

ادبیات جاده‌ای

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۵/۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۸/۲۵)

محمدصادق مستعاله^۱

چکیده

خودنو نوشته یا ادبیات جاده‌ای گونه خاصی از ادبیات شفاهی است که به صورت دویستی، تکبیت، جملات کوتاه پندآمیز و کلمات قصار با مفاهیم متفاوت در جلو (تاج)، پشت (روی سپر، گل پخش کن، بدنه...) یا درون خودرو، بویژه خودروهای بیابانی نوشته می‌شود. از خودنو نوشته‌ها با اصطلاحات دیگری مانند ادبیات سیار، ادبیات بیابانگرد، ادبیات جاده‌ای، ماشین نوشته‌ها، ادبیات بیابانی و ادبیات بنی‌هندل نیز یاد شده است. خودنو نوشته‌ها بخشی از آرزوهای رانندگان را جان می‌بخشند. این گونه ادبی، ارتباط عمیقی با باورها، اعتقادات، ذوق، سلیقه، اندیشه، سن، زادگاه و علایق رانندگان دارند. بررسی این ماشین نوشته‌ها می‌تواند یکی از بهترین روش‌های فرهنگ‌عامه باشد. داده‌های این مقاله که به روش میدانی فراهم آمده با توجه به الگوهای زیر جمع‌آوری و تدوین شده است: ثبت دقیق اشعار و عبارات و جای آنها، تهیه عکس از محل نوشته‌ها (تاج ماشین، باک، پشت ماشین) و نوع ماشین (سواری، باری)، ثبت صورت‌های تصویری و نوشتاری نوین و تزئین خودروها با رنگ‌های قابل شست‌وشو در ایام سوگواری ماه محرم، رمزگشایی از اعداد ابجد (مانند هو ۱۲۱)، عنوان فیلم‌ها و سریال‌ها، ترانه‌های روز، تکیه‌کلام‌ها و دیالوگ‌های فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی، تشریح مفاهیم اجتماعی - سیاسی (مانند نوشتن نام شهرها و استان‌های خیالی یا نام پیشین شهرها...)، رمزگشایی از اشعار و عباراتی که به زبان محلی نوشته شده‌اند، ثبت آیات و احادیث و عبارات دعایی به همراه محل نوشته شدن آنها، ثبت تصاویر از زنان زیبارو و حیوانات و...، تشریح ارائه‌ها و لوازم جانبی مانند کلیشه، برجسب، پرچم،... که به ماشین نصب می‌شود و تشریح تعویذها.

کلیدواژه‌ها: ادبیات جاده‌ای، ماشین نوشته، تعویذ، رنگ نوشته

۱. مدیر امور مالی نمایندگی سایپا دیزل، فرهنگیار ماشین قلعه زنجان. رایانامه:

۱. مقدمه

زبان قسمتی از فرهنگ و فرهنگ بخشی از زبان است. هر دو با چنان پیچیدگی‌ای درهم تنیده شده‌اند که هیچ کس نمی‌تواند آنها را بدون از دست دادن معنی و مفهوم واقعی زبان یا فرهنگ از هم جدا کند. فرهنگ که به دو صورت رسمی و غیررسمی قابل بررسی است، در واقع بخش درهم تنیده‌ای از کنش‌های متقابل زبان و اندیشه است. نمادهای زبانی، منعکس‌کننده جهان‌بینی فرهنگی هستند و خودرو نوشته‌ها^۱ بخشی از نمادهای زبانی هستند که طرز تفکر مالک خودرو و راننده را به خوبی نشان می‌دهد.

ماشین‌نوشته‌ها برخلاف سادگی ظاهر، می‌توانند موضوع مطالعه بسیاری از علوم از جمله زبان‌شناسی و فرهنگ عامه قرار گیرند. از آنجا که ماشین‌نوشته‌ها در طبقه‌بندی فرهنگی در گروه فرهنگ غیررسمی قرار می‌گیرند، لذا ردپای بسیاری از باورها و اعتقادات مردم را می‌توان در آنها جست. بنابراین خودرو علاوه بر اینکه وسیله نقلیه و ابزار معاش است، وسیله‌ای برای بیان بسیاری از مفاهیم عاشقانه، اجتماعی، مذهبی و سیاسی به شمار می‌روند. مسئله مهم در مقاله حاضر، بررسی ماشین‌نوشته‌هایی است که به صورت دوبیتی، تکبیت، جملات کوتاه پندآموز و کلمات قصار با مفاهیم متفاوت در جلو (تاج)، پشت (روی سپر، گل پخش‌کن، بدنه و...) یا درون خودروهای بیابانی و بین‌شهری نوشته می‌شوند. اطلاعات مورد نیاز این مقاله به روش میدانی فراهم آمده است.

۲. پیشینه پژوهش

ماشین‌نوشته‌ها موضوعی سهل و ممتنع است؛ زیرا در ابتدا چنان بدیهی، مستعمل و پیش‌پافتاده به نظر می‌رسد که توجه و تمرکز به روی آن به مثابه پرداختن به بدیهیات جلوه می‌کند. از همین رو پرداختن به این موضوع که در واقع بخشی از ادبیات عامیانه محسوب می‌شود، جسارت می‌خواهد.

1. car stickers

بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون تنها چند نوشته محدود در قالب مقاله یا پایان‌نامه در این خصوص تألیف شده و کنکاش دقیق و عمیقی درخصوص ماشین‌نوشته‌ها وجود ندارد. مهمترین این آثار عبارتست از:

- پایان‌نامه کارشناسی رشته علوم اجتماعی با گرایش مردم‌شناسی به نام «تحلیل مردم‌شناسی ادبیات جاده‌ای» که در ۸۳ صفحه به صورت مختصر و بسیار موجز به تحلیل اشعار و نوشته‌های پشت کامیون‌ها، وانت‌ها و دیگر خودروهای جاده‌ای پرداخته و در آن ضمن پرداختن به کارکرد اجتماعی شعر و ادبیات به بررسی و طبقه‌بندی موضوعات مختلف این، ماشین‌نوشته‌ها، و نیز علت‌یابی گرایش به سوی این نوع از ادبیات پرداخته شده و در آن به موضوعاتی مانند مناسبات کاری، دوستی یا بزرگان اهل بیت، علاقه به زادگاه، عشق به مادر، زندگی و تقدیرگرایی اشاره شده است.

- کتاب الکترونیکی «تول‌نامه (فرهنگ ماشین‌نوشته‌ها در ایران)» (۱۳۸۸) نوشته سیدجمال هادیان طبائی زواره.

- مقاله «فرهنگ عامه با تأکید بر پشت‌نوشته ماشین‌ها» نوشته اعظم خطیبی در سال ۱۳۹۱ که با تکیه بر نظریه‌های جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی به تجزیه و تحلیل عناصر مذهبی، عاطفی، ادبی و مسائل روز به کار رفته در پشت‌نوشته مندرج بر روی ماشین‌های سبک و سنگین پرداخته است. (خطیبی، ۱۳۹۱)

- در مقاله «ذوق و عاطفه: ادبیات جاده‌ای» (آنی‌زاده، ۱۳۸۵) نویسنده به بررسی عناصر عاطفی و ادبی مندرج در ادبیات جاده‌ای ماشین‌نوشته‌ها پرداخته است.

- در کتاب «ماشین‌نوشته‌ها؛ شعرهای بلاگردان در باور رهنوردان بیدار» (۱۳۸۱)، نوشته سیدجعفر حمیدی ماشین‌نوشته‌هایی با مضامین تقدیرگرایی، دفع بلا یا و ... بررسی و تجزیه و تحلیل شده‌اند.

- کتاب «ادبیات جاده‌ای» (۱۳۸۴) نوشته آقای جواد جلیلی به بررسی مضامین کلی مندرج در ماشین‌نوشته‌های کامیون‌ها و اتوبوس‌های بین‌شهری پرداخته شد.

- در مقاله «بررسی زبان‌شناختی خودرونوشته‌های تهران و اردبیل» (زندى و سمائی، ۱۳۸۹) خودرونوشته‌های ماشین‌های بین‌راهی میان تهران و اردبیل از منظر زبان‌شناختی بررسی و تجزیه و تحلیل شده‌اند.

۳. بحث و بررسی

مضامین مختلفی بر روی بخش‌های مختلف ماشین‌های مورد بررسی وجود دارد که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

تبلیغات برندها: با توجه به اینکه کامیون‌ها در همه نقاط کشور رفت و آمد می‌کنند، در دهه ۱۳۵۰ این موضوع به فکر نمایندگان کارخانجات لاستیک‌سازی خارجی و ایرانی خطور کرد که با تهیه تابلو و رنگ‌بندی و طرح و تنظیم تبلیغ و معرفی انواع تولیدات خود، تابلوها را به صورت مجانی در گاراژها توزیع کنند تا به قسمت پیشانی اتاق بار و جلوی باربند نصب شوند روی این تابلوها عکس لاستیک می‌کشیدند و اسم فارسی و لاتین آن را می‌نوشتند و از این روش برای تبلیغ کالاهای خود بهره‌برداری می‌کردند. برای نمونه، به تابلوهای لاستیک: جنرال، General، پیرلی Pierlli، فایرستون Firestone، مارشال Marshall، یوکوهاما Yokohama، بریجستون Bridgestone، ایران ایر Irantire، کیان‌تایر Kiantire و یاسا yasa می‌توان اشاره کرد.

متعاقب آن، کارخانه‌های نوشابه‌سازی، کانادادرای Canadadry و پیسی‌کولا Pepsicola هم با همین سبک، با تهیه و تحویل تابلو به رانندگان کامیون و با نوشتن مارک و تصویر شیشه نوشابه، محصول خود را تبلیغ می‌کردند. یکی دیگر از این تابلونوشته‌ها متعلق به شرکت ایرانول Iranol برای تبلیغ روغن موتور این شرکت بود.

چشم‌زخم: بر چشم بد لعنت عنوانی است که بر روی قسمت‌های مختلف انواع خودروها به صورت رنگ‌نوشته، برچسب و کلیشه، در رنگ‌ها و اندازه‌های مختلف به تناسب مکان نوشته می‌شود. حتی در اماکن مختلف هم به صورت‌های مختلف و با رنگ‌های متفاوت شاهد این عبارت هستیم. چشم‌زخم، حس کم‌بینی، کوتاه‌نگری و نبودن ظرفیت‌های پذیرش الطاف و موهبت‌های الهی در وجود بعضی افراد، عامل نگرانی افرادی است که شغل‌های حساس دارند. رانندگان انواع ماشین‌ها هم در این مورد دغدغه دارند و نگران آثار چشم‌زخم هستند. آنان با نوشتن «بر چشم بد لعنت» به دنبال تأثیر روانی آن روی دیگران هستند تا با نگرشی وسیع و کریمانه به محیط پیرامون

خود و دارایی‌های مردم بنگرند و با گفتن «ماشالله» همه چیز را در سایه لطف و مرحمت الهی ببینند.

رانندگان هم مانند سایر اقشار جامعه، اعتقادات، باورها و خرافات خود را دارند و برای ترس از سوءچشم و حوادث و اتفاقات پیش‌بینی نشده، نیازمند نیرو و قدرت عظیمی هستند که به آن پناه ببرند و از دریای متلاطم حوادث عبور کنند. به همین دلیل، در آغاز مسافرت، با دود کردن اسفند، گذاشتن از زیر قرآن و ذکر اسماء الهی، کنار گذاشتن صدقه، توکل به خدا و توسل به انبیا و اولیای الهی حرکت می‌کنند. در خودروهای بیابانی، رانندگان هنگام مواجه شدن با خطرات و دیدن سوانح مختلف، صدقه می‌دهند. این پول‌ها در قسمت خاصی از ماشین کنار گذاشته و اندوخته می‌شود تا موقع گذر از کنار صندوق صدقات کمیته امداد یا سایر سازمان‌های خیریه، آنها را داخل صندوق بریزند و یا با مراجعه و ابراز و تقاضای فقرا و نیازمندان به آنها ببخشند. علاوه بر این، رانندگان اتوبوس‌ها و کامیون‌ها، هر از چند گاه، با خرید و ذبح قربانی، گوشت آن را بین فامیل، دوستان و نیازمندان تقسیم می‌کنند و قدری از خونس را به قسمت‌های جلو خودرو می‌مالند.

با نوشتن آیات قرآن: هذا من فضل ربی، و ان یکاد ...، فالله خیر حافظا و هو ارحم الراحمین، و آیاتی از سوره فاتحه، یس، آیت الکرسی، و اسماء مبارک خداوند در قسمت‌های پاک و آلودگی‌ناپذیر بیرون ماشین و داخل خودروها و یا با تهیه کاغذ نوشته چاپی این عناوین، آنها را در درون قاب چرمی قرار می‌دهند و از پشت آینه شیشه جلو آویزان می‌کنند.

قرآن چاپ شده در سایزهای کوچک را هم داخل قاب مخصوص یا کیسه چرمی قرار می‌دهند و داخل کابین خودروها یا درون داشبورد نگهداری می‌کنند.

بعضی از رانندگان هم دانه‌های پوست‌دار اسفند را در اندازه‌های مختلف به رشته می‌کشند و داخل خودرو پشت شیشه جلو می‌آویزند. نوشتن بیمه ابوالفضل (ع) و بیمه دعای مادر و ... توسل به امامزاده‌ها هم در این مقوله قرار دارد.

در گذشته‌های نه چندان دور، برخی از رانندگان، دم روباه را از آینه وسط پشت شیشه جلو آویزان می‌کردند و معتقد بودند که بخت و شانس به همراه می‌آورد. هنوز

۱۶۰ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

هم بسیاری از رانندگان وقتی رویاهی را در بیابان‌ها می‌بینند، خوشحال می‌شوند چون اعتقاد دارند که با دیدن این حیوان، هیچ گونه مشکلی در طول مسافرت تا رسیدن به مقصد برایشان پیش نمی‌آید و آن را خوش‌یمن می‌دانند. ولی دیدن حیواناتی چون خرگوش و گربه را در مسیر مسافرت نحس می‌شمرند.

خوش باخ خمار گوز عبارت دیگری است که بر پشت خودروهای مسافربری و باری یا انواع وانت بارها، با رنگ، برچسب یا شبرنگ و با خطوط نگارشی مختلف، بنا به سفارش رانندگان و مالکان و با ذوق و سلیقه خطاطان، در اندازه‌های متفاوت نوشته می‌شود.

این عبارت که به زبان آذری نگاشته می‌شود، مترادف عبارت بر چشم بد لعنت است؛ با این تفاوت که در اینجا، ادبیات متفاوتی به کار می‌رود و با دید مثبت به مخاطب نگریسته می‌شود، یعنی بینندگان و مسافران به داشتن همت بلند، بصیرت، نگرش خوش‌بینانه و نگرستن با چشم پاک و عاری از هر گونه تنگ‌نظری و حسادت دعوت می‌شوند.

گفتگو با رانندگان پشت‌سر: کامیون‌های قدیمی در ناوگان باری کشور فعالیت دارند و رانندگان آنها برای تأمین نیازها و مخارج خانواده‌هایشان مجبور به کار و



تصویر ۱. برچسب روی باک خودرو برای

نشان دادن میزان موجودی بنزین

عذرخواهی و توضیح حقیقت ماجرا به کسانی که وقت آنها گرفته شده است، در پشت یکی از این کامیون‌ها نوشته شده بود: «اسب نفس بریده را طاقت تازیانه نیست»

همچنین مراقبت از وسیله نقلیه خود هستند. این خودروها به دلیل فرسودگی و ضعف در سیستم حرکتی یا اشکال و ایراد در سیستم ترمز، با سرعت کمتری حرکت می‌کنند و این موضوع در جاده‌های دو طرفه و سربالایی‌ها و سرازیری‌ها باعث راه‌بندان و معطل شدن خودروهایی می‌شود که پشت سر آنها حرکت می‌کنند. به منظور

ادبیات جاده‌ای ❖ ۱۶۱

شماره ۶۳ زمستان ۱۳۹۹
فرقان

شناسنامه خودروها: در حال حاضر پلاک خودروها با کدبندی و اختصاص عددی خاص استانی شده و با کد پلاک‌ها می‌توان به محل سکونت صاحبان آنها پی برد. ولی این روش پیش از این معمول نبود و همه ماشین‌ها با پلاک ثابت بین خریداران دست به دست می‌شدند؛ از این رو، رانندگان نیز با نوشتن نام‌های قدیم و مرسوم شهر و منطقه جغرافیایی و آثار تاریخی و نماد دیار خود در پشت خودروها، موطن و زادگاهشان، خود را به دیگران معرفی می‌کردند. مانند: «آناپوردوم آذربایجان» (وطن مادری ام آذربایجان)، مسافری از دیار حافظ، بچه محل امام رضا(ع)، چاوه کم، ایستاتیس، (نام سابق یزد) سالار بندر، بیهق (نام سابق سبزوار)، مسافر زاینده‌رود، از دیار سربداران، هم‌ولایت رئیسعلی، نیمروز، طاق بستان، همشهری ابن‌سینا و یا تصویر پل آبادان و خرمشهر و اهواز.



تصاویر ۲ و ۳. برچسب‌های باورمند

برچسب‌های باورمند: علامت‌هایی که با رنگ قرمز بر روی شیشه چراغ سمت راست خودرو ملاحظه می‌شود (تصویر ۲) نشان پنجه هیولا و نوعی چنگ و دندان نشان دادن است. این نماد مخصوص گروه‌های مخرب و شرور است. شیطنت، لات‌بازی، گستاخی و جسارت، آمادگی برای درگیری یا پاسخگویی به شرارت دیگران از دیگر ویژگی‌ها و معانی و مفاهیم این گروه است که در زبان انگلیسی به Gang یا گروه جنایتکاران معروف است. برخی: به دلیل جهل و نادانی، بی‌تجربگی، غرور بیجا و خودبزرگ‌بینی یا برای به رخ کشیدن توانایی کاذب و خودنمایی، اقدام به درج چنین علامت‌هایی بر خودرو خویش می‌کنند اما رانندگان وسایل نقلیه سنگین از جمله

۱۶۲ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

تریلی‌ها، کامیون‌ها، جرثقیل‌ها، ماشین‌آلات راه‌سازی و ... که همیشه کار خود را با گفتن بسم‌الله ... آغاز می‌کنند، بالای دستگیره در راننده، عبارتهای بسم‌الله الرحمن الرحیم، به نام خدا، الهی به امید تو، توکلت علی‌الله، یا علی مدد و دیگر نام‌های خدا برای یادآوری می‌نویسند. این عبارتها با خط‌های مختلف و به صورت رنگ‌نوشته با رنگ‌های متناسب با زمینه و یا برچسب و شبرنگ نوشته می‌شوند.

روی بدنه ماشین‌ها که در باک (مخزن سوخت) بر آن قرار دارد و یا به طور مستقیم روی باک کامیون‌ها، کامیون‌های کشنده، اتوبوس‌ها و دیگر ماشین‌آلات که با سوخت گازوئیل کار می‌کنند، با رنگ و نصب برچسب با رنگ‌های مختلف متناسب با رنگ زمینه عباراتی چون: آرامگاه گازوئیل، شکمو، نوش جان، گوارای وجود، بخور به حساب من، و ... نوشته می‌شود. این عبارتها به نوعی، حرف زدن با ماشین‌ها و تحسین کردن آنها یا رضایت از عملکردشان است.

بعضی از مالکان و رانندگان خودروها با نصب چنین برچسب‌هایی بر شیشه عقب خودرو، وابستگی، شیفتگی و علاقه‌مندی خاص خود به بعضی از خوراکی‌ها و نوشیدنی‌های روزانه را در معرض دید و قضاوت دیگر رانندگان قرار می‌دهند و در پشت چراغ قرمز یا راه‌بندان، بینندگان و مسافران نیز با ابراز عقیده، ایما و اشاره یا بوق زدن، اظهار موافقت یا مخالفت می‌کنند. این مورد، علاقه راننده به چای و قهوه را نشان می‌دهد. (تصویر ۳)

سفر: از زمان‌های خیلی دور، انسان‌ها با ماجراجویی و احساس نیاز به تهیه مایحتاج خود یا تنوع‌طلبی در استفاده از انواع محصولات و فرآورده‌های تولیدی دیگر جوامع، در روی زمین به جست و جو پرداخته‌اند. این تلاش با موفقیت نتیجه بخشیده و انسان توانسته است با هوش و درایت خود، راه‌ها و وسایل مسافرت را فراهم آورد. وجود راه‌ها و مسیرهای شناخته شده، چاه‌ها، آب‌انبارها و کاروانسراها، از جمله اقدامات پیشینیان برای سهولت سفر هستند.

در عصر حاضر با پیشرفت صنعت و فناوری، ضمن اینکه سفر با آرامش و سهولت بیشتری صورت می‌پذیرد مدت زمان آن نیز کوتاه‌تر شده است.

ادبیات جاده‌ای ❖ ۱۶۳

شماره ۶۳ زمستان ۱۳۹۹
فنون عطاران

با همه این اوصاف، دغدغه‌های مسافرت، از زمان‌های قدیم که با استفاده از چهارپایان و دیگر ابزار آن صورت می‌گرفته، تا امروز که از انواع خودرو و وسایل نقلیه بهره گرفته می‌شود، گریبان‌گیر اهل سفر بوده است.

بیم و هراس، وقوع حوادث، نگرانی و دیگر مشکلات سفر انسان را واداشته که ضمن پیش‌بینی و پیشگیری از رویدادهای احتمالی، امیدوار بماند و با مقاومت و پایداری، همه سختی‌های سفر را از پیش روی خود بردارد. سفر کردن با آداب و رسوم و نیازهایی همراه است. امید و آرزو، توکل به خدا و دیگر اعتقادات و باورها در این خصوص نقش بسزایی دارند، ضمن اینکه ارتباط برقرار کردن و همراه شدن با همسفران نیز امری اجتناب‌ناپذیر است. همه عناوین، عبارات، اشعار و تصاویر ریز و درشت، همچنین اعداد و ارقام نقش بسته بر خودروها، از راه‌های برقراری ارتباط با دیگر همسفران و مسافران هستند تا بنا به سلیقه و نگرش افراد، پیام خاصی را به دیگران منتقل کنند و واکنش و عکس‌العمل هر یک از آنان موجب انتقال حس خوب و آرامش و دلگرمی رانندگان و همسفران شود: خوش آمدید، سفر به خیر، دست علی به همراست، خدا نگهدار، علی یارت، به امید دیدار، ماشاالله، بابا منتظرم زود برگردی و بسیاری از عبارات دیگر که هنگام سوار شدن در پا رکاب و داخل اتوبوس یا مینی‌بوس و بالای سر رانندگان به چشم می‌خورند، با زبان نگارش با مسافران هم‌کلام می‌شوند.



تصاویر ۴ و ۵. برچسب‌های باورمند

۱۶۴ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

طرحی که روی شیشه عقب این خودرو ملاحظه می‌شود، نمایانگر شغل مالک، راننده و یا یکی از نزدیکان و عزیزان وی است که یا به پرستاران و کادر درمان جامعه علاقه و وابستگی دارد و یا سلامت، تندرستی و بهبود بیماری خود را مدیون تلاش این قشر می‌داند. این طرح به مسائل روز و موضوع ویروس کرونا هم مربوط می‌شود و نماد قدردانی از کادر پزشکی و زحمات چندین ماهه مدافعان سلامت است. (تصویر ۵)

یکی دیگر از عناوین روی ماشین‌ها برچسب است که با سلیقه خاصی به صورت کامپیوتری، تهیه و بر شیشه عقب خودرو نصب می‌شود تا عشق و علاقه صاحب ماشین و یا اقدام‌کننده را به ورزش و بازی‌هایی که در آنها از توپ استفاده می‌شود، برساند (فوتبال، والیبال، بسکتبال، هندبال و ...). علامت یادشده گویای این مطلب است که قلب وی برای ورزش، فوتبال و ... می‌تپد. (تصویر ۴)

برخی از خودروها روی شیشه چراغ جلو و یا شیشه عقب، علامت سیگنال‌های الکتریکی ضربان قلب را به تصویر می‌کشند که نشان‌دهنده امیدواری، تپش قلب و جریان داشتن زندگی است. هر بیننده‌ای با توجه وسعت دیدگاه خویش، موضوع زندگی ادامه دارد را معنی می‌کند. این عبارت هم مانند بسیاری از عبارات و اشعار، قسمتی از شعر یک ترانه است. زندگی ادامه دارد با تمام خوشی‌ها و رنج‌ها، گشایش‌ها و گرفتاری‌ها، نشیب‌ها و فرازها، خنده‌ها و گریه‌ها، دوست‌داشتن‌ها و تنفرها و ... زندگی ادامه دارد چون هیچ شکستی، ماندگار و هیچ پیروزی و موفقیتی پایدار نیست و آنچه پیش می‌آید، حاصل فهم و شعور، نتیجه عملکرد و قسمتی از تقدیر و سرنوشت ماست.

ارادت به اهل بیت: در ابتدای ماه شعبان و با آغاز جشن‌های میلاد امام حسین (ع)، حضرت ابوالفضل (ع) و امام سجاد (ع)، اسامی و القاب ائمه با رنگ‌های شاد، به نشانه شوق و علاقه مردم به خاندان پیامبر، با رنگ‌های سفید و زرد و قرمز، روی شیشه عقب و کاپوت جلو و عقب خودروهای باری، مسافربری و سواری شخصی با خط‌نوشته‌های گوناگون (طبق ذوق و سلیقه و تجربه رانندگان و مالکان خودرو) درج می‌شود. برخی از این نوشته‌ها عبارت‌اند از: السلام علیک یا ابا عبدالله، یا حسین، یا سیدالشهدا، ای فرزند فاطمه، (یا بن فاطمه الزهرا)، حسین منی و انا من حسین و یا علمدار کربلا، السلام علیک یا ابوالفضل العباس، یا قمر بنی هاشم، یا امام زین‌العابدین، سجاد ای زینت سجده‌کنندگان

و ... دارندگان خودرو عشق و ارادت و شادی خود را در سالروز ولادت آل محمد با این رنگ‌نوشته‌ها که موقتی و قابل شستشو هستند، ابراز می‌دارند. در میانه ماه شعبان و با فرارسیدن زاد روز امام زمان(عج) هم خودرونوشته‌ها با همان شرح و با درج نام مبارک و القاب آخرین ذخیره الهی، شادی و ابراز علاقه رانندگان را نشان می‌دهند یا مهدی، السلام علیک یا صاحب‌الزمان، یا حجه ابن الحسن العسکری و

در ماه محرم با شروع عزاداری‌ها، بسیاری از خودروه‌های سواری، وانت‌بارها و خودروه‌های مسافربری (تاکسی، ون، مینی‌بوس و اتوبوس) همچنین کامیون‌ها، به تناسب ایام، اقدام به نوشتن شعارهای عاشورایی و اسامی و القاب امام حسین(ع) و فرزندان و یارانش با رنگ‌های قابل شستشو، روی شیشه، کاپوت، بدنه و اتاق خودروها می‌کنند و پس از شرکت در عزاداری‌ها و سپری شدن مناسبت‌ها با یک یا دو بار شستن آثار رنگ را از بین می‌برند.

لوازم جانبی داخلی خودرو: در انتخابات و کاروان‌های شادی هم بنا به اقتضا، اقدام به نوشتن عناوین و شعارها بر روی خودروها با رنگ‌های قابل شستشو می‌کنند. عده‌ای از افراد سرشناس سیاسی و اجتماعی، قهرمانان رشته‌های ورزشی، هنرمندان عرصه موسیقی، بازیگران فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی، از محبوبیت زیادی در جامعه خود برخوردارند. کارگاه‌های انتشاراتی، سازندگان تابلو و کارگاه‌های بافندگی نیز با اقدام به تهیه و ترسیم و بافت تصویر این افراد، بنا به سلیقه خود به کسب درآمد و عایدی می‌پردازند تا دیگران با توجه به علاقه و تمایل درونی‌شان این تصاویر را خریداری و در محل کار و منزل خود نصب کنند. رانندگان و صاحبان وسایل نقلیه، و به‌خصوص رانندگان بیابانی که اوقات بیشتری را با ماشین خود می‌گذرانند و با آن زندگی می‌کنند، با مراجعه به بازار یا دست‌فروش‌ها، این نوع عکس‌ها، تصاویر یا پارچه‌بافت‌ها را تدارک می‌بینند و در قسمت‌های مختلف ماشین‌هایشان قرار می‌دهند حتی کامیوندارها تصاویری را که در حد و سائز واقعی انسان طراحی شده‌اند، روی پشتی صندلی شاگرد و یا پشت سر راننده و روی تخت‌خواب او به گونه‌ای نصب می‌کنند که در دیدرس افراد و ماشین‌های روبه‌رویی باشد. این تصاویر، هنرمندان مرد و زن، تیم‌های ورزشی، قهرمانان ملی، میهنی و اشخاص معروف را دربرمی‌گیرد.

۱۶۶ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

تعداد دیگری از خودروها نیز در پشت شیشه عقب، عروسک‌های رنگارنگ و مختلف ساخته شده از پلاستیک، کاغذ و پارچه را که به شکل انسان یا حیوانات گوناگون طراحی شده‌اند، به صورت تکی، جفتی یا قرینه، در معرض دید قرار می‌دهند. بعضی از رانندگان کامیون‌های کشنده ترانزیت را هم مشاهده می‌کنیم که روی صندلی شاگرد، خرس پارچه‌ای بزرگی را قرار می‌دهند و آن‌را با کمر بند ایمنی به پشتی صندلی می‌بندند.

بر پشت خودروها از جمله کامیون‌ها، اتوبوس‌ها و وانت‌بارها، در مورد شب عبارات زیادی نوشته شده چون رانندگان بنا به نیاز خود، مسافران و صاحبان بار و کالا، در شرایط مختلف و فصول گوناگون سال، حتی در وضعیت نامساعد آب و هوا، مجبور به تردد و خدمت‌رسانی به جامعه هستند.

این قشر زحمت‌کش، انس و الفت نزدیک و تنگاتنگی با تاریکی شب، و جایگاه طلوع و غروب ماه و ستارگان دارند.

راه شب، شبگرد تنها، همسفر شب، من و شب همسفریم و ... از دل نوشته‌های برخی رانندگان بر روی خودروهاست و چه اشارات زیبا و جالبی در این واژه‌ها وجود دارد: آن‌گونه که شب در گذر زمان حرکت می‌کند و روز را به روز دیگر پیوند می‌زند، رانندگان نیز همسفر شب می‌شوند و با گذر در مسیر زمان و همگام با شب، حرکت و مکانی را به مکان دیگر و شهری را به شهر دیگر پیوند می‌دهند.

بالان دنیا، دو واژه آذری است که بر پشت شیشه عقب خودروهای مسافری و روی در اتاق بار یا سپر عقب خودروهای باری و وانت‌بارها، با رنگ‌های متنوع و خطوط نگارشی مختلف نوشته می‌شود. این عبارت با دنیایی از مفاهیم، توجه مسافران و دیگر رانندگان را به خود جلب می‌کند.

بی‌وفایی و فریبندگی دنیا و دل نبستن به زرق برق آن، در فکر هموعان بودن و نیکی کردن به آنها، آرزوهای طویل و دراز نداشتن، استفاده از فرصت‌های پیش رو و انتخاب آرمانی ارزش صرف عمر را داشته باشد.

یکی دیگر از عناوین روی خودرو، تصاویر مینیاتوری چاپ شده روی کاغذ یا پارچه و نصب عروسک پارچه‌ای و پلاستیکی حیواناتی چون: سگ، گربه، موش،

خرس، پرندگان و در داخل اتاق و تصاویر و برچسب حیوانات و جانورانی مانند: شیر، ببر، پلنگ، خرس، روباه، گرگ، عقاب، طوطی، گوزن، آهو و ... همچنین کاروان شتر به عنوان نماد سفرهای قدیمی یا تصاویر قطار، کشتی و هواپیما بر پشت شیشه عقب انواع خودروها و با مقیاس کوچک، در داخل آنهاست.

تصویر بارگاه ملکوتی امام رضا علیه‌السلام در مشهد، آستان مقدس حضرت معصومه(س) در قم، بارگاه شاه چراغ در شیراز، تصاویر بارگاه امامزاده‌های محلی و نام مبارک آنها نیز در اندازه‌های متناسب، بر شیشه عقب خودروها نصب می‌شود.

تصویر آثار باستانی و منطقه‌ای نقاط مختلف ایران از جمله: میدان آزادی تهران، برج میلاد تهران، سی و سه پل اصفهان، پل کارون اهواز، آرامگاه بوعلی همدان، قلعه فلک‌الافلاک خرم‌آباد، دروازه قرآن شیراز و ... هم بر پشت شیشه خودروهای مسافری و روی اتاق بار کامیون‌ها و وانت‌بارها نقش می‌بندد.

حروف ابجد: اعداد و ارقام ۱۱۰ هم در گوشه شیشه عقب سواری و اتوبوس، مینی‌بوس و پشت اتاق وانت‌بار و کامیون، با نگاهی متفاوت، به منظور توسل نوشته می‌شوند. ۱۱۰ نام مبارک علی به حروف ابجد و ۱۲۱ نام مبارک یا علی به این حروف است. یا هو ۱۱۰ و هو ۱۲۱ را هم بر روی خودروهای مختلف، به منظور نمایاندن وابستگی به فرقه‌های صوفیانه می‌نویسند و این عبارات به طور قراردادی، نماد این فرقه‌ها شناخته می‌شوند. برخی از رانندگان هم با تقلید و بدون توجه به مفاهیم اصلی، اقدام به نوشتن این اعداد (به سبک فرقه‌ها) بر بدنه خودروهایشان می‌کنند. حتی عده دیگری هم وجود دارند که درج این ارقام (یا هو ۱۱۰ و هو ۱۲۱) را مترادف مصرع مشهور استاد شهریار: به علی شناختم من، به خدا قسم خدا را تصور می‌کنند.

فیلم و سریال: فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی که در عصر حاضر، صنعتی پرسود و تأثیرگذار به‌شمار می‌روند، در ابتدای راه برای سرگرمی و وقت‌گذرانی مخاطبان تولید می‌شدند اما به مرور زمان، با استقبال مردم مواجه شدند و با نفوذ قدرت‌ها، شناخت هوشیارانه و مطالعه همه جوانب و تغییر روش‌ها، جایگاه خود را به انتقال آداب و رسوم، فرهنگ و طرز فکر و سلیقه سازندگان دادند.

بسیاری از دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ در راه ایجاد تحولی بنیادی در عقیده، نگرش و گرایش‌های فکری مخاطبان خود تلاش می‌کنند و مردم نیز شیوه و مرام

۱۶۸ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

هنرمندان و قهرمانان فیلم و سریال را سرمشق زندگی خویش قرار می‌دهند و خاطره تماشای فیلم‌ها در ذهن‌شان برای مدت‌های طولانی باقی می‌ماند.

مخاطبان در گفتگوهای روزانه درباره فیلم یا سریالی که دیده‌اند، صحبت می‌کنند و دیدگاه‌ها و برداشت‌های خود را با دیگران در میان می‌گذارند. علاوه بر این، نام فیلم‌ها و سریال‌ها را به عنوان سرفصل قصه و برای یادآوری داستان آنها یا تمجید و خاطره‌نگاری روی خودروهایشان می‌نویسند؛ از جمله این فیلم‌ها و سریال‌ها عبارت‌اند از:

درخت‌ها ایستاده می‌میرند، تاکسی عشق، پسر زاینده‌رود، پایان تاریکی، از یاد رفته، جوانی هم عالمی دارد، ساقی، قسمت، قهرمانان نمی‌میرند، کوچه مردها، در امتداد شب، سوت‌دلان، غربتی‌ها، فریاد عشق، محکوم بی‌گناه، خانه دوست کجاست، قیصر، زرد قناری، شب‌های زاینده‌رود، جدایی، سرود زندگی، ستاره فروزان، مردان روزگار، پلنگ صورتی، سنبداد، سیمرغ، هزارستان، همراز، خوش رکاب، ستایش، آخرین ستاره شب، بازم مدرسم دیر شد، پایتخت، کیمیا، به کجا چنین شتابان، بی‌قرار، پدرسالار، پس از باران، پیک سحر، تکیه بر باد، تنهاترین سردار، جدال با سرنوشت، چشم به راه، خانه به دوش، خسته‌دلان، در انتهای شب، در چشم باد، دلنوازان، دیدار، راه بی‌پایان، رخصت، روایت عشق، سربداران، سرنوشت، سلام زندگی، شب‌های برره، گل پامچال، مدرسه موش‌ها، مردان جاده، مرگ تدریجی یک رویا، ولایت عشق، همسفر، فقط به خاطر تو، شهریار، روزی روزگاری...

۵. جمع‌بندی

در مقاله حاضر که به روش میدانی تهیه شده است، نویسنده به ادبیات جاده‌ای پرداخته است. ادبیات جاده‌ای که به آن «ادبیات بیابانی»، «ادبیات بنی‌هندل»، «ماشین‌نوشته» و «خودرونوشته» نیز گفته می‌شود بخش مهمی از فرهنگ عامه کشورمان است و با مطالعه آن ضمن آشنایی با باورها، اعتقادات، ذوق و سلیقه، اندیشه، سن، زادگاه، علایق و آرزوهای مالکان و رانندگان می‌توان فرهنگ عامیانه کشور را نیز شناخت.

نویسنده در این مقاله به بررسی ادبیات جاده‌ای مندرج در بخش‌های مختلف ماشین‌های بین‌شهری اعم از کامیون و اتوبوس پرداخته است. وی پس از ثبت، یادداشت‌برداری و تهیه

ادبیات جاده‌ای ❖ ۱۶۹

عکس از این خطوط و تصاویر، آنها را با توجه به مضامین و محتوای پیام به دسته‌های مختلف طبقه‌بندی و تشریح کرده است که مهم‌ترین آنها عبارت است از:

- تبلیغ برندها
- دفع بلايا، چشم‌زخم، حوادث و ديگر مشکلات پيش‌بینی نشده
- معرفی شناسنامه خودروها (پیش از تهیه و نصب پلاک ماشین)
- مناسبت‌های مذهبی از جمله اعیاد شعبانیه، ماه رمضان، محرم
- مناسبت‌های ویژه در کشور مانند: شعارهای انتخاباتی و...
- نصب برجسب‌هایی با مضامین انتساب به گروه‌های شرور و مخوف موسوم به Gang و یا توکل کردن و توسل به ائمه اطهار
- استفاده از حروف ابجد که رایج‌ترین و پرکاربردترین آنها ۱۱۰ (یاهو) و ۱۲۱ (یا علی) است.

منابع

- * داده‌های این مقاله به صورت میدانی جمع‌آوری شده است.
- آنی زاده، علی (۱۳۸۵)، «ذوق و عاطفه: ادبیات جاده‌ای»، روزنامه جام‌جم، شماره ۱۷۴۲، ص ۱۴.
- جلیلی، جواد (۱۳۸۴). ادبیات جاده‌ای، قم: وفایی.
- حمیدی، سیدجعفر (۱۳۸۱). ماشین‌نوشته‌ها شعرهای بلاگردان در باور رهنوردان بیدار، تهران: دنیای تمدن سبز.
- خطیبی، اعظم (۱۳۹۱). «فرهنگ عامه با تأکید بر پشت‌نوشته ماشین‌ها»، فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه، شماره ۴ - پاییز ۱۳۹۱، صص ۸۴-۶۵.
- زندی، بهمن؛ سمائی سیدمهدی (۱۳۹۰). «بررسی زبان‌شناختی خودرونوشته‌های تهران و اردبیل»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۴ - زمستان ۱۳۹۰ - صص ۲۰۶-۱۸۵.
- هادیان طبائی‌زواره، سیدجمال (۱۳۸۸). اتول نوشته‌ها: فرهنگ، ماشین‌نوشته‌ها در ایران، تهران: یک.

