



#3 - 2017

مجله فرهنگی هنری آنگاه - تابستان ۱۳۹۶ - بیست هفتمین

- پیکان؛ رفاقت ۵۰ ساله -



مجله‌ی فرهنگی هنری آنگاه
تابستان ۱۳۹۶

پیکان: رفاقتِ ۵۰ ساله

مدیرمسئول، صاحب امتیاز و سردبیر:
آرش تنهایی

با انتار و نوستاری از:

کوروش ادیبه

شاهین آرمن

جانی افاجانزاده

علی پهرسی

باسن بهرسی

سید حسین بهزادی

نمدم بهشتی

بهمن جلالی

رضا جنادی

آرش حسن پور

سرحان چرچی

لیلا خدابخش

سهراب درباندری

انویسروان روحانی

حسین سلطانی

انیسپهلوی

کامران شیردل

فانج سهیما

جواد عاصمه

هشتنده عابدین

اسمانیل عیاضی

چاسم غصانیپور

بنوشه فرهنگت

ناصر قلوبی

چیا قوادی

تباس کاخنی

افسانه کامران

حسیر رستم کربی

بهمن کشاورز

حورا نعمد

فروراد نعمد

سعید میر

بهمن نامور مطلق

رسول نظرزاده

شهروز نظری

اصغر نوری

سعید نوری

شهرزاد هاشمی

پیمان هوشنگزاده

ترانه لدرا

یونس یونسیان

مشاور سردبیر: محمد طلوعی

با انتار و نوستاری از:

معاون > علی امیری راحی

کوروش ادیبه

مدیر هنری: ایمان صایعی

شاهین آرمن

دیپر تحریریه > حسین گنجی

جانی افاجانزاده

دیپر عکس: بهنام صدیقی

علی پهرسی

تحریریه:

سید حسین بهزادی

کیبورت ارشدی / امید اثارکی / ماریا شاهی

نمدم بهشتی

حسین شهرابی / مرضیه وفاهر

بهمن جلالی

عکاس: آینه فضل الهی

رضا جنادی

همکاران این شماره:

آرش حسن پور

سجاد ناغانی / علی خسروی

سرحان چرچی

شاهد صفاری / روش نوروزی

لیلا خدابخش

ویراستار: سعید خواجه افضلی و

سهراب درباندری

شووا خلیلی

انویسروان روحانی

نونه خوان: زهرا شهریان

حسین سلطانی

شکوه های اجتماعی: داوود ارسونی

کامران شیردل

مشاور رسانه: زینب لک

فانج سهیما

مدیر تولید: هویار اسدیان

جواد عاصمه

مدیر داخی: زیبه شادلو

بهمن جلالی

طراحی گرافیک و تولید:

هشتنده عابدین

استودیو ۰۹۸۲۱

اسمانیل عیاضی

- چاپ: اوج نیلی

چاسم غصانیپور

خیابان همایشان، خیابان اکباتان شرقی،

روزبه‌ی ایران خودرو، پلاک ۶

تلفن: ۰۲۱-۲۳۱۱۵۴۳۲

بهمن کشاورز

- بخشن کوشک‌ها: شرک‌گستر

حورا نعمد

تهران، ماد آباد، خیابان هفت‌دهم، شهریور، پلاک ۲۱

فروراد نعمد

تلفن: ۰۲۱-۶۱۹۳۳۰۰۰

سعید میر

- شنبه‌ی آنگاه:

بهمن نامور مطلق

تهران، خیابان کریم خان زند،

رسول نظرزاده

خیابان آنیا جنوبی،

شهرزاد هاشمی

تهران، کوچه طاووس، پلاک ۶۰، واحد ۹

پیمان هوشنگزاده

تلفن: ۰۲۱-۸۶-۳۴۱۹۱۰

ترانه لدرا

- پیش‌نیو: مهدیه

یونس یونسیان

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تهران، کوچه طاووس، پلاک ۶۰، واحد ۹

سعید نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تهران، کوچه طاووس، پلاک ۶۰، واحد ۹

شهرزاد هاشمی

تلفن: ۰۲۱-۸۶-۳۴۱۹۱۰

پیمان هوشنگزاده

- شنبه‌ی آنگاه:

یونس یونسیان

تهران، خیابان کریم خان زند،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

شهرزاد هاشمی

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان زند،

یونس یونسیان

خیابان آنیا جنوبی،

اصغر نوری

تلفن: ۰۲۱-۷۶-۳۴۱۹۱۰

- شنبه‌ی آنگاه:

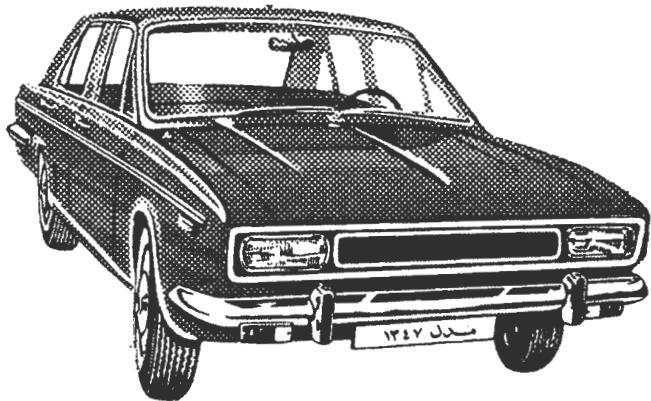
ترانه لدرا

تهران، خیابان کریم خان ز

پیکان مثل اسکناس بود که کهنه و نوبودنش در ارزش آن تغییری ایجاد نمی‌کرد؛ مثل فیل که مرده و زنده اش یک قیمت است.

شکست
۱۹۶۸

۱۳۴۷ پیروزی



قرونهاست که تمدن سریلاند ما نظم طبیعت را شناخته و میداد، سال ایرانی میداد،
گردش و حرکت در منظمه شمی است. ایران سال را با طبیعت آغاز میکند و
طبیعت با بهار نو میشود.

وقتی نوروز ۱۳۴۷ با رقص شکوفه‌ها فرامی‌رسد، سال ۱۹۶۸ که در شبهای
ییخ زده زمستان شروع شده کهنه و فرسوده شده است.
بیکان یک محصول ایرانی است و به تمدن ایران، تاریخ ایران و دانش کهن ایران
بستگی دارد. بهمین دلیل بیکان سال خود را با طبیعت آغاز میکند.
بیکان ۷) وقتی به بازار می‌آید که از عمر انواعی‌لهای ۶۸ ساله سیری شده است.
دو دنیای تکلیک، در دنیایی بر تلاش صنعت سعماه مدت کمی نیست و آنها که بیکان
۷) میخ نموده از اوتومبیل مدل ۶۸ در سراسر جهان بیش خواهند بود. بیکان
۷) سعماه نور، چوائز و به تکلیک دیده‌زدیکتر است. نوروز امسال پیروزی سال
۱۳۴۷ و شکست سال ۱۹۶۸ است.

پیکان

کارخانجات ایران ناسیونال

نموده نبوع مهندسین و دسترنج کارگران ایرانی

۷۸	۷
شیردل به روایت شیردل	سرمقاله < آرش تنهایی
۸۸	۸
پیکان به سبک هرمزی؛ گفت و گو با محسن میرزا نی	احوال دوران در آینه‌ی پیکان < سید محمد سید بهشتی
< محمد رضا پیرزاده	
۹۸	۱۳
زندگی پیکانی < نیما کاظمی و هدی افاجنژاد	پیکان: ظهور و سقوط افتخاری ملی < ناصر فکوهی
۱۰۸	۱۶
پیکان انقلابی عکس‌های بهمن جلالی و رعنا جوادی < بوس بونسان	رؤای پسران جوان < شهریور نظری
۱۱۶	۲۴
عشق به زندگی آمریکایی < تاریخ نیدا	پیکان: لقمه‌ی طنزتا اسطوره < اسماعیل نیما
۱۲۰	۲۸
خودرو حربیم خصوصی یا عمومی < بهمن کشاورز	شکارچی پیکان < گفت و کو با شاهین ارسین
۱۲۲	۳۰
ماشین‌های اندی وارهول < پاسن پیرسند	پیکان به مثابه‌ی تن < حسین کنجی
۱۲۶	۴۶
فرانسواز ساکان؛ دیوانه‌ی ماشین‌های اسپرت < سیلویا ریز؛ ترجمه‌ی اصغر بوری	پدران پیکان < فلاح صهبا
۱۳۰	۵۸
از «گتسی بزرگ» تا «باد در میان شاخه‌های بید» < موشته‌ی اندرو نیلر ترجمه‌ی علی امیر ریاضی	بن بست تفکر مونتاژ ایرانی < رسول نظرزاده
۱۳۶	۶۲
پیکان؛ اسطوره‌ی عقیم عصر مدرن - گفت و گو با دکتر بهمن نامور مطلق < حسین کنجی	جومه نارنجی، رخساره نارنجی < بنوشه فرهت
۱۴۶	۶۶
موسیقی پیکان < امید انصاری	موسیقی پیکان < امید انصاری
۱۵۲	۷۲
درباره‌ی آهنگ «تولد مبارک» < انشیروان روحانی	درباره‌ی آهنگ «تولد مبارک» < انشیروان روحانی

۱۴۴

خاطره‌های عزیز پیکان
۲۰۶

خوش رکاب، چشم مایی!
شبوزاد هنری

۱۶۰

پیکانی که هرگز به هدف

نشست

۲۱۲

اینک پیکان
سیب‌آب در باغ‌دری

۱۷۰

اتومبیل، یار شاطرو باز خاطر
لولا خدا نخشن

۲۱۶

شرکت ایران ناسیونال
به روایت ایرانیکا
موجان چخچی

۱۷۴

لوطی آهنی، داش آکل آهنی
داود ارسونی

۲۲۴

پیکان حکایت نسل سوخته
هنکامد عابدین

۱۷۶

قصه‌های من و بابام:
پیکان نازنجه

امیر سهرابی

۱۸۰

آه، ای پیکان ...
حسید رضا کویی

۲۳۰

پیکانی که بر ما گذشت
آرش حسن یور

۱۸۴

پیکانی که بود
کوروش ادبی

۲۳۴

قبرستان بزرگ خاندان
ایران ناسیونال
سعود مر

۱۸۸

پیکان شهر
حورا معتقد اینجی

۱۹۴

نگاهی به نمایش «عیاس آقا»
کارگر ایران ناسیونال
جواد عاملله

۱۹۸

پیکان به مثابه یک آلاینده
علی پهرمند

۲۰۲

پیکان دیگر رؤیای هیچ کس
نیست

سعد نوری

در شماره‌ی پیشین مجله‌ی «آنگاه» که درباره‌ی کانون پژوهش فکری کودکان و نوجوانان بود، از فریده فرجام یاد کردیم. آغازبه‌کار انتشارات کانون با نام فریده فرجام و اثر «مهمان‌های ناخوانده»‌ی او گره خورده است و بدون سخن گفتن از او و اثیش، روایت تاریخی «آنگاه» از کانون چیزی کم می‌داشت.

خانم فرجام، بعد از خواندن شماره‌ی پیشین مجله، صلاح دیدند تا روایت «آنگاه» را تکمیل کنند و با ارائه‌ی مصاحبه‌ی لی لی امیرآحمد و نامه‌ی رسی منوچهر انور که در آن از چندوچون نشر «مهمان‌های ناخوانده» در کانون گفته است، روایت خود را مستند نمایند. «آنگاه» وظیفه دارد تا نامه‌ی خانم فریده فرجام را با مخاطب خود درمیان بگذارد:

آقای تنهایی، سردبیر محترم مجله‌ی «آنگاه»
در شماره‌ی دوم مجله (بهار ۱۳۹۶)، نوشته‌ی آقای دکتر یاراشاطر در دانشنامه‌ی «ایرانیکا»،
درباری اولین کتاب انتشارات «کانون پژوهش فکری کودکان و نوجوانان»، اشتباه است.
با چاپ اسنادی که به این مجله داده شده است، این اشتباه را لطفاً صحیح کنید. در
یکی از این اسناد به مصاحبه‌ی خانم امیرآحمد، در سال ۱۳۴۵، به زبان انگلیسی،
اجراع داده شده است که ایشان گفته‌اند: «فریده فرجام اولین نویسنده‌ای است که
به کانون پیوسته و «مهمان‌های ناخوانده» اولین کتاب انتشارات کانون است». من
مهمان‌های ناخوانده را به سفارش آقای منوچهر انور برای فرانکلین / سخن نوشتم که
در آن زمان (۱۳۳۹/۴) چاپ نشد. به پیشنهاد من انتشارات کانون درست شد و با
معرفی من آقای انور کتاب «حاضر و آماده» را برای شروع کار انتشارات کانون (۱۳۴۵)
در اختیار مدیر عامل آنها گذاشتند. با چاپ نامه‌ی آقای انور مطلب روشن تر خواهد
شد. باید اضافه کنم که دکتر یاراشاطر و آقای احمد اشرف سال هاست که این دو سند
را نمیدهند گرفته‌اند و برخلاف قوانین بین‌المللی، اشتباه ایرانیکا را تصحیح نمی‌کنند و به
اعتبار آن لطمہ می‌زنند. خانم امیرآحمد هم، مدیر عامل سابق کانون، در مصاحبه‌ها و
نوشته‌هایش این دو حقیقت را انکار می‌کند که دلیلش بحث دیگری است.

با تشکر و احترام
فریده فرجام
آمستردام، ۲۱ خرداد ۱۳۹۶

رفاقت پنجاہ سالہ

چه بخواهیم و چه نخواهیم، پیکان بختی از تاریخ ماست؛ تاریخی که پیش از خوادنیش باید آن را نوشت. کاری که تا به امروز انجام نشده است. شاید اگر درمورد هریک از سوژه‌هایی که «آنگاه» انتخاب می‌کند، کار کاملی که حق مطلب را بیان می‌کرد، وجود داشت، یا دیگر سراغ آن نمی‌رفتیم، یا از زاویه‌ی دیگری به آن نگاه می‌کردیم.

پیکان پنجاه سال است که مهمان مردم ایران است، از شروع تولیدش، در اردیبهشت ۱۳۴۶، که آن را ثمره‌ی نیوج مهندسان و دسترنج کارگران ایرانی معرفی کردند تا مهمان بودنش کتمان شود، تا باعث افتخار ملی باشد، تا روزی که خودرویی شود که نخست وزیر سووارش می‌شود، تا امید به روزی که هر ایرانی یک پیکان داشته باشد، تا روزهای انقلاب که همراه و یار انقلابیون بود و همراه با انقلابیون، تزئینات و تجملاتش را کنار گذاشت؛ ساده‌تر شده، بدون تودوزی محمل، سپر استیل و زههای چوبی تا فقط سیکان، کار باشد.

رفیق روزهای جنگ و بازسازی که نشان داد صنعت کشوری که خودرو می‌سازد، می‌تواند در خدمت ساخت لوله‌ی تانک و خمپاره هم باشد. پیکان مهم آن سال‌ها که سکه بود و پول نقد، آرام‌آرام مرکبی بارکش شد تا فقدان حمل و نقل عمومی کارآمد را با مسافرکشی جبران کند و کمک خرج بسیاری از خانواده‌ها باشد. اما پیکان به موقع بازنشسته نشد و بسیار طولانی تراز عمر مرسوم هشت تا دوازده ساله‌ی یک خودرو عمر کرد. آن قدر طولانی که روزهای او جوش فراموش شد و داشتنش باعث سرافکندگی و خجالت. لاجرم پراید و پژو جایش را گرفت و صنعت خودرو هنوز هم از همان مدل ناکارآمد سال‌ها تولید کردن یک خودرو تعیین می‌کند. اما امروز پیکان همچون پدیده‌ی تاریخی دیگری ققنوس وار سربراورده تا در شایل یک خودروی کلکسیونی و کلاسیک دارندگانش به آن اختخار کنند و با داشتنش منزلت اجتماعی‌ای بیش از روزهای او جوش کسب کنند؛ آن هم در نظر نسلی که شاید هیچ خاطره‌ی نزدیک از روزهای اوج و افولش ندارد.

پیکان بی شک نزدیک‌ترین خودرو به ما ایرانی‌هاست. قطعاً نزدیکی پیکان به ایرانی‌ها، بسیار بیش از نزدیکی آرُو یا هیلمن به انگلیسی‌هاست؛ چیزی شبیه حس آلمانی‌ها به فولکس واگن، فرانسوی‌ها به سیتروئن و آمریکایی‌ها به کرایسلر. اما دانسته‌های ما از این رفیق پنجاه‌ساله بسیار اندک و پراکنده است. وقتی تصمیم به انتشار شماره‌ی سه «آنگاه» با موضوع پیکان گرفتیم، می‌دانستیم کار زیادی درمورد آن نشده و به قول دوستی با حریق چعروبدین مواجه‌ایم که مصاف با او کارآسانی نیست. همین تصمیم ترمان کرد که پس از «کافه و کافه‌نشینی» و «کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» به سراغ پیکان برویم و این شماره‌ی «آنگاه» سکان باشید.

«آنگاه» پیکان روایت‌های گوناگونی است از حضور پیکان در زندگی ما ایرانیان، از آغاز تا پنجاه سالگی اش.

مشکل ایجاد نموده است. هر چند که می‌توان این ایده را با توجه به محدودیت‌های موجود در سیستم اینکار نمود، اما ممکن است اینکار را با توجه به محدودیت‌های موجود در سیستم اینکار نموده باشید. این محدودیت‌ها ممکن است از دو گروه متفاوت باشند: ۱) محدودیت‌هایی که ممکن است از طرف سیستم ایجاد شوند و ۲) محدودیت‌هایی که ممکن است از طرف محیط ایجاد شوند.

هر که خواهد گو بیا و هر چه خواهد گو بگو
کبیر و ناز و حاجب و دریان پدین درگاه نیست

آخوند دولتی در لیونس پیکان | پل جنپی

سید محمد بهشتی

یک دهه است که پیکان را از خط تولید خارج کردند و آخرین استگاه آن را به موزه سپردند. می‌گویند در مدت ۳۸ سال حدود ۲/۵ میلیون دستگاه از آن به بازار آمده است، اما باور نمی‌شود. نه ذهنم این است که تیراژ پیکان باید به اندازه‌ی جمعیت ایران باشد؛ چراکه همان یک دهه‌ی پیش به هرسوکه نگاه می‌کرد پیکان می‌دیدی. هرجا می‌رفقی تو را با پیکان می‌برند. هرچه می‌خواستی با پیکان برایت تأمین می‌کردند و هر خبری می‌شنیدی پیکان هم در آن حاضر بود.

به یاد می‌آورم میانه‌ی دهه‌ی هفتاد، در یکی از میزگرد های صداوسیما درباره‌ی کارنامه‌ی خودروسازان کشور، وقتی مجری و کارشناس بر مشکلات پیکان پافشاری کردند، مسئول وزارت صنایع عصبانی شد و در پاسخ گفت: «در این کشور همه مشغول تولید پیکان هستند. مگر صداوسیما در برنامه‌سازی چه می‌کند؟ صداوسیما هم دارد پیکان تولید می‌کند».

این سخن در عین حال که حاکی از فرافکنی بود، اما در خود باری از واقعیت داشت: زیرا پیکان مثل فرزند معمومی بود که در دورانی بحرانی و دراماتیک از حیات خانواده به دنیا آمد و درست حقیقتی که همه چیزشروع به آرام شدن و بحران شروع به فروکش کرد، چشم از جهان فروبست. این بحران که تمام شئون و ارکان کشور را درنوردید، از دهه‌ی سی با دو جریان هم‌زمان در کشور قوام گرفت. نخست، ملی شدن درآمد نفت و ورود پولی بادآورده به این مالی کشور دوم، عزم حکومت برای اجرای سیاست‌های توسعه‌ای که کارشناسان ایالات متحده، این ستاره‌ی جلوه‌گر سخن‌های پسا جنگ جهانی، آن را طراحی کرده بودند. از جمله تبعاتش این بود که رؤیایی جدید برای زندگی ایرانیان ترسیم شد: به فاصله‌ای کوتاه تبدیل به آرزوی هر خانواده‌ی ایرانی گشت: داشتن دو یا سه فرزند تحصیل کرده، تلویزیون، لوازم خانگی جایی، ویلا در شمال و اتومبیل.



تهران، ۱۳۹۴ عکس از حسینعلی پیام خوار

پول بی حساب نفت والگوهای جالب مصرف رفته رفته طبقه‌ی متوسط شهری را پرور کرد که از طرف عضو جریان مولد سبک زندگی تازه و از طرف دیگر مصرف‌کننده‌ی محصولات آن بودند. بدین ترتیب، داشتن کولراچ و یخچال آزمایش و تلویزیون پارس از نان شب واجب تر بود و بالاتر از همه قهرمان صحنه هیلمن هانترز بود که در اردیبهشت ۱۳۴۶ قدم به میدان گذاشت و با نام پیکان سالاری کرد. شعار «هرایرانی یک پیکان» و نخست وزیری که با گل ارکیده بر سینه و پیپ برگوشی لب پیکان می‌راند چنان اثربخشید که پیکان در هر خانواده‌ی ایرانی، ولودر مدق کوتاه، برای خود جایی باز کرد.

مئل پیکان مثل بته گلی زیبا است که وقتی خریداری می‌شد گل‌های تازه و درشت بر خود داشت، اما هرچه گذشت گل‌هایش ریز و ریزتر و چروک و چروکیده ترشد؛ زیرا هرچه به نیمه‌ی دهه‌ی پنجاه نزدیک شدیم، آن الگوی رویایی خانواده‌ی ایرانی خیفت‌ترو واقعیت‌ترو نازل ترشد. فروپاشی شیرازه‌ی ساختار اداری کشور و نزول وضعیت زندگی در روستا به دلیل اصلاحات ارضی، ارزان شدن زندگی در شهر به واسطه‌ی اختصاص دادن سوبیسید، مهاجرت‌های گسترده‌ی حاشیه‌نشینان به شهرهای بزرگ، بریزپاش‌های مفصل، فساد فرآگیر، تورم و نارضایی‌های انباسته از پهلوی‌ها به انفجاری بزرگ مبدل و به سقوط رژیم منجر شد.

ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های وارداتی پس از انقلاب و فشار شدید جنگ تحمیلی به کاهش عرضه انجامید، اما تقاضاهای کچ و معجون افزایش یافته‌ی قبلی کمتر نشد. طبیعتاً، در این اوضاع، کسی دغدغه‌ی نواوری و افزایش کیفیت نداشت تا بازار را قبضه کند. برای همین در پیکان تا چهار دهه برقیک پاشنه چرخید؛ اتومبیل که آخرین مدل هیلمن هانترز بود، با وجود ورشکسته

را می دیدند. عالم خشک و خالی از کیفیت پیکان چنان گیرا و از خودبی خودکننده بود که وقتی مسئولین کارخانه ها و صنایع قصد می کردند تحولی در صنعت خودرو سازی ایجاد کنند و اتومبیل های تازه به خط تولید بیاورند سراغ مدل های زشت و خشکی مثل پاترول و جیپ صحراء می رفتند و ژیگول هایی که قصد پرداختن داشتند پاترول سواری را دستمایه‌ی آرزو های دورود را زیان قرار می دادند. گرگاب دریایی پیکان چنان فروخونده بود که عده ای، در آغاز دهه هشتاد، پیو ۲۰۶ را به اتهام ابتدا و زیبایی، طرد و تکفیر می کردند.

مثل پیکان مثل شتر زنبورک خانه بود که از هیچ جنجال و تهدیدی ابا نداشت و میدان را خالی نمی کرد؛ پیکان را می دیدی که همه‌ی کارها از سرویس مدرسه تا آمبولانس، از نعش کشی تا ماشین عروس، از مسافر کشی تا ماشین پلیس و از تراپری اداره ها تا دست فروشی را راه می انداخت. چنان استعدادهای نامکشوف از خود بروز داده بود که سازندگان و طراحان اولیه اش در خواب هم نمی دیدند. از یک طرف، مثل لباس کش باف بود که تن هر قائمی می رفت؛ چه یک نفر، چه پنج نفر، چه ده نفر، چه بر سقف و چه در صندوق عقب همه را بی تکلف جای می داد. از طرف دیگر، مثل بازیگری بود که تمام نقش های یک نمایش پر بازیگر را یک تنه اجرا می کرد. هم به اندازه کافی چاق بود که جای لول باری کند و هم به اندازه کافی لاغر که هاردی شود؛ بی هیچ باکی از آنکه شاید نتواند از عهده برآید.

این یکی از ویزیگی های جامعه بی بحران زده است که برای زنده ماندن و گذران معیشت به حداقل ها اکتفا می کند. در همان زمانه بود که اگر بقال محل پشت شیشه کاغذی می چسباند با این مضمون که «شیر رسید». هیچ کس از او نمی پرسید شیر این مارک است یا آن مارک، کم چرب است یا پر چرب، کم لاکتوز است یا بدون قند. همین که پس از انتظار در صفحه طولانی یک بطری مایع سفیدرنگ به کف می آمد، طرف کلاهش را هوا می انداخت.

پیکان مثل پاپتالی بود که برای یک مقصود خاص کاشته شد، اما در خواب غفلت با غبان همde عرصه ها را فتح و مجال نفس کشیدن را بر دیگران تنگ کرد. جولان پیکان پس زمینه هایی صحنه های شهر و جاده را پیکانی کرد. لبه لانی پیکان ها بود که گاهی اتومبیل های دیگر نیز دیده می شد. پیکان چنان حضور بی لطف و صفاتی خود را به سیطره ای تمام و کمال بدل

شدن کمپانی مادر و دست به دست گشتن و به باد رفتنش، همچنان با اصرار در ایران تولید شد و نه تنها نوآوری و خلاقیت خاصی به خود نداید، بلکه سال به سال از کیفیتش کاسته شد. برای همین پیکان ۴۶ همیشه بهتر از پیکان ۵۶ بود و پیکان ایران ناسیونال از تمام پیکان های تولید ایران خودرو یک سرو گردن بالاتر بود. این از عالم مخصوص پیکانی بود که هرچه کهنه ترمی شد، ارج بیشتری می یافت.

مثلاً پیکان مثل هندوانه درسته است که وقتی می خریدی هیچ معلوم نبود سفید و بی مزه است یا سرخ و شیرین. شاید هیچ نظری در تاریخ صنعت اتومبیل سازی جهان برای آن تنوان یافته که محصول قبل از تولید فروخته شده باشد و لازم نباشد تولید کننده خودش سرمایه گذاری کند؛ چه رسد به قرق بازی هایی مثل بزندینگ و مارکتینگ. پیکان در این زمینه کاملاً بی تکلف بود. با وجود سال ها درجا زدن، مشتریانی سینه چاک حاضر بودند برای خریدش در طرح های ویژه و مناسبی ثبت نام و پای عهدنامه‌ی ترکمانچای را با کارخانه امضا کنند؛ با وجود آنکه می دانستند باید حتماً یک سال یا بیشتر متعطل شوند و با وجود آنکه نقل کوچه و بازار بود فلاخ پیکانش را که از در کارخانه تحویل گرفت، در جاده مخصوص دیفارانسیلش افتاد. البته طبیعی است اتومبیل که هنوز تولید نشده است، سر ضرب فروش برود و دیگر گوش فروشنده بد هکار هیچ اعتراضی نباشد و داغ رسیدن از در کارخانه به تعمیرگاه را هم بر دل صاحب شش بگذارد؛ چه رسد به آب بندی شدن و با دل خوش گردش رفتن. این وضع، البته، از بابت خوش شانسی کارخانه یا هماقت خریداران نبود. در وضعیت بحران است که پیکان می تواند جا را برای قالی کمان تنگ کند و آنچه را که بزند که ارزش افزوده دیگر نباشد و هرچه بیشتریا می خورد، اعلاء ترمی شود؛ زیرا پیکان به کالائی سرمایه ای تبدیل شد و با وجود فرسودگی و افت کیف هیچ گاه ارزان نشد. پیکان مثل اسکناس بود که کهنه و نو بودنش در ارزش آن تغییری ایجاد نمی کرد. چون پیکان بود، در ذات ارزشمند بود. کارکردن و ارزش داشتنش دو موضوع مجزا بودند؛ مثل فیل که مرده و زنده اش یک قیمت است. پیکان بیش از این بود؛ کاری را انجام می داد که حتی از پس اسکناس هم برخی آمد. پیکان بر غنودار توم سوار بود و یک تنه بار بانک و صرافی را برای حفظ ارزش پول مردم بر دوش می کشید.

مثلاً پیکان به مثل دریایی قلزم می مانست که وقتی حاجاج بدان گفتار می شدند، نجات یافته و زنگ پرده های خانه ای خدا

ساخت که اگر از قضا سروکله‌ی گلی خوشبو و معطرپیدا می‌شد از خصال خویش خجالت می‌کشید؛ زیرا در وضعیت با عملکردها و کمیت‌ها و حداقل‌هاست، صحبت از زیبایی و رنگ یا عطر و طعم نوعی تحمل و غیرضروری محسوب می‌شود. به این اعتبار، پیکان خود به یک صفت بدل شد. در دوره‌ی سیطره‌ی بحران، لباس‌ها پیکانی بود، چون رنگ و دوخت نداشت و شیک نبود؛ غذای رستوران‌ها هم پیکانی بود، چون غذا را عرضه می‌کردند برای سیرشدن، نه برای خاصیت و قوت یا مزه و عطر؛ ساختمان‌ها هم پیکانی بود، چون بنا جایی بود که سقفنش فرو نریزد، نه فضای آرامش‌بخش و باصفا. همه‌ی ذهن‌ها با پیکان کوک شده بود و پیکان این اکستررا رهبری می‌کرد. حتی‌اگر چیزی پیکانی نبود به طرزی نامطلوب جلب توجه می‌کرد، چون هنجارشکنی مایه‌ی شرم‌ساری بود. در دوران از دست رفتن ارتش‌های کیف و سیطره‌ی کمیت‌ها، آن هم در نازل‌ترین مراتب، برای حفاظت در برابر سرما و گرماباید به جلی برسرکشیدن اکتفا کرد. پیکان به دلیل فراگیری و پرثماری‌اش، سادگی فنی، دسترسی آسان به قطعاتش و اینکه، در هر کوره‌راهی، هر دوچرخه‌سازی مدعی تعمیرش بود، استعداد زیادی برای بدل شدن به آن جلی را یافت که ماراز آسمان‌جلی بجات دهد. پیکان قارقارکی شد که بی‌تكلف و صمیمی به هرتزیب شده ما را به مقصد می‌رساند بی‌آنکه کسی از او توقع کروز کنترل و کولرداشته باشد. پیکان نه تنها بی‌ادعا تمام جاده‌ها را در می‌نوردید، بلکه مثل مهمانخانه‌ی متحرک برای مسافرانی بود که قبل امسافرت نرفته بودند و برای نخستین بار به شمال می‌رفتند و ازان برمی‌گشتند بی‌آنکه از پیکان پیاده شوند. علاوه بر این، ظرفیتش را داشت که به محل کاروکاسی تبدیل شود و مثل دکان و دفتری سیار به حفظ بقای خلق خدا امداد رساند و همه را مطمئن کند که سرگرسنه بر بالین نمی‌نهند.

با این همه استعداد در زندگی نوین شهری که به سمت هرجه کاستن از تولید و مصرف رانت‌های غیرمستقیم نفقی می‌تاخت و اینکه امروز را به فرد ایمن‌ترین شغل افراد شده بود، پیکان کم‌کم به یکی از اعضای خانواده تبدیل شد و از قضا نسبت به بقیه در زنده ماندن اعضای آن سهم بیشتری داشت. پیکان فرزندی خواستنی بود. هیچ قنایی نداشت. اگر بیست سال به چهراش دست نمی‌زند، هیچ نمی‌گفت. اگر چراغ‌های قبلی را برمی‌داشتند و چراغ‌بنزی جایش می‌گذاشتند، هیچ نمی‌گفت. اگر موتورش را برمی‌داشتند و موتور ۵۰۴ بر آن می‌گذاشتند، هیچ نمی‌گفت. اگر اتاق آن را برمی‌داشتند و اتاق ۴۰۵ روی آن می‌گذاشتند هیچ نمی‌گفت. گلدارهای پلاستیکی و گل‌های مصنوعی زشت، سی دی‌هایی که پشت بالابر شیشه می‌گذاشتند، زنجیری که پشت صندلی‌های عقب را محکم می‌گرفت و شلنگی دورش بود، دسته‌دنده‌هایی شفاف با سوسکی خشک شده در میانش و روکشی پشمalo برداشبوردش؛ همه‌ی این بی‌شخصیت شدن و ناکس شدن و ناچیز شدن‌ها را می‌دید و تحمل می‌کرد و دم برگی آورد.

خلاصه‌ی پیکان، در آن چند دهه برایکه نشستن بحران مدنیت، همچون فانوسی در تاریکی شهر، ما را به مقصدهای متنوع و متعددمان می‌رساند. اما از نیمه‌ی دهه‌ی هفتاد که به تدریج بحران فروکش کرد، نسل جدید با تمناهای مدنی به عرصه‌های شهری بازگشتند. سامانه‌ی عصبی شهرشروع به احیاء کرد، کیفیت دوباره معنادار شد، زیبایی و عطر و طعم مشتری پیدا کرد و شخصیت و هویت ارزش یافت.

با وجود آنکه بیشتر از یک دهه از پایان تولیدش نگذشته، پیکان چنان از زندگی ما محو شده است که انگار نه انگار روزگاری ما و او چنان عالمی با هم داشتیم. ردیای پیکان چنان کم‌رنگ شده است که نسل دهه‌های هشتاد و نواد از وجودش بی‌خبرند و اگر کسی بودنش را انکار کند به سختی می‌توان خلافش را اثبات کرد. در این اوضاع، خلفش، پراید، با تمام سعی و کوششی که می‌کند به گردپای پیکان هم نمی‌رسد.

هرچند، در دوران جدید، این پیکان است که از راه رفتن در خیابان شرمنده می‌شود؛ اما چه بخواهیم و چه بخواهیم، آینه‌ی پیکان یکی از بهترین آینه‌هایی است که نیم قرن از زندگی ما را در یکی از برهه‌های حساس تاریخ سرزمین کهن‌سالان منعکس می‌کند.*

پیکان، پیکان اینچارئ می

ناصر فکوهی

ورود خودروهای خارجی به ایران از ابتدای قرن بیست آغاز شد و تا نیم قرن بعد ادامه یافت؛ یعنی تا سال‌های پس از جنگ جهانی دوم (دهه‌های بیست و سی در ایران) داشتن یک اتومبیل امری اشراق به حساب می‌آمد و اندک شهرهای کوچک کشور، هرچند برقی از آن‌ها به سبک شهرهای اروپایی خیابان‌کشی‌های منظم و آسفالت‌هایی ندادشتند، عموماً خالی از خودرو بودند. عکس‌های قدیمی تهران با لکه‌های سیاهی که در خیابان‌های خالی گردش می‌کنند، امروز به یک نوستالژی تبدیل شده است که سن و سال دارها فقط در بعضی از روزهای نخست نوروز هر سال ممکن است خاطری دور دستی از آن را در چند خیابان به یاد آورند. هرچند در شهرستان‌ها این امر اتفاق نسبتاً تازه‌تر است و عمری بیشتر از بیست یا سی سال ندارد.

در کمتر از هفتاد سال پیش، در قام شهرهای ایران به موقعیتی می‌رسیم که حتی وسائل حمل و نقل عمومی نیز به تدریت دیده می‌شد و هنوز در شکه چی‌ها رفت و آمد می‌کردند. تک و توک اتوبوس‌ها و تاکسی‌های نیز خاص گروه محدودی از شهرنشینان در شهرهای بزرگ بودند که به طبقه‌ی ثروتمند و یا متوسط تعلق داشتند. هنوز خیابان‌ها از جانوران بارکش پر بودند و حال و هوای آشکارا روستاپی، نه همچون امروز به ظاهر شهری و در نهان روستاپی، حاکم بود. نخستین اتوبوس را معین التجار در رشت خریداری کرد و پس از انقلاب مشروطه، در حدود سال ۱۳۰۰ شمسی، به تهران آورد و شد و تعداد اتوبوس‌ها رفته‌رفته در تهران و برقی از شهرها افزایش یافت. اولین خط اتوبوس رانی در تهران، در سال ۱۳۲۵، در مسیر بازار تا میدان فوزیه‌ی آن زمان (امام حسین کنونی) با نود دستگاه تأسیس شد. نخستین تاکسی‌ها هم ظاهراً به ابتکار فخر الدله،

دختر مظفرالدین شاه، یا علی امینی، پسر فخر الدوله، که نخست وزیر بعدی ایران بود، در سال ۱۳۲۴ ظاهر شدند. خاطره‌ی تاکسی‌های بزرگ مشکی، سیاه و سفید و بعد هنارنگی رنگ، تاکسی‌های خطی و بین شهری بنزآپی رنگ، اتوبوس‌های رنگارنگ و به خصوص اتوبوس‌های دو طبقه‌ی قرمزرنگ هنوز در ذهن برخی از کهنسالان زنده است. حال و هوای طبقه‌ی دوم اتوبوس‌ها را نیز هنوز می‌توان در یادداشت کسانی یافت که امروز همچون من در ششمين دهه‌ی زندگی خود هستند و می‌دانند که چه روزهای پرماجرای در اتوبوس‌ها، در صفحه آنها و چه جنجال‌ها و سریه‌سرا گذاشته‌ها و سرگرمی‌ها داشتیم. ما، در دهه‌ی چهل، آخرین تفریح‌ها را با اتوبوس‌های قرمزرنگی داشتیم که به تدریج شهر را پرمی‌کردند. اتوبوس‌هایی که خود آخرین بازمانده‌های دهه‌ی پیشین بودند و همه چیزرا دگرگون کردند.

با کودتای ۱۳۳۲ دکتر مصدق برکtar شد، اما جنبش ملی کردن صنعت نفت که وی پایه‌گذاری کرد و موقیت‌های رئوپولیتیک جدید سبب شد کمپانی‌های نفتی وادرار شوند که استقلال نسبی کشورهای منطقه را پینزیرند و گاه همچون کشورهای عربی خود به آن سازمان بدنه‌ند. از اواخر این دهه، با گسترش درآمد نفتی تقریباً همه چیزیه ویژه در سطح شهری و حمل و نقل در آن تغییر کرد. اکنون، نظام استبدادی که از کودتای ۱۳۳۲ بیرون آمده بود، تمايل داشت مدرن بودن خود را با گسترش طبقه‌ی متوسط نشان دهد و این گسترش را به دلیل ماهیت سنت‌گرای خود، بیش از هر چیز، در بهبود بخشیدن موقعیت مادی این طبقه و حقیقت از آن بدل در افزایش امکانات جدید و خودنمایی سرمایه‌های مادی این طبقه می‌دید. از آن پس، صاحب ماشین شدن به بارزترین شکل برخورداری از ثروت تبدیل شد. در شهرهایی که هر روز برتعداد و جمعیتشان افزوده می‌شد، موقعیت «پیاده‌ها» شکلی از «تازهواردهای روستایی» را نشان می‌داد که در برابر آن «سوارة بودن» به یکی از شکل‌های بیرونی ثروت در جامعه‌ی ما بدل شد و تا امروز ادامه یافته است و گویای نوعی اصالت و شهنشیانی است. البته هرچه بیشتر ابعاد، نوع، ساخت و بهای خودرو در این خودنمایی مؤثراً فتاد و به مؤلفه‌هایی اساسی در ارزشیابی اجتماعی بدل شد، به خصوص در میان تازه‌به‌دوران رسیده‌ها که رفته‌رفته به اکثریت مطلق جامعه‌ی ما تبدیل شدند. آنچه از آن زمان تا امروز تغییر نکرده، رابطه‌ی سلسله مراتبی است که در پایین ترین ردیف آن فرد پیاده (نشانه‌ای از روستایی تازه به شهر وارد شده) قرار داشت و به سواره‌ها، در سلسله مراتبی بسیار گسترش از اتوبوس سوار و تاکسی سوار (مسافرکش‌ها، تاکسی‌ها و آژانس‌های اختصاصی) و سرانجام اتومبیل سواران، از ازان ترین تا گران‌ترین آن‌ها، می‌رسید. ارزش‌هایی که بدین ترتیب از طریق یک نظام نشانه‌شناختی وارد نظام اجتماعی شد، چنان در کنشگران درونی گردید که امروز نه تنها نظام شناختی و زبانی ما بلکه کشنده‌ای روزمره‌ی ما را نیز، به طور ناخودآگاه، در برگرفته است. مفهوم «صف» از صفت اتوبوس تا صفت بقالی و صفت تاکسی بیشتر از آنکه در ذهن ایرانیان مفهوم «نظم» را تداعی کند، «محرومیت» را القاء می‌کند. همان طور که مفاهیمی چون «پیاده» بودن.

از همان ابتدا، اشاره‌شروعند یا تازه‌به‌دوران رسیده‌های آن زمان که امروز نیز وجود دارند، پیکان را با واژه‌ی «وطنی» تحریر می‌کردند، اما این خودرو به رؤیایی واقعی برای بسیاری از ایرانیان بدل شد. نظام خرید قسطی که شیوه‌ای جدید و حاصل شبکه‌های بانکی نوین و گسترش بی‌پایان نهادهای دولتی بود رفته‌رفته همه را به کارمندان خود تبدیل می‌کرد، همچنین حقوق و مزایایی که در پایان ماه از راه می‌رسید، امکان خرید آن را فراهم می‌کرد. پیکان روایت تأمل برانگیز دارد، روایتی که هم عمری طولانی و چهل ساله را نشان می‌دهد و هم سقوطی از برج افتخار طبقه‌ی متوسط به خودروی مسافرکش‌ها و سرانجام، پایانی غم انگیز برای سپدن جایگاهش به خودروهای ارزان قیمت خارجی مانند پراید، اتومبیل کره‌ای، که آرام آرام به پیش می‌آمدند. رواج این خودروها در کنار رشد حمل و نقل عمومی متوریزه سبب شد که مفهوم پیاده بودن در برابر سواره بودن به مفاهیمی گسترش و عمیق در نظام زبان شناختی ماتبدیل شوند.

افزایش درآمدهای کشور و وجود نظام استبدادی و قبیله‌ای با پادشاهی در رأس آن که تغایل شدید داشت تا خود را مدرن نشان دهد و شاید ویرگی ای که از پدرش به ارث بده بود و آن تغایل غریبیش به هیتلربود، سبب شد که شعار «هرایرانی یک پیکان» از دهه‌ی چهل مطرح شود. در ایران، پیکان تا اندمازه‌ای با توجه به الگوی ماشین مردمی (فولکس واگن) هیتلر شکل گرفت. الگویی که پیش و پس از جنگ جهانی دوم در آمریکا با فورد، در ایتالیا با فیات، در فرانسه با سیتروئن، در شوروی با مسکوویچ و در آلمان شرق با ترابانت اجرا شده بود. بنابراین، ساخت طبقه‌ی متوسط از نیمه‌ی قرن بیستم، یعنی دهه‌ی پنجاه میلادی که برابر با سال‌های سی شمسی در ایران است، شروع شد که براساس تغییر نظام مصرف در حركت شهری (خودرو)، نظام رسانه‌ای (مصرف روزافرون رادیو، تلویزیون و مطبوعات)، نظام خانه (گسترش خرید و استفاده از وسایل خانگی) و سرایحانم، نظام آموزش و مسکن (افزایش تعداد افراد از طبقه‌های متوسط و پایین در دبیرستان‌ها و دانشگاه‌ها و الگوی مسکونی آپارتمان) طراحی شده بود و اساس راهبردی سیاسی برای تشییع حوزه‌ی سیاسی در شهر تصور می‌شد و از طریق استقرار یکی از ستون‌های اصلی ساخت طبقه‌ی متوسط جدید عمل می‌کرد. با این تفاوت اساسی که چنین نظامی در کشورهای سوسیالیستی طبقه‌ی متوسط را گسترش دهنی خواست و آن را سلسه‌های مراتبی می‌کرد و سرنوشتیش را در وابستگی به حزب واحد و قدرت آن پیوند می‌زد و در نظام‌های سرمایه‌داری به پاییندی به اصل نظام دموکراتیک؛ یعنی، تفویض اختیار انتخاباتی و اعتماد مطلق به حوزه‌ی سیاسی مبنی بر نظام دوچرخی.

در غرب، که ایران نیز به دلیل وابستگی سیاسی از آن الگویی گرفت، مسئله ساختن طبقه‌ای بود که نه آنقدر ثرومند باشد که بتواند اتومبیل‌های خارجی بخرد و یا از سفر خارج با ماشین نوبرگردد (این امر در بخشی از طبقه‌ی متوسط در سال‌های آخر رژیم گذشته رایج شده بود). و نه آنقدر بپول باشد که حاضر شود در صفح طولانی فقرای شهری به انتظار اتوبوس بایستاد و یا در خیابان‌های تاکسی‌های جمعی راجست وجو کند. آنس‌ها دیرتر و از اواسط دهه‌های پنجاه و شصت در ایران رواج یافتند. نخستین پیکان در سال ۱۳۴۶ تولید شد و نخست وزیر وقت با سربلندی پشت فرمان آن عکس گرفت. این افتخار ملی حتی توانست به فاصله‌ی چند سال مدل‌هایی برای انتقال اتوبوسی نسل نخست به نسل دوم نیز فراهم کند؛ از سال ۱۳۵۰، پیکان دولوکس و پیکان جوانان و رقبایی همچون آریا روانه‌ی بازار شدند. اکنون، خانواده‌های متوسط به بالا هم می‌توانستند برای فرزندانشان این خودرو را بخزند که با تجهیزات لوکس، چرم‌کاری و چوب‌کاری و با زنگ‌های جوانپسند و با قدرت و توان در خور آن‌ها عرضه می‌شد. بدین ترتیب، پیکان شهرها را در طی چهل سال اشغال کرد و نتیجه‌ی آن الودگی بی‌پایان همین شهرها و از میان رفتان مفهوم پیاده و پی ازش شدنش در نظام اجتماعی بود.

در دهه‌های چهل و پنجاه، پیکان موقعيتی ملی محسوب می‌شد و این تصویر با تصاویر دیگری از پول‌های بادآورده‌ای ترکیب می‌شد که ظاهراً خبر از موقعيت‌های بزرگ رشد و توسعه می‌داد. در میدان ونک، جایزه‌ی بزرگ قرعه‌کشی برای بليت‌های بخت‌آزمایی یک پیکان پراز اسکناس بود. پیکان‌ها همراه با سایر جوايز عجیب و غریب و افسانه‌ای اين سال‌ها اغلب زوج‌های موفق و خیره‌کننده‌ای را تشکیل می‌دادند. ازاخرده‌هی پنجاه با وقوع انقلاب اسلامی، تغییر در شیوه‌های توزیع ثروت در جامعه، به خصوص پس از گذشت دوران دشوار آغازین جنگ تحملی، ورود خودروهای رقیب و با فرایند گستردگی تبدیل شدن پیکان به ابزار کار (مسافرکشی) کم کم از اهمیتش کاسته شد؛ ولی، در نهایت سقوط آزاد این خودرو از دهه‌ی هفتاد شروع شد. هرچند همتای فقیرانه‌تری به نام زیان داشت که نمونه‌ای ایرانی از سیتروئن دوشویی فرانسوی بود.

در ابتدا، سقوط پیکان با رواج خودروهای ارزان قیمت و کم توان اما آبرومندانه ترمانند زنده که از چند سال پیش تولید می‌شد، آغاز شده بود و طبقه‌ی متوسط را به سوی خود جذب می‌کرد. سپس نوبت به یک رقیب جدی کره‌ای رسید؛ پراید دهه‌ی هفتاد را در رأس نظامی از خودغایی‌های بیرونی ثروت طی کرد، اما در جایه‌جایی‌های شتاب‌زده‌ی رده‌های اجتماعی پایین کشیده شد تا ناقوس مرگ پیکان را به صدا درآورد. در این میان، ساخت



بیرون، ۱۳۹۱ | عکس از فردین نظری

مدلی به نام پیکان آردي یا پژو پیکانی، یعنی خودرویی با بدنه‌ی پژو و موتور پیکان، آخرین تلاش برای حفظ اعتبار طبقاتی پیکان بود که به دلیل نپذیرفتن معنایی این ترکیب نامتعارف خارجی/ داخلی با تحقیر عمومی روبه رو شد.

افتخار ملی دیروز، ازیکسو، هدف جمله‌های حامیان محیط‌زیست قرار داشت که آن را خودرویی پر مصرف و ناکارآمد اعلام می‌کردند و از سوی دیگر، نمادی از مسافرگشی و درواقع بی‌کاری و نداشتن حرفة‌ی ثابت و تحصیلات کافی بود که نوعی انتزجار را نزد نوکسگان جدید شهری ایجاد می‌کرد، زیرا آن‌ها را به یاد گذشته‌های نه چندان دور خودشان می‌انداخت. سرانجام، در مراسمی رسمی، آخرین پیکان در اردیبهشت ۱۳۸۴ از خط تولید خارج شد و جای خود را به همتای کروایی، پراید، داد که سرنوشتی نه چندان متفاوت در انتظارش بود. البته، خیابان‌های شهرها به اشغال تعداد زیادی خودرو درآمد؛ از خودروهای خارجی به ویژه فرانسوی و بعدها آلمانی و چینی گرفته تا خودروهای داخلی که اغلب مونتاژ خودروهای خارجی بودند. این روند تا زمان ساخت خودروی ملی، سمند، ادامه یافت. درنهایت، آن‌ها نه فقط وسیله‌ی جابه‌جايی، بلکه به عامل اصلی مرگ و میر جوانان در تصادفات و مرگ و میر ساکنان شهرها به دلیل آلودگی هوا تبدیل شدند.

با خروج آخرین پیکان و تبعید آنچه باقی مانده بود به شهرستان‌ها و درنهایت فروش آن در کشورهای فقیری نظیر پاکستان و افغانستان سقوط غم‌انگیزی رقم خورد. این خودرو اوج امپراتوری خود را در ثروت و قدرتی تعبیر کرده بود که در فیلم‌های تبلیغاتی تولد پیکان (۱۳۴۹) به سفارش برادران خیامی و به کارگردانی کامران شیردل و با آهنگ سازی انوشیروان روحانی شاهدش بودیم. شعرو آهنگ «تولدت مبارک» ماحصل آن دوران است که در سال‌های بعد به ترانه‌ای دوست‌داشتنی برای همه‌ی کودکان دیروز و مردان وزنان امروز ما تبدیل شد. *