



که نمی کند بلکه باب جدیدی را در این حوزه باز می کند.

وقتی یک راننده از مهربانی و رفیق بی کلک بودن مادر بر روی شیشه ماشینش نوشته و یا از جدایی از دلدار به پروردگار شکایت برده و این را در قالب یک بیت غمگین بیان کرده و یا از رفیق نارفیق گلایه کرده و به راننده ی ماشین پشت سرش زنه‌ار میدهد که از شر رفیق ناباب در امان باشد آیا نوشته هایش را با هدف و انگیزه نوشته؟ آیا راننده می خواسته از طریق ماشینش درد و دل کند؟ به عبارتی آیا ماشین ها و نوشته های پشت شیشه شان یک رسانه ی در حال حرکت به حساب می آیند؟

یکی از پژوهش های مهمی که در حوزه جامعه شناسی انجام میشود مربوط به سوژه ماشین نویسی و کامیون نویسی هست. من به عنوان یک جامعه شناس مطمئن نیستم که به این کار بتوانم به عنوان یک رسانه نگاه کرد. به عنوان مثال بعد از سال ها تحقیقات، پژوهش ها و گمانه زنی ها و ارایه نظریات بسیار، بدن به عنوان یک رسانه در جامعه شناسی مورد قبول واقع شد و به اثبات رسید.

بنابراین رسانه یک موضوع بسیار کلی هست و باید پشتش نظریه یا فرضیه ای باشد. بنابراین نمیتوان به چشم رسانه آن را مورد ارزیابی قرار داد ولی میتوان به آن به عنوان یک ابزار هویت فردی نگاه کرد. در جامعه ای که افراد اغلب از طریق فضای مجازی در حال شناساندن هویت خود به دیگری هستند و شکل به روز ارتباطات هر روز آپدیت می شود، هنوز هستند قشری

که تا دیروز ماشین و نوشته های روی آن معرفشان بود حالا بوسیله پیجشان در اینستاگرام پشت نویسی ماشینهایشان را به نمایش می گذارند و از این طریق خودشان را معرفی می کنند. یک ابزار هویت از طریق یک جمله بر روی شیشه ماشین است برای مای مخاطب به عنوان معرفی خط مشی فکری راننده که اغلب برای بیان تنهایی شان و پرکردن این تنهایی در جاده ها و بیابانها نوشته شده.

پس من نامش را از رسانه به ابزاری برای ابراز وجود یا هویت نمایی تغییر می دهم. چیز دیگری که وجود دارد در میان این قشر از افراد که قبلتر تعدادشان زیاد بود و الان کمتر شده است پایبندی و علاقه به فرهنگ عامیانه یعنی فرهنگ دست نخورده ایست که سالیان سال قدمت دارد و الان با گسترش فضای مجازی با هم خلط شده و سختتر میتوانیم آن فرهنگ خالص را بیرون بکشیم ولی میتوانیم آن را در این نوشته ها پیدا کنیم.

برخلاف اعتقاد برومند به عنوان یک جامعه شناس مبنی بر رد کردن ماشین نویسی به عنوان یک رسانه بسیاری از متخصصان علم ارتباطات بر این باورند که رانندگان را باید در نقش پیام رسان دید و اتوموبیل یک واسط بین راننده و مخاطب که احساسات راننده را منتقل میکند و از این جهت ماشین نویسی یک رسانه در حال حرکت محسوب میشود. از جوانی که پشت ماشینش نوشته بود هر کی با من در افتاد، ورافتاد! پرسیدم این نوشته را از کسی تقلید کردی نوشتی یا منظوری داشتی از نوشتنش؟

بله که منظور دارم. من میخوام هر پسری که با من طرح رفاقت میریزه و یا دختری که به من علاقمند میشه بدونه با کی طرفه و بچه پررو بازی در نیاره!