

اقتصاد سوگواری

عمادالدین باقی^۱

(تاریخ دریافت ۹۱/۳/۲۳، تاریخ پذیرش ۹۱/۱۲/۲)

چکیده

اساس این تحقیق در بیان نظریه هم‌آغوشی حوزه‌های عرفی و قدسی، دین و دنیا و امور لاهوتی و ناسوتی و نقد تصور رایج حقیقی‌دانستن دوگانه‌بینی در این عرصه است. این تحقیق در ادامه نوشته‌های دیگر نگارنده و مطالعات تجربی برای نشان دادن اعتباری بودن این تفکیک بوده و این‌بار موضوع سوگواری‌ها را برای اثبات تجربی نظریه خویش برگزیده است. بخشی از تحقیق در زمینه وسایل سوگواری است و می‌خواهد نشان دهد که نابانگاری درباره کنش‌های مذهبی و برجسب قدسی‌زدن صرفاً به آن با واقعیت اجتماعی هم‌خوانی ندارد و در واقعیت اجتماعی امور قدسی کاملاً از امور دنیوی منتزع نیستند، چنان‌که سوگواری‌ها با وجود جلوه مذهبی و معنوی خود به‌شيوه‌های گوناگونی با زندگی مردم پیوند دارند. از جمله اینکه گردش مالی عظیمی در پشت سوگواری‌ها نهفته است که در دوام این کنش مؤثر است.

واژگان کلیدی: عرفی، قدسی، اعتباری و حقیقی، دوآلیسم، سکولاریزم، سکولاریزاسیون، ابزار سوگواری.

مقدمه

این مقاله بخشی از پژوهشی گسترده درباره ابعاد مختلف سوگواری‌های مذهبی با تکیه بر مراسم محرم است که با رویکرد مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی انجام شده است. این تحقیق با مشکلات فراوانی روبه‌رو بوده است. درازای تاریخی و پهنه بزرگ جغرافیایی سوگواری‌های محرم باعث شده آثار زیادی در این باب به رشته تحریر درآید، اما این منابع غالباً دارای مضامین تکراری یا ملفوف به شیفتگی بوده‌اند و رویکردهای بدون حب و بغض در آن‌ها غایب است. شدت اثرگذاری حادثه عاشورا حتی کسانی را که کوشیده‌اند از داوری ارزشی بپرهیزند مصون نگذاشته است. دسترسی به برخی داده‌ها با مشکلاتی از جمله بی‌اعتمادی روبه‌رو بوده است. بازاریان به دلیل نگرانی از اینکه مبدا این تحقیق پوششی از جانب مأموران مالیاتی باشد به سختی تن به گفتگو داده یا ترشروی کرده‌اند. بنابراین برای جلب اعتماد باید از طرفندهای مختلفی استفاده می‌شد. تنها کسانی که نویسنده را می‌شناختند همکاری مطلوب نشان می‌دادند. اینکه مراسم تاسوعا و عاشورا سالی یکبار برگزار می‌شود سبب شد محقق نتواند هر سال به بیش از یک شهر برای مطالعه سفر کند، لذا بخشی از کار میدانی به اجبار موقوف به فرارسیدن زمان بعدی و در نتیجه طولانی شدن زمان تحقیق شد.

پرسش‌ها

پرسش‌های متعددی برای کل این تحقیق وجود دارند. برخی از تحقیقات اجتماعی انجام شده حاکی از سیر نزولی گرایش‌های مذهبی است، اما گرایش به سوگواری‌های مذهبی روندی معکوس را نشان می‌دهند. دلیل این تفاوت‌ها چیست و راز و دلیل دوام کنش‌های مذهبی در میان توده مردم که اوج آن در محرم مشاهده می‌شود چه بوده است؟

فرضیات

برخی از فرضیات تحقیق: ۱. کارکردهای پاره‌ای از مناسک در زندگی روزمره دلیل دوام آن‌هاست. ۲. بدفهمی مزمن دوگانه‌پنداری در عرصه‌های عرفی و قدسی و مادی و معنوی دلیل درک اشتباه در مورد میزان و کیفیت گرایش به امور مذهبی است.

چارچوب نظری

مبنای نظری این تحقیق نظریه هم‌پیوندی و یگانگی مقولات عرفی و قدسی است. این نظریه پیشتر در سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۴ منتشر شده است. چکیده نظریه این است که دوآلیسم امر

عرفی و قدسی، اعتباری است نه حقیقی و متغیرهای دینی مستقل از امر دنیوی وجود ندارند و امور مقدس و نامقدس و عرفی و قدسی درهم تنیده‌اند (رک باقی، ۱۳۷۷؛ ۱۳۸۳). همه صورت‌های معنوی و مذهبی در بطن خود یا پس پشت خود واجد سائقه‌های مادی نیز هستند. هیچ صورت نابی وجود ندارد و مادیت و معنویت در میان انسان‌ها بسان جسم و جان‌اند و اصیل انگاشتن یکی و غیراصیل دیدن دیگری افتادن در دام دوگانه‌پنداری است. سکولاریزاسیون فرآیند تقدس‌زدایی است. اما در این بحث معنای اولیه سکولاریسم (دنیوی‌کردن دین و از آسمان به زمین آوردن قوانین زندگی) را مدنظر داریم. سپس یک فرآیند مکرر و دائمی تجسدبخشیدن به امور ماوراءالطبیعی با حفظ درون‌مایه قدسی و معنوی آن یا ادغام صور مادی و معنوی را در نظر داریم و این با سکولاریزاسیون متفاوت است. زیرا سکولاریزاسیون مشتمل بر فرآیند تبدیل قدسی به عرفی و غیردینی‌شدن است (رک اینگلهارت، ۱۳۸۷). یعنی ثنویتی که پیشتر گفته شد در آن مفروض است و تنها نوعی جایگزینی، انتقال یا استحاله از سپهر قدسی به سپهر عرفی رخ می‌دهد. از آنجا که محتمل است کاربرد آن اصطلاحات بدفهمی‌هایی در پی داشته باشد از تعبیر فرآیند دائمی تبدیل وجهه قدسی و معنوی به وجهه مادی و ادغام آن‌ها استفاده می‌کنیم.

فرهنگ‌شناسان فرهنگ را به دو مقوله مادی و غیرمادی تقسیم می‌کنند (روح‌الامینی، ۱۳۷۲: ۲۴؛ دقتی، ۱۳۸۷: ۸۸ و ۸۹). بر این سیاق مذهب نیز مقوله‌ای فرهنگی شامل دو جنبه مادی و غیرمادی است. جنبه غیرمادی آن عبارت است از نُرْم‌ها، باورها و ارزش‌ها. جنبه مادی آن بقاع متبرکه، زیارتگاه‌ها، اشیای مقدس و ابزار و وسائل جشن و سوگ مذهبی‌اند. این تعریف دوبخشی و دوگانه‌بودن جنبه‌های مادی و معنوی، خود عاملی برای تقویت دوگانه‌پنداری عرفی-قدسی است. مطالعه دقیق رفتار توده در حوزه مذهب نشان می‌دهد که آنان بیشتر میل به زمینی‌کردن مفاهیم مذهبی دارند. بشر همواره در پی قابل‌فهم‌کردن و عینی‌ساختن امور ماوراءالطبیعی بوده است. درکی که توده مردم از خدا دارند از طریق تشبیه به موجودات قابل گنجایش در ذهن آنان است و برایش چشم و گوش و دست و مکان تصور می‌کنند. آرامگاه‌ها و مکان‌هایی باشکوه را برای لمس‌کردن و بوسیدن و توسل‌کردن و نیایش با اقبال خود رونق می‌بخشند. خدای توده با خدای فیلسوفان همیشه تفاوت داشته است. خدای فیلسوفان و متکلمان خدایی است که باید خارج از گنجایش فهم عادی آن را درک کرد، اما خدای توده همان است که به آدمی شبیه‌تر است: از او عصبانی می‌شوند، با او قهر و آشتی می‌کنند، مصیبت‌ها و زلزله و شرور را به خشم او نسبت می‌دهند، از او تغییر تقدیر را می‌خواهند و اگر

دعایشان را اجابت نکند از فرمانش سرپیچی می‌کنند. از منظر این پژوهش، رفتار مزبور (تبدیل امور ماوراءالطبیعی به مظاهر مادی و عینی) در واقع رفتاری شبه‌گریزی در میان توده مردم است. خواص و نخبگان مذهبی و فیلسوفان گویی بیشتر میل به انتزاعی‌کردن امور و ذهنی کردن آن‌ها دارند. در روان‌شناسی برای رفتار گریزی ویژگی‌هایی برمی‌شمرند. مهم‌ترین آن‌ها این است که رفتارهای گریزی از الگویی مشابه، معین و قابل پیش‌بینی پیروی می‌کنند و معطوف به هدفاند (کرین، ۱۳۹۰: ۷۰-۷۱). در روان‌شناسی نظریه گریزه جای خود را به سائق‌ها داد (هیلگارد، ۱۳۷۸: ۵۱۲-۵۱۰). منظور از رفتار گریزی در اینجا عبارت است از یک نیروی درونی پایدار. براساس ویژگی‌هایی که در روان‌شناسی برای رفتار گریزی ذکر شده است، در جامعه‌شناسی نیز به رفتاری که دارای دو ویژگی ثابت و دوام باشد گریزی می‌گویند (شریعتی، ۱۳۶۱: ۱۲). هدف مقاله حاضر این بوده که نشان دهد تاریخ دراز بت‌پرستی از آغاز زندگی بشر و بازتولید اشکال مختلف آن مانند زیارتگاه‌ها و پدیده‌های مادی و زمینی، حتی پس از ابلاغ توحید و یکتاپرستی، میل و رفتاری بادوام یا الگوی رفتاری مشابهی در تجسدبخشیدن به خدا و موجودات آسمانی و دینی در میان انسان‌ها وجود دارد. بنابراین اگر سکولاریسم به معنای زمینی‌کردن دین و از آسمان و لاهوت به ناسوت آوردن آن است، این امر در میان توده مردم به صورت ارتکازی وجود دارد؛ حتی اگر خودشان انکار کنند. این نظریه در ادامه نفی دوآلیسم عرفی و قدسی است.

در دوران کهن یا دوره ای که آگوست کنت دوره ربانی نامیده است، بشر باور به ماوراءالطبیعه و پرستش را در الهه‌های گوناگون بروز می‌دهد و حتی بت‌هایی را با دستان خود می‌سازد یا درختان و اشیای پرشکوهی را خالق خود می‌انگارد. پس از آن، با ظهور مذاهب توحیدی که به گفته کنت، دوره ماوراءالطبیعه و انتساب امور به خدای واحد است، بازتولید همان فرآیند مادی‌سازی در اشکال دیگر ادامه می‌یابد و با وجود پارادایم توحیدی و نفی الهه‌های گوناگون، این‌بار در جامعه یهودیان با گوساله سامری و در مسیحیت با اقاییم ثلاثه (آب و ابن و روح القدس) و اینکه عیسی فرزند خداست ادامه دارد؛ گرچه مسئله سکولاریسم بیش از همه زاینده قدسی‌سازی در مسیحیت بوده و برعکس آن، جنبه‌های دنیوی در اسلام از آغاز بسیار نیرومند بوده است. اما در این آیین نیز از آغاز جدالی بین قدسی‌سازی و لاهوتی‌کردن شریعت و پیشوایان دین در مقابل بشری‌ساختن آن وجود داشته است. فرآیند دائمی تبدیل امور ماوراءالطبیعی به صورت‌های مادی فقط در دوره ربانی و گوساله سامری و اقاییم ثلاثه مسیحیت و جدال بر سر بشربودن محمد(ص) و دیوار ندبه یهودیان و صلیب مسیحیان و غیره تجلی نمی‌کند و وسائل سوگواری هم جلوه دیگری از آن است. وسائل سوگواری تماماً نمادین و

سرشار از رمز است و همه آن‌ها ابداع توده مردم‌اند، علاوه بر اینکه در پس آن‌ها زندگی مادی و بازار بزرگی جریان دارد، خودشان نمادهای مادی برای شعائر مذهبی هستند. مطالعه سوگواری‌های مذهبی تصدیق‌کننده همان نظریه هم‌آغوشی مقولات عرفی و قدسی است. گرچه دورکیم معتقد است که هیچ‌چیز ذاتاً مقدس یا دنیوی نیست، اما اساس تعریف خود را از دین بر امر مقدس و نامقدس می‌گذارد؛ چیزی که از نظر ما اعتباری است. از نظر مارکس، دین، قانون، سیاست و ایدئولوژی روبنا و اقتصاد زیربناست. دورکیم هم دین را معلول فورم‌اسیون‌های اجتماعی می‌داند و در اینجا مارکس به او نزدیک می‌شود. اما برخلاف مارکس که معتقد است ایدئولوژی و مذهب آگاهی دروغینی است که طبقه حاکم برای حفظ هژمونی خود ساخته است، در نظر دورکیم ادیان اصالت دارند و دین دروغین وجود ندارد. ولی الوهیت از نظر او چیزی فراتر از جامعه تغییرشکل‌یافته و نمادین نبوده است. نگرش دورکیم به دین بیشتر کارکردگرایانه و مثبت است. ممکن است درباره اصالت و عدم اصالت دین اختلاف نظر وجود داشته باشد و نتوان قاطعانه گفت که مذهب بازتابی از شرایط مادی جامعه است، اما دست‌کم می‌توان فهم مذهبی را بازتاب شرایط جامعه دانست. از نظر مارکس انسان سازنده دین است و نه دین سازنده انسان، اما پژوهش ما نشان می‌دهد که دست‌کم در مورد بخشی از آیین‌های مذهبی این سخن درست است و انسان‌ها سازنده آن‌ها هستند و به مرور زمان این آیین‌ها در ردیف مناسک دینی نشسته‌اند. وبر به دین به‌مثابه متغیری مستقل می‌نگرد اما می‌بینیم که در بسیاری از موارد دست‌کم در کنش‌های دینی عوامل دیگری چون اقتصاد و سیاست محتوابخش و سازنده رفتار دینی هستند. در عین حال وبر هم رابطه مستقیمی میان نظام اقتصادی و اخلاق و دین قائل است. از آنجا که هیچ اجماعی درباره تعریف دین وجود ندارد، ضرورتی برای تعریف دین به‌عنوان درآمد پژوهش احساس نکردیم. هر دیدگاهی که ما درباره دین داشته باشیم، دیالکتیک مذهب، جامعه، عین، ذهن، اقتصاد و اندیشه را نمی‌توانیم انکار کنیم و در این پژوهش این رابطه دیالکتیکی مفروض گرفته شده است.

مطالعه مذهب و رفتارهای مذهبی از منظر اقتصادی، ما را به درک ابعاد ناشناخته‌ای از این پدیده رهنمون می‌سازد. اقتصاد مذهبی مانند اقتصاد روحانیت، اقتصاد وقف، اقتصاد زیارت و اقتصاد سوگواری جهانی پیچیده و پرمایه برای تحقیق است. برای مثال، در مورد پدیده‌ای خردتر مانند دعانویسی و رمالی، پژوهش‌های یک طرح پیمایش آمار اختلالات روان در ایران نشان می‌دهد که مردم ایران به طور متوسط سالی ۳۷۵ تا ۵۰۰ میلیارد تومان برای «گشوده‌شدن گره از مشکلات» خود به رمالان می‌پردازند (اعتماد، ۲۸ تیر ۱۳۹۱: ۱۴).

عزاداری‌ها صورتی مذهبی دارند، اما ورود به کُنه آن‌ها نشان می‌دهد که صرفاً انگیزه‌های مذهبی و ذهنی برانگیزاننده شور عزاداری نیستند. عزاداری افزون بر جنبه عاطفی-مذهبی دارای کارکردهای دنیوی مؤثری هستند که سبب تداوم این مناسک می‌شوند. کارکردهای تفریحی، سرگرمی، ارضای روحی و معنوی، تخلیه روانی، تقویت همبستگی اجتماعی و تقویت پایه‌های اخلاقی برخی از جنبه‌های آشکار آن هستند. در این بحث نگاهی به ابعاد درونی سوگواری‌ها با تمرکز بر اقتصاد سوگواری می‌افکنیم.

برخی از منتقدان، از منافع اقتصادی و انگیزه‌هایی سخن گفته‌اند که موجب دودلی علما در محکوم کردن عمومی مراسم خودزنی و سایر مراسم محرم شده است. برای مثال، علامه سید محسن امین از علمای بزرگ شیعه برخی از مردم را به سودجویی‌های مادی در کمک به گسترش بدعت‌های سوگواری در جبل عامل متهم می‌کند. همشهری وی محمدجواد مغنیه، جامعه‌شناس شیعی عراقی، علی الوردی و شاگردش ابراهیم الحیدری، از نوعی توافق میان برخی روحانیان و بازاریان در جهت به‌دست‌آوردن سودهای کلان در آذوقه‌رساندن به توده عزاداران و تماشاگرانی سخن گفته‌اند که از مراسم محرم در حرم‌های شیعیان دیدار می‌کنند (انده، ۱۳۸۲: ۳۸). چنان‌که از بررسی‌های زیر درمی‌یابیم، در خلال سوگواری‌ها مبادلات پولی وسیع و متعددی در اشکال گوناگون و ویژه صورت می‌گیرد که نمی‌توان در تحلیل اجزای مادی عزاداری آن‌ها را نادیده گرفت. برای مثال روضه‌خوان‌ها و مداحان اجرت‌های سنگینی دریافت می‌کنند، چنان‌که محدث نوری درباب ناشایست‌بودن کسب مال از طریق دین به تفصیل سخن گفته (۱۳۸۱: ۲۷-۴۶) و استاد مطهری اشاره کرده که این امر در محتوای سخنان روضه‌خوان‌ها نیز تأثیر دارد (مطهری، ۱۳۳۶: ۲۷۱، ۲۳۱، ۲۱۶) و عارضه عوام‌زدگی را به وجود می‌آورد (۱۳۳۶: ۲۵۶-۲۶۴). برخی راویان نیز وجود رقابت را عاملی برای رونق مادی روضه‌خوانی و به‌کار بستن وسائل متنوع‌تر سوگواری دانسته‌اند. ابراهیم بیک پس از اشاره به نزاع بی‌اساس حیدری‌ها و نعمتی‌ها می‌گوید: این است که به رقابت همدیگر کیسه مرثیه‌خوانان را پر می‌کنند و در تزئین و شکوه تکایا بر یکدیگر سبقت می‌جویند، سینه می‌کوبند، زنجیر می‌زنند، سر می‌شکافند و غیره و غیره (مراغه‌ای، ۱۳۵۳: ۱۴۹).

بازار داغ سوگواری

موسم سوگواری محرم، بازار عرضه انواع خدمات و هنرها و کالاها و خوراکی‌هاست. ساموئل بنجامین، نخستین سفیر آمریکا در ایران که در سال‌های ۱۸۸۳ تا ۱۸۸۵ در ایران شاهد مراسم

محرم بوده می‌گوید: «چنان‌که در اسپانیا در محل جنگ گاومیش بعضی دستفروش‌ها چیز می‌فروشنند در اینجا هم شربت و چای و قلیان می‌فروشنند. نسوان هم مانند مردان قلیان می‌کنند» (بنجامین، ۱۳۶۳: ۴۴۶). «چند نفر دیگر در وسط جمعیت لیموناد، چای و قلیان به مردم داده و پول می‌گرفتند. زنان هم مانند مردان قلیان می‌کشند و مشتری این عده بیشتر زنان بودند (بنجامین، ۱۳۶۳: ۲۹۱).

تعزیه و پرده‌خوانی یکی از پررونق‌ترین مراسم محرم است. ادوارد یاکوب پولاک که در سال‌های ۱۸۵۱ تا ۱۸۶۰ میلادی در ایران زیسته، سوگواری‌ها را مشاهده و گزارش کرده است: «سنت برگزاری تعزیه-شبییه متضمن تقبل هزینه‌های بسیار است. زیرا صرف‌نظر از مزد بازیگران می‌باید از مهمانان در طول نمایش با شربت و پس از تعزیه با شامی شاهانه پذیرایی کرد» (۱۳۶۱: ۲۳۴ و ۲۳۶). البته او مراسم برگزارشده توسط دربار را گزارش کرده، در حالی که این تعزیه-شبییه‌ها در همه شهرها و محلات وجود داشتند. تعزیه و پرده‌خوانی راه‌گذران زندگی عده‌ای از افراد بوده و در طول اجرا در خیابان از مردم پول می‌گرفتند و موسم محرم داغ‌ترین فصل کارشان بود. اوستاش دلوری ایلچی فرانسه در دربار مظفرالدین‌شاه در آن زمان می‌گوید: احتمالاً چهارصد تومان برای تعزیه‌خوانی‌های ده روز اول محرم به تعزیه‌خوان می‌پرداختند. میرزا علی‌اکبر (شخصی ایرانی که دلوری را همراهی می‌کرد) معتقد است برای یک ایرانی از طبقه پایین که می‌توانست با یک لیره انگلیسی در یک ماه سخاوتمندانه زندگی بکند، مبلغ چهارصد تومان پول بسیار زیادی بوده است (بلوکباشی، ۱۳۷۰: ۷۵). پولاک نیز در سفرنامه‌اش از مزدهای گزاف روضه‌خوان‌ها در آن زمان می‌نویسد (پولاک، ۱۳۶۱: ۲۳۴). دستمزد روضه‌خوان‌ها اکنون نیز جزء درآمدهای بالا به‌شمار می‌آید. از ایجاد درآمد برای تعزیه‌گردانان و صنف روضه‌خوان و مداح و منبری‌ها و نظایر آن‌ها، که این ایام فصل رونق کسب و کارشان است و همواره دریافتی‌های قابل توجهی داشته‌اند که بگذریم، مروری بر ابزار و وسائل متداول سوگواری به‌خوبی مبین عظمت چرخ اقتصاد عزاداری است. همین امر می‌تواند از عوامل دوام سنتی شمرده شود که کارکردهای ملموس و سودمند داشته است. یکی از کارکردهای دنیوی سوگواری مذهبی این است که گردش عظیم اقتصادی دارد. همان‌طور که در سطور بعد ملاحظه می‌شود، هر سال برای یکی‌دو شب این هزینه عظیم انجام می‌شود، در حالی که بدون این وسائل هم می‌توان عزاداری کرد. قیمت‌ها در این بازار از ۱۵۰ تومان شروع می‌شود و به بیش از چندصد میلیون تومان می‌رسد. نرخ وسائل نیز مانند سایر اجناس، رشد تصاعدی داشته است. منحنی رشد تولید و فروش مصنوعات مربوط به عزاداری پس از سقوط حکومت

صدام حسین و آزادی عراق در اسفند ۱۳۸۱ش و افزوده شدن بازار عراق به بازار ملزومات سوگواری رشد چشمگیری یافته است. رشد گرایش به عزاداری به نحوی بوده که در سال‌های اخیر تعداد زیادی از مغازه‌ها در تهران و مشهد و اصفهان و سایر شهرها در دوماه محرم و صفر موقتاً تغییر شغل می‌دهند. برای مثال، چنان‌که در بررسی میدانی مشاهده شد، در رشت که تا سه دهه پیش فقط دو فروشگاه ثابت وسائل عزاداری وجود داشت، در ایام محرم صدها مغازه در کنار کار خود به فروش ابزار سوگواری می‌پردازند. سوگواری‌ها تنها مجموعه‌ای از نمایش‌های عاطفی و سینه‌زنی و روضه‌خوانی نیستند، بلکه ابزار و وسائل مادی گوناگونی برای برگزاری مراسم به خدمت گرفته می‌شوند که بر شور دینی آن می‌افزایند. اکنون بر وسائل مادی تمرکز و گردش مالی و اقتصادی سوگواری‌ها را بررسی می‌کنیم.

بازار وسائل سوگواری (عناصر مادی ملموس)

از نظر مردم‌شناسی اشیا و ابزار نوعی حیات اجتماعی دارند. تمام اشیا دارای معنایی هستند و هر شیء را باید یک نشانه تلقی کرد که در یک نظام معنایی قرار دارد. جنبه غیرمادی مذهب عبارت از نُرْم‌ها، باورها و ارزش‌هاست و جنبه مادی آن اشیای مقدس و ابزار و وسائل جشن و سوگ مذهبی‌اند. طبق نظریه پایه در این تحقیق، دنیوی‌سازی و مادی‌کردن، یا ساختن نمادهای عینی برای امور ماوراءالطبیعی، در واقع رفتاری نسبتاً پایدار در میان توده مردم است. ابداع وسائل گوناگون سوگواری و اعمال و عبادات مذهبی را می‌توان در راستای میل توده به ابداع وسائلی برای تجلی مادی روح مذهب (اعتقاد به امور ماوراءالطبیعه) تلقی کرد. در بخشی از این پژوهش به طور تصادفی با این مسئله مواجه شدیم که عده‌ای از علمای مذهبی با بسیاری از سبک‌ها و وسائل سوگواری مخالفت کرده‌اند. برخی دیگر از علما از ترس واکنش توده و ازدست‌دادن پایگاه خود سکوت کرده‌اند و برخی هم با آن هم‌نوا شده‌اند. اما عامل دیگری که به رونق دنیوی‌سازی و مادی‌کردن سوگواری کمک کرده است، وجود بازار داغ مرتبط با سوگواری است. وسائل و ابزار به‌کاررفته در مراسم دهه اول محرم و اربعین آن‌قدر متنوع و پرمصرف هستند که صنعت بزرگی را شکل داده‌اند و بازار گسترده و ویژه‌ای به وجود آورده‌اند و مشاغل و حرف گوناگونی را با آن درگیر و هزینه‌های هنگفتی ایجاد کرده‌اند که به معنای ایجاد درآمد برای برخی صنوف است. در زمانی که صنایع پیشرفته امروزی برای تولید انبوه و جهانگیر کالاها وجود نداشت و صنایع کوچک و محلی بنیان اقتصادی هر جامعه‌ای را تشکیل می‌داد صنایع مربوط به ابزارآلات سوگواری خود شاخه‌ای بود که برای عده‌ای ایجاد

اشتغال می‌کرد. در گشتی که در بازار فروش وسائل و ملزومات عزاداری محرم داشتیم پاره‌ای از این وسائل عبارت بودند از:

دسته منسوجات: پرچم، پرده، کتیبه‌ها، پلاکاردها، پوسترها، شمایل‌ها، چفیه، شال، لباس سیاه، پیشانی‌بند، پوشاک تعزیه، خیمه.

وسائل موسیقی: سنج، دهل، طبل، کرنا، شیپور، اکو، بلندگو.

وسائل رزمی: شمشیر، خنجر، سپر، زره، تیروکمان.

وسائل سوگ‌نمایی: علم، علامت، زنجیر، کتل، عماری.

وسائل تعزیه‌خوانی: صورتک، تندیس و وسائل دیگری که در این تحقیق به آن‌ها اشاره شده است.

وسائل اطعام: مواد غذایی و وسائل پخت‌وپز.

بازار انواع ملزومات عزاداری محرم و صفر گرچه رونق خاصی دارد، بازاری فصلی است. اغلب فروشندگان این وسائل در طول سال اجناس دیگری می‌فروشند، اما از دو هفته مانده به محرم به دلیل اینکه منطقه آن‌ها بورس این وسائل شناخته شده و متقاضیان به این منطقه هجوم می‌آورند موقتاً تغییر شغل می‌دهند و در طول یک‌ماه محرم به فروش این وسائل می‌پردازند. این تغییر شغل دقیقاً تابع قانون عرضه و تقاضاست. تقاضای انبوه عرضه وسیع‌تری را اقتضا می‌کند و بازاری به وجود می‌آورد که تغییر موقت شغل را مقرون‌به‌صرفه و سودآورتر می‌کند. افزون بر فروشگاه‌های مختلف متمرکز، دستفروش‌هایی هم وجود دارند که به تناسب بورس محل کالای خود را عرضه می‌کنند. وجود این دستفروش‌ها بیانگر این است که تقاضای موجود بیش از عرضه فروشگاه‌های ثابت است. مشتریان اصلی این بازار هیئت‌ها هستند، اما مشتریان فردی نیز زیاد مراجعه می‌کنند. وسائل و ملزومات عزاداری به دلیل فرسودگی، آتش‌سوزی یا آسیب‌دیدن در هیئت‌ها و تکیه‌ها، هر ساله بازار خود را حفظ می‌کنند. رشد سالیانه گرایش به مراسم محرم و رشد جمعیت نیز بر حفظ بلکه رشد بازار این ملزومات مؤثر است. مشتریان آن‌ها هیئت‌ها، مغازه‌های شهر، ادارات دولتی، شهرداری‌ها و خانه‌هایی هستند که با نصب پرچم و کتیبه سوگواری خود را اعلام می‌کنند. نصب داربست و پرچم و نشانه‌های دیگر سوگواری در بسیاری از میدین شهر و ساخت ماکت‌های فراوان خیابانی از حوادث عاشورا از دیگر موارد مصرف ملزومات عزاداری‌ها هستند.

الف) دسته منسوجات

۱. پرچم: پرچم‌ها خود به تنهایی انواع زیادی از دستباف، طلاکوب و چاپی دارند و بازار مستقلی ایجاد می‌کنند. متجاوز از ۱۰۰ نوع پرچم در بررسی میدانی شناسایی شد. «انواع پرچم، پلاکارد و سیاهی معمولی با قیمت‌هایی از یک هزار تا ۱۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسند. قیمت انواع سفارشی و دستباف پرچم نیز به دومیلیون و ۲۰۰ هزار تومان می‌رسد (رئییسی، ۱۳۸۶: ۸).

۲. پرده: پرده‌ها غالباً در ابعاد بزرگ و دارای نقاشی‌های متنوع است.

۳. کتیبه: کتیبه‌ها در مترائز زیاد برای آیین‌بستن مساجد و هیئت‌ها و مکان‌های سوگواری استفاده می‌شوند.

۴. پلاکارد، پوستر و شمایل: پلاکارد معمولاً پارچه‌ای و پوستر کاغذی یا بتر (ترکیبی از پارچه و نایلون) است و شعارهای گوناگونی با موضوع محرم بر آن‌ها نقش بسته است و قیمت‌های متنوعی دارند. شمایل‌ها با وجود ممنوع‌شدن، در سال ۱۳۸۶ با قیمت‌هایی از یک تا ده‌هزار تومان فروخته می‌شد. این نرخ در سال‌های بعد افزایش یافت.

۵. چفیه: دارای رنگ‌های سفید، مشکی و قرمز و در اندازه‌های مختلف است. قیمت انواع چفیه در ۱۳۶۸ بین پنج تا ۱۰ هزار تومان بود.

۶. رخت ماتم یا لباس ایام عزاداری: پیراهن مشکی در اندازه‌های مختلف از پررونق‌ترین ملزومات محرم است، به نحوی که لباس سیاه جزئی از سنت عزاداری و بلکه نماد آن شده است. در عین حال، لباس سوگواری فقط پیراهن مشکی نیست. لباس‌های مناسب برای فصول چهارگانه، لباس سقا و لباس‌های نمایشی نیز هستند. در آگهی‌های اینترنتی در محرم ۱۳۹۰ تی‌شرت محرم را به قیمت ۱۷۰۰۰ تومان تبلیغ کرده‌اند.

۷. شال: انواع شال به رنگ‌های سبز و سیاه و برای انداختن به دور گردن یا پیچیدن به دور کمر هستند. در آگهی‌های اینترنتی محرم سال ۱۳۹۰ قیمت شال‌های معمولی ۹۸۰۰ تومان تعیین شده است.

۸. پیشانی‌بند برای خردسالان و نوجوانان و بزرگسالان در اندازه‌های مختلف و با قیمت‌های مختلف.

۹. پوشاک تعزیه و روان‌شناسی رنگ‌ها: برای پوشاک تعزیه‌خوانان می‌توان یک دسته‌بندی کلی تحت عنوان پوشاک موافق‌خوان و مخالف‌خوان در نظر گرفت که رنگ لباس در این دو نقش عمده‌ای ایفا می‌کند. برای مثال لباس موافق‌خوان ترکیبی از رنگ‌های سبز و سیاه است و

لباس مخالف‌خوان ترکیبی از رنگ‌های قرمز یا نارنجی (سالاری، ۱۳۷۹: ۲۷۸). مترجم کتاب هیل در پاورقی طی گزارشی از بیرجند می‌نویسد: امام‌حسین (ع) و شهدای صحرای کربلا همه زره و کلاهخود را روی پیراهن بلند سفید یا سبز می‌پوشیدند، ولی معاندان و مخالفان آن‌ها که نوعاً شمر نامیده می‌شدند، همه پیراهن قرمز بر تن داشتند (هیل، ۱۳۷۸: ۵۰). از روان‌شناسی رنگ‌ها به بهترین وجه استفاده شده است. رنگ‌های ملایم و نیکو متعلق به امام‌حسین است و رنگ‌های تند و زننده برای مخالفان و رنگ‌های غم‌انگیز و دلگیر برای زنان داغ‌دیده کاروان امام‌حسین. در یک کارگاه تولیدی در اصفهان (تنها تولیدکننده لباس تعزیه در این شهر) سالی ۵۰۰ تا ۷۰۰ دست لباس تعزیه تولید می‌شود. قیمت لباس تخت‌نشین که لباس فاخر است در سال ۱۳۹۰ حدود ۳۵ هزار تومان بوده و به دلیل گران‌شدن پارچه بهای آن افزایش یافته و در سال ۱۳۹۱ به حدود ۷۰ هزار تومان رسیده است.

۱۰. هزینه‌های تعزیه منحصر به پوشاک نیست. هنگام تعزیه تزئینات تکیه شکوهمند است. به علاوه، کارلا سرنا گزارش داده است: «در این نمایش‌ها قلیانچی‌ها در میان مردم می‌گردند و به حضار قلیان تعارف می‌کنند. گروهی از فروشندگان مهر نماز عرضه می‌کنند که از خاک کربلا ساخته شده و گروهی دیگر نان قندی یا شیرینی یا دانه‌های نمک‌سود بوداده می‌فروشند. چون تکیه در زمستان سرد است، فاصله به فاصله منقل می‌گذارند» (سرنا، ۱۳۶۳: ۱۸۸).

۱۱. خیمه: یکی از پرمصرف‌ترین وسائل پارچه‌ای خیمه‌هایی است که در هیئت‌های ثابت برپا می‌شوند و در ماکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. این خیمه‌ها در اندازه‌های گوناگون کوچک و بزرگ ساخته می‌شوند و در ظهر عاشورا با اوج‌گیری لحظات پرشور عزاداری به آتش کشیده می‌شوند. هر سال هزاران خیمه در سراسر کشور به آتش کشیده می‌شود.

ب) دسته فلزجات و ابزار جنگ

۱۲. بازار علامت: قیمت انواع علم و علامت بسته به اندازه و تعداد تیغه‌ها و تندیس‌ها، استاد سازنده و جنس آن‌ها که آهن یا برنج باشد و قلمکاری شده یا نشده باشد یا طلاکوب یا نقره‌کوب باشد متفاوت است و از ۲۰۰ هزار تومان (در سال ۱۳۷۸) به بالاست و تا بیش از ۷۰۰ میلیون تومان نیز قیمت‌گذاری می‌شود. در سال ۱۳۷۸ یک علامت پنج‌تیغ معمولی به بهای پنج‌ونیم میلیون تومان فروخته شد. علامت هفده‌تیغه آهنی و معمولی دیگری که ۱۵ روز روی آن کار شده ۲ میلیون تومان قیمت دارد. گران‌ترین علامت‌ها آن‌هاست که در ساختشان از روکش طلا، کنده‌کاری‌های بیشتر و پیچیده‌تر و تزئینات زیباتری استفاده شده است. در حال

حاضر قیمت علامت‌هایی که از قدمت و عمر بالایی برخوردارند بیش از ۲۵ میلیون تومان است. کوچک‌ترین و ارزان‌ترین علامت‌های موجود در بازار علامت‌های پنج‌تیغه هستند. هرچه به تعداد تیغه‌های علامت اضافه شود، قیمت آن نیز افزایش پیدا می‌کند. هم‌اکنون سفارش ساخت علامت‌های ۱۷ تا ۲۱ تیغه در بورس قرار گرفته است. همچنین قیمت هر تیغه علم که در سال ۱۳۸۵ حدود ۵۰ هزار تومان بود در سال ۱۳۸۶ به ۶۵ هزار تومان رسیده است.

۱۳. چلچراغ: قیمت چلچراغ‌ها در ارزان‌ترین نوع خود از یک میلیون تومان شروع می‌شود و با توجه به ابعاد و اندازه آن‌ها افزایش پیدا می‌کند (رئیس، ۱۳۸۶: ۸).

۱۴. علامت‌ها دارای وسائل دیگری مانند پر و شاهپره و مخمل و قبل یا پایه علامت و غیره هستند که هر کدام هزینه مستقلی دارند.

۱۵. کلاهخود: قیمت انواع کلاهخود در سال ۱۳۶۸ بین ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان بود. انواع سپر با قیمتی بین ۲۰ تا ۲۲ هزار تومان به فروش می‌رسید (رئیس، ۱۳۸۶: ۸). طبق بررسی میدانی، کلاهخود از نوع ۱۰ هزار تومانی و ۵۰۰ هزار تومانی وجود دارد. در اصفهان چند کارگاه کلاهخود تولید می‌کنند که در یک کارگاه در سال حداکثر ۲۰۰ عدد کلاهخود ۱۰ هزار تومانی و سالی ۳ یا ۴ عدد کلاهخود ۵۰۰ هزار تومانی ساخته می‌شود.

۱۶. زره: زره‌ها جزء هنرها یا صنایع دستی هستند. وزن هر زره ۶-۷ کیلو است. زره نیز انواع دارد. قیمت زره از ۵۰ تا ۶۰۰ هزار تومان است و زره با زنجیر ریز و رنگ مخلوط زرد (برنجی) گران‌تر است. در یک کارگاه در اصفهان سالی ده زره ۶۰۰ هزار تومانی و ۵۰ عدد زره ۵۰ هزار تومانی ساخته می‌شود. زره نفیس و گران دومیلیون تومانی هم سالیانه یک تا دو عدد ساخته می‌شود.

۱۷. شمشیر: در گذشته دسته شمشیر از عاج فیل بود، اما در حال حاضر بیشتر از پلاستیک فشرده است که سبب می‌شود هزینه تمام‌شده آن کاهش یابد. شمشیر با دسته عاج فیل حدود یک میلیون تومان است که بیشتر برای تزئین یا نگهداری در موزه و ویتترین سفارش داده می‌شود و برای تعزیه‌ها و دسته‌های سوگواری شمشیر معمولی با دسته پلاستیکی مصرف دارد. شمشیرهای مورد استفاده در تعزیه‌ها تا سال ۱۳۹۰ شمشیرهای صاف بود و از سال ۱۳۹۰ چون شمشیرهای صاف را قمه شناختند از طرف نیروی انتظامی ساخت و فروش آن‌ها ممنوع اعلام شد. به دلیل ممانعت‌های قانونی و امنیتی دیگر امکان ادامه تولید شمشیرهای راست وجود نداشت و از ۱۳۹۰ به بعد شمشیرهای هلالی در حدود ۱۰۰۰ قبضه و شمشیر خم ۲۰۰ قبضه در سال تولید می‌شود. در ۱۳۹۱ هر شمشیر بدون غلاف ۱۵ هزار تومان است و چون غلاف شمشیر گران‌تر است یک قبضه شمشیر با غلاف ۴۰ هزار تومان به فروش می‌رسد.

شمشیر عربی که قوس آن کمتر است ۱۲ هزار تومان بدون غلاف و ۲۰ هزار تومان با غلاف است. این شمشیر بدون غلاف حدود ۴ تا ۵ هزار قبضه در سال تولید می‌شود و جمعاً به ۶ هزار قبضه می‌رسد (بررسی میدانی). غلاف شمشیرها هم دارای قیمت جداگانه‌ای است.

۱۸. نیزه و خنجر: دو نوع وسیله که برای استفاده در تعزیه‌ها و نمایش‌های روز عاشورا مصرف دارند.

۱۹. سپر: دو نوع آهنی و استیل دارد. کاربرد آن‌ها یکسان اما قیمت‌ها متفاوت است. سپر استیل در سال ۵۰۰ عدد تولید می‌شود و هر عدد ۱۵ هزار تومان است. سپر آهنی سالی ۲۰۰۰ عدد تولید می‌شود و هر عدد ۳۵۰۰ تومان است. سپر در مشهد نیز تولید می‌شود که آمار تولید آن حدوداً سالی ده هزار عدد است (گفتگوی نگارنده با سازنده).

۲۰. تیروکمان، گرز، سپر آهنی یا پوستی، چکمه، عبا و دستمال سر زنان به‌عنوان پوشاک و برای چهره‌سازی و وسائل نعش‌گردانی که هم در تعزیه‌ها و هم در ماکت‌های صحنه‌سازی وقایع عاشورا مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۲۱. پنجه: دارای اندازه‌های مختلف است. پنجه سر کتل و پنجه سر پرچم دو نوع متداول است. ۲۲. سنج: انواع مختلف برنجی، آهنی و استیل دارد و از نظر جنس از فلز داخلی یا خارجی است که محصول خارجی آن گران‌تر است. از نظر اندازه در سایزهای مختلفی برای کودکان و نوجوانان و بزرگسالان ساخته می‌شود. در اصفهان (سال ۱۳۹۱) سنج آهنی جفتی ۵ هزار تومان و حدود ۱۰۰ جفت در سال تولید می‌شود. بهای استیل بسته به اندازه آن متغیر است و ۷ تا ۱۵ هزار تومان به فروش می‌رسد. برنجی در سال ۲۰۰ جفت تولید می‌شود و قیمت آن بسته به اندازه سنج هر جفت از ۳۰ تا ۵۰ هزار تومان است. سنج کودکان نیز در سال ۱۰۰۰ جفت تولید می‌شود و قیمت آن از ۱۰۰۰ تا ۳۰۰۰ تومان است. حداقل در کشور ۱۰۰۰۰ جفت سنج آهنی در مشهد و تهران تولید می‌شود. سنج استیل حدود ۵ هزار جفت و سنج کودکان ۱۰۰۰ جفت ساخته می‌شود (گفتگوی نگارنده با سازنده).

۲۳. زنجیر: قطعات زنجیر عبارت است از ساخت واشر (فلزی)، ساخت گردونه (فلزی) یا دسته گردان، ساخت دسته چوبی و خراطی دسته و نقش‌دادن به آن و ساخت سنگ زنجیر. به دلیل اینکه ساخت زنجیر عزاداری هنوز به شیوه سنتی انجام می‌شود و تکنولوژی پیشرفته و بازار عمومی ندارد و مصرف‌کنندگان محدود برای زمانی محدود دارد، خط تولید آن در یک محل متمرکز نیست و به صورت پراکنده است. ساخت خود زنجیر هم، باوجود سادگی ظاهری، مراحل مختلفی و طولانی دارد که برخی از آن‌ها در خانه‌های روستائیان انجام می‌شود. در محل

تولید زنجیر در مشهد قیمت زنجیر مردانه ۹۰۰ گرمی آهنی معمولی (ساده با جوش آهن) که غالباً هیئت‌ها مصرف می‌کنند و بیشترین فروش را دارد ۴۵۰۰-۵۰۰۰ تومان، زنجیر با جوش برنجی حلقه‌ها ۵۵۰۰ تومان، زنجیر آبکاری زرد ۶۰۰۰ تومان، برنجی با عدسی معمولی (با دانه‌ها و حلقه‌هایی در اندازه معمولی) ۲۵ هزار تومان، زنجیر برنجی عدسی (با دانه‌ها یا حلقه‌های ریز) ۴۰ هزار تومان است.

حجم تولید و گردش مالی: محل فروش زنجیرها بازاری است که اقلام و وسائل سوگواری را در موسم محرم به معرض فروش می‌گذارند و رونق کار آن‌ها در ایام محرم و صفر است. در یکی از دو فروشگاه اصلی (مرکزپخش) در تهران، سالیانه ۳۰ تن زنجیر سیاه و ۱۰۰ کیلو زنجیر برنجی به فروش می‌رسد. زنجیر تنها وسیله‌ای است که بیشتر در محله قلعه‌ساختمان مشهد ساخته و به همه بازارها صادر می‌شود. طبق گفتگوهای حضوری محقق با سازندگان در مشهد در سال ۱۳۹۱ مجموعاً ۵۰۰ تن مواد برای ساخت زنجیر سوگواری مصرف شده است. در حالی که بخش قابل توجهی از این زنجیرها با جوش برنجی یا آبکاری به بهایی گران‌تر فروخته می‌شوند، با احتساب بیشتر تولیدشدن ارزان‌ترین آن‌ها که زنجیر معمولی با جوش آهنی است، با میانگین حداقل ۷ هزار تومان برای یک زنجیر، تخمین زده می‌شود که گردش مالی این مقدار زنجیر دست‌کم سه میلیارد و پانصد میلیون تومان بوده است. اگر به رقم سه‌ونیم میلیارد تومان در مشهد، گردش مالی زنجیرهای تولیدشده در اصفهان و تهران و تبریز و برخی شهرهای دیگر افزوده شود، به قیمت ثابت سال ۱۳۹۱ دست‌کم بالغ بر ۱۰ میلیارد تومان در سال خواهد بود.

وسائل تزئینی و ایمنی

۲۴. کمر بند هیکلی: این کمر بند بزرگ، قطور و از جنس چرم است که دور کمر و روی شانه می‌بندند و برای نگهداری علامت‌های سنگین به کار می‌رود که وزن آن را بر تمام اندام توزیع می‌کند و دارای انواع مختلف با قیمت‌های مختلف است. کمر بند چرمی یا برزنتی هر کدام بر حسب ضخامت، درجه ۱ و ۲ و ۳ دارند. «انواع هیکلی نیز با قیمتی از ۳۰ تا ۵۰ هزار تومان به فروش می‌رسد. این اقلام با توجه به میزان و جنس چرمی که در تهیه آن مورد استفاده قرار گرفته از قیمت‌های متفاوتی برخوردارند. قیمت هیکلی که در سال ۱۳۸۵ بین ۲۰ تا ۴۰ هزار تومان بود در ۱۳۸۶ به ۳۰ تا ۵۰ هزار تومان رسیده است» (رئییسی، ۱۳۸۶: ۸).

۲۵. شاه‌پره و پرتاووس: پرهایی بلند در رنگ‌های گوناگون زرد و قرمز و بنفش و سفید و غیر آن، که از وسائل زینتی و چشم‌نواز سوگواری‌هاست. شاه‌پره‌ها در رأس تیغه‌های علم و در

کلاهخودها و تعزیه‌ها و ماکت‌های عاشورا و برخی کتل‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. در گزارشی آمده است: «این پرها که به پرتاووس معروف هستند، عمدتاً پر شترمرغ بوده و با قیمت‌هایی از ۵۰۰ تومان تا ۱۲ هزار تومان به فروش می‌رسند. این پرها غالباً وارداتی بوده و از کشورهای چون آلمان، لبنان، سوریه و آفریقای جنوبی وارد کشور می‌شوند (رئیزی، ۱۳۸۶: ۸).

۲۶. فانوس: برای چلچراغ و برای شام غریبان مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۲۷. کاسه‌های برنجی: منقوش به اسامی ائمه و شعائر مذهبی که برای نوشیدن آب و تبرک است و در اندازه‌های مختلف ساخته می‌شوند.

۲۸. چادر: هر سال با این چادرها صدها تکیه در سراسر کشور برپا می‌شود یا مکان‌هایی برای پذیرایی از سوگواران با چادر ساخته می‌شود. در ۱۳۸۶ انواع چادر برزنتی در هر متر قیمتی بین ۱۰۰۰ تا ۳۰۰۰ تومان داشت.

دسته وسائل تبلیغی

۲۹. سی‌دی‌های مداحی: تیراژ این سی‌دی‌ها از شمارش خارج است.

۳۰. اکو و بلندگو: در ۱۳۸۶ قیمت یک دستگاه اکو در ساده‌ترین شکل آن از دومیلیون تومان شروع می‌شود. این قیمت برای اکوهای مدرن و حرفه‌ای به ۱۰ میلیون تومان (حدود ۱۱ هزار دلار در آن زمان) می‌رسد. قیمت انواع باند نیز از ۱۵۰ هزار تومان شروع می‌شود و موتور برق نیز در ساده‌ترین و ارزان‌ترین شکل حداقل ۷۰۰ هزار تومان است.

دسته آلات موسیقی و مارش عزا

آلات موسیقی البته اختصاص به عزاداری‌های سنتی ندارند و چون برای مصارف دیگری هم ساخته می‌شوند صنعت اختصاصی سوگواری‌ها محسوب نمی‌شوند، اما در ایام محرم بازار پررونقی دارند. برخی آلات موسیقی تاحد زیادی با الهام از سنت‌های نظامی وارد عزاداری شده‌اند. برای مثال، عبدالله مستوفی در خاطرات خود می‌گوید: «هنگامی که این تجملات سلطنتی می‌گذشت، دسته موزیک نظامی مشغول نواختن مارش‌های مختلف بود» (۱۳۴۱: ۲۹۶).

۳۱. طبل‌ها در اندازه‌های مختلف ۲۸، ۶۰، ۸۰، ۱۰۰، ۱۴۰ و ۱۶۰ اینچی و ۲ متری در بازار ملزومات سوگواری وجود دارند. در تهران هر ساله ۴-۵ هزار طبل فروخته می‌شود. قیمت انواع طبل با توجه به ابعاد و اندازه آن از ۲۵۰۰ تومان شروع می‌شود و برای طبل‌های بزرگ

چرخدار به ۳۰۰ هزار تومان می‌رسد. همچنین قیمت انواع طبل دوقلو (دهل) بین ۱۵۰۰۰ تا ۱۰۰ هزار تومان است.

۳۲. ابزار و وسائل عدیده دیگری مانند شیدونه، مشعل، دُهل، شیپور، ترومپت، شمایل، کتل و کتل‌بندی، ماسک، پوست شیر، وسائل نعش‌سازی و غیره وجود دارند که هرکدام بازار مصرفی درخور توجهی دارند. برای مثال در سال ۱۳۹۱ ترومپت چینی ۲۴۰ هزار تومان و ژاپنی ۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در بازار به فروش رسید.

ملزومات مصرفی و خوراکی

اطعام سوگواران در ایام سوگواری بازار بسیار بزرگی از انواع مواد غذایی ایجاد می‌کند. انواع غذاهایی که در این ایام طبخ می‌شوند و تقاضایی که برای مواد آن از گوشت و برنج و انواع حبوبات و خوردنی‌ها ایجاد می‌گردد رونقی به بازار این محصولات می‌بخشد. بجز غذاهای نذری خوراکی‌های دیگری هم مصرف می‌شود.

۳۳. پذیرایی، نوشیدنی و عطریات: در شهرها و روستاهای کوچک و بزرگ به‌وسیله چای، قهوه، قلیان، گلاب و در بعضی از مجالس با صبحانه از مستمعان پذیرایی می‌شود. برای مثال در سیرجان با مخلوطی از پودر قهوه و گشنیز و شکر و هل و گلاب، یا قلیان و گلاب و کندر یا اصطلاحاً «بوی خوش» از میهمانان پذیرایی می‌کردند و بر این عقیده بودند که در هر مجلسی بوی خوش متساعد شود ملائکه در آنجا جمع می‌شوند و دعای خیر می‌نمایند (مؤیدمحسنی، ۱۳۸۱: ۲۶۲). هانری ماسه با ذکر فهرستی از خوردنی‌ها در موسم سوگواری می‌گوید هزینه این مجالس همیشه رقم قابل ملاحظه‌ای است. او گزارش داده است در مجالس روضه‌خوانی زنانه، زن‌ها با چای، قهوه، قلیان، عدس بوداده، برنجی که با کره سرخ‌شده و روی آن شکر پاشیده‌اند و بالاخره با قاووت (آرد نخود با پسته و بادام و فندق کوبیده مخلوط با شکر) پذیرایی می‌کنند (۲۵۳۵: ۲۰۶). سخن علمای منتقد را که در ابتدای این بحث ذکر شد، نه تنها برخی از علمای روشن‌بین شیعه، بلکه برخی سیاحان نیز به نوع دیگری بازگو کرده‌اند. سوین هدین جهانگرد سوئدی که در ۱۹۰۵-۱۹۰۸م به ایران آمده می‌نویسد: «در واحه‌ای که دور از چنگال بیگانۀ مسیحی قرار دارد، ما در بازار، پارچه‌های انگلیسی و روسی، اسباب خرازی، نفت و شمع و در خانه‌های دولتمندان حتی میز و صندلی و چراغ‌های چینی، که از تأثیرهای غربی نشان دارند، می‌بینیم، اما همه اینها در مقابل تهران چیزی نیست. شهری که در آن، یونانی‌ها، ارمنی‌ها و شیادانی با تبارهای دیگر به پرکردن جیب‌هایشان مشغول‌اند و شهری که در آن، مشرق‌زمین

تنبل و بی تفاوت به خواب می رود و تحت تأثیر داروی بیهوشی غرب چرت می زند» (۲۵۳۵: ۴۳۸).

۳۴. دیگ های بزرگ و نیز سماورهای بزرگ نفتی (در گذشته)، برقی و گازی (در زمان کنونی). افزون بر بورس خرید و فروش وسایل عزاداری، کرایه ملزومات آشپزی نیز رونق بسزایی دارد. حرفه غالب اعضای اتحادیه ظروف کرایه و تالارهای پذیرایی هیئت داری است؛ از همین رو وسائلی چون فرش، دیگ، اجاق، اکو و چادر که توسط این صنف کرایه داده می شود در ماه محرم بیشتر مورد استفاده خود اعضا قرار می گیرد. در سال ۱۳۸۶ نرخ کرایه انواع اکو با توجه به نوع اکو- معمولی یا مدرن- تعداد باندها و بلندگوها برای هر روز بین ۳۰ تا ۲۰۰ هزار تومان بود و نرخ کرایه بخاری و فرش درجه یک و دو با تخفیف ۵۰ درصدی به ترتیب بین ۱۵ تا ۲۰ هزار تومان، ۳ هزار تومان و ۱۵۰۰ تومان است. نرخ اجاره چادر برزنتی نیز هر متر حدود ۶۰۰ تومان است (رئیس، ۱۳۸۶: ۸).

منابع مالی

منابع مالی عزاداری ها پدیده پیچیده ای است. تنوع آن و وابستگی اش به منابع مختلف و بلکه به همه منابع مادی جامعه امری منحصر به فرد است.

منابع دولتی: حتی در زمانی که حکومت دست روحانیان نبود، دولت ها یکی از منابع مالی آن بوده اند. این حمایت ها پس از انقلاب اسلامی بسیار گسترده تر بوده است. برای مثال فقط در تهران از وجود ۸ تا ۱۳ هزار مرکز سوگواری خبر داده اند. این آمارهای متفاوت از تعداد اماکن سوگواری ایام محرم شامل هیئت ها، مساجد، حسینیه ها و تکیه ها از آن جهت اهمیت می یابد که هر ساله نهادهای دولتی و عمومی شهر تهران کمک های نقدی و غیرنقدی قابل توجهی به این اماکن اختصاص می دهند. وزارت بازرگانی همه ساله مقادیری برنج و روغن موسوم به سهمیه نذورات در اختیار مکان های سوگواری قرار می دهد. در ۱۳۸۷ دبیر اجرایی ستاد هماهنگی محرم اعلام کرد که «به هیئت های دانش آموزی ۱۰۰ هزار تومان، هیئت های موردی ۱۵۰ هزار تومان، حسینیه ها ۲۰۰ هزار تومان و مساجد ۲۵۰ هزار تومان هدیه خواهند داد» و مشاور عالی شهرداری هم اعلام کرد به مساجد ۳۰۰ هزار، حسینیه ها ۲۵۰ هزار، مدارس دارای هیئت های دانش آموزی ۱۰۰ هزار تومان و تکایا ۱۷۰ هزار تومان کمک اعطا خواهد شد. با در نظر گرفتن میانگین ۲۰۰ هزار تومان به عنوان رقم کمک به هر کدام از هیئت های موردی، مساجد، حسینیه ها و مدارس مشخص خواهد شد که مبلغ کمک ها به تعداد ۸، ۱۲، ۹ و ۱۳ هزار مرکز

متفاوت خواهد بود (افروزش، ۱۳۸۷). با پذیرش تعداد ۸ هزار مرکز (حداقل آمار) مجموع کمک‌های دولتی بالغ بر یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان خواهد شد که در صورت صحیح بودن رقم ۱۳ هزار مرکز، یک میلیارد تومان دیگر به این رقم افزوده خواهد شد. رئیس سازمان تبلیغات اسلامی تهران در بهمن ۱۳۸۵ اعلام کرد حدود ۱۰ هزار هیئت مذهبی موردی، مسجدی و مدرسه‌ای با مجوز سازمان تبلیغات اسلامی وجود دارد و مجموعه اعتبار مستقیم به آنان در همان سال در حدود ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان و بخش جانبی حدود ۳۰۰ میلیون است. در این سال مجموعاً ۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون اعتبار برای هیئات در نظر گرفته شده است (سایت سازمان تبلیغات اسلامی، ۱ بهمن ۱۳۸۵). شهرداری تهران نیز در ۱۳۸۷ اعلام کرد برای مراسم عزاداری ۵۴ میلیون و برای اعزام مبلغ مذهبی ۵۰ میلیون تومان در نظر گرفته است (ابراهیم‌زاده، ۱۳۸۷: ۸). در عین حال همه ارقام مربوط به کمک‌های نقدی و غیرنقدی دولتی به مراسم سوگواری با وجود اینکه عدد بزرگی به نظر می‌رسد، در برابر حجم عظیم گردش مالی سوگواری‌ها رقم ناچیزی را تشکیل می‌دهند که از منابع دیگر که در زیر توضیح داده شده تأمین می‌شوند.

موقوفات: در طول سده‌ها یکی دیگر از منابع مالی سوگواری‌ها موقوفات بوده‌اند. وقفنامه‌های زیادی وجود دارند که درآمدشان را منحصراً برای سوگواری وقف کرده‌اند (ر.ک. وثوقی رهبری، ۱۳۸۶: ۵۳). پولاک نیز اشاره کرده که تکیه‌ها در نتیجه موقوفات مذهبی ایجاد شده‌اند (۱۳۶۱: ۲۳۴). در زمان کنونی نیز وقف از منابع سوگواری‌هاست. به گفته سرپرست سازمان اوقاف، این سازمان در ۹ ماه اول ۱۳۹۰ از ۱۲۷ هزار موقوفه تحت اختیار خود ۴۰ میلیارد تومان درآمد به دست آورده که ۱۷ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان از این درآمد صرف عزاداری سالار شهیدان، اطعام و حمایت از هیئت‌های مذهبی شده است (محمدی، ۱۳۹۰: ۱۹). در مراغه بعضی از مساجد موقوفاتی دارند که هزینه مراسم از طریق این موقوفات تأمین می‌شود (مروارید، ۱۳۷۲: ۹۸). در بیرجند نیز در قدیم رسم بود که از محل موقوفات حسینیّه شوکتی در دهه اول محرم به مردم غذا داده شود و سینی‌های غذا برای خانواده‌های مستمند یا مستخدمان حوزه حکومتی ارسال گردد (بهنیا، ۱۳۸۰: ۲۷۳). مترجم نامه‌هایی از قهستان به قلم اف. هیل در تعلیقی بر متن او پس از شرح مفصل چگونگی اطعام گسترده در بیرجند آورده است: «تمام هزینه‌های این عزاداری باشکوه از محل موقوفاتی تأمین می‌شد که بانیان آن به همین منظور از خود به یادگار گذارده بودند» (هیل، ۱۳۷۸: ۵۱).

احسان و نذورات منابع رایگان و داوطلبانه برای هزینه‌های سوگواری: گرچه نذورات نیز مانند موقوفات جزو همان پرداخت‌های مردمی هستند، از آنجا که کمک‌های مالی مردم تحت عنوان نذر دامنه گسترده‌ای دارد، از آن به‌عنوان منبعی مستقل یاد می‌شود. «قضیه نذر بخش مهمی از زندگی ایرانیان را تشکیل می‌دهد. یکی از انواع نذر تقبل هزینه انجام تعزیه است» (بختیار، ۲۵۳۶: ۲۰). یکی از هزینه‌های سوگواری تأمین تعزیه‌هاست، اما برخی افراد مانند شبیه‌خوانان روستاهای کوهپایه ساوه برای تعزیه‌خوانی پولی دریافت نمی‌کنند. البته شرکت‌کنندگان در مجلس عزاداری مبلغی را به‌عنوان نذر و تبرک به تعزیه‌خوانان هدیه می‌کنند (سالاری، ۱۳۷۹: ۲۷۸). احسان و نذر از منابع هزینه تعزیه‌ها و سایر هزینه‌های سوگواری است. برای مثال، در تنکابن هر خانواده‌ای براساس وسع خود سعی می‌کند در این ایام به مسجد یا امامزاده محل کمک و یاری رساند، یا نذری را که کرده بود پرداخت کند. در تنکابن از قدیم هیئت‌های عزاداری در روزهای تاسوعا و عاشورا به امامزاده قاسم می‌رفتند. در بین راه کسانی که نذری دارند نذر خود را با دادن شربت یا شیر ادا می‌کنند (دانای علمی، ۱۳۸۸: ۲۵۳). مشابه این رفتار در سایر شهرها و روستاها نیز وجود دارد. برخی از افراد که نذر دارند به ایستگاه‌هایی که در بین راه شربت و چای و تنقلات توزیع می‌کنند مبلغی می‌دهند یا جنس مورد نظر خود را خریداری می‌کنند و به توزیع‌کنندگان می‌دهند که همراه با اشربه یا اطعمه‌ای که توزیع می‌کنند میان مردم پخش کنند.

توانگران: یکی دیگر از منابع مالی سوگواری‌ها متمولان بودند. نقش آنان در برگزاری مراسم یا در تأمین مالی آن‌ها همیشه مهم بوده است. چنان‌که لیدی شیل که در ژانویه ۱۸۵۰ در ایران بوده در خاطرات خویش می‌نویسد: «ثروتمندان بر روی بام یا در صحن حیاط و باغچه منزلشان چادرهایی بزرگ برپا می‌کنند و در زیر این چادرها، که از تابش آفتاب سوزان در امان‌اند، مراسم دعا و سوگواری برگزار می‌کنند و از روحانیان دعوت می‌کنند تا در این مجالس وعظ و روضه‌خوانی کنند» (شیل، ۱۳۶۲: ۱۹۰). برخلاف مارکس که وضعیت طبقاتی را بیشتر به اقتصاد و دسترسی فرد به مال و ثروت ربط می‌دهد و فقط "طبقه" را متغیر عمده می‌بیند، از نظر وبر، منزلت نیز یکی از منابع سه‌گانه اقتدار (قدرت، ثروت و منزلت) است (کوزر، بی‌تا: ۳۱۵-۳۳؛ وبر، ۱۳۷۴: ۷۶-۷۴). از نظر او، همان‌طور که ثروت، منزلت یا قدرت می‌آورد، منزلت والا نیز به دنبال خود ثروت می‌آورد. قشربندی و سلسله‌مراتب اجتماعی فقط با طبقه تعریف نمی‌شود، بلکه با این سه منبع اقتدار مشخص می‌گردد که هرکدام شاخص‌های خود را دارند. ثروتمندان در جامعه مذهبی به منزلت مضاعفی نیاز دارند تا توزیع قدرت را برحسب ثروت

پایدارتر سازد. ثروتمندان بجز باورهای مذهبی خود از طریق برگزاری مجالس سوگواری یا تأمین آن‌ها در میان توده مردم برای خویش کسب وجهه و اعتبار و اعتماد می‌کردند و تجانس فرهنگی و زبانی‌شان با توده مردم مانع بیگانگی فرهنگی و مذهبی می‌شد و به تبع آن احساس تضاد و شکاف طبقاتی را در جامعه رشد نمی‌داد. این منبع متعلق به جامعه مدنی و بخش خصوصی است و ربطی به دولت ندارد. در استان کهگیلویه و بویراحمد مراسم سوگواری یا تعزیه‌داری امام حسین(ع) در مراکز کلانتران و خوانین به صورتی مجلل از اول ماه محرم آغاز می‌شود. سوگواران به صورت جمعی به خانه‌های خان‌ها و بزرگان ایل‌ها می‌رفتند و برای تأمین هزینه‌های عزاداری طلب پول می‌کردند. هر خانی به فراخور شأن خود با نهایت رغبت وجهی به عزاداران می‌پرداخت و آنان را به ادامه سوگواری تشویق می‌کرد (مجیدی، ۱۳۷۱: ۲-۵۸۱). در قدیم، در گیلان نیز مالکان روستاها بانیان تعزیه‌ها بودند و بعد از اصلاحات ارضی که از قدرت مالکان کاسته شد، بانیان برگزاری تعزیه کسبه و بازاریان بوده‌اند (موسوی، ۱۳۸۶: ۲۶۶). پس از شهریور ۱۳۲۰ با برچیده شدن دیکتاتوری رضاشاه و پیدایش آزادی‌های نسبی، علاوه بر انجمن‌ها و مراکز مذهبی دیگر که خود را از هیئت‌ها جدا می‌کردند، ناگاه ۱۷۰ هیئت مذهبی در مشهد تحت سرپرستی میرزا احمد کفایی فرزند آخوند خراسانی تشکیل شد. درآمد این هیئت‌ها از کارخانه نخ‌ریسی مشهد به ریاست کفایی تأمین می‌شد که در آن زمان از بزرگ‌ترین کارخانه‌های مشهد بود و علاوه بر تولید نخ، برق شهری را هم تأمین می‌کرد. بجز این درآمدها هر سرهیستی از امتیازاتی جداگانه برخوردار بود. امتیازاتی همچون گاراژداری، امتیاز کامیون‌های حمل‌ونقل، ریاست میدان بار و دیگر مشاغل پردرآمد از جمله مواهبی بود که از آن‌ها بهره‌مند می‌شدند (منصوری، ۱۳۸۴: ۵).

خیران: خیران را از گروه توانگران جدا کرده‌ایم، زیرا این گروه به طبقات مختلف تعلق داشتند و اکثر آنان با مبالغ خرد به تأمین هزینه‌های سوگواری می‌پرداختند. مجلس تعزیه‌خوانی معمولاً یک یا چند بانی دارد. بانی ممکن است هرساله ثابت باشد یا برحسب مورد کسانی بانی شوند و مخارج برگزاری تعزیه را بپردازند. در مراغه بعضی از مساجد فاقد موقوفات هستند؛ بنابراین ساکنان محل و افراد غنی به فراخور حال خود هزینه یک یا چند شب را تقبل می‌کنند. در بعضی مواقع نیز با استفاده از نذورات اهداشده یا شرکت چند نفر با هم هزینه‌های مورد نیاز تأمین می‌شود (مروارید، ۱۳۷۲: ۹۸).

توده مردم، اقتصاد توده‌ای و شگردهای ابداعی: بزرگ‌ترین منبع مالی سوگواری‌ها توده مردم بوده و هستند. گرچه مبالغ پرداختی آن‌ها نسبت به توانگران و خیران و دولتی‌ها ناچیز است، همواره مجموع آن‌ها رقم چشمگیری را تشکیل می‌دهد، به‌گونه‌ای که این هزینه‌های

خُرد بر همه منابع دیگر برتری می‌یابد. همین نقش‌آفرینی توده در تأمین مالی هزینه‌های سوگواری، احساس تعلق این مراسم را به ایشان فزونی می‌بخشد و مشارکت طبقات دیگر را نوعی فراگیری تعلق و پیوند سوگواری با آنان جلوه می‌دهد. روش‌های کمک مالی مردم بسیار متنوع و ابتکاری است و اشکال گوناگون و جالبی به خود می‌گیرد. برای مثال مردمی بودند تعزیه و اقبال بی‌نظیر توده از آن و اقتصاد مردمی تعزیه از ویژگی‌های آن است. جیمز موریه انگلیسی در سفرنامه خود از مشاهداتش در ۱۸۱۰ تا ۱۸۱۶ درباره راه‌اندازی تکیه‌ها و چادرها می‌نویسد: این چادرها یا به هزینه اهالی محل یا به هزینه مردم دارا به نشانه اخلاص برافراشته می‌شود و همه طبقه‌های مردم در ورود به آن‌ها آزادند. هزینه هر تکیه استخدام یک ملا و شبیه‌خوانان و جامه‌های ایشان و هزینه خرید چراغ‌هاست. بسیاری از مردم از این فرصت برای کفاره گناهان خود سود می‌جویند و برای برپایی تکیه پول می‌دهند و به کسانی که به تکیه آمده‌اند خوراک رایگان می‌دهند (موریه، ۱۳۸۵: ۲/۲۱۶). هانری ماسه ضمن گزارش مفصلی درباره روضه‌خوانی از ابتدا تا پایان آن می‌گوید: مزد روضه‌خوان‌ها و واعظان در پایان آخرین جلسه پرداخت می‌شود (به‌طور متوسط پنج‌تومان برای مجموع جلسات). برای این منظور صاحبخانه دم در می‌ایستد و یک پاکت سربسته به هرکدام از آنان تسلیم می‌کند و همین‌طور به بچه‌های روضه‌خوان‌ها و خدمتگزارانی که همراه آنان آمده بودند مبلغی می‌پردازند. بعضی از شخصیت‌های ممتاز به هرکدام از حاضران در مجلس یک سکه پول اهدا می‌کنند (ماسه، ۲۵۳۵: ۲۰۸/۱). شیوه‌های دیگری در ده "ماها" و سایر نقاط کشور مشاهده شده است، مانند پول دادن به سقاها و تعزیه‌خوان‌ها. گفته شده در دهکده زیارت بعد از سینه‌زنی، یک زن نوحه‌خوان برای زن‌ها روضه‌خوانی می‌کرد و بعد هم با طوق و علم در کوچه‌های ده راه می‌افتادند و به هر خانه‌ای که می‌رسیدند صاحبخانه پول به علم می‌بست، یا برنج و تخم‌مرغ در خورجینی می‌ریخت که یکی از زن‌ها برای همین منظور با خود می‌گرداند (پورکریم، ۱۳۴۵: ۲۲-۲۳). در روستای دوان در حوالی کازرون استان فارس بعد از ظهر عاشورا روستا پس از چند روز و شب آرام می‌گیرد و بزرگان محل در اتاقی گرد می‌آیند و ضمن استراحت به شمارش وجوهی می‌پردازند که از سوی مردم هدیه شده است. بدین مناسبت پاکت‌های بسته باز می‌شود. نام و مشخصات اهداکننده همراه با مبلغ اهدایی روی کاغذی لیست می‌شود. وجوه مردم برای کمک به هیئت برای جایگزینی هزینه انجام‌شده و هزینه کردن مراسم سال آینده است که تا آن زمان نزد عهده‌دار مراسم عاشورا باقی می‌ماند (لهسایی‌زاده و سلامی، ۱۳۷۰: ۱۲۹). شیوه‌های مختلفی برای جمع‌آوری هدایا و کمک‌های مردمی وجود دارد و برای مثال

گزارش شده که در روستای کندلوس ظهر عاشورا یا روز دهم محرم که مراسم سینه‌زنی به اوج خود می‌رسد، اسبی را با پارچه‌ای سفید که با ماده‌ای قرمز به نشان محل خون‌فشان تیره‌های اشقیا رنگ شده است با پارچه‌های رنگی و شمشیر و چکمه می‌آرایند و به صورت ذوالجناح درمی‌آورند، مرثیه‌خوان پیشاپیش آن در کوچه‌های دهکده روان می‌شود و از هر خانه‌ای برای مرثیه‌خوان‌ها پول، قند، چای و نبات جمع می‌کند تا هم زحمات کسانی که در این ده روزه مرثیه و نوحه خوانده‌اند جبران شود، هم قند و چای کافی برای مراسم بعدی مسجد محل تأمین گردد (جهانگیری، ۱۳۶۷: ۱۷۴). شاهسون‌ها نیز از روزهای اول محرم، یک نفر ملا یا عمامه‌به‌سر را برای هر «اوبا» دعوت می‌کنند، در هر «اوبا» یک نفر داوطلبانه آلاچیق خود را خالی می‌کند. ملا روزی سه مرتبه، صبح و ظهر و شب، در مسجد روضه می‌خواند و اهل «اوبا» را می‌گریاند. کسی که آلاچیقش مسجد شده، هر روز یک گوسفند سر می‌برد و برای اهل «اوبا» شام و نهار تهیه می‌کند. بعد از هر بار روضه‌خوانی، اهل «اوبا» برحسب وسع خود به ملا نذری می‌دهند (ساعدی، ۱۳۵۴: ۱۵۸). در سوگواری‌های ایل پابی از کوچ‌نشینان شمال غرب ایران در لرستان «از دستمال‌های چهارگوشه‌ای که هر ضلع آن حدود ۶۰ سانتی‌متر است پرچم‌های کوچکی می‌سازند و دردمندان و بیماران با پرداخت ۵ ریال به ملا پرچم‌های کوچک را می‌گیرند و آن را روی محلی می‌گذارند که درد دارد» (کریمی، ۱۳۸۸: ۲۵۷). این شیوه‌های کمک مالی به سنت سوگواری نشان از پیوند باورهای عامیانه با اقتصاد سوگواری دارد. این باورها بخشی از زمینه‌ی مادی مناسک است. در ابیانۀ کاشان بیشتر وعاظ از شهر کاشان دعوت می‌شوند. در گذشته، وعاظ محلی در ازای روضه‌خوانی حدود ۵ قران پول دریافت می‌کردند. در دهه ۸۰ شمسی، مزد روضه‌خوان‌هایی که از شهر کاشان می‌آمدند ۳۰-۴۰ هزار تومان بود که یک یا دو شب روضه‌خوانی می‌کردند. مزد این افراد توسط کسانی که نذر کرده‌اند پرداخت می‌شود. گاهی اهالی به صورت اشتراکی این مبلغ را می‌پرداختند (نظری و دیگران، ۱۳۸۴: ۵۷۵). دن گارسیا دسیلوا فیگوئروا که در ۱۶۱۴ به‌عنوان سفیر پادشاه اسپانیا به دربار شاه‌عباس اعزام شد نیز روش دیگری را مشاهده کرده است. او می‌گوید: در پایان گریه و زاری‌ها و ختم مجلس، فقیهی آراسته و مقدس با چهره‌ای درهم و اندوه‌زده بر در مسجد می‌ایستاد تا هدایایی از کسانی که در مجلس عزا شرکت کرده بودند دریافت کند، بخصوص هریک از زنان، به قدر همت و متناسب با توان و تقوای خویش، مبلغی پول یا طاقه‌ای پارچه یا قبا یا لباده به وی می‌دادند. روسپیان که بسیار ثروتمندند چیز بیشتری می‌دادند. روزهایی بود که گذشته از پول و پارچه و شال بیش از پنجاه تا شصت لباده به وی داده می‌شد (فیگوئروا، ۱۳۶۳: ۳۱۰).

تولید انگیزه مادی: در کنار جاذبه‌های معنوی، توزیع رایگان انواع خوردنی‌ها و نذری‌ها و هدایا نیز از جاذبه‌های مراسم بوده است. رفتار توده در بخشش و هدایا به سوگواران از یکسو موجب ارضای بخشنده و کسب منزلت اجتماعی است و در دریافت‌کننده انگیزه ایجاد می‌کند. این بخشش‌ها، هدایا و نذورات به اشکال گوناگون در تمامی مراسم شهرهای کوچک و بزرگ وجود دارند و ذکر چند مثال از چند محل به معنای انحصار یا محدودیت آن نیست. در کومله از روستاهای گیلان از پنجم تا دوازدهم، هر شب هیئت را از مسجدی به مسجد و بقعه محل دیگر می‌بردند. دسته سینه‌زنی یا زنجیرزنی مسجد میزبان به استقبال هیئت مهمان می‌آمد و نوحه‌خوان میزبان، شعری را برای هیئت مهمان می‌خواند، سپس متولی مسجد مبلغی به مسئول دسته می‌داد (شهاب کومله‌ای، ۱۳۸۶: ۱۸۰ و ۱۸۱). از شب نوزدهم تا بیست‌ویکم رمضان در برخی محله‌ها به در خانه‌های مردم می‌روند و اشعار حیدری در رثای حضرت علی می‌خوانند و صاحبخانه هدایایی از قبیل تخم‌مرغ، برنج و پول به گروه حیدری‌خوان‌ها می‌دهند (شهاب کومله‌ای، ۱۳۸۶: ۱۷۵). در نقاط مختلف به شیوه‌های گوناگون این انگیزه‌سازی یا تشویق صورت می‌گیرد. برای مثال در "ماها" (دهی در فیروزکوه) هنگامی که حضرت عباس و علی‌اکبر و حضرت قاسم برای آوردن آب خود را به شط فرات می‌رسانند و مشکی آب از آن برمی‌دارند، یک کاسه برنجی نیز در دست دارند که آن را هم پر از آب می‌کنند. در این هنگام تماشاگران در این کاسه سکه می‌ریزند و اگر سکه نداشته باشند به آنان یا به فهرست‌خوان که برای گرفتن پول نزدیک آنان ایستاده است اسکناس می‌دهند (کیا، ۱۳۴۵: ۴-۵). «در محله یوسمون کاشان یکی از مراسمی که برگزار می‌شود شاداگردانی [sada] یا شد [sade] است. شده غلمی است که آن را علامت امام حسین گویند. پس از تزئین، اقدام به بلندکردن شادا می‌کنند و این کار را اغلب افرادی انجام می‌دهند که از لحاظ اقتصادی ضعیف هستند؛ زیرا پس از حمل شادا مبلغی از سوی مردم به آن‌ها داده می‌شود» (نظری داشلی و دیگران، ۱۳۸۴: ۵۷۹-۵۸۰). در روستای دهملا در گذشته رسم بر این بوده که زائران نخل به‌عنوان هدیه و نذورات چیزهایی از قبیل قند، چای و امثال آن به بابای نخل می‌دادند (سعیدی، ۱۳۸۶: ۶۸). در الاشت روز عاشورا در حالی که هنوز صبح نشده و هوا تاریک است چراغ می‌گیرند و به محله‌ها و کوچه‌های در حال سینه‌زنی و نوحه‌خوانی برای «صُب‌خونی» (صبح‌خوانی) می‌روند و جلوی هر خانه کمی می‌ایستند تا اگر صاحبخانه پولی نذر کرده باشد به «جوشی‌خون» بدهد (پورکریم، ۱۳۵۰: ۹۰-۹۳).

جمع بندی

جنبه مردم‌شناسانه عزاداری را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن رابطه آن با اقتصاد سوگواری درک کرد. جلب نظر عوام پیوند وثیقی با پولی که مبادله می‌شود دارد. از گذشته، گردش مالی جزئی از مراسم عزاداری بوده است. اقتصاد سوگواری همان‌سان که در پرده کنش‌ها و هیجان‌ها و حوادث شورانگیز انسانی پوشیده می‌شود، کاویدن آن نیز آشکارکننده جنبه‌های نهانی و دنیوی سوگواری و پیوندهای عمیق آن با زندگی روزمره است. بازار وسائل سوگواری گرچه با عقیده و خلوص و گذشت و ایثار و معنویت در هم تنیده شده، با سرنزدن اجزای کنش می‌توان گفت بازار انگیزه‌ها و شالوده‌های زمینی پدیده سوگواری نیز هست.

منابع

- ابراهیم‌زاده، حمیدرضا (۱۳۸۷) «جزئیات گزارش حسابرسی سال‌های ۸۲ تا ۸۴ شهرداری تهران»، روزنامه اعتماد، شماره ۱۷۷۴، مورخ ۱۳۸۷/۶/۲۷: ۸، گزارش اجتماعی.
- اعتماد (۱۳۹۱) «رمالان سالانه ۳۷۵ میلیارد تومان از مردم کاسبی می‌کنند»، چهارشنبه ۲۸ تیر، شماره ۱۴: ۲۴۴۶.
- افروزمنش، مهدی (۱۳۸۷) خبرآنلاین، ۱۳۸۷/۱۰/۱۵ <http://www.khabaronline.ir/detail/1766>
- انده، ورنر (۱۳۸۲) «اختلاف نظر علما درباره برخی جنبه‌های سوگواری محرم»، ترجمه جعفر جعفریان، آینه پژوهش، سال چهاردهم، شماره ۶، پیاپی ۸۴: صص؟
- اینگلهارت، رونالد، و پپا نوریس (۱۳۸۷) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: کویر.
- باقی، عمادالدین (۱۳۷۷) «شیوه‌های رهبری امام‌خیمینی برای بسیج در جنگ ایران و عراق»، فصلنامه حضور، شماره ۲۵: ۲۱۸-۱۸۳.
- باقی، عمادالدین (۱۳۸۳) «هم عرفی هم قدسی»، مجله جامعه نو، شماره ۱ (پیاپی ۲۳): ۱۴-۱۵.
- بختیار، لاله (۲۵۳۶) هنر ایرانی با الهام از عقاید دینی و مذهبی، تهران: موزه نگارستان.
- بلوکباشی، علی (۱۳۷۰) «توصیفی از تعزیه عروسی قاسم»، فصلنامه تئاتر، شماره ۱۶: ۶۳-۸۸.
- بنجامین، ساموئل گرین ویلر (۱۳۶۳) ایران و ایرانیان (عصر ناصرالدین‌شاه)، ترجمه محمدحسین کردبچه، تهران: جاویدان.
- بهنیا، محمدرضا (۱۳۸۰) بیرجند‌نگین کویر، تهران: دانشگاه تهران.
- پولاک، یاکوب ادوارد (۱۳۶۱) سفرنامه یولاک (ایران و ایرانیان)، ترجمه کیکاووس جهان‌داری، تهران: خوارزمی.
- پورکریم، هوشنگ (۱۳۴۵) «دهکده زیارت»، نشریه هنر و مردم، انتشارات وزارت فرهنگ و هنر، شماره ۴۸: ۱۱-۲۹.
- پورکریم، هوشنگ (۱۳۵۰) الاشت، زادگاه اعلیحضرت رضاشاه کبیر، تهران: وزارت فرهنگ و هنر.

- جهانگیری، علی اصغر (۱۳۶۷) کندلوس، تهران: مؤسسه فرهنگی جهانگیری.
- دقتی، صادق (۱۳۸۷) مردم‌نگاری روستایی و ایلی، تهران: میراث فردا.
- رئیس، شراره (۱۳۸۶) «افزایش ۱۰ تا ۵۰ درصدی هزینه‌های سوگواری در محرم در مقایسه با سال گذشته رخ داد»، روزنامه سرمایه، شماره ۶۴۸، ۲۰ دی: ۸.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۲) زمینه فرهنگ‌شناسی: تألیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی، چاپ سوم، تهران: عطار.
- ساعدی، غلامحسین (۱۳۵۴) خیابان یا مشکین شهر، تهران: چاپخانه کویان و چاپخانه سپهر.
- سالاری، عبدالله (۱۳۷۹) فرهنگ مردم کوهپایه ساوه، تهران: سازمان میراث فرهنگی کشور.
- سایت سازمان تبلیغات اسلامی، یکشنبه ۱ بهمن ۱۳۸۵ <http://www.ido.ir/a.aspx?a=1385110101>
- سرنا، کارلا (۱۳۶۳) مردم و دینی‌های ایران، ترجمه غلامرضا سمیعی، تهران: نشر نو.
- سعیدی، سهراب (۱۳۸۶) فرهنگ مردم میناب، تهران: گلشن.
- شریعتی، علی (۱۳۶۱) مذهب علیه مذهب، تهران: سبز.
- شهاب کومله‌ای، حسین (۱۳۸۶) فرهنگ عامه کومله-شرق گیلان-رشت، رشت: گیلکان.
- شیل، لیدی (۱۳۶۲) خاطرات لیدی شیل همسر وزیرمختار انگلیس در اوایل سلطنت ناصرالدین شاه، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: نشر نو.
- عمادی، سید احسان (۱۳۸۷) «گزارش از ساخت علم‌های عزاداری در تهران»، خیمه نیوز، <http://kheimehnews.ir/vdcd.o0f2yt05za26y.html>
- فیگوئروا، دن گارسیا د سیلوا (۱۳۶۳) سفرنامه دن گارسیا د سیلوا فیگوئروا (سفیر اسپانیا در دربار شاه عباس اول)، ترجمه غلامرضا سمیعی، تهران: نشر نو.
- کریمی، زهرا و محمد اکبری (۱۳۸۸) آداب و رسوم و فرهنگ عامه احمدآباد جرقویه، تهران: طهوری.
- کرین، ویلیام (۱۳۹۰) نظریه‌های رشد، ترجمه غلامرضا خوبی‌نژاد و علیرضا رجایی، چاپ چهارم، تهران: رشد.
- کوزر، لوئیس (بی تا) زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ چهارم، تهران: علمی.
- کیا، صادق (۱۳۴۵) «ماها»، نشریه هنر و مردم، شماره ۴۵ و ۴۶: ۲-۱۹.
- لهستانی‌زاده، عبدالعلی و عبدالنبی سلامی (۱۳۷۰) تاریخ و فرهنگ مردم دوان، تهران: اطلاعات.
- ماسه، هانری (۲۵۳۵) معتقدات و آداب ایرانی، ترجمه مهدی روشن‌ضمیر، تهران: مؤسسه تاریخ و فرهنگ ایران.
- مجیدی، نورمحمد (۱۳۷۱) تاریخ و جغرافیای کهکلیویه و بویراحمد، تهران: علمی.
- محدث نوری، میرزا حسین (۱۳۸۱) لؤلؤ و مرجان، قم: پیام مهدی.
- محمدی، علی (۱۳۹۰) «درآمد ۴۰ میلیاردتومانی موقوفات در ۹ ماهه اول امسال»، روزنامه شرق، شماره ۱۴۴۵، چهارشنبه ۲۸ دی: ۱۹.

- مستوفی، عبدالله (۱۳۴۱) شرح زندگانی من یا تاریخ اجتماعی و اداری دوره قاجاریه، جلد اول، چاپ دوم، تهران: زوار.
- مطهری، مرتضی (۱۳۳۶) ده گفتار، تهران: صدرا.
- مراغه‌ای، زین‌العابدین (۱۳۵۳) سیاحتنامه ابراهیم‌بیک، تهران: اندیشه.
- مروارید، یونس (۱۳۷۲) مراغه (افرازه‌رود) از نظر اوضاع طبیعی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، تهران: چاپخانه علمی.
- منصوری، پروین (۱۳۸۴) تاریخ شفاهی کانون نشر حقایق اسلامی، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- مؤید محسنی، مه‌ری (۱۳۸۱) فرهنگ عامیانه سیرجان، کرمان: مرکز کرمان شناسی.
- موریه، جیمز (۱۳۸۵) سفرنامه جیمز موریه (دو جلد)، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران: توس.
- موسوی، سیدهاشم و دیگران (۱۳۸۶) نمایش‌ها و بازی‌های سنتی گیلان، زیر نظر محمود طالقانی، رشت: فرهنگ ایلیا.
- نظری، زلیخا و دیگران (۱۳۸۴) مردم‌شناسی روستای ایبانه، تهران: پژوهشکده مردم‌شناسی.
- وبر، ماکس (۱۳۷۴) اقتصاد و جامعه، ترجمه عباس منوچهری، مهرداد ترابی‌نژاد، مصطفی عمادزاده، تهران: مولی.
- وثوقی رهبری، علی‌اکبر (۱۳۸۶) تعزیه‌خوانی در شهرستان سیرجان، کرمان: مرکز کرمان‌شناسی.
- هالیستر، جان نورمن (۱۳۷۳) تشیع در هند، ترجمه آذرمیدخت مشایخ فریدنی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- هدین، سون (۲۵۳۵) کویرهای ایران، ترجمه پرویز رجبی، تهران: توکا.
- هیل، اف (۱۳۷۸) نامه‌هایی از قهستان، ترجمه و تعلیق محمدحسن گنجی، خراسان رضوی: آستان قدس.
- هیلگارد، ارنست. ر. و انکینسون (۱۳۷۲) زمینه روان‌شناسی، جمعی از مترجمان، زیر نظر محمدتقی براهنی، تهران: رشد.