

## مطالعه مردم‌شناختی جار آواهای پیشه‌های دوره گردی تهران قدیم

دکتر محمد همایون سپهر<sup>۱</sup>

شیرین خزایی<sup>۲</sup>

### چکیده

در این مقاله آواهای دوره گردان تهران از سال 1330\_1360 با تأکید بر مکتب کارکردگرایی مورد مطالعه قرار گرفته است و ضمن پرداختن به آواهای دوره گردانی که برای فروش اجناس خود از کلام موسیقایی استفاده می‌کردند، نوعی تحلیل مردم‌شناختی نیز روی آنها صورت پذیرفته است. همچنین تلاش شده است تا اشعار، جملات و صداهای آهنگینی را که فروشندگان دوره گرد در هنگام کار می‌خواندند تا بتوانند خریدار را به خرید محصولات خود تشویق کنند، جمع‌آوری و بررسی گردد.

**کلیدواژه‌ها:** اصناف تهران قدیم، کارآوا، کارآواهای دوره گردان، مردم‌شناسی کارآوا، کارآوای اصناف دوره گرد

---

1. عضو هیئت علمی و مدیرگروه مردم‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز  
mohomayonsepehr@yahoo.com

2. کارشناسی ارشد مردم‌شناسی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز  
shirinkh60@yahoo.com

## مقدمه

ترانه‌های عامیانه را می‌توان مرحله ابتدایی شعر و موسیقی دانست. گویا مردمان اولیه که حس الحان و اوزان داشته‌اند، برای بیان احساسات خود این سبک ساده و بی‌تکلف را اختیار کرده‌اند. برای مللی که هنوز پرورش کامل نیافته‌اند، ترانه‌های عامیانه در عین حال وظیفه دوگانه شعر و موسیقی را انجام می‌دهد. یکی از مشترکات ادبیات عامه اقوام، آواهای کار است که به عنوان عنصر غنی از ادبیات عامه مورد توجه پژوهشگران ادبیات، هنر و بویژه موسیقی بوده که گاهی برای تخطئه دشمن یا حاکم زمان نیز مورد استفاده قرار می‌گرفته است.

ترانه‌های کار افزون بر اینکه در ذات خود فرآورده‌هایی فرهنگی هستند، ابزار مؤثر و مفیدی در انتقال عناصر فرهنگی مختلف، فنون، ارزش‌ها، هنجارها و باورها از نسلی به نسل دیگر و در عین حال نشانه‌هایی گویا از دادخواهی‌ها، نارسایی‌ها و دشواری‌های زندگی اقشار و طبقات مختلف جامعه در زمان گذشته به‌شمار می‌روند. در گذشته، آواهای کار ضمن تسریع در تولید، ضریب تحمل سختی کار را افزایش می‌دادند.

کار، همواره نزد همه انسان‌ها انعکاس صدای زندگی در بین زندگان است. به همین دلیل است که بسیاری از فرهنگ‌ها کار را جوهره مرد می‌دانند. کارآواها، در هنگام انجام کار و موقع فروش محصول خوانده می‌شدند. در بعضی از مشاغل، فروشندگان اجناس خود را در دکان‌ها و در جایگاهی مشخص و دائمی با ترانه‌ها و آواهایی خاص به فروش می‌رساندند و بعضی دیگر از فروشندگان به صورت دوره‌گرد این کار را انجام می‌دادند. امروزه ترانه‌ها و آواها جای خود را به تبلیغات داده‌اند و از این رو این تصنیف‌ها و ترانه‌ها کم‌کم رو به فراموشی نهاده‌اند. از این رو حفظ و نگهداری این آواهای از یاد رفته، به نوعی زنده کردن فرهنگ بومی محسوب می‌شود.

## کارآوای دوره‌گردها

کارآوا، بخشی از فرهنگ عامه است که مانند دیگر بخش‌های فرهنگ عامه، محیط فرهنگی در ساخته شدن آنها دست دارد. منظور از آواهای کار، اشعار، جملات و صداهای آهنگینی است که به هنگام کار خوانده می‌شود. این اشعار که با اهداف خاصی چون تشویق به انجام کار بیشتر، توصیف نوع کار، ایجاد فضای فرح‌بخش در کار، تشویق خریدار به خرید محصول و توصیف آلام و دردهای کارگران، کشاورزان، دامداران و دستفروشان خوانده می‌شود، بخشی از ادبیات عامه محسوب می‌گردد و در مناطق مختلف با شیوه‌های متنوعی ادا می‌شود. این ترانه‌ها با وجود تأثیرپذیری از جغرافیا و فرهنگ اقوام مختلف، گاه از مضامین به نسبت یکسانی برخوردارند. (صفری، 1388: 12)

گیرتر معتقد است که نمادها به عنوان عملگرها عمل می‌کنند که این عملگرها در هسته ارتباطات انسانی نهفته است و موجب پویایی اجتماعی می‌شوند. بنابراین می‌توان بیان کرد که فروشنده دوره‌گرد، عملگری است که با آوای خود، نوعی پویایی اجتماعی همچون تحرکات خاص اجتماعی از جمله شادزی بودن و تعاملات نو اجتماعی را رقم می‌زند.

ادای خاص این نوع از کارآواها با شکل اجرای متفاوت آن از منظر زبان‌شناسی، بیان‌کننده مفهوم و پیام خاص آن کارآواها و کشف قلمرو جغرافیایی‌ای است که این گویش خاص با پیام فرهنگی ویژه‌ای، آن را به دنبال خویش کشانیده است. برای مثال، حاجی‌فیروز برای شادسازی ایام است. با توجه به اصل فعالیت سودمند آن، از نظر دورکیم هم می‌توان آن را پدیده‌ای اجتماعی یافت که «اصل سودمندی» آن باعث دوام و بقای این ترانه تا به امروز شده است؛ چنان که امروزه آن را نزدیک به عیدنوروز در خیابان‌ها و در مابقی ایام سال در تئاترها و نمایش‌های خیابانی هم می‌بینیم. این آوا در نقش خود نیز علاوه بر دلالت بر همه موارد ذکر شده، بر نقش اسطوره‌ای حاجی‌فیروز نیز گواه است. از کارکردهای مهم این ترانه، جلب مشارکت مردم

در همیاری خواننده آن است تا او هم با پولی که از مردم جمع می‌کند، عیدش را شاد بگذراند. به گفته مری داگلاس، «نوعی شیوه سلسله مراتبی در آن رعایت شده است که اعضا باید حس مسئولیت نسبت به فرودست‌ها را رعایت کنند.» در این ترانه به وضوح به این مطلب و سلسله مراتب ارباب و برده اشاره شده است و از کارکردهای مفیدتر آن اینکه مردم را آگاه می‌سازد که عید در راه است و باید کارهایشان را زودتر انجام دهند. در واقع با این کار، مجموعه عواملی را به کار و تلاش بیشتر به منظور آماده‌سازی بیشتر و می‌دارد.

فروشنده دوره‌گرد، فردی است که با استفاده از ابزارهای محدود کالا را جابه‌جا می‌کند. گاهی به شکل کیسه‌ای بر دوش و زمانی هم با جعبه‌ای با دو دسته متصل آویخته بر دور گردن، در اطراف شهر می‌گردد و کالای خود را به فروش می‌گذارد و برای مطلع کردن دیگران با صدای بلند و با نوایی خوش کالا را معرفی و دیگران را برای خرید تحریک می‌کند. در جدول‌های 1 و 2 به برخی از این فروشندگان اشاره شده است.

جدول شماره 1: فروشندگان دوره‌گرد

ردیف	نام کار	محل کار	زمان ارائه کار	نوع کار آوا
1	آلبالو فروش	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
2	آلو زردی	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
3	اناری	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
4	انجیری	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
5	انگوری	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
6	به فروش	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
7	سیب قندکی	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
8	توت تازه	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
9	خیاری	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
10	خربزهای	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز

مطالعه مردم‌شناختی جارآواهای پیشه‌های دوره‌گردی تهران قدیم ❖ 89

ردیف	نام کار	محل کار	زمان ارائه کار	نوع کار آوا
11	چغاله بادامی	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
12	گیلاس فروش	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
13	گللابی فروش	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
14	گوجه سبزی	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز
15	زردآلوی نوری	کوچه و خیابان‌ها	فصلی	آواز

این آواها ضمن اینکه حس لذت‌بخشی به خواننده آن می‌دهد، خستگی کار را نیز بیرون می‌سازد و علاوه بر آن موجب پیدایش ضرباهنگی موزون در کار می‌شود. ترانه این آواها با توجه به کاری که در حال صورت گرفتن است، با در نظر گرفتن اوضاع و احوال خاص آن کار یا اوضاع اجتماعی و سختی‌های موجود، ساخته می‌شود. برای مثال خواننده آوای «نعنا ترخونی» با توجه به محصول مورد فروش خود که نعنا و ترخون است، آوایی می‌خواند تا بتواند مشتری جذب کند. به همین دلیل است که در ترانه خود از فواید و خواص نعنا هم می‌گوید و اوضاع اجتماعی زمان را با کاربرد لغات به بازی می‌گیرد.

آی گل پونه نعنا پونه، نوبر بهاره گل پونه

تربچه نقلیه نعنا و ترخون

آی سبزی پلو، سیر تازه، سبزی پلو

ماهی تازه، ماهی دودی، سیر تازه، سبزی پلو

گل نرگس، سیر تازه، سبزی پای هفت سین

آی گلی گلیه، ماهی گلیه، مال پای هفت سین، یادت نره

آی گل پونه، نعنا پونه، نوبر بهاره گل پونه

آی گل پونه، نعنا پونه

غالب آواهای خواننده شده در دستگاه بیات ترک یا بیات اصفهان است، زیرا در این دستگاه آوازی، بیشتر تصنیف‌های شاد خوانده می‌شود و ضرباهنگ موسیقایی آن در اذهان باقی می‌ماند. فروشنده دوره‌گردی که صدای خوشی نیز

دارد، سعی می‌کند ترانه خود را در این دستگاه جای دهد تا بتواند در ذهن شنونده احساس خوشی را به وجود آورد.

در ادامه، کارآوای «سیب فروش» با ضرباهنگی در دستگاه بیات ترک آورده شده است:

بدو بیا نُقلت بدم      نقل بیابونت بدم      نوبر شمرونت بدم  
همین امر باعث جلب مشتری و بالا بردن تقاضا برای عرضه کالا می‌شود.  
فروشنندگان دوره‌گرد برای ایجاد داد و ستد سعی می‌کردند اجناس مورد استفاده مردم را برای فروش عرضه کنند.

#### جدول شماره 2: دوره‌های عرضه‌کننده کار و کالا

ردیف	نام کار	محل کار	زمان ارائه کار	نوع کار آوا
1	آهن پاره‌ای	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	ندارد
2	البسه بخرها	کوچه و خیابان‌ها	بیشتر نزدیک به عید	آواز
3	کهنه بخرها	کوچه و خیابان‌ها	بیشتر نزدیک به عید	آواز
4	قراضه بخرها	کوچه و خیابان‌ها	بیشتر نزدیک به عید	آواز
5	کولی‌های فال‌گیر	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
6	رمال‌ها و فال‌بین‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
7	کاسه بشقابی‌ها	کوچه و خیابان‌ها	بیشتر نزدیک به عید	آواز
8	قفل و کلیدی‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
9	نخارهای دوره‌گرد	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول و نزدیک عید	آواز
10	عطر فروش‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
11	ریخته‌گرها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
12	چینی بند زن‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول و نزدیک عید	آواز
13	سیخ و سه پایه فروش‌ها	بساط در خیابان‌ها	تمامی فصول	ندارد
14	بلور فروش‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول و نزدیک عید	آواز
15	صابون فروش‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
16	لوله فروش‌ها	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز
17	دوا فروش‌های بساطی	کوچه و خیابان‌ها	تمامی فصول	آواز

در زیر به برخی از کارآواهای اصناف دوره‌گرد که مواد خوراکی عرضه می‌کردند اشاره می‌شود.

مطالعه مردم‌شناختی جارآواهای پیشه‌های دوره‌گردی تهران قدیم ❖ 91

### ● انارفروش دوره‌گرد

یکی از میوه‌های پرمصرف ایرانی‌ها در فصل پاییز، میوه انار است. در سال‌های مورد مطالعه دوره‌گردها، انار را با قاطر یا به وسیله چرخ به دور شهر می‌گرداندند و می‌فروختند.

انار ساوه، معروف‌ترین نوع انار محسوب می‌شد؛ محصولی مرغوب با طعم ملس و ترش و شیرین. دوره‌گردها در به فروش رساندن این کالا چنین فریاد می‌کردند:

ساوه‌ای دارم انار

دونه باقالی دارم انار

ساوه‌ای دارم انار

دونه باقالی دارم انار (شهری، 1386: 371)

در خواص آن نیز رفع حرارت و پایین آوردن فشار خون را یادآور می‌شدند. از همین رو در شب یلدا انار می‌خوردند؛ چون خوردن انار را دوری از آزار گرمای تابستان و ناخوشی‌ها می‌دانستند.

این میوه خاص در خوانچه شب یلدا برای عروس تازه عقد کرده به عنوان هدیه به در خانه فرستاده می‌شد:

ساوه‌ای دارم انار                      بهشتی دارم انار

در این کارآوا فروشنده هنگام خواندن به مرغوبیت انار اشاره می‌کند. شنیدن نام این میوه نمادین، ریشه در باورهای پیشینیان دارد؛ چرا که انار در نگاه عامه میوه‌ای بهشتی است و به همین دلیل، خواننده کارآوا با استناد به باور مردم آنها را برای خرید تحریک می‌کند.

در گذشته، مردم برای نگهداری انار، زمین را چال می‌کردند و آن را زیر خاک تازه نگاه می‌داشتند تا شب عید مصرف کنند. نزدیک سال تحویل، چاله را می‌کنند و انارهای خاک شده را بیرون می‌کشیدند و آنها را بر سر سفره عید می‌گذاشتند.

در برخی مناطق، رسم است که در روز عروسی و هنگام بردن عروس، داماد، انار یا سیب یا هر دو را پیش پای عروس می‌اندازد و افکندن انار به

## 92 ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

سوی عروس نماد و نشانه‌ای از برکت، نعمت، باروری، آرزوی تندرستی، شادابی و سرخ‌رخساری است. (شکورزاده، 1363: 619)

## ● انجیر فروش دوره‌گرد

انجیر یکی از میوه‌هایی است که در تهران خرید و فروش می‌شود و دارای خواص درمانی و دارویی زیادی است. در گذشته، انجیر در طبقه‌هایی عرضه می‌شد و دوره‌گرد فروشنده انجیر، برای فروش آن فریاد می‌زد:

بخور انجیر، پاره کن زنجیر

مال امامزاده جعفره

زرد زعفران دارم انجیر

انجیر بخور کشتی بگیر

خوردی زمین دوباره بگیر

انجیری انجیر

این میوه مانند بسیاری از میوه‌های دیگر قانق نان نیز بود که به جای خورش به کار می‌بردند و در وعده‌های شام و ناهار تابستانی به مصرف می‌رسید. (شهری، 1386: 153)

انجیر بی‌دانه معالج ضعف اعصاب، خشکی مزاج، ضعف قلب و کبد، تشنگی، عرق، لاغری، ورم طحال، بواسیر، تقویت‌کننده معده، قلب و جگر است و برای همین فروشنده داد می‌زد که «بخور انجیر/ پاره کن زنجیر». (همان: 367)

همان‌طور که اشاره شد، در این کارآوای فریاد زده شده از سوی فروشنده، کنش متقابلی بین فروشنده و خریدار صورت می‌گیرد و طی آن، نمادهایی مثل پاره کردن زنجیر، قوت گرفتن و کشتی گرفتن که نمادهای ارزشی قدرت و پهلوان‌پروری در ایران است، واسطه کار می‌شود تا هم خریدار از محصول عرضه شده خبردار گردد و هم رابطه‌ای میان فروشنده و خریدار ایجاد شود.



مطالعه مردم‌شناختی جارآواهای پیشه‌های دوره‌گردی تهران قدیم ❖ 93

در این تبادل، همان‌طور که براون اظهار می‌دارد، فرایند کنش اجتماعی کارآوا داد فروشی است که برآورده و کارکرد ساختی فروش انجیر را به عمل رسانیده است.

گاهی کارآواهای خواننده شده از سوی دوره‌گردان، ضمن ایجاد شور و شوق در مردم، از فرا رسیدن مناسبت‌ها، فصول و اعیاد نیز خبر می‌دهد.

● زال‌زالک فروش دوره‌گرد

زالکه	زال زالک	رستم زال زالک	مال باغ ونکه
میوه قشنگیه	عیبی که داره کالکه	می‌خوری تف می‌کنی	
دندونت جف می‌کنی	دندونت گند میشه	چاره گندی نمکه	
زالکه آی زالک			

آوای زال‌زالک فروش بیش از یک معنی را دنبال می‌کند. او، برای فروش کالای خود به نقش تاریخی و اسطوره‌ای رستم زال اشاره می‌کند و ارتباط‌دهنده بین نسل‌هاست. طعنه زدن به رستم زال این امکان را به انسان‌ها می‌داد که با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به دنبال معانی باشند.

به گفته گریتر، نماد، انتقال‌دهنده گذر تاریخی است و این امر در نمادهای کارآوا متجلی شده است. انسان‌ها به کمک این نمادها با کار ارتباط برقرار می‌کنند و با آن دانش و یافته‌های خود را از زندگی و نوع نگرش به حیات جاودانه و پایدار می‌کنند. آوردن مزایا و معایب این میوه و در کنار آن آوردن نام رستم زال به داد و ستد فروشنده کمک می‌رساند. حتی با شنیدن این کارآوا خنده بر لب فروشنده و شنونده کارآوا می‌آید.

بعد از آوای فروش دوره‌گردهای خوراکی فروش، نوبت به دوره‌گردها و دستفروش‌های غیرخوراکی می‌رسد که از صبح تا به شب، گرد کوچه و بازار می‌گشتند و با کیسه بزرگی که به دوش داشتند، برای خرید یا فروش کالای خود آواهای خاص آن کار یا کالا را به گوش شنونده می‌رساندند.

## ● کاسه بشقابی های دوره گرد

فروشنده یا خریداری که خورجینی به دو طرف شانه می‌انداخت و به همراه کاسه بشقاب‌های سفالین لعاب‌دار خود، این گونه داد می‌زد:

آی کاسه بشقابی

کاسه‌های آب‌خوری

پیاله‌های ماست‌خوری

قدح‌های آبدوغ‌خوری

کاسه‌های همدانی داریم.... کاسه بشقابیه

یا در جایی دیگر:

کاسه بشقاب دارم اعلا و ارزون

بیا کت بده یک کاسه بسون

آی کاسه بشقابی بله خانم جون

کاسه را چند میدی به نرخ قانون

یه کمی صبر کن بیارم

به که چه مشتری خوبی دارم

کاسه دارم کوزه دارم

با دو تا کاسه و کوزه می‌خورم نون همه روز

در این گونه مبادلات، در واقع نوعی مبادله کالا به کالا با شیوه ابتدایی صورت می‌گیرد که خود بیانگر شکلی از داد و ستد و برخاسته از فرهنگ آن جامعه است.

در آوای «کاسه بشقابی»، شکلی از انتقال فرهنگی از زمان گذشته به زبان حال صورت گرفته است؛ چه در داد و ستد و چه در آشناسازی شنونده آن با روزگاری که این آوا در آن سروده شده است. ساخت کارآواها معمولاً متناسب با جامعه‌ای بود که در آن ارائه می‌شدند. همان طور که در کارآوای بالا دیده می‌شود، نرخ قانون نمادی بوده که اوضاع سیاسی و اقتصادی جامعه زمان خود

مطالعه مردم‌شناختی جارآواهای پیشه‌های دوره‌گردی تهران قدیم ❖ 95

را به گوش شنونده می‌رساند و سختی روزگار را به زبان ترانه برای شنونده بازگو می‌کرده است که این امر در کارکرد پنهان خود، موجب نوعی همدردی و همدلی از سوی شنونده می‌شود و داد و ستد با کارکرد آشکار نمایان می‌گردد.

● سمساری‌های دوره‌گرد

آی سماور شکسته / آفتابه شکسته / لگن شکسته / مس و مفرغ قراضه می‌خریم

آی چراغ شکسته / شمدون شکسته / سینی شکسته / انگاره شکسته  
سینی زیر استکانی می‌خریم

کمد شکسته، سماور کهنه، گاز کهنه، رادیو، گرامافون کهنه می‌خریم  
(شهری، 1386: 144)

در این کارآوا نیز، دوره‌گرد به دنبال خرید کهنه‌ها و شکسته‌هایی است که خود را با آن به نان برساند. همان‌طور که متذکر شدیم، حول محور داد و ستد، کارکردهای پنهان دیگری هم قابل درک است که از جمله آنها، جمع شدن زنان خانه‌دار به دور بساط یک دوره‌گرد و تعاملاتی که حول موضوع ابزارهای کهنه صورت می‌گیرد؛ چه بسا در این میان همسایه‌ها ابزارهای کهنه خود را به یکدیگر می‌دادند و به مبادله با سمساری نمی‌رسیدند.

جمع‌بندی

کارآواها بخشی از فرهنگ عامه محسوب می‌شوند که در آنها از نحوه معیشت، نوع کسب و کار بازاریان، سختی کار برای تأمین معاش و چیرگی بر طبیعت سخن به میان می‌آید.

در گذشته، کارآواها منهای نقش نمادین و نشانه‌های زبانی، کارکرد اقتصادی نیز داشتند. چنین داد و ستدی، موجب می‌شد چرخه اقتصادی از رونق نیفتد و کسانی هم که فرصت خرید در بیرون از محله را نداشتند و به بازار نمی‌رفتند، با شنیدن ترانه‌ای در جریان زندگی و نفس مبادله قرار

می گرفتند و زنده بودن و هیجان روز در دل آنها نیز ایجاد می شد. مهم تر از همه و آنچه که با مردم در ارتباط است، ارتباط اجتماعی و فرهنگی بود که این کارآواها بین خود و شنونده آوا ایجاد می کردند و بعد از آن هم روابط بین همسایگان را در هنگام خرید از دوره گرد موجب می شدند.

در نهایت خواندن این آواها با ضرباهنگ مخصوص به خود، ضمن آنکه باعث تهییج در کار می شد، سرعت در کار را هم بیشتر می کرد. باید متذکر شد که خواندن کارآواها هم در خواننده آن ترانه و هم بر روی شنونده آن تأثیراتی را بر جای می گذاشت و در وجود شنونده ایجاد شوق و شور زندگی می کرد و یادآور مطلبی بود که شنونده آن را فراموش کرده بود. تکرار ترانه علاوه بر جلب مشتری، خریدار را آگاه می ساخت که هنوز فروشنده در محله حضور دارد و از آنجا نرفته است و در واقع مهلتی بود برای فکر کردن به موضوع خرید. ضمن اینکه خود فروشنده نیز با تکرار آن آواها، تمرکز خود را بر روی کار خویش بیشتر می کرد و خستگی کار از جانش رخت برمی بست. با توجه به اینکه تکرار در کارآوا حس تلاش بیشتر را برای جلب مشتری به وی القا می کرد، این امر از نظر زبان شناسی و ساختار ترانه، به آوا نظم و زیبایی می بخشید.

مطالعه مردم‌شناختی جارآواهای پیشه‌های دوره‌گردی تهران قدیم ❖ 97

## منابع

### الف) کتاب

1. شکورزاده، ابراهیم (1363) عقاید و رسوم مردم خراسان، تهران: امیرکبیر.
2. شهری، جعفر (1386) تهران قدیم در قرن سیزدهم: زندگی و کسب و کار، تهران: اسماعیلیان.

### ب) مقاله

1. صفری، جهانگیر (1388) «بررسی ترانه‌های کار در عشایر بختیاری»، میراث فرهنگی، ش 8.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی