

## تحلیل محتوای خودنوشته‌ها در استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی

(صفحات ۴۳ تا ۶۴)

<https://doi.org/10.71689/icsq.2025.1204466>

مهدی جلالی<sup>۱</sup> \* پریسا شکوری<sup>۲</sup>

پنیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۸

دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶

### چکیده

شناخت فرهنگ عامه مانند کلیدی است که کمک می‌کند شناخت کامل‌تری از جهان اجتماعی افراد به‌دست آید. یکی از راه‌های شناخت باورها و ارزش‌های جامعه، عبارت‌های نوشته‌شده بر روی خودروها است. این نوشته‌ها، همچون آینه‌ای است که در آن، عمق ارزش‌ها و عقاید جامعه منعکس می‌شود. واکاوی چگونگی نحوه ارتباط و همچنین کشف زوایای مختلف جامعه‌شناختی و روان‌شناختی این مسئله، نیازمند بررسی مضامین و انواع آن است. نظریه کنش متقابل نمادین اعتقاد دارد که انسان‌ها، به خاطر وجود نمادها، در برابر واقعیتی که خود را نشان می‌دهد، انفعالی و اکنش نشان نمی‌دهند، بلکه جهانی را که در آن عمل می‌کنند، فعالانه ایجاد و بازایجاد می‌کنند. انسان به‌طور دائم، در حال معناسازی با جهان پیرامونی است و عمل فردی، از طریق معناسازی برای خود، در یک زمینه و بستر اجتماعی شکل می‌گیرد. باتوجه به همین امر، تحقیق حاضر تلاش داشت که با دسته‌بندی مضامین خودنوشته‌ها، ابعاد نمادین این ذهنیت‌ها را واکاوی نماید. روش مورد استفاده در این تحقیق توصیفی-تحلیلی بود و برای بررسی نوشته‌های خودروها، از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شد. روش جمع‌آوری داده‌ها میدانی بود. نمونه آماری به شیوه نمونه‌گیری هدفمند به‌دست آمد. باتوجه به یافته‌های به‌دست آمده، چندین مقوله اصلی شناسایی شد که عبارت بودند از: مذهبی، نوشته‌های مرتبط با راننده و خودرو، عشق و معشوق، خانواده، هویتی، روزگار، انتقادی، طنز، جوانمردی. نتایج تحقیق حاکی از آن است که خودنوشته‌ها، بر ساخته رابطه میان کنشگران و جهان اجتماعی است که افراد به‌صورتی غیرانفعالی در برابر مسائل جامعه بروز می‌دهند.

**واژگان کلیدی:** فرهنگ عامه، کنش متقابل نمادین، خودنوشته، آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول):

Mahdi\_jalali\_aze@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد مشاوره مدرسه، گروه راهنمایی و مشاوره، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران:

Parisashakouri76@gmail.com

## ۱- بیان مسئله

شناخت فرهنگ عمومی مردم مانند کلیدی است که کمک می‌کند شناخت کامل‌تری از فرهنگ، جامعه و جهان اجتماعی آن‌ها به دست آید. این شناخت نیازمند بررسی زوایای مختلف زندگی از نظر جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و حتی زبان‌شناختی است. با بررسی و کنکاش این ویژگی‌ها، می‌توان به عمق باورها، ارزش‌ها، عواطف، احساسات و هنجارهای یک ملت پی برد و نظم بنیادین نهفته در آن را شناخت. بشر از گذشته دور، برای ارتباط مؤثر با سایر افراد جامعه، راهکارهای متفاوتی مانند نوشتن دیوار غارها را آزموده است (قربان‌پور آرانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۷۷). رسوم موجود در آیین‌های تولد، ازدواج، عروسی و سوگواری، شیوه برگزاری مراسم ملی و مذهبی و ادبیات شفاهی مانند داستان‌ها و شعرهای کهن، نمونه‌هایی از این نوع در عصر حاضر هستند.

یکی دیگر از راه‌های شناخت باورها و ارزش‌های جامعه، عبارت‌های نوشته‌شده بر روی خودروها است. این نوشته‌ها، حاکی از ذوق، هنرمندی و خلاقیت صاحبان خودرو است که در جاده‌ها تردد می‌کنند و خودرو را محلی برای بیان احساسات، ارزش‌ها و باورهای خود، می‌دانند. نوشته‌های روی خودروها، همچون آینه‌ای است که در آن عمق ارزش‌ها و عقاید جامعه منعکس می‌شود. چنین نوشته‌هایی برخاسته از متن جامعه است که اغلب به صورت عامیانه، عقاید خود را به خوانندگان و مخاطبان منتقل می‌سازند. نوشته‌هایی که اندیشه و باور گروه خاصی نیست و می‌توان در آن، همه اقشار جامعه را مشاهده کرد. دیوسالار (۱۳۹۶: ۹-۱۱) از چنین نوشته‌ها با عنوان «ادبیات جاده‌ای» یاد می‌کند که با عناوین دیگری چون ادبیات سیار، ادبیات کامیونی، ادبیات بیابان‌گرد، ادبیات ماشینی و ماشین‌نوشته‌ها نیز شناخته می‌شوند.

عبارت‌های نوشته‌شده روی خودروها را می‌توان پربیننده‌ترین و پرخواننده‌ترین عنصر ادبیات شفاهی در نظر گرفت. واکاوی و کشف زوایای مختلف جامعه‌شناختی، زبان‌شناختی و روان‌شناختی این مسئله، نیازمند بررسی مضامین و انواع آن است.

## ۲- ادبیات پژوهش

### ۲-۱. ادبیات تجربی

در ایران، تحقیقات مختلفی در زمینه خودرو نوشته‌ها صورت گرفته است. حمیدی

(۱۳۶۹) به بررسی ماشین‌نوشته‌ها در ایران پرداخته و به‌صورت توصیفی، در مورد تاریخچه اتومبیل و انواع و اقسام وسایل نقلیه از قدیم تا زمان انجام تحقیق و انواع ماشین‌نوشته‌ها و شعارهای موجود در آن‌ها صحبت کرده است.

هادیان طباطبایی زواره (۱۳۸۸) در کتاب خود، به بررسی نوشته‌های خودروها پرداخته است. وی نوشته‌ها را براساس محتوا به ۷ دسته نیایش‌نامه، عشق‌نامه، طنزنامه، شورنامه، پندنامه، گله‌نامه و فرنگی‌نامه تقسیم کرده است.

خطیبی (۱۳۹۱) نیز در مطالعه خود، به بررسی نوشته‌های خودروها می‌پردازد. وی با مطالعه ۳۰۰ پست‌نوشته خودرو، بدین نتیجه می‌رسد که بیشترین مسئله عاطفی درباره معشوق، بیشترین مسئله ادبی درباره طنز و خنده، بیشترین مسئله مذهبی درباره آیات و احادیث و تعدادی نیز مسائل روز را به خود اختصاص داده‌اند.

دیوسالار (۱۳۸۹) در تحقیق خود، با بررسی ماشین‌نوشته‌های مختلف، به نتایجی همچون رسانه‌ای قوی بودن این نوشته‌ها، نشان دادن وضعیت جامعه، نشان‌دهنده ارزش‌ها، احساسات و باورهای نویسندگان آن‌ها و ابزار ارتباط جمعی بودن ماشین‌نوشته‌ها، دست یافته است.

در تحقیق دیگر، دیوسالار (۱۳۹۴) به آسیب‌شناسی اعتماد اجتماعی در خودرونوشته‌ها دست زده و به استخراج مؤلفه‌هایی چون خودبینی، حسادت، پرهیز از معاشرت با افراد بد، پیمان‌شکنی، عیب‌بینی و مردم‌آزاری پرداخته است.

مقصودی (۱۴۰۰)، به تحلیل محتوای کامیون‌نوشته‌ها در دو استان سیستان و بلوچستان و اصفهان پرداخته است. نتیجه بررسی نشان می‌دهد در هر دو استان، بالاترین درصد خودرونوشته‌ها به مقوله مذهبی اختصاص داشت. هرچند در نماد تصویری بین دو استان، رابطه معناداری وجود داشت ولی در نماد ریاضی، وجه اشتراک و رابطه معناداری بین دو استان موردبررسی مشاهده نشد.

تحقیقاتی چون جلیلی (۱۳۷۸)، حسین‌پور دهنوی (۱۳۹۶) و عرب‌یوسف‌آبادی (۱۳۹۸) به بررسی زبان‌شناختی ماشین‌نوشته‌ها پرداخته‌اند. در این تحقیقات، بررسی جنبه‌های اجتماعی نوشته‌ها، کمتر موردتوجه بوده است. هرکدام از کارهای قبلی، از زاویه‌ای به موضوع نگریسته و به نتایج گوناگونی دست یافته‌اند. تحقیقی که نوشته‌های موجود بر روی خودروها در استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی را بررسی نماید، یافت نشد.

## ۲-۲. ادبیات نظری

کیتسو (2013: 22) فرهنگ را شامل زبان، نمادها، ایده‌ها، ابزارها، آثار هنری و رسوم می‌داند که منبع اصلی هویت جوامع هستند و بنیادی‌ترین ویژگی آن زبان می‌باشد. زبان یک ملت، راهی برای فهم و درک جهان است. با توجه به این امر می‌توان گفت که فرهنگ، درون قالب‌های زبانی نمود پیدا می‌کند که این قالب‌های زبانی، به ذهنیت افراد وابسته است. این ذهنیت‌ها هستند که کنش‌های افراد را معنادار می‌سازند. انسان‌ها، به دلیل وجود نمادها، در برابر واقعیتی که خود را نشان می‌دهد، انفعالی واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه جهانی را که در آن عمل می‌کنند، فعالانه ایجاد و بازایجاد می‌کنند. از نظر مید، انسان به‌طور دائم، در حال معناسازی با جهان پیرامونی است و عمل فردی، از طریق معناسازی برای خود، در یک زمینه و بستر اجتماعی شکل می‌گیرد (توسلی، ۱۳۸۷: ۲۷۷).

نظریه پردازان نظریه کنش متقابل نمادین اعتقاد دارند که انسان‌ها، نمادها و معانی را طی کنش متقابل اجتماعی فرا می‌گیرند. نمادها، شناخته‌هایی اجتماعی‌اند که برای آن به کار برده می‌شوند تا آنچه را که درباره بازنمود آن توافق دارند، باز نمایند. واژه‌ها، مصنوعات مادی و کنش‌های جسمانی، می‌توانند نماد باشند. آدم‌ها اغلب نمادها را برای بیان چیزی درباره خودشان به کار می‌برند. کاربرد نمادها به کنشگران اجازه می‌دهد تا از زمان، مکان و حتی شخص خودشان فراگذرند و با کاربرد نمادها، درباره چگونگی زندگی در گذشته یا آینده تخیل کنند. علاوه بر این، کنشگران، از این طریق می‌توانند به گونه‌ای نمادین از شخص خود فراگذرند و جهان را از دیدگاه اشخاص دیگر در نظر آورند (ریتزر، ۱۳۸۶: ۲۸۴ - ۲۸۶). نظریه پردازان کنش متقابل نمادین، برای زبان اهمیت خاصی قائلند و زبان را نظام گسترده‌ای از نمادها می‌دانند. واژه‌ها، همه نمادهای دیگر را امکان‌پذیر می‌سازند. اعمال، اشیاء و چیزهای دیگر تنها برای آن وجود معنا دارند که می‌توان آن‌ها را از طریق کاربرد واژه‌ها توصیف کرد. انسان‌ها در فراگرد کنش متقابل اجتماعی، به گونه‌ای نمادین، معناهایی را به دیگران انتقال می‌دهند. دیگران نیز این معناها را تفسیر می‌کنند و بر پایه تفسیرشان، واکنش نشان می‌دهند (ریتزر، ۱۳۸۶: ۲۸۵).

فرهنگ شفاهی، ریشه در جامعه دارد، زیرا از دل جامعه و بطن زندگی مردم بیرون آمده است. این نوع ادبیات با واقعیت‌های زندگی مردم ارتباط دارد و نوعی بازتاب

زندگی اجتماعی و اندیشه مردم جوامع مختلف در ادوار گوناگون است؛ بنابراین برای شناخت رفتار، عقاید و نوع بینش مردم یک جامعه، باید نگاهی به فرهنگ شفاهی و ادبیات فولکلوریک آن انداخته شود که در آن صورت، واقعیت‌های بسیاری ظهور پیدا می‌کند (حسینی، ۱۳۹۶: ۷۱).

براساس نظریه کنش متقابل نمادین، چارچوب نظریه این پژوهش، بدین گونه شکل می‌گیرد که ذهنیت نویسندگان خودرو نوشته‌ها، پدیده‌ای فرهنگی است که به تدریج تحت تأثیر شرایط اجتماعی موجود، ابعاد نمادین پیدا کرده است. تحقیق حاضر نیز به دنبال آن است که با دسته‌بندی مضامین خودرو نوشته‌ها، ابعاد نمادین این ذهنیت‌ها را واکاوی نماید.

### ۳. روش پژوهش

روش مورد استفاده در این تحقیق توصیفی-تحلیلی است و برای بررسی متن‌ها و نوشته‌های خودروها، از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است. تلاش آن بود که با استفاده از تکنیک فوق، به این سوال که «نوشته‌های خودرو در استان‌های آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی چه انواعی دارند؟» پاسخ داده شود. روش جمع‌آوری داده‌ها، میدانی بود. نمونه آماری به شیوه نمونه‌گیری هدفمند به دست آمد؛ بدین طریق که آن خودروهایی که بر روی خود نوشته داشتند، ثبت می‌شدند. برای یافتن نمونه‌ها، اقدام به ثبت نوشته‌ها در چهارراه‌ها، پشت چراغ‌های راهنمایی، جاده‌ها و کمربندی شهرها می‌شد. نمونه‌ها از فروردین ۱۴۰۳ تا تیر ۱۴۰۳ (به مدت چهارماه) جمع‌آوری شدند. نوشته‌ها که به صورت عکس‌برداری و فیش‌برداری یادداشت شده بودند، در یک فایل اکسل ذخیره می‌شدند تا امکان تحلیل و بررسی دقیق آن‌ها فراهم شود. از آنجایی که شماره پلاک خودروها یادداشت می‌شد، در صورت تکراری بودن پلاک‌ها، آن خودرو حذف می‌گردید و هر پلاکی تنها یک بار یادداشت می‌شد.

باید متذکر شد که در این تحقیق، تنها نوشته‌ها مدنظر بودند و شکل‌ها، نمادهای خاص و آرم خودروها که بر روی خودروها کشیده شده بودند، مورد بررسی قرار نگرفت. با توجه به این که نمونه مورد بررسی تنها دو استان آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی بودند، تنها خودروهایی مورد بررسی قرار گرفت که دارای پلاک‌های

این دو استان بودند. پلاک‌های ایران ۱۷، ۲۷ و ۳۷ برای استان آذربایجان غربی و پلاک‌های ایران ۱۵، ۲۵ و ۳۵ برای استان آذربایجان شرقی بودند.

#### ۴. تحلیل تجربی

در این بخش، ابتدا به تحلیل توصیفی خودروها و نوشته‌ها پرداخته می‌شود، سپس نوع‌شناسی صورت گرفته، ارائه می‌گردد.

##### ۴-۱. تحلیل توصیفی

تعداد خودروهایی که نوشته‌های آن‌ها در این تحقیق بررسی شد، ۹۹۱ خودرو بود. از این تعداد ۵۳۱ خودرو برای استان آذربایجان غربی و ۴۶۰ خودرو برای استان آذربایجان شرقی بود. تعداد ۴۳۰ خودرو باری و مسافربری بود و ۵۶۱ خودرو، سواری شخصی بودند. بیشترین خودرویی که بر روی خود نوشته داشت، خودروی زامیاد (که با نام عمومی سایپا و نیسان وانت شناخته می‌شود) با تعداد ۲۰۲ نوشته بود. بعد از آن، به ترتیب خودروهای پراید، پژو پارس، پژو ۴۰۵، سمند و پیکان بودند. در میان خودروهای سنگین کامیون بنز، خاور، کامیون ولوو بیشترین نوشته را داشتند. اگر قیمت خودروهای سواری شخصی مدنظر باشد، تنها ۴ خودرو بالای یک میلیارد تومان قیمت، بر روی خود نوشته داشتند.

باتوجه به این که برخی از خودروها، چندین نوشته داشتند، تعداد نوشته‌ها از تعداد خودروها بیشتر بود. تعداد نوشته‌ها برابر ۱۲۷۴ نوشته بود. در بین این نوشته‌ها، ۸۶۴ نوشته منحصر به فرد وجود داشت؛ یعنی تکراری نبود. ۱۱۱۸ نوشته در پشت خودروها نوشته شده بود، ۳۴ نوشته در بغل و کناره‌های خودروها بودند و ۱۲۲ نوشته در جلوی خودروها قرار داشت. بیشتر نوشته‌ها در پشت خودروها بودند تا خواننده فرصت بیشتری برای خواندن آن‌ها داشته باشد. در جلو و بغل خودروها، اغلب نوشته‌ها به صورت یک یا دو کلمه‌ای بودند؛ نظر به این که خودروهایی که از جلو می‌آیند، زمان اندکی برای خواندن متن خواهند داشت و باید کوتاه و رسا باشند. اگر تعداد نوشته‌ها برحسب تکرار مدنظر باشد، بیشتر نوشته دارای تکرار، آیه «وَإِنْ يَكَادُ...» با ۹۳ مرتبه تکرار، بود. پس از آن، «حَسْبِيَ اللَّهُ» و «لَا تَنْسَ ذَكَرَ اللَّهِ» بودند.

نوشته‌ها به زبان‌های مختلفی نوشته شده بودند. از میان نوشته‌های منحصر به فرد و غیر تکراری، ۴۲۵ نوشته به زبان فارسی، ۱۵۷ نوشته به زبان ترکی، ۷۳ نوشته به زبان عربی،

۶۱ نوشته به زبان انگلیسی، ۳۷ نوشته به زبان کردی، ۹ نوشته به زبان چینی بودند، ۲۴ نوشته آدرس اینستاگرام بود و ۷۸ نوشته اسم خاص بود.

### ۴-۲. نوع‌شناسی نوشته‌ها

یافته‌های پژوهش در ۹ مقوله اصلی و یک مقوله سایر دسته‌بندی شدند. ترتیب‌بندی انواع نوشته‌ها که در ادامه می‌آید، براساس بیشترین میزان نوشته موجود است.

### ۴-۲-۱. مذهبی

نوشته‌های مذهبی، بیشترین تعداد را در بین تمامی نوشته‌ها داشتند. از بین ۱۲۷۴ نوشته موجود، حدود یک‌سوم نوشته‌ها (۴۵۴ مورد) مضمون مذهبی داشت. این امر نشان‌دهنده این موضوع است که مردم منطقه اعتقادات مذهبی قوی‌ای دارند. باتوجه‌به محتوای نوشته‌های مذهبی، می‌توان آن‌ها را در سه دسته قرار داد: نخست، بردن نام خدا و توسل‌جویی از ایشان، دوم نشان دادن ارادت به پیامبر و خاندان ایشان، سوم استفاده از آیه‌های قرآنی.

تعداد زیادی از نوشته‌های مذهبی، به امر توسل و توکل به خدا در امور مختلف مربوط بود. برخی از این نوشته‌ها به در امان ماندن از بلا (بلاگردانی) اشاره داشتند، مانند نوشته زیر: «ای تو امان هر بلا، ما همه در امان تو»؛ «یا رب نظر تو برنگردد»؛ «پیش خدا بد نشی، بنده‌ها مهم نیستن»؛ «ساخلیان ساخلار» (برگردان: نگهدار خداست)؛ «گوزل الله، گوزله منی» (برگردان: خدای زیبا، نگهدار من باش)؛ «الله سنه توکل» (برگردان: الهی به امید تو).

باتوجه‌به باور رانندگان و این که درآمد برخی‌شان، وابسته به خودرو است، از خدا توسل می‌جویند و افزایش رزق و روزی خود را از وی خواستارند و طلب رحمت و بخشش دارند، مانند مثال‌هایی که در زیر آمده است: «گمان به رحمت دارم، یا رب ناامیدم نکن»؛ «مال ایسته‌میرم، طالب شهرت دئیریم / یا رب قالان اوقاتی‌می مردانه دولان‌دیر» (برگردان: ثروت و مال نمی‌خواهم و طالب شهرت نیز نیستم / خدایا باقی عمرم را مردانه و بی‌منت بچرخان).

برخی دیگر از نوشته‌ها هم اشاره به نام خدا و یگانگی وی داشتند؛ مثلاً نوشته‌های مانند «فقط خدا» و «Only God»، حاکی از آن بود که توسل‌جویی تنها به خداست و در نظر آنان، استعانت از هر چه غیر او، جایز نیست. برخی نوشته‌ها نیز بیانگر آن بود که هر

چیزی که آن‌ها دارند، نشان از لطف خداست، خدا پشت‌وپناه آنان است و با لطف خدا به هر چه می‌خواهند، می‌توانند برسند؛ استفاده از عبارت‌های زیر، حاکی از وجود این باور است: «هذا من فضل ربی» (برگردان: این [خودرو] از لطف پروردگار است)؛ «در حقیقت مالک اصلی خداست، این امانت بهر روزی دست ماست»؛ «هر لحظه خدا را شکر»؛ «با خدا باش پادشاهی کن، بی‌خدا باش هر چه خواهی کن»؛ «خدا را دارم، چه غم دارم».

البته به کار بردن برخی از این نوشته‌های مذهبی، علاوه بر نکات مذهبی، می‌تواند حاکی از وجود مسائل دیگری باشد. به عنوان مثال، آیه «وَ أَنْ يَكَادُ...» که در سوره قلم آمده است، برای جلوگیری از چشم‌زخم به کار می‌رود. همین امر نشان‌دهنده وجود برخی امور فرهنگی دیگر، مانند باور به چشم‌زخم در بین عموم مردم است. احتمالاً آن افرادی که از این آیه بر روی خودروهای خود استفاده می‌کنند، تلاش دارند تا از آسیب‌های بعدی ناشی از چشم‌زخم، جلوگیری کنند و از شر بدخواهان در امان بمانند.

نوشته پراستفاده دیگر در میان نمونه‌ها، آیه «حسبی الله» بود که معنی آن «خدا برای من کافی است»، می‌باشد. برخی از افرادی که از این آیه استفاده می‌کنند، از یک طرف، خدا را برای انجام خود کافی می‌دانند و از طرف دیگر، طعنه‌ای به دیگران می‌زنند که نیازی به کمک و یاری آن‌ها ندارند.

ارادت مردم دو استان مورد بررسی به پیامبر و اهل بیت ایشان، در میان نوشته‌ها مشهود است. برخی از نوشته‌ها به توسل‌جویی از امامان شیعه مربوطند. استفاده از عبارت‌هایی مانند «یا امیرالمومنین، حیدر کرار»، «یا شاه نجف»، «یا زهرا»، «یا حضرت عباس» و «یا ضامن آهو» بیانگر این موضوع است. برخی از سایر نوشته‌ها، این مضمون را به گونه‌های دیگر مطرح می‌کنند مانند نمونه‌های زیر:

«بر خلق جهان، علی، امیر است»؛ «خوشا دردی که درمانش حسین است»؛ «این سالار، به عشق ابوالفضل می‌تازد»؛ «یا علی گفتیم و عشق آغاز شد».

نوشتن عبارت‌هایی همچون «بیمه حضرت ابوالفضل» یا «بیمه امام رضا» اشاره به باور در امان نگه داشتن خود با توسل جستن به بزرگان دینی دارد.

برخی از نوشته‌ها نیز به واقعه کربلا و شهادت امام حسین و یاران و مظلومیت ایشان اشاره دارند. به مانند نمونه‌های زیر:

«یا ابوالفضل، سقای شرمنده» که اشاره به ناکامی حضرت ابوالفضل در رساندن آب

به سایر هم‌زمان خویش در واقعه کربلا دارد. عبارت‌هایی مانند «برادری به زیاد بودن نیست، یوسف ۱۰ برادر داشت و حسین یکی» و «دوینا دولی قارداش اولاً، عباس اولاً بیلمز (برگردان: گر جهان پُر از برادر باشد، هیچ‌کدام نمی‌توانند مانند عباس باشند)» نیز اشاره به وفاداری حضرت ابوالفضل، برادر امام حسین، به ایشان دارد.

نوشته‌های دیگری نیز در این دسته جای می‌گرفتند که به ظهور امام دوازدهم شیعیان اشاره داشتند و بیان‌کننده انتظار ظهور ایشان، در باور مردم بودند. احتمالاً افراد، با نوشتن این گونه نوشته‌ها تلاش دارند تا امید به ظهور را همیشه در دل خود زنده نگه دارند. عبارت‌های زیر، نمونه‌هایی از این دست می‌باشد:

«یا صاحب‌الزمان ادرکنی»؛ «اللهم عجل لولیک الفرج»؛ «یا علی ذکر قیام قائم است»؛ «شفای زخم سینه کی می‌آیی».

در نوشته‌های خودروها، برخی آیه‌های قرآنی، به صورت کامل یا بخشی از آیه، نیز مشاهده می‌شود. آیه‌های «و ان یکاد...» و «حسبی الله» بیشتر از بقیه بودند. علاوه بر آن، برخی از آیه‌های قرآنی نیز مشاهده می‌شوند که نمونه‌هایی از آن‌ها عبارتند از: «جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَقَ الْبَاطِلُ»؛ «قَالَ اللَّهُ خَيْرٌ حَافِظًا وَهُوَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ»؛ «يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ».

چنین آیه‌هایی نیز اشاره به قدرت خدا و حقانیت وی دارند و نویسندگان آن‌ها، امنیت، روزی و رحمت را از خدا می‌طلبند.

عبارت «بسم الله الرحمن الرحيم» نیز در جلوی برخی خودروها نوشته شده بود. از آنجایی که باور مذهبی که بیان می‌دارد کارها را باید با نام خدا شروع کرد، در بین مردم منطقه رایج است، نوشتن این عبارت در جلوی خودرو اشاره به این موضوع دارد.

### ۴-۲-۲. خودرو و راننده

عبارت‌هایی در میان نوشته‌ها وجود داشت که به راننده، شغل وی و توانایی‌های خودرو از دید صاحبان خودرو اشاره داشتند. نوشته‌هایی وجود داشتند که بیان‌کننده ادعای برتری خودروی مورد استفاده، چه به صورت فرضی و چه به صورت واقعی بودند. عبارت‌هایی مانند «پادشاه جاده‌ها»، «خان»، «گلادیاتور»، «امپراتور»، «فرمانده» و «کلاتر شهر» که بر روی برخی خودروهای نیشان‌وانت نقش بسته بود، حاکی از این امر است. باتوجه به این که در جامعه نگاه خاصی نسبت به خودروهای نیشان‌وانت وجود دارد و

اغلب، رانندگان آن‌ها را خطرناک در رانندگی تلقی می‌کنند، چنین نوشته‌هایی به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه ریشه در خودبرتربینی این رانندگان دارد. متن زیر نیز که پشت یک نیشان‌وانت نوشته شده بود، نشانگر این تلقی است: «بیز پژو مژو سایماروق، گوی آت مینیب گازلاروخ» (برگردان: ما پژو رو به حساب نمی‌آوریم، اسب آبی‌رنگ رو سوار می‌شویم و گاز می‌دهیم).

نوشته‌های گوناگونی نیز بودند که بیانگر شغل راننده و مسائل مربوط به آن شغل بود. عبارت‌هایی مانند «شیفت شب»، «شبگرد تنها»، «آنلاین‌های شب»، «ایرانگرد» و «رهگذر» که عموماً بر روی خودروها سنگین قرار داشتند، به دائم‌السفر بودن و سفر به هنگام شب این رانندگان اشاره داشتند. عبارت «همه کار دارند، ما هم کار داریم، این چه کاریست همه خوابند و ما بیدار» هم اشاره به همین موضوع دارد. برخی نیز به صورت طنزآمیز به معرفی شغل خود پرداخته بودند؛ مثلاً راننده نیشان‌وانتی که عبارت «موضوع انشا: تره‌بار» را نوشته بود اشاره به شغل خود یعنی حمل میوه و تره‌بار در میدان‌های تره‌بار داشت. خودروی نیشان‌وانت دیگری که عبارت «خودم میام می‌برمت» را نوشته بود بیان‌گر یدک کش بودن خودرو بود.

در نوشته‌های خودرو، برخی نیز عشق و علاقه خود به خودروشان را ابراز می‌داشتند و آن را به شکل‌های متنوع بیان می‌کردند. عبارت «کاخ سفید» که بر روی یک کامیون سفیدرنگ نوشته شده بود، علاوه بر آنکه اشاره به راحتی خودرو و علاقه صاحبش به آن داشت، به گونه‌ای هنرمندانه، کاخ سفید آمریکا را نیز در ذهن خواننده تداعی می‌کرد. عبارت‌های چون «قره‌بالا» (برگردان: بچه سیاه) نوشته شده بر روی پراید سیاه‌رنگ، «برفی» نوشته شده بر روی پیکان سفید، «قناری» نوشته شده بر روی نیشان‌وانت و «نازگلم» نوشته شده بر روی خودروی نیشان‌وانت، همگی بیان‌کننده علاقه و محبت رانندگان به خودروی خودشان بود.

برخی از نوشته‌ها، به گونه‌ای متفاوت، به بیان کشور سازنده و اولیه خودرو اشاره داشتند. عبارت‌هایی چون «زیبای آلمانی» که پشت کامیون بنز نوشته شده بود، «تبعیدی از فرانسه» و «سفارت فرانسه» که بر روی خودروهای پژو پارس بود، «سردار ژاپنی» و «پیرمرد ژاپنی» که بر روی خودروی نیشان‌وانت نوشته شده بود، «تبعیدی سوئدی» که بر روی یک کامیون ولوو قرار داشت و عبارت "Made in Korea" (برگردان: ساخت

کره) که بر روی خودروی پراید قرار داشت، تماماً به این موضوع اشاره داشتند. این نوشته‌ها، به گونه‌ای خلاقانه، با استفاده از عبارت‌های طنزآمیز و شورانگیز تلاش بر جلب توجه خوانندگان داشتند. البته دانستن چنین عبارت‌هایی نیازمند آگاهی خوانندگان از خودروها و کشور سازنده‌شان نیز بود.

#### ۴-۲-۳. عشق و معشوق

عبارت‌های بسیاری وجود داشتند که به زندگی صاحبان خودرو می‌پرداختند و بیانگر عشق و دلباختگی آن‌ها در طول زندگی‌شان بود. باتوجه به محتوای این دسته، می‌توان چنین عبارت‌هایی را به سه بخش تقسیم کرد، عبارت‌هایی که معطوف به گذشته‌اند و به شکایت از معشوق و دل‌شکستگی افراد می‌پردازند، عبارت‌هایی که معطوف به حال هستند و علاقه به معشوق را در خود دارند و عبارت‌هایی که عطف به آینده هستند و به معشوق طعنه می‌زنند.

برخی از نوشته‌های عاشقانه معطوف به گذشته بودند و از معشوق شکایت داشتند و دل‌شکستگی خود را بیان می‌کردند. عبارت‌هایی چون «بی‌تو با خاطرات چه کنم؟»، «امروز هم گذشت، با غم دوری‌ات چه کنم؟»، «عجب سرد است هوای نبودنت» و «همه دلتنگی‌هام باشه حلال» به از دست دادن معشوق و دوری از او اشاره دارند. برخی عبارت‌ها مانند «بی‌وفا نباش و نزار به نبودنت عادت کنم»، «دلت جای دگر بود و غمت گنج دل ما»، «زیبارویان بی‌وفایند»، «غمش از خودش باوفا تره» «سئون ترک ائتمز» (برگردان: آن کسی که عاشقت هست، ترک نمی‌کند) و «بیر گولی سئودیم اونودا ائشک یئدی» (برگردان: یک گل پسندیدم آن را هم آلاغ خورد) به بی‌وفایی معشوق اشاره داشتند. برخی از رانندگان، این مضمون را مانند مثال‌های زیر، به صورت شعر بیان کرده بودند:

«زندگی می‌کشد آخر به کجا کارت را باید از دور تماشا بکنی یارت را»

«نشو محبوب آن یاری که خود یار کسی باشد نرو بالای آن دیوار که دیوار کسی

باشد»

نوشته‌های عاشقانه بسیاری نیز بودند که نشان‌دهنده عشق و علاقه صاحبان خودرو به معشوقشان بود. این گونه نوشته‌ها معطوف به حال هستند و در زمان کنونی جریان دارند. نوشته‌هایی بودند که میزان عشق و علاقه به معشوق را بیان می‌کردند؛ عبارت‌هایی چون

«شاه‌نشین قلبمی»، «باور کن همه دنیام فقط تویی و بقیه تکراری‌اند»، «گر جذبه عشق اولسا گتیررم نئجه گلمز» (برگردان: اگر جذبه عشق وجود داشته باشد، آن را جذب می‌کنم و چاره‌ای جز این ندارد)، «بیر دنیا انسان، بیر انسان دونیام» (برگردان: دنیا پُر است از آدم ولی دنیای من تنها یک نفر است)، «نازارکم» (برگردان: عزیز خودم)، «ئه‌وین‌دار» (برگردان: عاشق و دلباخته) و «خوشه‌م دیوی» (برگردان: از تو خوشم می‌آید) در زمره این‌گونه نوشته‌ها قرار دارند. نوشته‌هایی نیز بودند که زیبایی و حالات معشوق را بیان می‌داشتند؛ استفاده از عبارت‌هایی چون «چاوکل» (برگردان: چشم‌سیاه)، «چاوشین» (برگردان: چشم آبی)، «چشمای تو رنگ خیالی داره» و «چشماتم قشنگه» بیانگر این نکته است.

برخی رانندگان با ترکیب خلاقیت، طنز و نوع خودروی خود، به بیان عشق و علاقه خویش به معشوق پرداخته و تسلیم شدنشان در مقابل معشوق را بیان داشته‌اند. عبارت‌های زیر از جمله این نوشته‌ها هستند: «نگاهت یگان ویژه بود و قلب من سایپای بی‌پلاک»؛ «در چاله‌چوله‌های عشقت، شافنرم شکست»؛ «روی قلبم نوشتم عشق ممنوع، عشق آمد و گفت بی‌سوادم» «تقصیر دلم نیست، نگاه تو زیباست».

نوشته‌هایی نیز بودند که طعنه به معشوق می‌زدند و به‌نوعی معطوف به آینده بودند. عبارت‌هایی مانند «خوب نگام کن، قراره خاطره شم»، «احتیاط کن و ازدواج نکن»، «یوخلوغوما قشنگ باخ کی وارلیغیم سنین اولمایاجاق» (برگردان: به نداریم خوب نگاه کن که دارا بودنم مال تو نخواهد بود) در این بخش قرار داشتند. می‌توان گفت که این نوشته‌ها به‌نوعی تخلیه هیجانی افراد نسبت به از دست دادن معشوق خود بودند.

#### ۴-۲-۴. خانواده

نوشته‌های بسیاری بودند که مهر، علاقه و محبت صاحبان خودرو به خانواده‌شان را نشان می‌دادند. نوشتن اسم فرزندان مانند «دلوین، الوین»، «پرهام»، «ژیکال»، «دانیال»، «آی‌پارا»، «امیرطاها»، «Ulduz»، «Noray»، «Baran»، «Setayesh» و «Ayman» روی خودرو از جمله راه‌های ابراز علاقه به فرزندان بود. علاوه بر این‌ها، نمونه‌هایی نیز یافت می‌شدند که اسامی اعضای خانواده، مخصوصاً فرزندان را در قالب یک عبارت بیان می‌کردند مانند: «نازنین‌زهر، عزیز و جان بابا»، «همیشه خاطیریم‌دسن پارلا بالام» (برگردان: همیشه در خاطریم هستی پارلای عزیزم)، «صدرا کوچولو»، «آسنا، دوزلو بالام»

(برگردان: آسنا، دختر بانمک من) و «شینا گیان» (برگردان: شینا جانم).

عبارت‌هایی در بین نوشته‌ها وجود داشتند که مهر و محبت به پدر و مادر را نشان می‌دادند و به گونه‌های مختلف، از زحمات پدر و مادر تشکر می‌کردند. نمونه‌هایی از این نوشته‌ها عبارتند از: «فدای چشمان دو دلبرم، اول پدرم، دوم مادرم»، «من از بچگی عاشق یک زنم، اونی که همیشه صدام زده پسر»، «گر پادشاه عالمی، آخر گدای مادری»، «خانه بدون مادر صفایی ندارد»، «پدر سایه‌ش، نه سرمایه‌ش»، «آنامین بیر باخیشی، کل دونیایه دیر» (برگردان: یک نگاه مادرم به تمام دنیا می‌ارزد) و «یاشاسین آتامی» (برگردان: زنده‌باد پدرم).

شعر زیر نیز که پشت یک پراید نوشته شده بود، به گونه‌ای دیگر لطف و ارادت به پدر را نشان می‌دهد:

«آنان که پدر، خدای خویش می‌دانند کفرش به کنار، عجب خدایی دارند»

### ۴-۲-۵. هویتی

بخش دیگری از نوشته‌ها را می‌توان در دسته مسائل هویتی قرار داد. اشاره به شهر و محل زندگی، نشان از توجه به مسائل هویتی این گروه از رانندگان دارد. برخی نوشته‌ها نیز به صورت آشکار، به قومیت خود اشاره می‌کردند؛ بنابراین این دسته را می‌توان به ۳ گروه تقسیم‌بندی کرد: نوشته‌های دارای نام شهر و روستا؛ نوشته‌های دارای نام منطقه و نوشته‌های با مضمون قومیت.

در حدود ۵۷ نوشته، شهر محل زندگی افراد ذکر شده بود. برخی‌ها به صورت مستقیم به شهر یا روستای خود اشاره کرده بودند، مانند: «ارومیه»، «سلماس»، «ملکان» و «زاوشت». برخی نیز نام قدیمی و یا اسم محلی شهرشان را بر روی خودروی خود نوشته بودند که این مسئله نیز دلیلی بر هویت‌طلبی ایشان بود، مانند «قوشاچای» که نام محلی شهر می‌باشد، «سولدوز» که نام سابق شهر نقده هست، «سابلاغ» که اسم قدیمی مهاباد می‌باشد و «توفارقان» که نام قدیمی آذرشهر است.

برخی با به خرج دادن خلاقیت، محل زندگی خود را به گونه‌ای دیگر معرفی کرده‌اند، مثلاً «شاری زیرک» (برگردان: شهر زیرک) که اشاره به حسن زیرک، خواننده کردزبان شهر بوکان دارد؛ و یا «از دیار شهریار» که صاحب این خودرو اهل بستان‌آباد (محل زندگی استاد شهریار) می‌باشد و با استفاده از این محتوا، به معرفی شهر خود

پرداخته است. خودروی دیگری نیز با نوشتن «عروسک باسمنج» علاوه بر تعریف و تمجید از خودروی خود، به بیان شهر محل زندگی خود (باسمنج تبریز) دست زده است. برخی دیگر از رانندگان، به بیان منطقه زندگی خود پرداخته‌اند و بعضاً به تعریف از آن دست زده‌اند. برخی از این افراد با نوشتن عبارت‌هایی مانند «آذربایجان» و «کردستان» به منطقه زندگی خود اشاره کرده‌اند. همچنین عبارت‌هایی همچون «جانیم آذربایجان»، «آناوردوم قره‌داغ» (برگردان: قره‌داغ سرزمین مادری من) و «روژه‌لات» (برگردان: سرزمین مشرق) در این دسته، جای می‌گیرند که افراد احساس و علاقه خود را به منطقه‌شان نشان داده‌اند.

نوشته‌هایی هم جود داشتند که بیانگر قومیت و حس قومیت‌گرایی افراد بودند. عبارت‌هایی چون «تورک‌اوغلو» (برگردان: فرزند تُرک)، «کورد» و "Ne mutlu Türküm diyene" (برگردان: خوشا آن کس که می‌گوید من ترک هستم) نشانگر این موضوع هستند. البته بعضی نوشته‌ها نیز به هویت ملی اشاره داشتند، مثلاً راننده‌ای که عبارت «فرزند ایران» را بر روی خودروی خود نوشته بود. همچنین عبارت زیر که در پشت خودروی نisanوانت نوشته شده بود، نشان‌دهنده ترکیبی از هویت‌های قومی و ملی به صورت هم‌زمان است: «من پسر ایرانم، ترکم، کوردم، آزادم».

#### ۴-۲-۶. روزگار

برخی از رانندگان، خودروشان را محل مناسبی برای بیان احساسات خود نسبت به روزگار دیده‌اند. برخی از عبارت‌ها، به شکایت از روزگار می‌پرداختند، برخی به بخت‌واقبال بد خود اشاره داشتند و برخی دیگر حسرت گذشته از دست‌رفته را می‌خوردند.

متن‌های فراوانی بر روی خودروها وجود داشت که به شکایت از روزگار اشاره داشتند. می‌توان گفت خودرو، محلی برای بیان کردن شکایت و گله از روزگار برای بسیاری افراد بود. عبارت‌هایی مانند «به دل نگیر خدا، دنیات اصلاً قشنگ نیست»، «ما اسیر روزهای سیاهیم، از شب گله‌ای نیست»، «بر ما سوخته‌دلان خنده حرام است»، «اورگیم قاندی فلک، رحم ائله آلاتما منی» (برگردان: دلم خونین است ای فلک، رحمی کن و مرا بیشتر از این، گریان مکن)، «یالان دونیا» (برگردان: دنیای دروغین) و «گیلیسیم بو دونیادان» (برگردان: از این دنیا گله‌های زیادی دارم) در این حیطه قرار می‌گیرند. برخی

افراد نیز با استفاده از متن‌هایی چون «ای فلک یازان قلممووا...» (برگردان: ای فلک بر سرنوشتی که می‌نویسی لعنت) و «بمیرد روزگار با خاطراتش» به نفرین دنیا می‌پردازند. برخی نیز به ناامیدی و دست شستن از دنیا اشاره داشتند؛ مانند: «سال‌هاست یک گلوله به مغزم بدهکارم» و «چوخ گوزل خیال‌لاریم واریدی، قسمت اولسا اولنده قبریمه آپاراجییام» (برگردان: آرزوهای زیادی داشتم، اگر قسمت شود، به هنگام مرگ، آن‌ها را به گور خواهم برد). برخی متن‌های نیز به مرگ اشاره می‌کنند و بیان می‌دارند که هرچه تلاش و کوشش در زندگی انجام شود، آخر و عاقبت مرگ است؛ این متن‌ها را نیز می‌توان در زمره ناامیدان قرار داد؛ متن‌هایی همچون «بیهوده متاز، مقصد خاک است»، «بر چرخ فلک مناز که کمرشکن است، مناز به ثروت زیاد که آخر کفن است»، «گشتم نبود، نگرد نیست» و «سکوت قبرستان را ببین، دنیا ارزش فریاد زدن را ندارد» در این دسته قرار می‌گیرند.

برخی دیگر هرچند از روزگار گله و شکایت دارند اما بر صبر، تحمل و گذر از روزهای سخت تأکید دارند. متن‌هایی به‌مانند «چون می‌گذرد غمی نیست»، «این نیز بگذرد» و «زندگی، بالاوپایین داره» اشاره به این دارند که هرچند روزگار بر وفق مراد نیست، ولی این روزهای بد نیز پایدار نیستند؛ بنابراین با دادن دل‌خوشی و امید به خویشتن، به زندگی خود ادامه می‌دهند.

بخشی دیگر از نوشته‌ها، اشاره به بخت و اقبال بد و نحس در طول زندگی دارند. این افراد بیان می‌دارند که در زندگی، با بدشانسی مواجه شده‌اند و خوشبختی نصیبشان نشده است. برخی از این نوشته‌ها عبارتند از: «کاش خوشبختی هم مثل مرگ حق بود»، «قشنگ‌ترین شادی من، غم بود»، «ای بخت...! وقتی من کار می‌کردم تو خواب بود»، «دل ز هرچه ترسید عاقبت همان شد»، «ویران شده را حوصله منت معمار نباشد» و "kara sevda" (برگردان: بخت و اقبال سیاه).

نوشته‌های نیز وجود داشتند که حسرت گذشته از دست‌رفته را بیان می‌کردند. عبارت‌هایی مانند «ای عمر ناآرام من، رفتی کجا»، «یاد ایام»، «جوانی المثنی نداشت» و «ای کاش زندگی دنده عقب داشت» از جمله این گروه هستند. شعر زیر را هم که در پشت یک کامیون نوشته شده بود، می‌توان در این دسته گنجانید:

«به دنبال هم، امروز و فردا گذشت چشمی به هم زدیم و دنیا گذشت»

دل میگه باز فردا رو از نو بساز ای دل غافل دیگه از ما گذشت»

#### ۴-۲-۷. انتقادی، شکوه‌ای و نصیحتی

عبارت‌هایی بودند که به دیگران معلوم یا نامعلوم کنایه می‌زدند، شکایت و گله از آن‌ها داشتند و بعضاً به نصیحت آن‌ها می‌پرداختند.

برخی خودروها، در نوشته‌های خود، به دیگران کنایه می‌زدند. این نوشته‌ها به‌مانند عبارت "no thing can stop me" (برگردان: هیچ چیزی نمی‌تواند من را متوقف سازد) به تمجید از خود می‌پرداختند و یا سعی در تحقیر دیگران و سایر خودروها داشتند مانند «خودتی»، «گازش بده، نازش نده»، «سانجی لانما گنچ گنت» (برگرد: بیا برو)، «سَس ائلمه» (برگردان: سروصدا نکن) و «یاواش دنقلی» (برگردان: کوچولو یواش). نوشته «صفاشو داریم، بنز نداریم» نیز که پشت یک خودروی پیکان نوشته شده بود، اشاره به داشتن روزهای خوش با خودروی خویش داشت و به گونه‌ای با این عبارت، به ثروتمندان طعنه می‌زد.

برخی نوشته‌ها از افراد نامعلومی که در صحنه حضور نداشتند، انتقاد می‌کردند مانند «به وقت تنگدستی، آشنا نیز بیگانه می‌گردد»، «تا نباشد آهنی، دورت نباشد آدمی»، «حسود غریبه نیست»، «به همین خیال باش» و یا «در صف دشمنان کسی جز آشنا نیست». شعر زیر هم در رده چنین نوشته‌هایی قرار دارد:

«بهر هر یاری که دادم به پاس دوستی دشمنی‌ها کرد با من در لباس دوستی

جان فدا کردیم و یاران قدر ما نشناختند کور باد دیده حق ناشناس دوستی»

برخی رانندگان، خودرو را محل مناسبی برای بیان تجربه خویش به دیگران دیده‌اند و جملاتی نصیحت‌وار برای دیگران بیان کرده‌اند. عبارت‌هایی مانند «خودتو پیدا کنی، بقیه‌ش هست»، «سکوت، سنگین‌تر از فریاد»، «حرف مردم کف پاست، قاضی فقط خداست»، «سعی کن با رفتار خودت رو ثابت کنی، ادعا رو که همه دارن»، «فرمانده باش، تاریخ از سربازها یاد نمی‌کند»، «سئو آمما سئومه‌یه زورلاما» (برگردان: عشق بورز اما عشق را مجبور نکن) و راننده آژانسی که بر در خودرو، عبارت «با خنده وارد شوید» را نوشته بود، از جمله این موارد هستند.

عبارت‌های نیز وجود داشتند که به بیان گله و شکایت از خود اشاره می‌کردند. عبارت‌هایی مانند «بازنده»، «خود بلای خویشتم به کجا بگریزم»، «واسه یه خط تجربه، یه

کتاب تاوان دادم» اشاره به شکست‌ها و کم‌تجربگی‌های فرد در طول زندگی‌اش دارند.

### ۴-۲-۸. طنز

نوشته‌های طنز فراوانی در میان نوشته‌های روی خودروها به چشم می‌خورد. هر کدام از این نوشته‌ها با بهره‌گیری از خلاقیت و طنز، مطلب و مضمونی را منتقل می‌کردند. صاحب خودروی پژو ۲۰۶ بر روی خودروی خود عبارت «من امیر نیستم...» را نوشته بود. با توجه به این که در جامعه، صاحبان خودروی ۲۰۶، افرادی لاابالی (البته به صورت غیرواقعی و به شوخی) مطرح می‌شوند، این راننده با نوشتن این عبارت تلاش کرده تا خود را فردی پاک‌سرشت و دور از چنین افرادی معرفی کند. بر روی خودروی پیکانی نیز عبارت انگلیسی "no airbag, we die like a real man" (برگردان: کیسه‌ها ندارد، ما به مانند یک مرد واقعی می‌میریم) نوشته شده بود. راننده این خودرو به شیوه طنز، نایمن بودن خودروی خود را نشان می‌دهد و بدان اعتراض می‌نماید. بر روی خودروی نیسان وانت نیز نوشته شده بود، «همه از من می‌ترسن، من از زخم»؛ این نوشته، به صورت طنزآمیز از یک طرف به ترس باقی رانندگان از نیسان‌وانت‌ها به خاطر رانندگی خطرناک آن‌ها می‌پردازد و از سوی دیگر، راننده به برخی مشکلات شخصی که در خانواده‌اش وجود دارد، اشاره کرده است. عبارت‌هایی مانند «سربایینی پرنده، سربالایی شرمنده» و «تو برو من میام» که پشت چند خودروی خاور نوشته شده بود، با لحنی طنزآمیز، به گذرو بودن خودروی خود اشاره داشتند.

### ۴-۲-۹. جوانمردی و پهلوانی

عبارت‌هایی در میان نوشته‌ها وجود داشتند که مردم را به لوتی‌گری، جوانمردی و دستگیری از ضعیفان دعوت می‌کردند. برخی از این عبارت‌ها، اصطلاحات قشر خاصی را بیان می‌داشتند مثلاً عبارت «رخصت» که بر روی چند خودرو نوشته شده بود مربوط به افراد لوتی مسلک است. عبارت‌ها و شعرهای دیگری نیز وجود داشتند که بر جوانمردی و زندگی بی‌منت تأکید می‌ورزیدند. نمونه‌هایی از آن‌ها در زیر آورده می‌شود:

«در تاریکی بمیر اما هرگز به روشنایی نامرد اعتماد نکن»

«آز یاشا، انسان یاشا» (برگردان: کم زندگی کن ولی انسان زندگی کن)؛

«گرچه صدسال در جاده سرگردان شوی بهتر از آن است که محتاج نامردان شوی»

«مردی نبود فتاده را پای زدن گر دست فتاده‌ای بگیری مردی»

#### ۴-۲-۱۰. سایر نوشته‌ها

نوشته‌های دیگری بودند که هرچند تعدادشان کم بود ولی محتوای خاص خود را داشتند. مضمون‌های چون فلسفی، تمنا، تبلیغات، سیاسی، تیم موردعلاقه، برندهای خاص، نام کشورها و آدرس اینستاگرام در این دسته جای می‌گیرند.

برخی نوشته‌ها بودند که حالت فلسفی به خود می‌گرفتند و تلاش داشتند در ذهن خواننده سوال ایجاد کنند و وی را به تفکر وادار نمایند. عبارتی همچون «اسرار ازل را نه تو دانی و نه من» که برگرفته از شعر خیام است، نمونه‌ای از این عبارات است. همچنین عبارت «عاقبت چه خواهد شد؟» سوالی را درباره هستی و پایان آن، در ذهن خواننده تداعی می‌کند. برخی نوشته‌ها هم مسائل اجتماعی را به‌صورت فلسفی بیان می‌کردند، مثل این نوشته: «یک با یک یکی نیست».

برخی از رانندگان، آرزو و خواسته خود را به شکل خاصی بیان می‌کردند. صاحب خودروی پرایدی که روی خودروی خویش نوشته بود «زانتیا کوچولو»، احتمالاً آرزوی داشتن خودروی زانتیا را در ذهن خود داشت و با این عبارت، پراید خود را زانتیا تلقی می‌کرد. صاحب سه‌چرخه‌ای که پشت آن عبارت «نیسان کوچولو» و پرایدی که عبارت «حالا که هرکی به هرکیه، ما هم ما کسیم» را نوشته بودند، احتمالاً چنین ذهنیتی داشته‌اند. سه‌چرخه‌ای دیگر عبارت «منم یه روز بزرگ می‌شم» را داشت. این نوشته نیز آرزوی صاحب سه‌چرخه برای دستیابی به خودروی گران‌قیمت‌تر را نشان می‌دهد. برخی رانندگان نیز، خواسته ثروتمند شدن را داشتند. عبارت‌های «ثروتمند زندگی کردن به از ثروتمند مردن» و همچنین «پول سوز اوغلانی فقط آناسی سئور» (برگردان: فرد بدون پول را فقط مادرش دوست دارد) اشاره به این مسئله دارند. مضمون این نوشته‌ها، اشاره به ثروتمند بودن و تلاش برای ثروتمند شدن دارد.

برخی از خودروها، نوشته‌هایی با مضمون‌های تبلیغاتی مانند تبلیغ بیمه، قالی شویی، محصولات آرایشی و بهداشتی، خدمات ساختمانی و ... داشتند. همچنین، شماره تماس و نام آژانس بر روی برخی نوشته شده بود. این عبارت‌ها تنها جنبه اقتصادی و کاری داشتند و تقریباً خالی از تحلیل فرهنگی بودند. هرچند که می‌توان به نوع‌شناسی تبلیغات مورد استفاده پرداخت اما در حیطه تحقیق حاضر جای نمی‌گیرد.

عبارت‌هایی با مضمون سیاسی در بین نوشته‌ها به چشم می‌خورد. عبارت‌هایی مانند

«سردار راحت ادامه دارد» و «مرد میدان» که اشاره به سردار قاسم سلیمانی داشتند، تبعیت و پیروی این افراد از اندیشه‌های سلیمانی را نشان می‌داد. عبارت «نه ساغ‌چیام نه سولچی، فوتبال‌چیام فوتبالچی» (برگردان: نه راست گرا هستم نه چپ گرا، تنها علاقه‌مند به فوتبالم) برای کناره‌گیری از سیاست و علاقه‌مندی به فوتبال اشاره دارد.

چندین نوشته نیز وجود داشت که بیانگر تیم موردعلاقه رانندگان بود. عبارت‌هایی چون «یاشاسین تراختور»، «تراکتور» و "Tractor" و «ینل یاتار، توفان یاتار، یاتماز تراختور بایراغی» (برگردان: باد از حرکت می‌ایستد، توفان فروکش می‌کند ولی پرچم تراکتور پایین نمی‌آید) بیانگر این امر است. باتوجه به این که تیم فوتبال تراکتور، محبوبیتی ویژه در بین اهالی منطقه دارد، این علاقه و محبوبیت به نوشته‌های خودرو نیز رخنه کرده است.

برخی رانندگان، برندها و اسامی شرکت‌های خاص مانند "puma"، "adidas"، "Marlboro"، "Irancell"، "pepsi" را بر روی خودروی خود نوشته بودند. معروف بودن این برندها و علاقه برخی رانندگان به محصولات این برندها، احتمال استفاده از آن‌ها بر روی خودروها بود.

برخی از رانندگان، نام بعضی از کشورها را بر روی خودروی خود نوشته بودند. عبارت‌هایی چون "Germany"، "Canada"، "Turkey"، "England" و «فرانسه» اشاره به نام کشورها داشت. احتمالاً، رانندگان این خودروها، علاقه خاصی به این کشورها داشتند و تصمیم بر نوشتن نام آن‌ها بر روی خودروی خود گرفته‌اند.

برخی از رانندگان اقدام به نوشتن نشانی صفحه اینستاگرام خود بر پشت خودرو کرده بودند. این امر به نفوذ فضای مجازی در زندگی عمومی مردم اشاره دارد. علت نوشتن این نشانی‌ها می‌توانست دلایل بسیاری داشته باشد؛ نخست با چنین اقدامی، طرفداران خود در صفحات مجازی را افزایش دهند، دوم به تبلیغ کار یا محصول خود بپردازند و سوم به صورت غیرمستقیم به به‌روز بودن خود اشاره باشند.

### ۵. نتیجه‌گیری

نظریه کنش متقابل نمادین اعتقاد داشت که انسان‌ها، به خاطر وجود نمادها، در برابر واقعیتی که خود را نشان می‌دهد، انفعالی واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه جهانی را که در

آن عمل می‌کنند، فعالانه ایجاد و بازایجاد می‌کنند. انسان به طور دائم، در حال معنا سازی با جهان پیرامونی است و عمل فردی، از طریق معنا سازی برای خود، در یک زمینه و بستر اجتماعی شکل می‌گیرد. باتوجه به همین امر، تحقیق حاضر تلاش داشت که با دسته‌بندی مضامین خودرو نوشته‌ها، ابعاد نمادین این ذهنیت‌ها را واکاوی نماید.

با واکاوی معانی مختلف خودرو نوشته‌ها، برخی از عناصر و ویژگی‌های فرهنگی و روان‌شناختی از میان آن‌ها استخراج گردید. خلاقیت از عناصر مهم در نوشته‌ها محسوب بود که رانندگان با ذوق خود، یک نوشته جالبی را خلق می‌کردند. خانواده دوستی، عنصر دیگری بود که رواج آن، بیانگر عشق و علاقه به خانواده در میان مردم این منطقه است. شوخ طبعی از دیگر عناصری بود که علاوه بر جلب توجه نظر دیگران، سبب خنده و ایجاد نشاط در خوانندگان می‌شد. عنصر هویت طلبی نیز بیانگر علاقه برخی افراد به محل زندگی و قوم خود بود که در نوشته‌های خویش، به دفاع از آن می‌پرداختند. عنصر مذهب گرایی نیز که گستره زیادی در میان نوشته‌ها داشت، حاکی از دین‌باوری عمیق افراد بود. هرچند عناصر ترس، اضطراب، ناامیدی و یاس نیز وجود داشتند اما در کنار آن‌ها، عنصر امیدواری و امیدبخشی نیز مشاهده می‌شد. فخر، افتخار و خودبزرگ بینی از عناصر دیگری بود که در میان نوشته‌ها وجود داشت. در مقابل آن، باید از عنصر انزجار و نفرت نیز سخن گفت که نسبت به روزگار، دیگران و بی‌وفایان ابراز داشته می‌شد. عنصر جوانمردی نیز از جمله عناصر رایجی بود که باور به فتوت و سخاوت را در میان افراد نشان می‌داد. استفاده از شعر شاعران و جملاتی از متفکرین اجتماعی نشان‌دهنده وجود عنصر فرهنگ دوستی در بین افراد است.

در راستای واکاوی ابعاد نمادین خودرو نوشته‌ها، اقدام به دسته‌بندی آن‌ها صورت گرفت. یافته‌های پژوهش در ۹ مقوله اصلی و یک مقوله سایر دسته‌بندی شدند. مقولات اصلی عبارت بودند از مذهبی، نوشته‌های مرتبط با خودرو و راننده، عشق و معشوق، خانواده، هویتی، روزگار، انتقادی و شکوه‌ای، طنز، جوانمردی و پهلوانی.

این مقوله‌ها، علاوه بر آن که نشان‌دهنده ذهنیت افراد است، به واکنش افراد نسبت به مسائل جهان اجتماعی نیز مربوط است. به عنوان مثال، رواج آیه‌هایی چون «و ان یکاد» و «ماشاء الله» علاوه بر آنکه نشانه اعتقاد بلاگردانی این عبارت‌هاست، نشان از آن دارد که افراد احساس می‌کنند امنیت اجتماعی جامعه در حد پایینی است و باید برای محافظت

خود از شر آسیب‌های این مسئله، به مذهب و توکل به خدا روی آورند. همچنین، این نوشته‌ها، با مضمون‌های کنایی، شکوایی و طنز بیشتر برای تخلیه هیجانی افراد صورت می‌گیرد. در صورتی که در جامعه، موانع و تابوهای زیادی وجود دارد و این موانع خود باعث می‌شود افراد احساسات و نیازهای خود را در قالب‌های مختلف بیان کنند که یکی از این قالب‌ها می‌تواند موضوع پشت‌نویسی خودروها باشد تا علاوه بر تخلیه خویش و انتقاد از جامعه، منجر به حفظ و تقویت انسجام جامعه شود.

می‌توان چنین بیان کرد که خودرو نوشته‌ها، به گونه‌ای نمادین، معنایی را به دیگران انتقال می‌دهند. این معناها علاوه بر آنکه ریشه در علایق، نگرش‌ها و ارزش‌های شخصی فرد دارد، برخاسته از متن زندگی اجتماعی است که حین کنش متقابل اجتماعی، در فراگردی از نفوذ متقابل ساخته می‌شوند. خودرو نوشته‌ها، بر ساخته رابطه میان کنشگران و جهان اجتماعی است که افراد به صورتی پویا و غیرانفعالی در برابر مسائل جامعه بروز می‌دهند.

## منابع

- توسلی، غلام‌عباس (۱۳۸۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: سمت.
- جلیلی، جواد (۱۳۷۴). ادبیات جاده‌ای، قم: وفایی.
- حسینی، سیده معصومه (۱۳۹۶). کتاب‌شناسی توصیفی-تحلیلی ادبیات عامیانه و فولکلور گیلان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه پیام‌نور: مرکز رشت.
- حمیدی، جعفر (۱۳۶۹). ماشین‌نوشته‌ها: شعرهای بلاگردان در باور رهنوردان بیدار، تهران: نشر مرز فکر، دنیای تمدن سبز.
- خطیبی، اعظم (۱۳۹۱). فرهنگ عامه با تأکید بر پشت‌نوشته ماشین‌ها، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال اول، شماره ۴: ۸۴-۶۵.
- دیوسالار، فرهاد (۱۳۹۴). ماشین‌نوشته‌ها از نگاهی دیگر، تهران: نشر سبز آرننگ.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۹). آسیب‌شناسی اعتماد اجتماعی در خودرو نوشته‌ها، فصلنامه اندیشه‌های ادبی، سال دوم، شماره ۵: ۱۳۴-۱۰۹.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۶). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، مترجم: محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- عرب‌یوسف‌آبادی، فائزه؛ عرب‌یوسف‌آبادی، عبدالباسط (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی ادبیات ماشین‌نوشته‌های عربی و فارسی براساس الگوی هلیدی، کاوش‌نامه ادبیات تطبیقی، دوره نهم، شماره ۲: ۳۸-۲۱.
- قربان‌پور آرانی، حسین؛ زارعی، عباس؛ عرب‌شاهی، الهام (۱۳۹۶). بررسی کارکرد اجتماعی - فرهنگی ماشین‌نگاره‌ها براساس مدل قوم‌نگاری زبانی هایمز، مجله مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال ۱۸، شماره ۳۸: ۲۰۰-۱۷۷.
- مقصودی، سوده؛ بهداروندی، ایوب؛ میر، محبوبه (۱۴۰۰). تحلیل محتوای کامیون‌نوشته‌های استان‌های سیستان و بلوچستان و اصفهان، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال ۱۰، شماره ۳۹: ۲۲۳-۲۰۵.
- هادیان طباطبایی زواره، سید جمال (۱۳۸۸). اُتول‌نامه: فرهنگ ماشین‌نویسی در ایران، تهران: نشر یک.
- Kitou, S. (2013). The Power of Culture in Diplomacy: The Case of U.S. Cultural Diplomacy in France and Germany, The Journal of Public Diplomacy, Vol.2, no 1. pp, 21-39.