان حاکم؛ سوم- وجود یک فضای عمومی نسبتاً مستقل و چهارم- حمایت قانونی (نک. کمالی، ۱۳۸۱، ص ۶۱). نظریه جامعه مدنی مدعی است که برای شناخت و تبیین دولت باید گروه‌ها، انجمن‌ها و احزاب غیردولتی را مورد بررسی قرار داد (چاندوک، ۱۳۷۷، ص ۶۵). یعنی، قدرت دولت در وهله اول از جامعه سرچشمه می‌گیرد و ماهیت آن به جامعه و نوع معادلات و کشمکش‌های درون جامعه بستگی دارد. به عبارت دیگر، هر چند دولت یک ساختار مستقل است و دائماً می‌کوشد تا جامعه را تحت کنترل خود درآورد، ولی میزان توانایی آن برای هدایت و کنترل جامعه به میزان قدرت آن در جامعه بستگی دارد. یعنی، هرچه جامعه مدنی قوی‌تری داشته باشیم، دولت قوی‌تری نیز خواهیم داشت (چاندوک، ۱۳۷۷، صص ۶۸-۶۵).

درک رابطه جامعه مدنی و دولت کمک شایانی به درک دولت می‌کند و در یک جامعه مدنی است که بین پویای سیاسی جامعه از یک سو و ماهیت دولت از سوی دیگر رابطه برقرار می‌شود. یک جامعه مدنی خاموش و تسلیم، باعث پیدایش یک دولت اقتدارگرا می‌گردد و یک جامعه فعال و سرزنده باعث پیدایش یک دولت پاسخگو می‌گردد. ظهور جامعه مدنی از دید تاریخی منادی پیدایش مردم‌سالاری بود. نتیجه این‌که، بر اساس نظریه جامعه مدنی، ماهیت دولت به وسیله ماهیت جامعه مدنی تعیین می‌شود. به طوری که جامعه مدنی منفعل موجب شکل‌گیری دولت اقتدارگرا می‌شود و جامعه مدنی فعال، موجب پاسخگو بودن دولت می‌گردد. بنابراین، بین «دولت قوی» و «دولت اقتدارگرا» تمایز وجود دارد؛ دولت قوی، به دولتی گفته می‌شود که در عین کوچک بودن، نقش نظارتی قوی در جامعه دارد و به بخش‌های خصوصی، اجازه

فعالیت‌های آزادانه و رقابتی را می‌دهد. اما دولت اقتدارگرا، دولتی بزرگ را طلب می‌کند که فعالیت‌های مهم را در انحصار داشته باشد و بخش‌های خصوصی کشور در محدودیت باشند. اگر چه در تاریخ ایران، شاهد دولت‌های اقتدارگرا بوده‌ایم، اما بازار، نقش تعیین‌کننده‌ای در جامعه مدنی سنتی ایران ایفا کرده است. بازاری‌ها از استقلال اقتصادی نسبت به دولت برخوردار بودند و عنصر پویای جامعه شهری ایران به حساب می‌آمدند. بازاری‌ها تحت رهبری علمای شیعه، در تحولات سیاسی و اجتماعی ایران تأثیرگذار بودند و به ویژه پشتیبانی منابع مالی جنبش‌ها بر عهده آن‌ها بود. بنابراین، بازار از گروه‌های اصلی جامعه مدنی سنتی ایران به حساب می‌آید و نقش عمده‌ای در تعدیل و تحدید قدرت دولت دارد. در ارتباط با وضعیت بازار از حیث جامعه‌شناختی، مهم‌ترین نظریه‌های ارائه شده عبارتند از:

۲-۱. نظریه جامعه‌شناختی «دولت محور»

«احمد اشرف» در تحلیل خود از مباحث تاریخی، بازار و اصناف را در دوره‌های تاریخ معاصر ایران بررسی می‌نماید. وی مدعی است که در طول تاریخ ایران، بازار دارای یک ماهیت بوده و این ماهیت پس از انقلاب ادامه پیدا کرده است. «انجمن مرکزی اصناف تهران» در انقلاب مشروطه، «جامعه بازرگانان و اصناف و پیشه‌وران تهران» در دوران ملی شدن صنعت نفت و «انجمن اسلامی اصناف و بازار تهران» در دوره اخیر، جملگی به دست گروهی از معتمدان اصناف که به ترتیب دارای گرایش‌های «مشروطه طلب»، «ملکی مصلحتی» و «اسلامی سیاسی» بوده‌اند، ایجاد شدند. به همین روال نیز انجمن‌های دولتی چون «هیئت‌های اتحادیه اصناف تهران» در دوران انتقال سلطنت از قاجاریه به پهلوی، «اتحادیه اصناف بازار تهران» در سال‌های ۱۳۳۲-۱۳۲۹ و «شورای عالی اصناف» و «اتاق‌های اصناف» در سال‌های ۱۳۳۶ تا ۱۳۵۶ و «شورای عالی اصناف» در بعد از انقلاب اسلامی، جملگی نهادهای سیاسی مرتبط با دولت بوده و برای شرکت در مبارزات سیاسی و یا ایفای نقشی در مبارزه با گران‌فروشی ایجاد شده‌اند.

این فرآیند پس از انقلاب اسلامی نیز ادامه پیدا کرد. قانون جدید نظام صنفی که در ۱۳ تیرماه ۱۳۵۹ به تصویب شورای انقلاب رسید، «اتاق‌های اصناف» را منحل و به جای آن «شورای مرکزی اصناف» را برقرار کرد و به این ترتیب، عنوان «شورای

اصناف» را که در دهه ۱۳۴۰ به کار می‌رفت، دوباره برگزید. اما این تغییر نام، دگرگونی چندانی در ماهیت رابطه دولت و اصناف پدید نیاورد و گرایش دولت برای نظارت مؤثر بر اصناف هم‌چنان ادامه پیدا کرد. «شورای مرکزی اصناف» که عالی‌ترین مرجع منتخب صنفی بود با نظارت مستقیم «هیئت عالی نظارت بر اصناف» تشکیل می‌شد که در وزارت بازرگانی زیر نظر مدیریت کل امور صنفی عمل می‌کرد. اشرف معتقد است که تفاوت عمده‌ای که در دهه ۱۳۶۰ در مقایسه با دهه ۱۳۵۰ پیدا کرد، مقاومت اصناف در برابر دولت بود؛ سابقه مشارکت بازار در انقلاب، حضور رهبران صنفی در حکومت اسلامی و ائتلاف اصناف با جناح نیرومند روحانیت مبارز، از عوامل مهم برای فهم نقش جدید بازار پس از انقلاب است. از طرف دیگر، دولت‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز، با مکانیزم‌هایی، توانستند نظارت خود را بر بازار اعمال کنند، مانند: مبارزه با گران‌فروشی و مجازات محترکان، تشکیل شورای مرکزی اصناف و یا صدور جواز کسب برای فعالیت صنوف (اشرف، ۱۳۷۵، ص ۴۲).

از همان ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، سیر صعودی قیمت‌ها، دولت را باردیگر متوجه اصناف نمود. واکنش دولت به تورم لجام گسیخته در خور توجه است. با آغاز دهه ۱۳۶۰، به مرور فرمانداری‌ها و ادارات بازرگانی شهرستان‌ها «شورای مرکزی اصناف» را در شهرها تشکیل دادند و آن‌ها را هم‌چون «اتاق‌های اصناف» مأمور مبارزه با گران‌فروشی کردند. اما تشکیل «شورای مرکزی اصناف تهران» که در صورت تشکیل زیر نظر هیئت‌های مؤتلفه اسلامی بود، عملاً محقق نشد. بروز پاره‌ای از اختلافات میان دولت و اصناف در سال ۱۳۶۵، که تورم و جنگ مشکلات را برجسته ساخته بود، به اوج خود رسید. فرمانداران شهرهایی که در آن «شورای مرکزی اصناف» تشکیل شده بود، به شوراها فشار می‌آوردند تا قیمت‌ها را کنترل کنند و اگر از این کار عاجز می‌ماندند، وجود آن‌ها را زائد اعلام می‌کردند، چرا که فلسفه اصلی وجود انجمن‌های صنفی مبارزه با گران‌فروشی بود. برای مثال، فرماندار «تبریز» در یک مصاحبه مطبوعاتی چنین گفت: «من صراحتاً می‌گویم وجود یک چنین شورای مرکزی اصنافی که در رابطه با وظایف خود فعالیتی نشان نداده یک چیز زائد است. قانون نظام صنفی بسیار روشن است و شورا می‌توانست در جهت نرخ‌گذاری و اتیکت قیمت‌ها کارهایی را انجام بدهد.... بنابراین شورا یک نهاد است و مسئولان دست اندرکار که با شورای مرکزی

اصناف ارتباط مستقیم دارند، باید آن را طوری که خواست انقلاب است، فعال نمایند» (ابرار، ۱۳۶۵، به نقل از اشرف ۱۳۷۵، ص ۴۲).

با طرح «تشدید مجازات محترکان و گران فروشان» در مجلس و تصویب آن، جنجال بزرگی به وجود آمد. از اوایل سال ۱۳۶۶ مبارزه با گران فروشان در تهران وارد مرحله تازه‌ای شد؛ از یک سو با تشکیل کمیسیون نظارت بر امور اصناف با عضویت استاندار تهران، دادستان تهران، سرپرست دادگاه‌های کیفری تهران و رئیس دادگاه‌های انقلاب اسلامی، دولت مبارزه گسترده‌ای را با گران‌فروشی، احتکار و سایر تخلفات صنفی در تهران آغاز کرد. از سوی دیگر گروهی از رهبران اصناف که صاحب نفوذ بودند، برای مبارزه با جناح رادیکال جامعه، «انجمن‌های اسلامی اصناف و بازار تهران» را با شرکت بیش از یکصد انجمن اسلامی از صنوف مختلف تأسیس کردند. انجمن‌های اسلامی اصناف زیرنفوذ گروهی از رهبران هیئت‌های مؤتلفه اسلامی بودند. سرانجام در آغاز سال ۱۳۶۷، دولت موفق به تصویب طرح تعزیرات حکومتی شد. یکی از موارد تعزیرات ناظر بر آن، مقررات و قوانین مربوط به احتکار و گران‌فروشی است. طرح تعزیرات حکومتی، دولت را رأساً مخیر به مجازات محترکان و گران‌فروشان کرد و به این ترتیب بر اختیارات دولت افزود. اصناف نیز واکنش نشان دادند و در ۲۵ بهمن ۱۳۶۷ به برگزاری سمینار دو روزه‌ای از نمایندگان اصناف سراسر کشور در تهران دست زدند. در این سمینار «علی اکبر هاشمی رفسنجانی»، رئیس وقت مجلس شورای اسلامی، ضمن تأکید بر لزوم افزایش تولید، اعلام کرد که «مبارزه با گران‌فروشی و محترکان باید هم‌چون مبارزه اصناف با طاغوت جدی گرفته شود. ما قانون نظام صنفی را تکمیل و در اختیار شما خواهیم گذاشت، بدانید که اعتبار اصناف الان در گرو اقدام صحیح کنترل نرخ‌هاست» (رسالت، ۱۳۶۷، به نقل از اشرف ۱۳۷۵).

۲-۲. نظریه جامعه‌شناختی «بازار محور»

«احمد میدری» در نقد دیدگاه اشرف، معتقد است که شواهد و مستندات اشرف بر وابستگی بازار و اصناف به دولت دلالت ندارد، بلکه در واقع نمایانگر استقلال آن‌ها و تحدید قدرت دولت از سوی بازار و اصناف بوده است. میدری در بررسی شواهد اشرف معتقد است که بازار و اصناف در این تنش‌ها، مبارزه را به نفع خود خاتمه

داده‌اند. وی در مورد مالیات‌گیری معتقد است که اتحادیه‌ها زمانی ایجاد شدند که دولت نیاز به مالیات نداشت. یعنی اگر فرضیه اشرف درست بود، آن‌گاه دولت باید در زمانی حضور اتحادیه‌های صنفی در وصول مالیات را می‌پذیرفت که درآمدهای نفتی کمتر بود و نیاز به اخذ مالیات بیشتر احساس می‌شد؛ در حالی که زمانی پای اتحادیه‌ها به میان آمد که دولت کمترین نیاز را به مالیات داشت. وی مدعی است که مداخله اتحادیه‌های صنفی در اخذ مالیات از مطالبات صنفی بازار بوده است و نه تحمیلی از سوی دولت (میدری، ۱۳۸۳، ص ۸۴). وی شواهدی را برای ادعای خود ارائه داده است که به آن‌ها اشاره می‌شود. در اوایل انقلاب، شورای انقلاب چند قانون برای تأمین منافع اصناف بازار به تصویب رساند که مؤید تلاش اصناف برای تأمین منافع خودشان است. تصویب این قوانین نشان می‌دهد که اصناف بازار بسیار فرصت‌شناس بوده و از فضای انقلاب و روابط جدید استفاده کرده و مطالبات خود را تعقیب می‌کرده‌اند. دیگر این‌که، اصناف و بازار، از سال ۱۳۵۱ تا سال‌های پس از پیروزی انقلاب، هیچ‌گاه خواستار تغییر جایگاه خود در وصول مالیات نشدند. تلاش اصناف در این زمینه به قرار زیر است؛ اول- در ۲۷ اسفند ۱۳۵۷؛ شورای انقلاب دادگاه‌های صنفی را لغو و محکومین این دادگاه را عفو کرد. دوم- در ۲۴ آذر ماه ۱۳۵۸؛ کارگاه‌های کوچک صنفی از پرداخت حق بیمه به سازمان تأمین اجتماعی معاف شدند و سازمان تأمین اجتماعی موظف گردید، بدون دریافت سهم کارفرما و سهم بیمه شونده و تنها با دریافت سهم دولت به این واحدها خدمات ارائه دهد. سوم- در ۱۷ بهمن ۱۳۵۸؛ شورای انقلاب به بانک مرکزی مجوز پرداخت ۵۰۰ میلیون تومان وام را به صندوق تعاون صنفی داد. بنابراین، مصوبه «انحلال دادگاه‌های نظام صنفی و عفو متخلفین از مقررات قانون نظام صنفی» در تاریخ ۲۷ اسفند ۱۳۵۷، یعنی ۳۵ روز پس از پیروزی انقلاب، نمایانگر این امر است که اصناف قدرت زیادی در تعریف قوانین متناسب با منافع خود دارا بوده‌اند. این مصوبه قدرت اصناف را در مجازات متخلفان نشان می‌دهد و دخالت دولت را به حداقل می‌رساند. علاوه بر این، اصناف با صدور «مجوز واحد صنفی» به افراد، تا حدی کنترل بازار را در اختیار داشته و از ورود بدون کنترل به بازار و اصناف جلوگیری می‌کردند. بنابراین صدور مجوز نیز مؤید استقلال بازار از دولت بوده است. در مورد

گران فروشی نیز میدری معتقد است که این کارکرد نیز از خواسته‌های اصناف بوده و نه تحمیلی از سوی دولت (میدری، ۱۳۸۳، صص ۹۰-۸۵).

۲-۳. نظریه جامعه‌شناختی حذف بازار

«آرنگ کشاورزیان» در مقاله خود ادعا می‌کند که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، تغییراتی در کنشگران بازار ایجاد گردید و این تغییر به همراه تغییرات دیگر، زمینه را برای حذف بازار به عنوان یک گروه جامعه‌شناختی فراهم ساخت. تحولات ناشی از انقلاب به بروز ناپایداری در ترکیب جامعه و به‌ویژه بازار انجامید. در خلال انقلاب و بلافاصله پس از آن، شعارها و نشانه‌های ضد سرمایه‌داری ظاهر شدند که در کل، بخش خصوصی و تا حدودی حجره‌های بازار را تهدید می‌کردند و آن‌ها را هراسان می‌ساختند. روزنامه‌ها، بیانیه‌ها و گفتارهای سیاسی مملو بود از توصیف سرمایه‌داران و برخی از بازاری‌ها به عنوان عناصر فاسد و نام بردن از آن‌ها به عنوان «غارتگران بیت‌المال»، «مفسدان فی‌الارض»، «تروریست‌های اقتصادی»، «محتکرین»، «کلاه‌برداران» و عناوینی از این دست. اوضاع و احوال برای سرمایه در بهترین حالت نامطمئن و در بدترین حالت خصومت‌آمیز بود. برخی از واردکنندگان برجسته، به‌ویژه آن‌هایی که در بخش صنعت فعال بودند، به خارج از کشور مهاجرت کردند. آن‌هایی که باقی ماندند، به طور طبیعی مورد بازخواست در خصوص نحوه عملکردشان قرار می‌گرفتند (کشاورزیان، ۱۳۸۳، ص ۲۵). بنابراین، همه این اعمال به فرسایش و تضعیف موقعیت برخی از بازاری‌ها انجامید.

کشاورزیان، بازاری‌های پس از انقلاب اسلامی را به دو دسته «بازاری‌های دولتی» و «بازاری‌های غیردولتی» تقسیم می‌کند؛ به این معنی که، بخشی از بازار از طریق هیأت‌های خود، پیوندهایی با لایه‌هایی از دولت ایجاد کردند. به عنوان مثال، «هیأت مؤتلفه اسلامی» از همان آغاز، وفاداری خود را به انقلاب اسلامی از طریق انحلال تشکیلات مستقل خود و پیوستن به حزب جمهوری اسلامی نشان داد. این افراد به بخشی از نخبگان جدید بدل شدند. اما بخش غیردولتی بازار روال و رویه‌ای متفاوت را پیشه نمود. کشاورزیان همچنین مدعی است که اعتماد و تعاملات همیارانه در بازار نیز دگرگون شده است؛ پیوندهای موجود در بازار دیگر درازمدت، عمودی،

افقی و چندوجهی نیست و اکنون بیشتر به شکل موقتی و یا بعضاً نابرابر است. وی تغییرات رخ داده در بازار را شواهدی برای ادعای خود (بازار دگرگون شده است) می‌آورد که عبارتند از:

ا. شمار کسانی که در پی یافتن شغل دوم وارد بازار شده‌اند، به نحو چشم‌گیری افزایش یافته است. با ورود این افراد به بازار، پیامدهای جدی برای شکل و ماهیت بازار و شبکه معاملات آن، پیش آمد. ناپایداری اعضای شبکه به محو روابط درازمدت انجامید که بنیان شبکه‌های همیارانه را تشکیل می‌داد. هم‌چنین از آن‌جایی که بسیاری از واسطه‌های سرشناس معاملات، بازار را ترک کردند یا از دنیا رفته‌اند، پیوندهای بین لایه‌های متنوع از بین رفت. ناپایداری در جریان تبادلات و معاملات، مانع شکل‌گیری تخصص تجاری و بازرگانی شد و این امر به نوبه خود زمینه کاهش روابط بازرگانی مستمر را فراهم ساخت.

ب. در مقایسه با قبل بسیاری از مکان‌های تجمع اجتماعی مثل گرمابه‌ها، زورخانه‌ها و غذاخوری‌ها کارکرد خود را از دست داده‌اند. طبق یک گزارش، در اواخر سال ۱۳۵۷ تعداد ۳۵۰۰ قهوه‌خانه در تهران وجود داشت. این رقم در سال ۱۳۶۷ به ۱۰۰۰ عدد رسید. یعنی، به طور طبیعی دیگر زندگی اقتصادی و اجتماعی بازاری‌ها با هم‌دیگر جوش نمی‌خورد.

ج. بی‌ثباتی نرخ ارز و ورود فعالان جدید به بازار منجر به کاهش و تضعیف معاملات اجتماعی در بازار شده است.

د. بخشی از بازار دولتی شده است. دولتی شدن فعالیت‌های بازار به تضعیف توانایی بازار برای حفظ پیوندهای چندوجهی و افقی منجر شده است که در اصل، شالوده سلسله مراتب همیارانه بود. پیوندهای عمودی بین بازار و وابستگان دولتی که منابع را کنترل می‌کنند، جای پیوندهای عمودی و افقی در درون بازار را گرفته است. بخش قدرتمند بازار با بهره‌مند شدن از حمایت‌های رسمی و قانونی، و با ایجاد تشکیلاتی از جمله «کمیته امور صنفی»، «صندوق‌های قرض‌الحسنه»، «سازمان اقتصاد اسلامی» و «اتاق بازرگانی» کنترل بخش اصلی سرمایه‌داری تجاری را در اختیار گرفته است (کشاوریان، ۱۳۸۳، صص ۳۱-۲۵). بنابراین اکثر واردکنندگان کالا دیگر عضو بازار سنتی نیستند، بلکه نهادها و مؤسساتی نظیر واحدهای تجاری درون وزارتخانه‌ها،

خیریه‌ها و بنیادها هستند که به بازیگران اصلی در تجارت بین‌المللی تبدیل شده‌اند. این نهادها با ایجاد محدودیت‌هایی برای محصولات مشابه، به موقعیت بازیگر اصلی تجارت بین‌المللی دست یافته‌اند.

هـ. نظام اعتبار بازار که ستون فقرات سلسله مراتب همیارانه را تشکیل می‌داد، دگرگونی بنیادین پیدا کرده است. در حال حاضر مبادلات اعتباری تقریباً منحصراً با استفاده از «چک» صورت می‌گیرد. بازاری‌ها و هم‌چنین کارشناسان قضایی مدعی‌اند به این دلیل به جای سفته به چک رو آورده‌اند که حفاظت قانونی بیشتری به دست آورند. در حالی که تعاملات، قبلاً مبتنی بر «اعتماد» بوده است. نتیجه این‌که، روابط تجاری بازار تا حدودی ناپایدار، نامعین و پاره‌پاره شده است (کشاورزیان، ۱۳۸۳، ص ۳۵).
بنابراین، با توجه به دیدگاه‌های مطرح شده فوق، می‌خواهیم تحلیل کنیم که واقعیت تحولات بازار و اصناف در دهه اول پس از پیروزی انقلاب اسلامی، با کدامیک از دیدگاه‌های اشرف، میدری یا کشاورزیان، سازگاری و انطباق بیشتری دارد.

۳. الگوی تحلیلی رابطه بازار و دولت در ایران

بررسی رابطه دولت و بازار، مستلزم مطالعه تاریخ رابطه این دو نهاد پس از پیروزی انقلاب اسلامی است. موضوع در این مقاله، با توجه به محدودیت‌های موجود، منحصراً در زمینه‌های «قانون تعزیرات»، «صندوق قرض الحسنه» و «حضور بازاری‌ها در بدنه دولت» جستجو می‌شود. مبارزه با گران‌فروشی با تصویب قانون تعزیرات از ابزارهایی بود که دولت برای کنترل بازار از آن‌ها استفاده می‌کرد و ایجاد صندوق‌های قرض الحسنه و نفوذ در بدنه دولت، مکانیزم‌هایی هستند که بازار برای تحدید قدرت دولت به کار برده است.

۳-۱. تحولات در اتاق بازرگانی و اتاق اصناف

رابطه دولت با بازار در دهه اول جمهوری اسلامی به سه دوره مجزا قابل تقسیم است که عبارتند از:

أ. از پیروزی انقلاب اسلامی تا تشکیل کابینه دولت موسوی.

ب. از تشکیل کابینه موسوی تا استعفای عسگراولادی (دوره وزارت عسگراولادی).

ج. از استعفای عسگراولادی تا سال ۱۳۶۸

در دوره اول و دوم، بازار دارای قدرت نسبی بود و در دوره سوم، بازار تا حدودی به حاشیه رفته و دولت، بازار را تقریباً تحت نظارت خود دارد. در ادامه به هریک از دوره‌ها می‌پردازیم؛

در دوره اول، با دسترسی بازار به اتاق بازرگانی و اتاق اصناف در اوایل انقلاب یکی از مهمترین تحولات تغییرات در اتاق بازرگانی و اتاق اصناف بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بازاری‌ها تلاش کردند تا در اتاق بازرگانی نفوذ پیدا کنند. بازاری‌هایی که به اتاق بازرگانی دست یافته‌اند، جزو فهرست ۵۲ نفره سرمایه‌دارانی نبودند که اموالشان مصادره شده بود (غفاریان، ۱۳۸۸، صص ۵۴-۵۲). پس از وقوع انقلاب، فعالیت اصناف نیز تحت نظارت بازار قرار گرفت. در ۹ اسفند ۱۳۵۷، کمیته انقلاب اسلامی به فرمان امام خمینی(ره)، حکمی را به «آیت الله انواری» تفویض کرد تا تشکیلات جدیدی را برای سازماندهی اصناف ایجاد کند. بازاری‌ها با حمایت آیت الله انواری، کمیته‌ای با عنوان «کمیته نایب امام در امور صنفی» را تشکیل دادند، که این کمیته، اصناف را تحت نظارت خود داشت. اعضای کمیته اصناف که از طرف آیت الله انواری تعیین شد، عبارت بودند از: سید تقی خاموشی، مجتبی قائم مقامی، علی‌اکبر رخ‌صفت، حبیب الله شفیق و سعید امانی، که همگی از بازاری‌های معروف بودند. این گروه سه ماه امور اصناف تقریباً را بدون دخالت دولت در اختیار داشتند. در این دوره اتاق اصناف از ادبیات اقتصادی و سیاسی ایران حذف شد. دولت موقت مهندس بازرگان، بعد از سه ماه در ۱۸ اردیبهشت ۱۳۵۸ هیأت جدیدی را برای سرپرستی اداره امور اصناف تعیین کرد که بعد از هشت ماه فعالیت، سرپرست جدیدی برای این امر تعیین شد. در این هیأت که توسط دولت موقت روی کارآمد، بازاری‌های سنتی نفوذ زیادی داشتند (غفاریان، ۱۳۸۸، ص ۵۸). این هیأت جدید تا تشکیل مجلس و کابینه امور اصناف را در اختیار داشتند. دوره دوم، با تشکیل کابینه دولت و وزیر بازرگانی شدن «حبیب الله عسگراولادی»، بازاری‌ها، به میزان قابل توجهی کنترل بازار و توزیع را در اختیار گرفتند. در این دوره، نمایندگان دولت در اصناف، همگی از اصناف بودند که

توسط جامعه انجمن‌های اصناف و بازار معرفی شدند. آن‌ها کمیته امور صنفی را تشکیل دادند. در این دوره، مهم‌ترین کالاهای مورد نیاز شهروندان از طریق دولت تأمین می‌شد و در اختیار کمیته امور صنفی قرار می‌گرفت تا از طریق «مساجد» توزیع گردد. این فرآیند توزیع تحت نظارت کمیته بود. در این دوره، تجارت خارجی به بازاری‌ها واگذار شده بود. در دوره سوم و با استعفای عسکراولادی، «حسن عابدی جعفری» برای وزارت بازرگانی انتخاب شد. وی در قدم اول، تعداد زیادی از کارمندان وزارت بازرگانی را تغییر داد و اقداماتی را برای کنترل بازار در دستور کار خود قرار داد. «مجمع امور صنفی»، جایگزین «کمیته امور صنفی» شد و عابدی جعفری با نگارش نامه‌ای «کمیته امور صنفی» را غیرقانونی اعلام کرد. توزیع کالاها را هم از کمیته گرفت و فعالیت آن‌ها را محدود کرد. کمیته امور صنفی نیز تسلیم وزیر جدید نشد. زیرا، نمایندگانی که از طرف وزیر برای کمیته انتخاب شده بودند، مورد موافقت کمیته قرار نگرفتند. کمیته امور صنفی که نماینده بازاری بود، در سال ۱۳۶۴ نهاد جدید «شورای مرکزی اصناف» را تشکیل داد که دولت آن‌ها را به رسمیت نشناخت. دولت تمام فعالیت‌های اقتصادی را به «مجمع امور صنفی» واگذار کرده بود و برای تحدید قدرت بازار «دفتر امور اصناف و بازرگانان» را در وزارت بازرگانی تشکیل داد. در سال ۱۳۶۶، نخست وزیر، در صدد محدود کردن قدرت شورای مرکزی اصناف برآمد. در نامه‌ای به امام خمینی (ره) و پاسخ امام مسئولیت‌های شورای مرکزی اصناف به «مجمع امور صنفی» واگذار شد.

۳-۲. شیوه‌های برخورد با تخلفات اقتصادی بازار

سیر تحول شیوه‌های برخورد با تخلفات اقتصادی در دهه اول بعد از انقلاب اسلامی را به چند مقطع تاریخی می‌توان تقسیم کرد. دوره اول، تصویب قانون نظام صنفی در تاریخ ۱۳ تیر ۱۳۵۹ توسط شورای انقلاب.

دوره دوم، تشکیل ستادهای مبارزه با گران‌فروشی؛ با توجه به ناموفق بودن قانون نظام صنفی، دولت به ناچار ستادهایی را به نام «ستادهای مبارزه با گران‌فروشی» تشکیل داد (اطلاعات، ۸ تیر ۱۳۵۹).

دوره سوم، دادن صلاحیت رسیدگی تخلفات اقتصادی به دادگاه‌های انقلاب و داسراها؛ هم‌زمان با پیدایش مسایل گران‌فروشی در بازار، که ناشی از تأثیرات جنگ تحمیلی بود، متولّی مبارزه با تخلفات صنفی، «دادگاه‌ها و داسراهای انقلاب» شدند و با مصوبه شورای عالی قضایی، مجازات گران‌فروشان تا ده برابر میزان گران‌فروشی افزایش یافت که در حدود ۷۰۰۰ پرونده شکایت تشکیل شد و محکومان و گران‌فروشان ۱۲ میلیارد ریال جریمه شدند (اطلاعات، ۱۳۶۲، ص ۶).

دوره چهارم، تأسیس داسراهای ویژه امور صنفی؛ از اوایل سال ۱۳۶۶ مبارزه با گران‌فروشان در تهران وارد مرحله تازه‌ای شد و به داسراهای انقلاب اسلامی اختیاراتی در امور اقتصادی داده شد. با تشکیل کمیسیون نظارت بر امور اصناف (با عضویت استاندار تهران، دادستان تهران، سرپرست دادگاه‌های کیفری تهران و رئیس دادگاه‌های انقلاب اسلامی)، دولت با هماهنگی پاسداران انقلاب اسلامی و تخصیص شعبه دایاری به امر احتکار و گران‌فروشی، مبارزه گسترده‌ای را با گران‌فروشی، احتکار و سایر تخلفات صنفی در تهران آغاز کرد (اشرف، ۱۳۷۵، ص ۴۲؛ قدیری، ۱۳۸۵، ص ۱۴۷).

در جست‌جوی راه‌کار برای تعیین بهای عادلانه برای هزاران کالای توقیف شده، طرح «تعزیرات حکومتی» مطرح شد و حق تعزیر محکومان و گران‌فروشان در آخر تیر ماه ۱۳۶۶ به دولت واگذار شد و نخست وزیر در مرداد ۱۳۶۶ اجازه اعمال تعزیرات حکومتی را به استانداران داد. بر اثر این اجازه، ژاندارمری، شهربانی و کمیته‌ها دست به کار شدند. برگه‌های شکایت در اختیار شهروندان قرار گرفت تا شکایات خود از مغازه‌ها را به «کمیسیون نظارت بر اصناف» بفرستند. در سه ماه آخر سال ۱۳۶۶ نزدیک به ۳۲۷۳۵۲ واحد صنفی متخلف تعزیر شدند (قدیری، ۱۳۸۵، ص ۱۴۸) و دوره پنجم، دوره تصویب قانون تعزیرات حکومتی در سال ۱۳۶۷ است. در سال ۱۳۶۷ با مصوبه «مجمع تشخیص مصلحت نظام» تحت عنوان «قانون تعزیرات حکومتی»، داسراهای ویژه منحل گردیدند. در این دوره، با توجه به ضعف بودن قانون مصوب و جامع نبودن آن از یک سو و عدم توجه مراجع قضایی انقلاب از سوی دیگر، باعث گردید تا تخلفات در بازار بیشتر شوند. نتیجه این‌که، در چارچوب تعزیرات حکومتی، ۶۰۰۰ بازرس در شهرها مأمور کنترل قیمت‌ها شدند (قدیری، ۱۳۸۵، ص ۱۴۸).

۳-۳. تأسیس صندوق‌های قرض‌الحسنه

یکی از ابزارهای بازار برای فشار به حکومت پهلوی، تشکیل «صندوق‌های قرض‌الحسنه» بود. صندوق‌ها با حمایت از اقشار کم درآمد بازار و بازاری‌های ورشکسته، از وابستگی آن‌ها به حکومت (گرفتن وام دولتی) می‌کاستند و روحیه اعتراضی آن‌ها را نسبت به حکومت تقویت می‌کردند. نخستین صندوق قرض‌الحسنه را در سال ۱۳۴۶، عده‌ای از بازاری‌های تهران در مسجد «لرزاده» بنا نهادند. بازاری‌های شناخته شده وقت، نام این صندوق را «صندوق ذخیره جاوید» نهادند. تشکّل مذهبی دیگری از دل بازار تهران، دومین صندوق قرض‌الحسنه را با نام «صندوق قرض‌الحسنه جاوید» تأسیس کرد (مجموعه قوانین و مقررات بازرگانی، ۱۳۶۳، ص ۲۹۰). بنا به روایات مربوط به سال‌های واپسین دهه ۴۰، سنت «گل‌ریزان» (حمایت مالی از افراد ورشکسته)، دلیل خوبی برای تشکیل این صندوق‌ها بود. مطالعات نشان می‌دهد که نخستین کسانی که صندوق‌های قرض‌الحسنه را راه‌اندازی کردند، اعضای گروه مذهبی - سیاسی بودند که به نام «مؤتلفه اسلامی» معروف شدند. در رأس شاخه مبارزان بازاری این جمعیت، افرادی هم‌چون حبیب الله عسگر اولادی، علی میر محمد صادقی و انصاریان قرار داشتند. صندوق‌های قرض‌الحسنه تا سال ۱۳۵۷ به تدریج افزایش یافت، اما به دلیل فضای سیاسی خاص آن دوران، تعداد آن‌ها از ۲۰۰ صندوق تجاوز نکرد (مجموعه قوانین و مقررات بازرگانی، ۱۳۶۳، ص ۲۹۵). آمار نشان می‌دهد که از سال ۱۳۴۶ تا ۱۳۵۷ تعداد صندوق‌ها به ۲۰۰ واحد رسید. سپس در سال ۱۳۶۲ به ۱۴۰۰ واحد و پس از آن به ۲۰۰۰ واحد در سال ۱۳۶۴ رشد یافت. این تعداد در سال ۱۳۶۵ به ۲۲۰۰ صندوق رسید (مجله بانک و اقتصاد، ۱۳۸۱).

جدول شماره ۱:

جدول تعداد صندوق‌های قرض الحسنه ۱۳۶۵-۱۳۴۸

رشد سالانه (درصد)	تعداد صندوق‌های قرض الحسنه	سال
-	۲۰۰	۱۳۴۸-۱۳۵۸
۳۰۰	۸۰۰	۱۳۵۹
۷۵	۱۴۰۰	۱۳۶۲
۱۸	۱۶۵۰	۱۳۶۳
۲۱	۲۰۰۰	۱۳۶۴
۱۳	۲۲۵۰	۱۳۶۵

منبع: مجله بانک و اقتصاد، ۱۳۸۱، شماره ۲۳، گزارش رئیس گروه بازرسی بانک‌ها و صندوق‌های قرض الحسنه بانک مرکزی (روزنامه جام جم، ۲۵ خرداد ۱۳۸۲).

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، جمعیت مؤتلفه اسلامی که نقش پررنگی در بسیج نیروها ضد محمدرضا شاه داشت، تأسیس «بانک اقتصاد اسلامی» را درخواست کرد. از همان روزهای اولیه سال ۱۳۵۸، هیئت مدیره آن تصمیم گرفت با بسیج همه صندوق‌ها، مقدمات تأسیس یک بانک را فراهم آورد. مؤسسان بانک اسلامی در نشست‌های متعددی که با مسئولان بانک مرکزی داشتند، مجوزهای لازم را گرفتند. اما در نهایت، دولت موقت تصمیم گرفت، بانک‌ها و صنایع را ملی اعلام کند. به این ترتیب، بانک اسلامی که سرمایه اولیه آن دو میلیارد ریال بود، و از سوی مردم چهار میلیارد پذیرهنویسی شده بود، تشکیل نشد. ولی دولت قول داد که شرایط ویژه‌ای را برای سازمان اقتصاد اسلامی ایجاد کند و قرار شد سازمان اقتصاد اسلامی، وظیفه خدمت‌رسانی و اعطای وام به صندوق‌های قرض‌الحسنه را بر عهده بگیرد. نتیجه این تحولات موجب شد که بانک اقتصاد اسلامی از قانون ملی‌شدن استثناء شود و نام آن به «سازمان اقتصاد اسلامی» تغییر کرد (عادل‌خواه، ۱۳۷۶، ص ۱۹). به این ترتیب، سازمان اقتصاد اسلامی، که در سال ۱۳۵۸، توسط بازار ایجاد شد، بسیاری از

صندوق‌های قرض‌الحسنه را تحت پوشش خود قرار داد. سمینار صندوق‌های قرض‌الحسنه که به پشتیبانی سازمان اقتصاد اسلامی در سال ۱۳۵۹ در «مدرسه رفاه» تشکیل شد، موجب شد تا مشروعیت لازم برای این گونه فعالیت‌ها در پاسخ به مخالفان فراهم شود (عادل‌خواه ۱۳۷۶، ص ۱۹).

توجه ویژه دولت به صندوق‌های قرض‌الحسنه از اوایل دهه ۶۰ آغاز شد. در آن سال‌ها، فعالیت صندوق‌ها در نبود بانک‌های خصوصی گسترش یافت. در پاییز ۱۳۶۲، «علی‌اکبر ناطق نوری»، وزیر کشور وقت، تصمیم به بستن صندوق‌های قرض‌الحسنه‌ای که دارای مجوز نبودند، گرفت. تخلفات برخی صندوق‌ها در سال ۱۳۶۲ سبب شد تا صندوق‌های بدون مجوز را تعطیل کنند. هیئت وزیران در تاریخ ۲۰ بهمن ۱۳۶۳ مصوبه‌ای را تصویب کرد که بر اساس آن، صندوق‌های قرض‌الحسنه موظف شدند، زیر نظر وزارت کشور و بانک مرکزی عمل کنند. مرجع صدور پروانه فعالیت صندوق در این مصوبه کماکان شهربانی جمهوری اسلامی ایران بود (موسویان، ۱۳۸۳، ص ۳۸). این سیاست همچنان ادامه داشت تا آنکه در سال ۱۳۶۶ وزیر کشور از سازمان اقتصاد اسلامی خواست تا از هرگونه دخالت در امور صندوق‌های قرض‌الحسنه خودداری کند. مجلس نیز درباره این‌گونه فعالیت‌ها نگران بود. در سال ۱۳۶۷، «شورای پول و اعتبار» با صدور اعلامیه‌ای، صندوق‌های قرض‌الحسنه را جزء مؤسسات اعتباری غیربانکی شناخت و آن را به رعایت مقررات موجود ملزم ساخت و مجوز تأسیس صندوق‌های قرض‌الحسنه را به عهده بانک مرکزی گذاشت (عسگری، ۱۳۶۹، ص ۲۳۲). بنابراین به نظر می‌رسد، با گذشت بیش از دو دهه از تأسیس نخستین صندوق‌های قرض‌الحسنه در مسجد لرزاده تهران به شیوه امروزی (با نام قرض‌الحسنه ذخیره جاوید)، دولت همچنان با مسأله نحوه مدیریت این صندوق‌ها روبرو است (حسن‌زاده و کاظمی، ۱۳۸۳). بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که مسأله دولت با صندوق‌های قرض‌الحسنه، به نوعی بازتاب نوع مناسبات بین بازار و دولت هم است.

۳-۴. ورود بازاری‌ها به حوزه جامعه سیاسی

بازاری‌های سنتی در دهه اول پس از پیروزی انقلاب، در قالب یک تشکل مذهبی-سیاسی با عنوان «هیأت‌های مؤتلفه اسلامی»، اولین ظهور جامعه‌شناختی خود را تجربه

نمودند. این تشکّل، به عنوان مهم‌ترین و بانفوذترین تشکّل مذهبی - سیاسی در آن دوره، از ائتلاف سه گروه «هیأت مسجد شیخ علی»، «جبهه مسلمانان آزاده» و «هیأت اصفهانی‌های مقیم مرکز» تشکیل شد. این تشکّل اسلامی که در دوره‌های مختلف با نام‌های «هیأت‌های مؤتلفه اسلامی»، «جمعیت هیأت‌های مؤتلفه اسلامی» و «حزب مؤتلفه اسلامی» نیز شناخته می‌شود، عمدتاً دارای پایگاه اجتماعی در درون بازار و اطراف بازار تهران بوده و گردانندگان آن پیشه‌وران، تجار و کسبه و رؤسای هیأت‌های مذهبی بازار تهران می‌باشند. از میان چهره‌های سیاسی هیأت مؤتلفه (سازمان تشکیلاتی بازار)، افراد زیر با دولت به نوعی در ارتباط بودند: «محسن رفیق دوست» (سرپرست سپاه پاسداران و ریاست بنیاد مستضعفان و جانبازان به مدت ۸ سال)، «مصطفی میرسلیم» (معاون رئیس جمهور و وزیر فرهنگ و ارشاد)، «یحیی آل اسحاق» (وزیر بازرگانی آقای هاشمی رفسنجانی و قائم مقام بنیاد مستضعفان و جانبازان)، «حبیب‌الله عسگر اولادی» (وزیر بازرگانی دولت‌های آقایان باهنر و موسوی و نماینده امام‌ره) در کمیته امداد)، «اسدالله بادام‌چیان» (نماینده مجلس و مشاور رئیس قوه قضائیه)، «محمد نبی حبیبی» (شهردار تهران)، «حمید رضا ترقی» (نماینده مجلس)، «سید مرتضی زواره‌ای» (نماینده مجلس، عضو حقوق‌دان شورای نگهبان و رئیس ثبت اسناد کشور)، «مرتضی نبوی» (وزیر پست و تلگراف و نماینده مجلس)، «اسدالله لاجوردی» (رئیس سازمان زندان‌ها)، «سید علی خاموشی» (رئیس اتاق بازرگانی) و «علی اکبر پرورش» (وزیر آموزش و پرورش دولت‌های آقایان رجایی، باهنر و موسوی) (شادلو، ۱۳۸۱ و ۱۳۸۶). بنابراین می‌توان ادعا نمود که رابطه بازار با دولت رابطه‌ای معنادار بوده و نوعی جدایی و دوانگاری (از حیث جامعه‌شناسی) را تداعی نمی‌کرده است.

۳-۵. شکل‌گیری مباحث انتقادی

از میان دیدگاه‌های مطرح شده از طرف «اشرف، میدری و کشاورزبان»، به دلیل این‌که مباحث مقاله با دیدگاه اشرف بیشتر در ارتباط است، به دیدگاه وی بیشتر پرداخته می‌شود و منتقدانه‌تر با آن برخورد می‌شود. در نقد دیدگاه «احمد اشرف» باید گفته شود که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، برخلاف دیدگاه اشرف، بازار سنتی، توانست قدرت خود را اعمال کند. این عمل در بخش دولتی و نه در بخش خصوصی بازار بود.

موارد زیر نشان می‌دهد که بازار دارای قدرت بوده و بر خلاف دیدگاه اشرف، صرفاً تحت کنترل و ابزار دست دولت نبوده است. دولت موقت بازرگان، پیشنهاد تأسیس مرکزی برای تهیه و توزیع کالاهای اساسی با مشارکت مستقیم بخش خصوصی به ویژه بازرگانان را مطرح کرد که با موافقت بازار روبرو شد (اطلاعات، ۷ فروردین ۱۳۵۹، ص ۹). با چنین مصوبه‌ای، تعاونی‌هایی که از قبل از انقلاب شکل گرفته بودند و اغلب در مساجد بودند، کالاهای ضروری را تهیه می‌کردند و در سرتاسر کشور، دارای شش و نیم میلیون عضو و ۵۳ میلیارد ریال سرمایه بودند (اطلاعات، ۳۱ فروردین ۱۳۵۹، ص ۶). این تعاونی‌ها در تصرف بخش خصوصی و بازار بود. به نظر می‌رسد، در این دوره، بخش خصوصی بازار، نقش مهمی را ایفاء کرده است. زیرا، ۷۰ درصد ارزش واردات در دست بخش خصوصی (بازار) بود. یعنی ده و نیم میلیارد از پانزده میلیارد. این در حالی است که در سال ۱۳۵۶، حدود ۴۷ درصد ارزش واردات در تصرف بخش خصوصی بود. (اطلاعات، ۱۰ آبان ۱۳۵۹، ص ۵). همچنین نقش و حجم سرمایه‌ای که جابه‌جا می‌شود، مباحث انتقادی را از سوی دولت مطرح می‌سازد. به عنوان مثال، انتقاد آقایان «هاشمی رفسنجانی، صدوقی و ملکوتی» از نحوه گردش سرمایه‌ها در بازار که در روزنامه‌های آن دوره انعکاس پیدا می‌کرد.

آقای «عسگر اولادی» برای آنکه اصناف را در واردات سهم کند، در کمتر از یک سال سهم واردات اصناف را از ۵ درصد به ۲۰ درصد رساند. زیرا، زمانی که ملی شدن صنایع را مشاهده کرد، خواست از این راه نقش بازار را تقویت کند. در همین دوره بود که، بازار تشویق به تأسیس تعاونی‌های توزیع شد و متقابلاً به دولت درباره دخالت در بازار هشدار دادند (هیرو، ۱۳۸۶، ص ۳۵۰). بنابراین، بازار پس از پیروزی انقلاب اسلامی نسبت به وزارت بازرگانی حساس بوده است و به همین خاطر توانست حق توزیع کالاهای داخلی و وارداتی را دریافت نماید. بازار تعاونی‌های توزیع را تشکیل و تقویت نمود که این امر به نوبه خود موجب نگرانی برخی از دولت‌مردان شد و روزنامه‌ها آن‌ها را با عنوان تعاونی‌های توزیع یا شرکت سهامی عام بازاری‌ها، مورد انتقاد قرار دادند (اطلاعات، ۱۳۶۰، ص ۵؛ جمهوری اسلامی، ۱۳۶۰، ص ۵). دولت نیز در راستای حمایت از اقشار کم‌درآمد و فقیر، توسعه تعاونی‌های مصرف (که محل اختلاف دولت وقت و بازار بود) را اعلام کرد. بدین ترتیب، رابطه دولت و بازار در

سال ۱۳۶۲، به خصوص در فصل گرم تابستان تا حدودی به سردی گرائید. دولت در اقدامی متفاوت، «برنج» را از سهمیه‌بندی خارج کرد، که این خارج کردن از سهمیه‌بندی، مورد حمایت بازار بود. با این سیاست، قیمت برنج چندین برابر شد و موجب بروز نارضایتی در تهران و مخصوصاً محله «افسریه» گردید. دادگاه، اصناف، سودجویان و محتکران را تهدید به مجازات کرد و چهار روز بعد، دولت باردیگر سیستم سهمیه‌بندی برنج را برقرار کرد. این اتفاق، هم برای دولت و هم برای بازار تجربه خوبی بود. به دنبال این اتفاقات، آقای عسگر اولادی در ۸ مرداد استعفاء داد و پس از وی، احمد توکلی (وزیر کار)، از کابینه موسوی جدا شد. علت این دو تحویل این بود که آنها از بازار آزاد حمایت می‌کردند. که این امر، یعنی فاصله گرفتن دولت وقت از بازار که موضوع مهمی از حیث جامعه‌شناسی به شمار می‌آید (هیرو، ۱۳۸۶، صص ۳۵۳-۳۵۱).

در نقد دیدگاه «احمد میدری» گفته می‌شود که استقلال بازار که او مدعی آن است و اعمال قدرت بازار، دو امری جداگانه است. بخش سیاسی بازار دارای استقلال و قدرت بود و توانست در ارتباط ارگانیک با روحانیت، جایگاه‌های سیاسی - اقتصادی مناسبی را کسب کند، ولی بخش غیرسیاسی آن هر چند استقلال داشت، ولی به طور طبیعی فاقد قدرت بود. بنابراین، نظر کلی میدری مورد تأیید است. نقد دیدگاه «آرنگ کشاورزیان» نیز اشاره دارد که بازار، به‌ویژه بخش سیاسی آن، به عنوان یک گروه جامعه‌شناختی حداقل در دهه اول پس از پیروزی انقلاب، بر خلاف دیدگاه او، حذف نشده بود و بر اساس دیدگاه میدری حتی استقلال هم داشت و در مقاله نشان داده شد که در حکومت هم حضور داشت.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

به‌طور کلی می‌توان گفت که بازار پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تا حدودی دچار دگرگونی و تغییر شد و در روابط و تعاملات آن با دولت تغییرات مهمی به وجود آمد. با پیوستن بخشی از بازار به دولت، بخش دولتی بازار شکل گرفت و این بخش توانست مناصبی را در دولت بدست گیرد. بخش غیرسیاسی بازار تقریباً به حالت انزوا گرائید و قدرت خود را به عنوان یک گروه جامعه‌شناختی از دست داد. به عبارت

دیگر، با ورود بخشی از بازار به دولت بخش دیگر نتوانست در جامعه مدنی دوام بیاورد و قدرت خود را از دست داد. نتیجه این که، رابطه دولت با بخش دولتی بازار، رابطه «هم‌گرایانه» شد. این بخش از بازار، مستقل از دولت نبود، بلکه خود را جزئی از آن می‌دانست و حداقل در دهه اول، عضی از جایگاه‌های مهم سیاسی-اقتصادی را از آن خود کرد. بنابراین، مجموعه تغییرات فوق به تغییر ماهیت مدنی بازار انجامید که در آن بازار به مثابه یک کلیت، دو بخش گردید و بخشی از آن در بدنه جامعه سیاسی قرار گرفت و بخش دیگر آن غیر فعال گردید.

دولت نیز، با تصویب «قانون تعزیرات»، توانست فعالیت‌های بازار را تا حدودی محدود کند. نتیجه این محدودیت که خروج بازار از بدنه دولت را به همراه داشت، احتمال تنش بین دولت و بازار را بیشتر می‌کرد. بنابراین، مقاله اشاره دارد که گروه‌های فعال موجود در جامعه مدنی سنتی ایران در صورتی می‌توانند دست به تحدید قدرت دولت بزنند که در بدنه سیاسی دولت به اندازه کافی حضور داشته باشند. بازار در طول سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نشان داد که، به خوبی از عهده این کار برآمده است. در نهایت، از آن جاکه این مقاله، منحصراً تحولات دوره ده ساله اول پس از پیروزی انقلاب اسلامی را مدنظر دارد، وضعیت سال‌های اخیر بازار مورد توجه قرار نگرفت. ولی به نظر می‌رسد، در سال‌های اخیر رخدادهایی به وقوع پیوسته است که می‌تواند مدعیات این مقاله را با چالش‌های جدی مواجه کند. امید است نگارنده یا دیگر محققین علاقه‌مند در فرصت‌های آتی، بتوانند تحولات اخیر را با دقت بررسی و نتایج آن را با یافته‌های این مقاله مقایسه نمایند.

کتابنامه

ازغندی، علی رضا (۱۳۸۵)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، تهران: نشر قومس.
اشرف، احمد (۱۳۷۵)، «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، *مجله گفتگو*، شماره ۱۷.

اشرف، احمد و علی بنوعزیزی (۱۳۸۷)، «طبقات اجتماعی در دوره پهلوی»، ترجمه عماد افروغ، *فصلنامه راهبرد*، سال دوم، شماره دوم.

همو (۱۳۸۷)، طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران، ترجمه سهیلا ترابی فارسیانی، تهران: نشر نیلوفر.

چاندوک، نیرا (۱۳۷۷)، جامعه مدنی و دولت، ترجمه فریدون فاطمی و وحید بزرگی، تهران: نشر مرکز.

حسن‌زاده، علی و مهین‌دخت کاظمی (۱۳۸۳)، صندوق‌های قرض‌الحسنه ارزیابی کارکرد در بازار پول و اعتبار کشور، تهران: سازمان اقتصاد اسلامی.

ساعی، علی (۱۳۸۶)، روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: سمت.

شادلو، عباس (۱۳۸۱)، تکثرگرایی در جریان اسلامی، تهران: نشر وزراء.

همو (۱۳۸۶)، انقلاب ایران، از پیروزی تا تحکیم، تهران: حکایت قلم نوین.

عادل‌خواه، فریبا (۱۳۷۶)، «شرکت‌های مضاربه‌ای و صندوق‌های قرض‌الحسنه»، نشریه گفتگو، شماره ۱۵.

عسگری، علی (۱۳۶۹)، بررسی نقش و اثرات صندوق‌های قرض‌الحسنه در سیستم پولی و بانکی کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.

عقیق‌پور، محمد (۱۳۸۵)، نقش بازار و بازاری در انقلاب اسلامی، تهران: بی‌نا.

غفاریان، متین (۱۳۸۸)، بازار و دولت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

قدیری اصلی، باقر (۱۳۸۵)، «نگاهی به سیاست‌های اقتصادی دولت»، نشریه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال بیست و یکم، شماره سوم و چهارم.

کشاوریان، آرنگ (۱۳۸۳)، «بازار تهران: تداوم یا دگرگونی؟»، نشریه گفتگو، شماره ۱۴.

کمالی، مسعود (۱۳۸۱)، جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران، ترجمه کمال پولادی، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.

مجله بانک و اقتصاد (۱۳۸۱)، شماره ۲۳؛ گزارش رئیس گروه بازرسی بانک‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه بانک مرکزی.

مجموعه قوانین و مقررات بازرگانی (۱۳۶۳)، مجموعه قوانین و مقررات بازرگانی و تجارتنی با آخرین اصلاحات و الحاقات، تهران: کتابخانه گنج دانش.

موسویان، سیدعباس (۱۳۸۳)، «طرحی برای ساماندهی صندوق‌های قرض‌الحسنه»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۶.

میدری، احمد (۱۳۸۳)، «اصناف و دولت: داستان‌های سرمایه‌داری ایرانی: از افسانه تا تاریخ‌نگاری»، نشریه گفتگو، شماره ۴۱.
هیرو، دیلیپ (۱۳۸۶)، *ایران در حکومت روحانیون*، ترجمه محمد جواد یعقوبی دارابی، تهران: انتشارات باز.

روزنامه‌ها

روزنامه ابرار، سال ۱۳۶۵، ۱ مرداد.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۵۹، ۷ فروردین.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۵۹، ۳۱ فروردین.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۵۹، ۸ تیر.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۵۹، ۱۰ آبان.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۶۰، ۷ آذر.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۶۱، ۴ دی و ۱۰ بهمن.
روزنامه اطلاعات، سال ۱۳۶۲، ۳۱ فروردین.
روزنامه جمهوری اسلامی، سال ۱۳۶۰، ۲۲ اردیبهشت.
روزنامه رسالت، سال ۱۳۶۷، ۲۶ بهمن.