

ORIGINAL ARTICLE

Vehicle Inscriptions as Legitimation Discourses: A Critical Analysis Based on Van Leeuwen's (2008) Framework

Parvini Sadeghi¹, Masoud Dehghan^{*2}, Sayed Ahmad Parsa³

1. Ph.D Candidate, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Language and Literature, University of Kurdistan, Sanandaj, Kurdistan, Iran.

2. Associate Professor, Department of English Language and Literature and Linguistics, Faculty of Language and Literature, University of Kurdistan, Sanandaj, Kurdistan, Iran.

3. Professor, Department of Persian Language and Literature, Faculty of Language and Literature, University of Kurdistan, Sanandaj, Kurdistan, Iran.

Correspondence:

Masoud Dehghan

Email: m.dehghan@uok.ac.ir

Received: 04/Jun/2025

Revised: 26/Jul/2025

Accepted: 14/Oct/2025

How to cite:

Sadeghi, P.; Dehghan, M.; Parsa, S.A. (2025). Vehicle Inscriptions as Legitimation Discourses: A Critical Analysis Based on Van Leeuwen's (2008) Framework, *Journal of Sociolinguistics* 8 (32), 19-37. (DOI: [10.30473/jl.2025.74781.1695](https://doi.org/10.30473/jl.2025.74781.1695))

ABSTRACT

Vehicle inscriptions, as a form of vernacular media, provide a platform for articulating the perspectives, values, and attitudes of marginalized social groups—particularly drivers—who are often excluded from access to official media. This study aims to critically analyze the mechanisms of legitimation and delegitimation embedded in these inscriptions, employing Theo van Leeuwen's (2008) framework of critical discourse analysis. Methodologically, the study is qualitative and follows a descriptive-analytical approach. The data consist of 4,810 inscriptions collected from three authoritative textual sources: Autol-nameh (Hadian Tabaei Zavareh, 2010), Machine Inscriptions (Parsa, 2011), and Machine Inscriptions: Apotropaic Verses (Hamidi, 2002). The inscriptions were coded and analyzed based on Van Leeuwen's legitimation strategies, including authorization, moral evaluation, rationalization, and mythopoesis. The findings indicate that vehicle inscriptions not only legitimize discourses such as religiosity, patriotism, family loyalty, and lawfulness but also play a critical role in delegitimizing discourses surrounding economic inequality, institutional inefficiency, gender discrimination, consumerism, and public distrust. The high frequency of strategies like moral evaluation and rationalization reveals that these inscriptions function beyond mere aesthetic expression; they serve as powerful discursive tools for reflecting and contesting dominant ideologies in contemporary Iranian society.

KEYWORDS

Critical Discourse Analysis, legitimation discourse, Van Leeuwen, vehicle inscriptions.



Introduction

The aim of this study is to analyze these processes of legitimation and resistance by applying Theo van Leeuwen's (2008) framework of Critical Discourse Analysis (CDA). By doing so, the research highlights how language practices outside formal institutions participate in shaping collective ideologies and values. Vehicle inscriptions (*māšīn-neveštéhā*) represent one of the most vivid forms of Persian vernacular media, offering a lens into the everyday discourse of Iranian society. These short texts, painted or pasted onto the backs of trucks, taxis, or private cars, constitute more than decorative or humorous elements: they act as discursive sites where values, beliefs, and critiques are publicly articulated. Unlike mass media, which are often regulated and tied to elite or institutional voices, vehicle inscriptions belong to marginalized groups—especially drivers—who lack access to official communicative platforms. The problem that motivates this study lies in the dual function of these inscriptions: they are simultaneously vehicles of *legitimation*—affirming religious piety, family values, nationalism, or obedience to law—and of *delegitimation*—challenging institutional inefficiency, consumerism, gender relations, and economic inequality. Their seemingly mundane presence raises a fundamental research question: *How do vehicle inscriptions contribute to the construction of social reality by legitimizing or delegitimizing dominant discourses in Iranian society?*

Literature Review

Scholarly attention to vehicle inscriptions has typically been descriptive or folkloric, emphasizing their stylistic and cultural dimensions. Hamidi (2002), Parsa (2011), and Hadian Tabaei Zavareh (2010) compiled large collections of inscriptions, treating them as part of popular poetry and road literature. Linguistic analyses, such as those by Zandi and Samayi (2010), have examined identity and gender orientation in inscriptions across different cities. Husseinpour Dehnavi (2017), using Fairclough's model, analyzed inscriptions as road discourse, emphasizing their role in regulating collective behavior. Ghorbanpour Arani et al. (2017), from an ethnographic perspective, explored inscriptions' socio-cultural roles in shaping communicative norms.

Parallel to these studies, research on legitimation within CDA has largely focused on institutional and media texts. Works such as Hayati and Arabzadeh (2019) applied van Leeuwen's model to literary and governmental discourses, showing how moral and rational evaluations create legitimacy for governance. However, little research has examined how informal, popular discourses—such as vehicle inscriptions—deploy legitimation strategies. This study, therefore, fills a gap by situating inscriptions within the broader field of legitimation discourse, bridging vernacular culture with CDA scholarship.

Theoretical Framework

The study employs Theo van Leeuwen's (2007, 2008) theory of legitimation, a central framework in CDA. Van Leeuwen argues that discourses do more than describe social reality: they actively work to make practices and ideologies appear natural, acceptable, or inevitable. His model identifies four major strategies:

1. Authorization – invoking authority, law, tradition, or role models as the basis of legitimacy.
2. Moral Evaluation – appealing to shared values, often expressed through evaluative adjectives or moral judgments.
3. Rationalization – offering logical, instrumental, or theoretical reasoning to justify practices.
4. Mythopoesis – using stories, myths, or narratives to reward legitimate actions and punish illegitimate ones.

This framework provides a structured way to identify how inscriptions both support dominant ideologies (e.g., religion, nationalism, law) and undermine them (e.g., economic or

institutional failures). Importantly, the model allows us to see inscriptions as *acts of discourse* rather than isolated slogans, situating them within wider ideological struggles.

Research Methodology

This study adopts a qualitative, descriptive–analytical design. The dataset consists of 4,810 vehicle inscriptions, collected from three major published sources:

- *Autol-nameh* (Hadian Tabaei Zavareh, 2010) – 2,371 inscriptions.
- *Machine Inscriptions* (Parsa, 2011) – 1,460 inscriptions.
- *Machine Inscriptions: Apotropaic Verses* (Hamidi, 2002) – 979 inscriptions.

The analysis followed three steps:

1. Extraction – all inscriptions were reviewed and semantically segmented.
2. Coding – inscriptions were classified under van Leeuwen’s strategies of authorization, moral evaluation, rationalization, and mythopoesis.
3. Interpretation – the results were analyzed in light of Iranian cultural, social, and ideological contexts, particularly focusing on drivers as a social group.

This approach allowed for systematic identification of how inscriptions function as mechanisms of discursive legitimation and delegitimation.

Findings

The analysis revealed a complex interplay of discourses:

1. Legitimation Discourses

- Religiosity: Inscriptions often legitimize Islamic devotion, invoking God, the Prophet, or Imams. For example, “جز توکل به خدا سرمایهای در کار نیست” (*Trust in God is the only capital*) rationalizes piety as both a spiritual and pragmatic necessity.
- Family Loyalty: Texts such as “خانه بی پدر صفا ندارد” (*A house without a father has no warmth*) legitimize family structures through moral evaluation.
- Patriotism and Sacrifice: References to martyrs or historical figures like Cyrus the Great legitimize nationalism and collective struggle through mythopoesis.
- Law and Safety: Warnings such as “همراهی با سرعت = همراهی با مرگ” (*Speeding equals death*) rationalize law-abiding behavior through instrumental logic.

2. Delegitimation Discourses

- Economic Inequality: Inscriptions like “همه دنبال یارند، من به دنبال بار” (*All chase lovers, I chase loads*) delegitimize the economic system by contrasting drivers’ hardships with others’ privileges.
- Institutional Inefficiency: Sarcastic remarks about domestic cars—“مرگ دست خداست، ”پراید وسیله است” (*Death is God’s will, but Pride [car] is the cause*)—delegitimize the automobile industry.
- Gender Discrimination and Patriarchy: Many inscriptions reinforce patriarchal discourse, such as “زن کوزه نیست که بشکند، از زدنش دریغ مکن” (*A woman is not a jug; do not refrain from beating her*). While these legitimize inequality, they simultaneously delegitimize gender equality discourses.
- Consumerism: Slogans like “به مدپوشان بگویید آخرین مد کفن است” (*Tell the fashionable that the last fashion is the shroud*) delegitimize modern consumer culture by moralizing against vanity and materialism.
- Distrust of Institutions: Religious invocations (“بیمه‌اش کردم به نام ابوالفضل”) – *I insured it in the name of Abolfazl*) delegitimize state insurance systems, replacing them with spiritual reliance.

Overall, moral evaluation and rationalization emerged as the most frequent strategies. Their dominance reflects the drivers’ reliance on ethical and pragmatic reasoning grounded in daily life. Mythopoesis, though less frequent, provided powerful symbolic reinforcement, particularly in nationalist and religious inscriptions.

Results and Conclusion

This study demonstrates that vehicle inscriptions are far more than aesthetic or folkloric artifacts; they are discursive tools that simultaneously sustain and contest dominant ideologies. They legitimize values of religiosity, family loyalty, patriotism, and lawfulness, while delegitimizing social inequalities, institutional inefficiency, consumerism, and, at times, even official morality.

The findings highlight three key contributions:

1. Theoretical – they extend van Leeuwen’s legitimation model to popular, non-institutional texts, confirming its applicability beyond formal discourses.
2. Sociolinguistic – they show how vernacular discourse reveals the ideological struggles of marginalized groups, such as drivers, who lack access to official media.
3. Cultural – they demonstrate the contradictory nature of popular discourse: while reinscribing patriarchal and traditional norms, inscriptions also articulate critique and resistance to systemic injustice.

In conclusion, vehicle inscriptions function as a vernacular public sphere in Iranian society, reflecting both compliance with and resistance to dominant discourses. By intertwining humor, poetry, piety, and critique, they embody the tensions of everyday life where language becomes a tool for negotiating legitimacy. Their study thus enriches our understanding of how language, power, and ideology are reproduced and contested in the cultural practices of ordinary people.

Keywords

Critical Discourse Analysis, legitimation discourse, Van Leeuwen, vehicle inscriptions.

«مقاله پژوهشی»

ماشین نوشته‌ها به مثابه گفتمان‌های مشروعیت ساز: تحلیلی انتقادی بر پایه رویکرد ون لیوون (۲۰۰۸)

پروین صادقی^۱، مسعود دهقان^{۲*}، سید احمد پارسا^۳

چکیده

ماشین‌نوشته‌ها به‌عنوان یکی از اشکال رسانه‌های عامیانه، بستری برای بازنمایی دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های اقشار فرودست جامعه، به‌ویژه رانندگان، فراهم می‌سازند؛ اقشاری که معمولاً به رسانه‌های رسمی دسترسی ندارند. این پژوهش با هدف تحلیل انتقادی سازوکارهای مشروعیت‌سازی و مشروعیت‌زدایی در ماشین‌نوشته‌ها، از چارچوب نظری ون لیوون (۲۰۰۸) در تحلیل گفتمان انتقادی بهره می‌گیرد. ماهیت روش‌شناختی این پژوهش کیفی، توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌ها شامل ۴۸۱۰ ماشین‌نوشته گردآوری‌شده از سه منبع مکتوب معتبر اتول‌نامه (هادیان طبایی زواره، ۱۳۹۰)، ماشین‌نوشته‌ها (پارسا، ۱۳۹۰)، و ماشین‌نوشته‌ها: شعرهای بلاگردان (حمیدی، ۱۳۸۱) است. داده‌ها بر اساس راهبردهای ون لیوون مانند اقتدار، ارزیابی اخلاقی، عقلانی‌سازی و اسطوره‌سازی کدگذاری و تحلیل شده‌اند. نتایج نشان داد که ماشین‌نوشته‌ها، ضمن مشروعیت‌بخشی به گفتمان‌هایی چون دینداری، وطن‌پرستی، خانواده‌دوستی و قانون‌گرایی، به طور هم‌زمان در مشروعیت‌زدایی از گفتمان‌هایی چون نابرابری اقتصادی، ناکارآمدی نهادی، تبعیض جنسیتی، مصرف‌گرایی و فقدان اعتماد عمومی نیز نقش ایفا می‌کنند. فراوانی بالای راهبردهایی چون ارزیابی اخلاقی و عقلانی‌سازی نشان داد که این نوشتارها، فراتر از کارکرد زیبایی‌شناسانه، ابزاری مؤثر برای بازتاب و نقد گفتمان‌های مسلط در جامعه امروز ایران هستند.

واژه‌های کلیدی

تحلیل گفتمان انتقادی، گفتمان مشروعیت، ون لیوون، ماشین‌نوشته‌ها.

۱. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، سنندج، کردستان، ایران.
۲. دانشیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی و زبان‌شناسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، سنندج، کردستان، ایران.
۳. استاد گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، سنندج، کردستان، ایران.

نویسنده مسئول:

مسعود دهقان

ایمانامه: m.dehghan@uok.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۵/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲

استناد به این مقاله:

صادقی، پروین؛ دهقان، مسعود؛ پارسا، سید احمد؛ (۱۴۰۴). ماشین نوشته‌ها به‌مثابه گفتمان‌های مشروعیت ساز: تحلیلی انتقادی بر پایه رویکرد ون لیوون (۲۰۰۸). فصلنامه زبان‌شناسی اجتماعی، ۸ (۳۲)، ۱۹-۳۷.
(DOI: [10.30473/il.2025.74781.1695](https://doi.org/10.30473/il.2025.74781.1695))

مقدمه

ماشین‌نوشته‌ها^۱ یکی از جلوه‌های ادبیات عامه در زبان فارسی به شمار می‌روند؛ این نوشته‌ها از همان آغاز حضور ماشین در رفت‌وآمد مردم، شکل گرفتند و با رویکردهای مختلفی نگاشته شدند که در جامعه مدرن نقش ویژه‌ای در خلق معنا و به‌تصویر کشیدن نظام فکری و اندیشه‌ای قشر خاصی از مردم، یعنی رانندگان را به عهده دارند. هر یک از اقشار جامعه برای بیان دیدگاه‌های خود رسانه‌هایی را در اختیار دارند؛ بعضی از رسانه‌های جمعی نظیر صداوسیما، رادیو، تلویزیون در اختیار همه مردم نیستند. قبل از پیدایش فضای مجازی و دسترسی عموم مردم به آن، مردم از موارد مختلفی چون دیوارنوشته‌ها^۲، ماشین‌نوشته‌ها و مواردی از این دست استفاده می‌کردند. رسانه رانندگان به‌عنوان قشر خاصی از جامعه، وسایل نقلیه و ماشین‌هایشان بود که باورها و دیدگاه‌هایشان را نسبت به خیلی چیزها در شعرها، شعارها و جمله‌های حکیمانه اغلب با نوشتن در پشت ماشین‌های خود بیان می‌کردند؛ هرچند عده‌ای با این نوع نوشته‌ها و رفتار رانندگان به لحاظ خطراتی که ممکن است هنگام خواندن آن‌ها برای رانندگان دیگر ایجاد شود، مخالف هستند، اما رانندگان بدون توجه به این‌ها دیدگاه خود را بیان می‌کنند و ممکن است بی‌خبر از تأثیر اجتماعی و همچنین بالقوه آن، به‌عنوان ابزاری برای بالابردن خودآگاهی افراد و ماهیت گفتمان‌هایشان، از این نوشته‌ها استفاده کنند. بلوم^۳ (۱۹۸۵) بیان می‌کند که ماشین‌نوشته‌ها، درواقع، یک صورت جدید از نوشته‌ها هستند که به اشخاص کمک می‌کنند تا ارتباط اجتماعی برقرار کرده و نظرات و مفاهیم موردنظر خویش را بیان کنند و فرصتی را فراهم می‌کند تا دیدگاه‌های خویش را به‌راحتی در مورد مسائل اجتماعی، سیاسی و حتی بی‌عدالتی‌ها بیان کنند. حمیدی (۱۳۸۱: ۸) ماشین‌نوشته‌ها را مجموعه‌ای از متن‌های عبرت‌آموز، گفتارهای پندآموز، کلمات قصار، دعاها، نیازها، رمز و رازها و لطیفه‌هایی می‌داند که بر روی سپر، شیشه، در، جلو، عقب و یا بدنه بعضی از خودروها، به‌ویژه خودروهای مسافری، حمل‌ونقل سبک یا سنگین و احياناً سواری‌ها نوشته شده است. محتواهای موجود در ماشین‌نوشته‌ها این سؤال را در ذهن ایجاد می‌کنند که پیدایش آن‌ها تا چه میزان به گفتمان‌های رایج در بین عوام

مشروعیت^۴ می‌دهند، یا از آن‌ها مشروعیت‌زدایی^۵ می‌کنند. یکی از روش‌ها، رویکردها و نظریه‌ها که توان بررسی ادبیات و فرهنگ عامه و پدیده‌های مرتبط با آن (ماشین‌نوشته‌ها) را دارد، تحلیل گفتمان انتقادی^۶ است که ریشه در رویکرد تفسیری دارد. باتوجه به اینکه محققان این حوزه معتقدند که راه درک واقعیت از طریق گفتمان و ساختارهای گفتمانی است، از این رو می‌شود گفتمان موجود در آن‌ها را با روش‌های متفاوت تحلیل کرد. بنابراین، در این پژوهش سعی شده است تا با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی و به‌طور ویژه الگوی ون‌لیوون^۷ (۲۰۰۸) مبتنی بر «مشروعیت» به ماشین‌نوشته‌ها پرداخته شود. در همین راستا، می‌توان گفت عناصر ماشین‌نوشته‌ها از همان آغاز پیدایش در شکل‌دادن به افکار این قشر از افراد نقشی رسانه‌ای داشته‌اند و موضع‌گیری آن‌ها در رابطه با عناصر فرهنگی و اجتماعی به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم یا در خدمت مشروعیت‌سازی عناصر فرهنگی و اجتماعی‌ای همچون ارزش‌های مذهبی، نهاد خانواده، ملی‌گرایی و امثال آن‌ها در متن جامعه هستند و یا در خدمت مشروعیت‌زدایی از آزادی زنان، انتقاد از زیرساخت‌ها و مواردی دیگر این‌چنینی هستند؛ به همین دلیل مورد استفاده و پذیرش عامه مردم قرار گرفته و قابل تحلیل و بررسی هستند. مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که این ماشین‌نوشته‌ها چگونه در فرایند بازنمایی واقعیت اجتماعی نقش ایفا کرده و به مشروعیت‌سازی یا مشروعیت‌زدایی از گفتمان‌های غالب و خرد در جامعه می‌پردازند. به‌عبارت دیگر، این نوشتار می‌کوشد تا به این پرسش پاسخ دهد که چه راهبردهای گفتمانی برای توجیه، تقویت یا نقد و طرد دیدگاه‌ها و ارزش‌های مختلف، در ماشین‌نوشته‌های رانندگان به کار گرفته می‌شود؟ برای پاسخ به این پرسش، چارچوب نظری پژوهش بر مبنای نظریه مشروعیت‌سازی ون‌لیوون (۲۰۰۸) در تحلیل گفتمان انتقادی بنا شده که به بررسی شیوه‌هایی می‌پردازد که از طریق آن‌ها کنش‌های اجتماعی و باورهای فرهنگی مشروع جلوه داده می‌شوند یا مشروعیتشان به چالش کشیده می‌شود.

همچنین، هدف این پژوهش، نه‌تنها تحلیل کارکردهای زبانی و گفتمانی ماشین‌نوشته‌ها، بلکه شناخت عمیق‌تر از

4. legitimacy

5. delegitimization

6. Critical discourse analysis

7. T. van Leeuwen

1. graffiti car

2. graffiti wall

3. J. Bloom

نوشته‌های پندآموز و توصیه‌های اخلاقی بیشترین فراوانی و گونه‌های انتقادی و سیاسی دارای پایین‌ترین فراوانی هستند. بر همین اساس ماشین‌نگاره‌ها با عناصر موقعیت مکانی، ماهیت نویسندگان، هدف، قالب زبانی، لحن کلام، نوع کانال ارتباطی، هنجارها و ژانر خاص خود پیام‌های اجتماعی و فرهنگی را منتقل می‌کنند.

زندگی و سمایی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی زبان شناختی خودرو نوشته‌های تهران و اردبیل» از دیدگاه علم زبان‌شناسی خودرو نوشته‌ها را بررسی کرده و بیان کردند که به لحاظ هویتی خودرو نوشته‌ها در هر دو شهر بیشتر به سمت هویت ملی و اسلامی گرایش دارند و به لحاظ جنسیتی به جنسیت مذکر گرایش دارند.

همچنین، در بررسی ماشین‌نوشته‌ها، دسته‌ای از افراد به کار تحلیل محتوا پرداخته‌اند؛ از جمله دیوسالار (۱۳۸۹) در پژوهشی به آسیب‌شناسی اعتماد اجتماعی در خودرو نوشته‌ها پرداخته و مؤلفه‌هایی چون: حسادت، پیمان‌شکنی، عیب‌جویی و مردم‌آزاری را مورد بررسی قرار داده است. آنی‌زاده (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان «تأملی در ادبیات جاده‌ای» به تقسیم‌بندی درون‌مایه‌های خودرو نوشته‌ها پرداخته است.

در پژوهش حاضر، ماشین‌نوشته‌ها به عنوان جلوه‌ای از ادبیات عامه که ابزاری برای بیان نظام فکری و ایدئولوژیک قشر خاصی به شمار می‌روند و افکار عمومی را با نظام فکری خود هماهنگ می‌کنند با استفاده از الگوی مشروعیت‌سازی و مشروعیت‌زدایی ون لیوون (۲۰۰۸) که در تحلیل گفتمان انتقادی قرار می‌گیرد، بررسی می‌شوند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از حیث ماهیت، کیفی و از نظر رویکرد، توصیفی - تحلیلی است. هدف آن شناسایی و تحلیل سازوکارهای گفتمان-محور مشروعیت‌سازی و مشروعیت‌زدایی در ماشین‌نوشته‌ها بر اساس چارچوب نظری تئو ون لیوون (۲۰۰۸) در زمینه تحلیل گفتمان انتقادی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۸۱۰ ماشین‌نوشته بوده است که به صورت تمام شمار (استقرای تام) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. داده‌ها از سه منبع معتبر گردآوری شده‌اند که عبارت‌اند از اتول‌نامه (با ۲۳۷۱ نوشته)، ماشین‌نوشته‌ها (با ۱۴۶۰ نوشته)، ماشین‌نوشته‌ها: شعرهای بلاگردان (با ۹۷۹ نوشته). شایان ذکر است که نگارندگان از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد گفتمان-محور استفاده نموده‌اند. بدین منظور، ابتدا تمامی

سازوکارهای مشروعیت‌سازی و مقاومت در برابر گفتمان‌های مسلط در سطح عامه مردم است. این پژوهش می‌کوشد نشان دهد که چگونه زبان عامیانه در قالب ماشین‌نوشته‌ها، به بستری برای بیان کنش‌های گفتمانی بدل می‌شود که در آن، مشروعیت سیاسی، اخلاقی، فرهنگی و اجتماعی پیوسته در حال بازتعریف و چالش است.

پیشینه پژوهش و مطالعات مرتبط

در زمینه پژوهش حاضر دو دسته منابع معرفی می‌گردد؛ یک سری از منابع به مباحث مشروعیت‌سازی و مشروعیت‌زدایی در متون اختصاص دارند که در پژوهش حاضر به یکی از آن‌ها که با موضوع مقاله ارتباط نزدیک‌تری دارد اشاره خواهد شد و دسته‌ای دیگر منابعی هستند که به طور ویژه به ماشین‌نوشته‌ها پرداخته‌اند.

پژوهش‌هایی که در مطالعات تحلیل گفتمان انتقادی در ارتباط با الگوی مشروعیت‌سازی به نگارش درآمده‌اند بیشتر با بررسی رسانه‌ها، فیلم‌ها و متون رسمی مرتبط هستند که در ادامه به معرفی آن‌ها می‌پردازیم.

حیاتی و عرب‌زاده (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بازخوانی باب اول بوستان سعدی با رویکرد مشروعیت‌سازی در گفتمان حکومت» نشان دادند که روش سعدی در باب اول بوستان برای مشروعیت‌سازی به امری در گفتمان حکومت یا مشروعیت‌زدایی از آن، عقلانی کردن است، البته با توجه به مخاطب متن که عمدتاً دربار است.

فائزه و عبدالطیف یوسف‌آبادی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی تطبیقی ادبیات ماشین‌نوشته‌های عربی و فارسی بر اساس الگوی هلیدی» به نقش‌های ارتباطی زبان خودرو نوشته‌ها بر اساس الگوی هلیدی (۱۹۷۶) پرداخته‌اند.

حسین‌پور دهنوی (۱۳۹۶) تلاش کرده است ادبیات جاده‌ای را از جنبه‌های تحلیل گفتمان با استفاده از مدل فرکلاف مورد بررسی قرار دهد و با تکیه بر ویژگی‌های ساخت واژگانی، نحوی و متنی ماشین‌نوشته‌ها، درسه سطح توصیف، تفسیر و تبیین به این نتیجه رسیده است که ماشین‌نوشته‌ها نقش به سزایی در کنترل رفتار جمعی دارند.

قربان‌پور آرانی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی کارکرد اجتماعی-فرهنگی ماشین‌نگاره‌ها بر اساس مدل قوم‌نگاری زبانی هایمز» با هدف بررسی تأثیرات فرهنگی و اجتماعی ماشین‌نگاره‌ها بر اساس مدل قوم‌نگاری هایمز، به این نتیجه رسیده‌اند که آموزه‌های مذهبی،

نوشته‌ها مطالعه و کدگذاری شدند، سپس مضمون‌هایی که حاوی نشانه‌های گفتمانی مرتبط با راهبردهای مشروعیت‌سازی یا مشروعیت‌زدایی بودند، استخراج شدند. این راهبردها بر اساس طبقه‌بندی مفهومی ارائه‌شده در مدل ون‌لیوون (از جمله ارزیابی اخلاقی، عقلانی‌سازی، اقتدارگرایی، و اسطوره‌سازی) سازماندهی و تحلیل گردیدند. فرایند تحلیل در سه مرحله صورت گرفت:

الف. استخراج مؤلفه‌های معنایی و گفتمانی از متن ماشین‌نوشته‌ها،

ب. کدگذاری و دسته‌بندی مطابق با مؤلفه‌های نظری مشروعیت‌سازی ون‌لیوون،

ج. تفسیر داده‌ها با ارجاع به بافت اجتماعی، فرهنگی و ایدئولوژیک جامعهٔ رانندگان و تحلیل رابطه گفتمان-قدرت در آن‌ها.

این روش‌شناسی به پژوهش اجازه می‌دهد تا نه تنها به تحلیل سطح زبانی و معنایی متن‌ها پردازد، بلکه ابعاد اجتماعی، ایدئولوژیک و قدرت‌محور گفتمان‌های بازتاب یافته در ماشین‌نوشته‌ها را نیز به شکلی نظام‌مند واکاوی کند.

مبانی نظری پژوهش (با تمرکز بر مفهوم مشروعیت‌سازی در مدل ون‌لیوون، ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸)

در این بخش، ابتدا به تعاریفی از تحلیل گفتمان از منظر تحلیل گران گفتمان خواهیم پرداخت و پس از آن به مفهوم مشروعیت‌سازی در گفتمان بر اساس موضوع این مقاله اشاره خواهیم کرد. تحلیل گفتمان به کارکرد یا ساختار جمله و کشف و توصیف روابط آن می‌پردازد مطابق این تعریف تحلیل گفتمان «چگونگی تبلور و شکل‌گیری معنا و پیام واحدهای زبانی را در ارتباط با عوامل درون‌زبانی، واحدهای زبانی، محیط بلافصل زبانی مربوطه و نیز کل نظام زبانی و عوامل برون‌زبانی زمینه اجتماعی، فرهنگی و موقعیتی بررسی می‌کند» (فرکلاف^۱، ۱۳۷۹: ۸-۱۱). یاورسکی و کاپلان (۱۹۹۹: ۴۶) تحلیل گفتمان را «فراتر رفتن از صورت‌های قابل رؤیت زبان و رسیدن به زمینه‌های اجتماعی و کشف رابطه متقابل میان زبان و فرایندهای اجتماعی» می‌داند. تحلیل گفتمان در زبان‌شناسی متوقف نماند این‌گرایش از زبان‌شناسی اجتماعی و زبان‌شناسی انتقادی به همت متفکرانی چون میشل فوکو، ژاک دریدا و دیگران وارد مطالعات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شد و شکل انتقادی به

خود گرفت و امروزه با مفاهیمی چون سلطه، زور، قدرت، مهاجرت، نژاد پرستی، تبعیض جنسی، نابرابری قومی و غیره عجین گشته است (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۱). پس با این نگاه، گفتمان نه تنها مجسم‌کننده معنا و ارتباط اجتماعی است، بلکه شکل‌دهنده ذهنیت و نیز ارتباطات اجتماعی، سیاسی [قدرت] است. تعریف قدرت در بیشتر گفتمان‌ها به چشم می‌خورد، اما لزوماً دست‌اندرکاران اصلی قدرت در گفتمان، نیروهای سیاسی و حاکم نیستند که به نحو مستقیم با جبهه‌ها مرتبط باشند؛ به‌عنوان مثال، معلمان و دانش‌آموزان، وکلا و موکلان، پلیس و مردم، زنان و مردان باشند (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۱۰۴).

چارچوب نظری پژوهش حاضر مبتنی بر نظریه مشروعیت‌سازی ون‌لیوون (۲۰۰۷ و ۲۰۰۸). در حوزه تحلیل گفتمان انتقادی است. به باور ون‌لیوون، گفتمان‌ها نه تنها بازنمایی زبان از واقعیت اجتماعی هستند، بلکه نقش فعالی در مشروع جلوه‌دادن یا نامشروع نشان‌دادن کنش‌ها، باورها و ساختارهای اجتماعی ایفا می‌کنند. به عبارت دیگر، زبان، ابزاری برای تولید و بازتولید مشروعیت در بسترهای گوناگون اجتماعی و ایدئولوژیک است. ون‌لیوون چهار راهبرد اصلی را برای مشروعیت‌سازی در گفتمان‌ها معرفی می‌کند که در این پژوهش به‌عنوان معیارهای تحلیلی اصلی به کار گرفته شده‌اند. از دیدگاه ون‌لیوون، این راهبردها در گفتمان‌های روزمره، متون رسانه‌ای، متون آموزشی و حتی در اشکال عامه‌پسند زبان - همچون ماشین‌نوشته‌ها - حضور دارند و ابزاری‌اند برای اقناع، هدایت یا مقاومت در برابر ساختارهای مسلط اجتماعی. پژوهش حاضر باتکیه بر این چارچوب نظری، می‌کوشد نشان دهد که چگونه ماشین‌نوشته‌ها، به مثابه بازتابی از زبان عامه، در فرایند مشروعیت‌سازی یا مشروعیت‌زدایی از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی مشارکت می‌کنند و از این طریق، نظام‌های معنایی خاصی را در جامعه بازتولید یا به چالش می‌کشند.

بحث مشروعیت، همچنان، یکی از مباحث موردتوجه ون‌لیوون در تحلیل گفتمان انتقادی بوده است. او معتقد است که بازتولید مفهوم، نه تنها باعث تبدیل اعمال اجتماعی به گفتمان‌هایی درباره آن اعمال می‌شود؛ بلکه مشروعیت خاصی نیز به این اعمال می‌بخشد. او می‌گوید همهٔ زبان، مشروعیت‌سازی است؛ به این معنی که مشروعیت اولیه، بعد از عینی‌سازی زبانی تجارب انسان شکل می‌یابد؛ مثلاً واژگان خویشاوندی ساختار خویشاوندی را مشروعیت می‌بخشند

(ون لیوون، ۲۰۰۷: ۹۱). در ادامه، به معرفی این راهبردهای مشروعیت‌سازی در گفتمان‌ها خواهیم پرداخت.

مشروعیت اقتدار^۱

در این راهبرد، کنش‌ها با ارجاع به منابع قدرت مشروع جلوه داده می‌شوند. این اقتدار می‌تواند شخصی (افراد معتبر یا مرجع)، نهادی (قوانین، مقررات، عرف)، سنتی یا الگویی (رفتار افراد شاخص) باشد. در ماشین‌نوشته‌ها، موارد متعددی از ارجاع به والدین، دین، مشاهیر یا قوانین اجتماعی دیده می‌شود. مشروعیت اعتبار یا اقتدار با شش زیر مجموعه تعریف شده است: ۱. مشروعیت با اعتبار شخصی؛^۲ در جواب چرا این کار خوب است یا چرا این کار باید انجام بشود گفته می‌شود چون من یا فلان شخص یا فلان فرد معتبر چنین می‌گویم. ۲. اعتبار تخصصی؛^۳ در جایی که خواسته می‌شود خردمندانه و مطابق دانش رفتار کنیم. ۳. اعتبار با ارجاع به مدل‌ها یا الگوهای عمل؛^۴ (این نوع به‌ویژه در تبلیغات و سبک زندگی نقش مهمی دارد. به این صورت که افراد غیر مشهور از افراد مشهور تبعیت می‌کنند). ۴. اعتبار غیرشخصی؛^۵ در این نوع تبعیت از قوانین، سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و غیره بیان شده است و عنصر ضروری در مشروعیت این نوع، اسامی از قبیل سیاست، مقررات، قاعده، قانون و ... صفت و قیده‌های وابسته به آن مثلاً «اجباری» هستند. ۵. ارزیابی و اعتبار بخشی با سنت؛^۶ در جواب چرا، گفته می‌شود این چیزی است که ما هستیم و این چیزی است که ما همیشه انجام می‌دهیم و سوال چرا کمتر پرسیده می‌شود و توسط همه انجام می‌شود. ۶. اعتبار انطباق؛^۷ مشروعیت مطابقت به صورت یک مقایسه صریح است، مثلاً همانطور که فرعون را مومیایی کرده بودند او را مومیایی کردند یا در جواب چرا گفته می‌شود این چیزی است که اکثر مردم انجام می‌دهند (ون لیوون، ۲۰۰۷: ۹۷-۹۸).

ارزیابی اخلاقی^۸

در این نوع، ارزش‌های اخلاقی معیار قضاوت هستند و با استفاده از صفات اخلاقی مثبت یا منفی، مشروعیت یا

نامشروعیت گفتمان‌ها تقویت می‌شود. ماشین‌نوشته‌هایی که مفاهیمی چون وفاداری، صداقت، عفت، فداکاری و ... را ستایش یا نفی می‌کنند، در این چارچوب قرار می‌گیرند. این نوع مشروعیت مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی است که بدون توجیه بیشتر، توسط کلمات «خوب» و «بد» ادعا می‌شوند و اغلب با مشروعیت اعتبار ترکیب می‌شود؛ مثلاً یک حکومتی سیاست‌های تهاجمی خود را با محور «شر» و «بد» بودن و با استفاده از صفت‌هایی از نوع سالم، طبیعی و مفید بیان می‌کند و شاید به‌ظاهر با ارزش‌های اخلاقی مرتبط باشند؛ اما در بیشتر موارد ارزش اخلاقی نیستند. یا حکومتی جلوگیری از ورود مهاجران را با دلایل نبود بهداشت، نبود امکانات آموزشی و محیط آرام برای زندگی توجیه و مشروع می‌کند.

صفت‌های ارزیابی نقش اساسی در توجیه ارزیابی اخلاقی دارند؛ مثلاً اقدامی از طریق برخی ارزش‌ها ستایش شود تا خوب جلوه داده شود؛ مثلاً در مورد رفتن کودک در روز اول به مدرسه گفته شود ناراحت بودن طبیعی است.

دومین مورد ارزیابی اخلاقی از طریق تشبیه یا مقایسه^۹ صورت می‌گیرد و مقایسه در گفتمان یا داری مشروعیت است یا عدم مشروعیت، مثلاً در انتقاد از روش معلمان در مدرسه‌ای از اصطلاحاتی مانند زندان، ارتش و غیره استفاده شود و در مورد دانش‌آموزان از «زندانی کردن آن‌ها» استفاده شود.

سومین روش در ارزیابی اخلاقی، انتزاعی کردن^{۱۰} مؤلفه‌های یک مفهوم است؛ مثلاً بجای اینکه بگوییم کودک به مدرسه می‌رود بگوییم کودک استقلال پیدا می‌کند. انتزاعی کردن پیش‌زمینه همکاری و تعامل و تعهد را فراهم می‌کند (ون لیوون، ۲۰۰۷: ۹۸-۱۰۰).

منطقی‌سازی یا مشروعیت عقلانی^{۱۱}

این راهبرد بر پایه توجیه‌های منطقی و کارکردی است. ون لیوون آن را به دو نوع «ابزاری^{۱۲}» و «نظری^{۱۳}» تقسیم می‌کند. در ماشین‌نوشته‌ها، نمونه‌هایی از عقلانی‌سازی ابزاری (مثلاً در توصیه‌های ایمنی رانندگی) و نظری (در قالب ضرب‌المثل‌ها و آموزه‌های حکمت‌آمیز) مشاهده می‌شود. در عقلانی‌سازی ابزاری مشروعیت گفتمان با ارجاع به اهداف،

9. analogies
10. abstraction
11. rationalization
12. instrumental
13. theoretical

1. authorization
2. personal authority
3. expert authority
4. role model authority
5. impersonal authority
6. authority of tradition
7. authority of conformity
8. moral evaluation

دشمن»، «وطن‌پرستی»، «رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی» و «آزادی» را نشان دهد. راهکارهایی که به این گفتمان‌ها مشروعیت داده‌اند به‌صورت زیر هستند. در ادامه، ابتدا به بررسی نمونه‌هایی از راهکار مشروعیت‌ساز و پس از آن به نمونه‌های راهکار مشروعیت‌زدا خواهیم پرداخت.

مشروعیت‌سازی به مضمون «خانواده دوستی»

از طریق عقلانی‌سازی ابزاری، مثلاً «مادر» به‌عنوان عضوی تأثیرگذار در تحکیم خانواده مطرح می‌شود «گر پادشاه عالمی، آخر گدای مادری». یا از طریق عقلانی‌سازی ابزاری بر نقش پدر در خانواده و تأثیری که نداشتن پدر می‌تواند در خانواده داشته باشد تأکید می‌شود و از این طریق به خانواده مشروعیت داده شده است. در این مورد، عبارت‌های زیر بیانگر مکالمه محبت‌آمیز والدین و فرزندان و در ضمن آن توصیه به رعایت ایمنی و احتیاط می‌شود که در خدمت رعایت قوانین راهنمایی‌وراندگی است.

۱. خانه بی‌پدر صفا ندارد.

۲. بابا دوست دارم برگرد.

۳. بابا زود بیا.

۴. پسر صبر داشته باش.

این مورد به مشکلات رانندگان در دوری آنان از خانواده‌ها و نیاز کودکان به وجود پدر نیز اشاره دارد؛ ضمناً پیامی است به رانندگان پشت سر خود تا به یاد بیاورند که فرزندانشان منتظر آنان هستند تا به‌طور ضمنی آنان را از سرعت باز دارد؛ اما در لایه‌های زیرین آن‌ها به خانواده دوستی مشروعیت داده می‌شود یا از طریق ارزش‌گذاری اخلاقی با صفات «مادران زیباترین/آهنگ عشق‌اند» به برجسته‌کردن نهاد خانواده می‌پردازد. در مثالی دیگر از طریق عقلانی‌سازی نظری با تعریف، یعنی یک عمل را بر اساس عمل دیگر تعریف کنند، به این مضمون مشروعیت داده شده است مشروعیت از این طریق بسامد بیشتری دارد، همچون نمونه‌های زیر (هادیان طبائی زواره، ۱۳۸۹: ۱۱۷):

۵. یاددهنده بی‌منت مادر.

۶. رفیق بی‌کلک مادر.

۷. گل بی‌خار مادر.

۸. سالار گل‌ها مادر.

۹. غمخوار دنیا مادر.

۱۰. کوه غم پدر.

۱۱. امید قلبم پدر.

کاربردها و تأثیرات یک عمل محقق می‌شود. اما عقلانی‌سازی نظری بر این اساس شکل می‌گیرد که آیا یک عمل بر نوعی حقیقت بنا شده است یا نه و آیا ارتباط نزدیکی با مقوله طبیعی‌سازی دارد یا نه گفته‌های حکیمانه و ضرب‌المثل‌ها در این سطح قرار می‌گیرند که به‌عنوان دانش عوام عمل می‌کنند و مشروعیت از طریق تعریف، توضیح و پیش‌بینی یک عمل انجام می‌گیرد. البته برگر و لاکمن (۱۳۷۵) به اینها دو نوع تجربی^۱ و علمی^۲ را هم اضافه می‌کنند؛ در عقلانیت تجربی جنبه‌های کاربردی و واقع‌گرایانه عمل، توضیح داده می‌شود و در عقلانی‌سازی علمی تأکید بر دانش‌های متمایزی است که از سوی نهادهای خاص توسعه یافته‌اند (ون‌لیوون، ۲۰۰۷: ۱۰۰-۱۰۵).

مشروعیت بخشی از طریق اسطوره‌سازی^۳

در این شیوه، روایت‌های داستانی یا اسطوره‌ای به کار می‌روند تا کنش‌های مشروع پاداش و کنش‌های نامشروع تنبیه شوند. این نوع مشروعیت‌سازی در ماشین‌نوشته‌ها کمتر رایج است؛ اما در برخی موارد، مانند تمثیل‌های مذهبی، تاریخی یا ملی‌گرایانه دیده می‌شود. در این روش از طریق داستان‌پردازی و داستان‌های اخلاقی و قهرمانان اصلی این داستان‌ها که به دلیل مشارکت در اعمال اجتماعی مشروع، پاداش می‌گیرند یا بالعکس از طریق انجام اعمال غیرمشروع مجازات می‌شوند، به گفتمان یا متن مشروعیت داده می‌شود یا بالعکس مشروعیت‌زدایی می‌شود (ون‌لیوون، ۲۰۰۷: ۱۰۵).

بررسی ماشین‌نوشته‌ها بر اساس مدل ون‌لیوون (۲۰۰۸)

در این نوشتار بنا به پراکندگی مضمون ماشین‌نوشته‌ها و تنوع مضمونی آن‌ها، مؤلفه‌های معنایی را در نظر می‌گیریم که صبغه مشروعیت‌سازی یا مشروعیت‌زدایی داشته باشند و مبتنی بر هدف ما در پژوهش پیشرو باشند و با نظریه همخوانی داشته باشند. در ادامه، به تحلیل و تطبیق نمونه‌ها با مؤلفه‌های «مشروعیت» ون‌لیوون پرداخته می‌شود.

رویکرد مشروعیت‌ساز

رویکرد مشروعیت‌ساز تلاش می‌کند تا مواردی همچون «خانواده دوستی»، «مضامین مذهبی»، «دفاع در برابر

1. experiential rationalization

2. scientific rationalization

3. mythopoesi

مشروعیت‌سازی به گفتمان «دینی-مذهبی»

بخش مهمی از ماشین‌نوشته‌ها را عبارت‌ها و جملاتی تشکیل می‌دهند که بیانگر ارادت و توسل رانندگان به خدا، پیامبر و ائمه است. حجم گسترده چنین عباراتی، گفتمان دینی را به عنوان گفتمان غالب مطرح می‌کنند. در کتاب اتول‌نامه، تعداد آن‌ها به ۴۵۰ مورد می‌رسد؛ البته نباید نقش پیروزی انقلاب را در افزایش این مطالب نادیده گرفت. شاید اگر پژوهشی در زمینه ماشین‌نوشته‌های قبل از انقلاب وجود می‌داشت، بهتر می‌شد در این باره قضاوت کرد. بخشی از آن‌ها از طریق ارزش‌گذاری اخلاقی از نوع انتزاعی کردن صفات، متناسب با معنویت والایی که در وجود شخصیت‌های دینی وجود دارد در پی مشروعیت به چنین گفتمانی هستند؛ مثلاً «عرش اعلا» مفهومی انتزاعی است که برای مقام «پیامبر اسلام» استفاده شده است. نمونه‌های زیر تأییدی بر این ادعاست.

۱۲. محمد در عرش اعلا بی‌نظیر است.

یا از طریق عقلانی‌سازی نظری با تعریف یک امر در پی مشروعیت گفتمان مذهبی برمی‌آیند.

۱۳. امیر کشور دلهاست عباس / سر حلقه عشاق حسین است.

در دسته‌ای دیگر از طریق توجیه عقلانی ابزاری، دینداری و اعتقاد به معنویات را ابزاری برای منافع دنیا و آخرت می‌دانند؛ مثلاً «توکل به خدا» را راهی برای کسب روزی و تأمین معاش خانواده می‌دانند. مانند نمونه (۱۳):

۱۳. جز توکل به خدا سرمایه‌ای در کار نیست.

همچنین، در اشعار و عبارت‌ها، با چنین مضامینی در ذیل که در نیایش‌نامه‌ها آمده است، با مطالعه و دقت در آن‌ها این چنین دریافت می‌شود که گفتمان تقدیرگرایی در موازات با گفتمان مذهبی حضور چشمگیری دارد:

۱۴. خدایا چنان کن سرانجام کار تو خشنود باشی و ما رستگار.

۱۵. به نام رقم زن تقدیرها / به نام آنکه حکم کند همه محکومیم.

۱۶. الهی اگر نظر کنی کار تمام است.

۱۷. هرچه دلم خواست نه آن می‌شود هرچه خدا خواست همان می‌شود.

۱۸. تقدیر چنین بود.

۱۹. الهی شکر.

۲۰. تا قسمت چی باشه؟

مشروعیت‌سازی به «جنگ علیه دشمن»

شایان ذکر است که این گونه نوشته‌ها مربوط به جنگ هشت ساله ایران و عراق (۱۳۶۷-۱۳۵۹) است، به دلیل نیاز به وجود ماشین‌های سنگین در جبهه‌ها حتی ممکن است برخی از این افراد، خود جنگ را تجربه کرده باشند. در هر حال به نظر می‌رسد این گونه نوشته‌ها در سال‌های جنگ نوشته شده باشند؛ بنابراین، «جنگ علیه دشمن» از طریق اقتداربخشی دینی و شرعی «رفتند ولی / دامه دارند هنوز» که با روش اقتدار شرعی و مفهوم قرآنی «شهیدان زنده‌اند» به جنگ مشروعیت داده شده است. یا با عقلانی‌سازی ابزاری که بر تأثیر کنش تأکید شده است؛ با این توجیه که عمل شهادت منتج به امنیت و شادی می‌شود «شهید! شادیمان را مدیون شما مییم» و در موردی دیگر با اسطوره‌سازی مذهبی «من حسینم ز پدر مشق شهادت دارم» که از شخصیت بزرگی مثل حسین (ع) به عنوان الگویی برای جنگیدن استفاده کرده و به آن مشروعیت بخشیده است؛ به عبارت دیگر تولیدکنندگان این متن‌ها، می‌کوشند گفتمان جنگ با دشمن را با مفاهیمی چون شهادت‌طلبی، تقدم منافع جمعی بر فردی، جهاد، معنویت، آخرت‌گرایی، خداپاوری و ایشار، با منطق هم‌ارزی و معنا بخشی به آن - که در الگوی لا کلا و موفه (۱۹۸۵) مطرح شده است - با مفصل‌بندی^۱ جدید به گفتمان غالب و دال مرکزی تبدیل کنند. یا با ارزیابی اخلاقی از طریق انتزاعی کردن مؤلفه‌های دفاع، به جای اینکه گفته شود جهاد کنید می‌گویند شهادت راهی به سوی جاودانگی است که انتزاعی کردن آن پیش‌زمینه همکاری، تعامل و تعهد یک ملت را فراهم می‌کند.

مشروعیت‌بخشی به «گفتمان ملی‌گرایی و

وطن‌پرستی»

از طریق اسطوره‌سازی با نسبت‌دادن جملاتی به شخصیت‌های تاریخی مثلاً کورش پادشاه هخامنشی «فرمان دادم بدنم را بدون تابوت و مومیایی به خاک بسپارند تا اجزای بدنم ذرات خاک ایران را تشکیل بدهد. کورش کبیر» به گفتمان ملی‌گرایی و وطن‌دوستی توسط شخصیت‌های تاریخی و اسطوره‌ای تقدس داده می‌شود؛ به گونه‌ای که گوشزد می‌شود که این امر در دوران باستان هم مشروع بوده است و عمل به آن ضرورت دارد و مشروعیت آن را برجسته‌تر می‌کند یا به گونه دیگر باعتبار بخشیدن از طریق

هیچ توجیهی به خودشان مشروعیت می‌بخشند و سی و هشت مورد آن‌ها با عقلانی‌سازی ابزاری توجیه شده‌اند برای دیدن نمونه‌ها (رک. هادیان، ۱۳۸۹: ۲۲۴-۲۲۲). بین چنین گفتمانی و توجیه آن از طریق عقلانیت، ارتباطی درونی وجود دارد به این صورت که کاربرد هشداردهندگی این گفتمان ایجاب می‌کند که با عقلانی‌سازی توجیه شود، چون عقل است که برای حفظ جان انسان، هوشمندانه عمل می‌کند و تأثیر عملی بیشتری می‌تواند داشته باشد و اگر بین حقیقتی که بیان می‌شود و راهکار مشروعیت‌سازی به آن، توافقی وجود نداشته باشد به گفتمان غالب تبدیل نمی‌شود. عقل نه تنها در این مورد بلکه برای بیان همه باورها به کار می‌رود، چون شیوه‌ای است که قابل قبول همه است.

مشروعیت‌سازی به «آزادی»

مشروعیت به مفهوم آزادی از طریق اقتداربخشی شخصی؛ یعنی در جواب چرا گفته می‌شود چون شخصیت‌های بزرگ این را می‌گویند «انسان محکوم به آزادی است» (ژان پل سارتر) در این موارد اغلب مفهوم آزادی با تأکید بر حقوق بشر مطرح می‌شود و مقبولیت آن توسط اشخاص معتبر مبنای مشروعیت قرار گرفته است با این توضیح که نخستین نیاز هر انسان حق حیات و زندگی است و کمال و شکوفایی او در سایه زیستن در یک جامعه آزاد و به دور از استبداد به دست می‌آید، و در مورد دیگر از طریق اقتدار غیرشخصی «آز یاشا، انسان یاشا، آزاد یاشا» و در مورد دیگر از طریق ارزیابی اخلاقی، آزادبودن در معنی در بند تعلقات نبودن جزو صفات خوب و مثبت انسان ارزش‌گذاری شده است «نه بر اشری سوارم نه چو خر زیر بارم / نه خداوند رعیت نه غلام شهریارم» که به صورت ضمنی مفهوم آزادی را می‌رساند. یا از طریق داستان‌پردازی و افسانه‌سازی به چنین گفتمانی مشروعیت داده می‌شود «به سرو گفت یکی که چرا میوه نمی‌آری / جواب داد که آزادگان تهی دستند»؛ بنابراین، این گفتمان در هر صنف و گروهی طرفدارانی دارد و به آن توجه می‌شود.

گفتمان ضد فمینیستی و دیگری‌سازی

در میان ماشین‌نوشته‌ها، بازنمایی زن اغلب در قالبی منفی، کلیشه‌ای و تحقیرآمیز صورت می‌گیرد. این بازنمایی‌ها عمدتاً در چارچوب گفتمانی‌ای عمل می‌کنند که بر پایه دو سازوکار مشروعیت‌بخش بنا شده‌اند: اقتدار سنت و ارزش‌گذاری

مشروعیت چندوجهی، یعنی تصویرکردن نقوش باستانی بر روی ماشین‌ها خود را به نژاد آریایی متعلق می‌دانند یا با ارزیابی اخلاقی «فتخار ما آریایی بودن ماست»، در موردی دیگر از طریق اعتبار بخشیدن آن با الگوها و مدل‌ها، به چنین گفتمانی مشروعیت داده شده است: «وطن میام دوباره / دیگه پیشت می‌مانم» (خواننده این متن حبیب محبیان است). می‌توان گفت از آنجا که این ماشین‌ها دارای صاحبان شخصی می‌باشند، ممکن است این متن‌ها و گفتمان‌ها از دریچه ذهنیت شخصی صاحبان وسایل نقلیه نگاشته شده باشند. البته موضوع وطن‌پرستی در ماشین‌نوشته‌ها در حجم وسیعی (در اتول‌نامه ۷۶ مورد) به منطقه جغرافیایی، استان، شهر و روستای زادگاه رانندگان پراکنده است که با مشروعیت از طریق اقتدار همسویی دارد.

مشروعیت‌سازی به رعایت «قوانین راهنمایی و

رانندگی»

نوشته‌های پشت‌ماشین‌ها گاهی از طریق عقلانی کردن ابزاری، به منظور اینکه افراد متخلف از قوانین رسمی و نهاده شده، به قوانین رسمی روی بیاورند، بر تأثیر و هدف کنش رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی، یعنی سلامتی خود و خانواده تأکید می‌کنند که باعث ایجاد مشروعیت می‌شود: «همراهی با سرعت = همراهی با مرگ / به مادرت رحم کن». یا با عقلانی‌سازی نظری از نوع تبیین «فرهنگ رانندگی، نشانه شخصیت شماست» که در این مورد، همواره نظری که بیان می‌شود، همراه با اخلاق است که به آن مشروعیت می‌دهد. یا از طریق اقتدار غیرشخصی و بدون توجیه که در جواب چرا، گفته می‌شود چون قانون این را می‌گوید و در لایه‌های زیرین پیام، اجبار را می‌توان دید و این نمونه‌ها اغلب به صورت جمله‌های غیر شخصی پدیدار می‌شوند:

۲۱. بیهوده متاز.

۲۲. مشتاق رهگذر.

۲۳. همکار عزیز جلو را نگاه کن، سبقت نگیر.

۲۴. لطفاً نور پایین.

۲۵. فاصله بگیر، بوق نزن.

البته تعدادی از این‌ها در قالب طنز و تعدادی در قالب جدی بیان شده است. امری بودن این جملات نیز حائز اهمیت است. در این زمینه پنجاه مورد بررسی شد که یازده مورد آن مربوط به اقتدار غیرشخصی و بدون توجیه است یعنی بدون

الگوهای رفتاری نه تنها رایج، بلکه موجه، طبیعی و ضروری‌اند. در تحلیل نهایی می‌توان گفت که گفتمان حاکم بر ماشین نوشته‌های مربوط به زنان، بر اساس مکانیزم «دیگرسازی» عمل می‌کند. زن در این متون به عنوان «دیگری» تعریف می‌شود؛ دیگری‌ای که تهدیدکننده نظم موجود است و باید مهار یا حذف شود. به این ترتیب، نه تنها سلطه‌ی مردانه بازتولید و تقویت می‌گردد، بلکه این سلطه، در سطحی نمادین و زبانی، مشروع نیز جلوه داده می‌شود.

مشروعیت چندوجهی^۱

با وجود اینکه زبان نقشی کانونی و برجسته در مشروعیت‌سازی ایفا می‌کند، برخی از انواع مشروعیت‌سازی را می‌توان در قالب‌های دیداری و یا حتی موزیکالیت و موسیقایی بیان کرد؛ مثلاً می‌توان به سنجش‌ها و ارزیابی‌های اخلاقی به صورت دیداری اشاره کرد یا این که به وسیله نمادهای دیداری بازنمایی کرد (ون لیوون، ۲۰۰۷، نقل شده در لاکلا، ۱۳۹۵: ۲۲۸). در اهمیت این موضوع تحلیلگران حوزه گفتمان به رابطه میان تصویر و زبان در تحلیل‌های خود تأکید می‌کنند (یورگسن و فیلیپس، ۱۳۹۱: ۱۱۱). اما مفهوم گفتمان و مفهوم چند وجهیت به طور مشخص در نوشته‌های ون لیوون رخ داده است. این مورد در ماشین نوشته‌ها نقشی ویژه بخصوص در مشروعیت‌سازی به مسائل اخلاقی، مذهبی و مقرراتی دارد به عنوان نمونه: ضرب المثل قدیمی «شتر دیدی ندیدی» دیگران را به رازداری و چشم بستن بر خطاها توصیه می‌کند؛ گاهی در این عبارت به جای واژه «شتر» تصویر شتر دیده می‌شود به صورتی که وجه زبانی و تصویری در قالب یک گفتمان واحد با هم تلفیق شده‌اند که برای مشروعیت‌سازی مسائل اخلاقی و تقویت آن، با هدف تأثیرگذاری بیشتر جنبه دیداری به آن داده شده است که باعث می‌شود مخاطبان با شیوه متفاوتی با آن روبرو شوند. یا موارد دیگر «خدایا محتاج توام» که به جای بخشی از کلمه محتاج، تصویر تاج کشیده شده است. و در موردی دیگر با تصویر کردن یک انسان خسته در حال استراحت، این جمله نوشته شده «هو برو من خسته‌ام» که به احتیاط در رانندگی هنگام خستگی هشدار داده شده است. چنین مواردی در بررسی ادبیات این قشر از جامعه قابل توجه است و می‌تواند جنبه‌های گسترده‌ای از ادبیات عامه را روشن سازد به خصوص با اطلاعات تصویری که به راحتی می‌شود پیام آنها را فهمید.

اخلاقی. در سطح نخست، سنت به عنوان مرجعی تغییرناپذیر و فراتاریخی عمل می‌کند که مشروعیت رفتار خشونت‌آمیز یا کنترل‌گرانه نسبت به زنان را تضمین می‌نماید. برای نمونه، در جمله «زن کوزه نیست که بشکند؛ از زدنش دریغ مکن»، خشونت علیه زن با استناد به یک قاعده سنتی توجیه می‌شود، بی‌آن که نیازی به تبیین عقلانی یا اخلاقی آن احساس شود. در سطح دوم، با ارزش‌گذاری اخلاقی منفی و نسبت‌دادن صفاتی همچون مکار بودن، فتنه‌انگیزی و شوم بودن به زنان، فرایند دیگری‌سازی جنسیتی تقویت می‌گردد. در نمونه‌هایی چون «درخت مکر زن صد ریشه دارد/ فلک از دست زن اندیشه دارد» یا «بی جوان تا توانی زن مگیر/ طوق لعنتی است بر گردن مگیر»، زن موجودی خطرناک، فریبنده و عامل بی‌ثباتی نظم اجتماعی معرفی می‌شود. چنین رویکردی به وضوح بر مبنای مرزبندی نمادین میان «خود» (مرد) و «دیگری» (زن) عمل می‌کند و هدف آن تثبیت موقعیت فرادست مردانه است.

برخی از این نوشتارها نیز با بهره‌گیری از قالب طنز به تحقیر جنس زن می‌پردازند. برای مثال، بیت «گر بمیرد دختری از قبر او روید گلی/ گر بمیرند دختران دنیا گلستان می‌شود/ اگر بمیرد پسری از قبر او روید خسی/ گر بمیرند پسران دنیا بیابان می‌شود» به ظاهر شوخی‌آمیز است، اما در لایه‌های معنایی عمیق‌تر، حامل پیامی جنسیت‌زده و حذف‌گرایانه است که در آن، نبود زنان عامل زیبایی و شکوفایی اجتماعی تلقی می‌گردد. در ادامه، مجموعه‌ای از مثل‌نماها نیز با بهره‌گیری از عناصر مذهبی، طنز، و طبقه‌بندی ارزشی، نقش کلیدی در تداوم نگاه منفی به زن ایفا می‌کنند؛ از جمله: «زنان کوچه‌نشین عروس شیطاند» و «خداوند سه درد آمد به یکبار/ زن زشت و خرننگ و طلبکار/ خداوند زن زشت را تو بردار / خودم با آن دوتا می‌رم کلنجار». در این مثال‌ها، زن نه تنها به عنوان عامل مشکل‌آفرین بازنمایی می‌شود، بلکه از طریق ترکیب با عناصر منفی دیگر (خر لنگ، طلبکار)، سطحی از تنفر و طرد نسبت به او بازتولید می‌شود.

بررسی این داده‌ها نشان می‌دهد که چنین گفتمانی به شدت با نظام مردسالار سنتی همسویی دارد و هدف آن، مشروعیت‌بخشی به نابرابری‌های جنسیتی از طریق بازنمایی‌های زبانی است. درواقع، با استفاده از زبان عامیانه و ضرب‌المثل‌های رایج، کنش‌های تبعیض‌آمیز علیه زنان «عادی‌سازی» شده و به مخاطب چنین القا می‌شود که این

رویکرد مشروعیت‌زدایی

در میان ماشین‌نوشته‌ها، یکی از مهم‌ترین بسترهای مشروعیت‌زدایی، اعتراض به بی‌عدالتی اقتصادی و نابرابری اجتماعی است. این اعتراضات عمدتاً از طریق ارزش‌گذاری اخلاقی قیاسی یا اقتباس از زبان جمعی (همرنگ‌سازی) بیان شده‌اند. نمونه‌هایی چون «غنیای بنزسوارند، من مسکین بر تو» یا «همه دنبال یارند، من به دنبال بار؛ فوق‌لیسانس شهید بهشتی هم دارم»، گویای نارضایتی عمیق از شکاف منزلتی و ناکارآمدی نظام توزیع فرصت‌هاست؛ جایی که شایستگی و تحصیلات تضمین‌کننده جایگاه اجتماعی نیستند. در این متون، گفتمان اعتراض با استفاده از طنز، کنایه و ایهام، نظم اجتماعی را به چالش می‌کشد. عباراتی چون «به حال آن‌کس باید گریست که دخلش بود ۱۹، خرجش ۲۰» به‌مثابه سخنانی مألوف و پرکاربرد، نه‌تنها نقدی بر دشواری معیشت‌اند، بلکه نشان‌دهنده شکل‌گیری نوعی وجدان جمعی درباره نابرابری‌های ساختاری هستند. به‌طور کلی، این گروه از نوشته‌ها، بدون صراحت سیاسی، اما با زبانی نافذ و مردمی، کارکردی انتقادی یافته‌اند و در قالبی غیررسمی، نارضایتی‌های عمیق از نظم مسلط را بازتاب می‌دهند.

مشروعیت‌زدایی از ارزش‌های اخلاقی نامناسب (با مضمون رفاقتی)

یکی از سازوکارهای رایج در مشروعیت‌زدایی از روابط اجتماعی در ماشین‌نوشته‌ها، بهره‌گیری از ارزش‌گذاری اخلاقی مبتنی بر قیاس است. در این راستا، گزاره‌هایی چون «من از عقرب نمی‌ترسم، ولی از سوسک می‌ترسم / من از دشمن نمی‌ترسم، ولی از دوست می‌ترسم» بر تقابل میان «دشمن صادق» و «دوست خائن» تأکید دارند. در این مثال، «دوست بی‌وفا» با بهره‌گیری از یک تشبیه تقلیل‌دهنده، به «سوسک» (نماد ضعف و حقارت) تنزل می‌یابد و از این طریق، رابطه دوستی بی‌اعتماد، فاقد هرگونه مشروعیت اخلاقی معرفی می‌شود. شگرد قافیه‌سازی واجی در تقابل «سوسک» و «دوست» نیز به تقویت بار عاطفی و تأثیرگذاری پیام کمک کرده است. در نمونه‌هایی دیگر نظیر «رفیق بی‌وفا را کمتر از دشمن نمی‌دانم» یا «روم قربان آن دشمن که بویی از وفا دارد»، دوستی ناسالم نه‌تنها نفی، بلکه در قیاسی آشکار، بدتر از دشمنی بازنمایی می‌شود. نمونه‌هایی از این دست که در مجموعه اتول‌نامه تا ۴۳ مورد احصا شده‌اند، بر گستره معنایی مشروعیت‌زدایی از رفاقت‌های

بی‌پایه دلالت دارند. افزون‌بر این، در برخی نوشته‌ها از ارجاع به مدل‌های اجتماعی یا چهره‌های فرهنگی برای نفی مشروعیت روابط مبتنی بر ظاهر استفاده شده است؛ مانند عبارت طنزآمیز «به قول بهروز وثوقی، تو یک مرد نشونم بده، خودم میرم زنش می‌شم» که با بی‌اعتبارسازی مفهوم «مردانگی»، نوع خاصی از رفتار اجتماعی را به چالش می‌کشد. در سطحی دیگر، برخی از ماشین‌نوشته‌ها با عقلانی‌سازی از نوع پیش‌بینی، بی‌ثباتی اعتماد اجتماعی را برجسته می‌سازند. نمونه‌هایی مانند «هن مرد و نامرد یکی‌ست / روزگار باید بگذرد تا بدانی مرد کیست نامرد کیست» با استناد به تجربه زیسته، مشروعیت اعتماد اولیه را به تعلیق درمی‌آورند و بر ناپایداری معیارهای اخلاقی در جامعه تأکید دارند.

در مجموع، این دسته از گفتمان‌ها نه‌تنها روابط بین‌افردی را زیر سؤال می‌برند، بلکه بر پیامدهای فقدان اعتماد اجتماعی نیز تأکید دارند؛ وضعیتی که می‌تواند بنیان‌های اخلاقی، امنیت روانی و انسجام فرهنگی جامعه را تهدید کند. از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، بسامد بالای چنین مضامینی در ماشین‌نوشته‌ها حاکی از بحران اعتماد اجتماعی و تلاش برای مشروعیت‌زدایی از گفتمان‌های رسمی و تثبیت‌شده درباره صداقت، وفاداری و دوستی است. موضوعی که نیازمند واکاوی عمیق‌تر و نظام‌مندتر در ساحت فرهنگی-اجتماعی است.

انتقاد از کیفیت تولیدات داخلی با هدف مشروعیت‌زدایی از ساختارهای اجرایی

در بخشی از ماشین‌نوشته‌ها، گفتمان انتقادی نسبت به کیفیت پایین محصولات صنعتی، به‌ویژه خودروهای داخلی، به‌وضوح مشاهده می‌شود. این نوشتارها با بهره‌گیری از راهبردهایی چون اقتداربخشی انطباقی و ارزش‌گذاری اخلاقی منفی، ناکارآمدی مدیریتی و ناتوانی ساختارهای تولیدی را به چالش می‌کشند. نمونه‌هایی مانند «مرگ دست خداست، پراید وسیله‌ست» یا «محصول بی‌کیفیت، مدیر بی‌لیاقت، همیشه همینه / خر بخرید از ایران خودرو نخرید» از زبان نمادین و طنز تلخ برای نقد عملکرد سازمان‌ها بهره می‌گیرند و هم‌زمان، تقابل میان «جان انسان» و «سودجویی صنعتی» را برجسته می‌سازند. در این گفتمان‌ها، ارجاع به ناکارآمدی نه صرفاً یک بیان اعتراضی فردی، بلکه کنشی گفتمانی است که مشروعیت ساختارهای صنعتی و اجرایی را در سطحی

معنوی، به مقابله با گفتمان مصرف‌گرا برخاسته و با افشای بی‌ثباتی منزلت مبتنی بر ظاهر، سعی دارد مشروعیت آن را تضعیف کند. این گفتمان از طریق تکنیک‌هایی چون نهی از منکر، استدلال مبتنی بر مرگ‌اندیشی و ارجاع به باورهای عرفی و مذهبی، نظام ارزشی بدیل و پایداری را پیشنهاد می‌دهد. از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، این تقابل را می‌توان مصداق بارز «کشمکش معنا» میان دو گفتمان متضاد دانست؛ جایی که مفاهیم چون «زیبایی»، «منزلت» و «ارزش» در درون ساختارهای معنایی متفاوت بازتعریف می‌شوند. در این میان، گفتمان دینی-سنتی هویت خود را در تضاد با گفتمان مصرف‌گرا بازسازی می‌کند و از این طریق، درصدد مشروعیت‌زدایی از سبک زندگی مدرن و ارزش‌های حاکم بر آن است.

مشروعیت‌زدایی از گروه‌ها و احزاب با حقانیت‌زدایی و افشای اخلاق ریاکارانه

در بخشی از ماشین‌نوشته‌ها، از راهبرد ارزش‌گذاری اخلاقی قیاسی برای مشروعیت‌زدایی از گروه‌ها، احزاب یا نظام‌های نمادین اقتدار استفاده شده است. در نمونه‌هایی مانند «می‌خور، به که از ریا طاعت کنی» یا «می‌بخور، منبر بسوزان، مردم‌آزاری مکن»، افعال عرفاً ناپسند چون «می‌خوردن» و «منبر سوزاندن»، در قیاس با ریاکاری و آزار اجتماعی، ارزش مثبت می‌یابند و به‌صورت نمادین از نظام اخلاقی حاکم، مشروعیت‌زدایی می‌شود. در این گفتمان، کنش‌های صادقانه-حتی اگر در تضاد با هنجار رسمی باشند-در برابر کنش‌های ریاکارانه و تظاهر مذهبی ترجیح داده می‌شوند. این تقابل، نشانگر تزلزل در نظام‌های اخلاقی رسمی است که از دید مخاطب عام، فاقد اصالت و صداقت‌اند. همچنین، در عباراتی چون «حالا که خر تو خره، ما هم پُرو» یا «حالا که هرکی به هرکیه، ما هم ماکسیما»، نوعی اقتداربخشی انطباقی بر پایه تجربه زیسته و مشاهده اجتماعی صورت می‌گیرد. این جملات، با کنایه از بی‌نظمی، قانون‌گریزی و آشفتگی موجود، بر فروپاشی نظم رسمی تأکید دارند و رفتار فردی را در چهارچوب مشروعیت‌یافته همان وضعیت توجیه می‌کنند. مجموع این گزاره‌ها نشان می‌دهد که زبان عامیانه در ماشین‌نوشته‌ها، فضایی برای نقد ساختارهای سیاسی-اجتماعی فراهم می‌آورد و از طریق تقابل‌های اخلاقی، به مشروعیت‌زدایی از نهادهایی می‌پردازد که به زعم نویسنده، از درون دچار بحران اعتماد و اخلاق شده‌اند.

نمادین زیر سؤال می‌برد. از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، این نوشتارها نشان می‌دهند که مشروعیت، ارتباطی مستقیم با کارآمدی دارد؛ به عبارت دیگر، هرگاه ساختاری در ایفای وظایف خود (اعم از نظارت بر کیفیت، رعایت استانداردها و تأمین ایمنی) ناکام بماند، زمینه برای مشروعیت‌زدایی اجتماعی از آن فراهم می‌شود. گفتمان‌های انتقادی در این حوزه، اغلب از طریق تطبیق با تجارب زیسته و باورهای عمومی تقویت می‌شوند و در قالب زبان روزمره، عملکرد مدیران و نهادهای اجرایی را هدف می‌گیرند. این نقدها، هرچند گاه طنزآمیز یا غیررسمی‌اند، اما می‌توانند نشانگر بحران اعتماد عمومی نسبت به کارگزاران صنعتی باشند. در این راستا، ماشین‌نوشته‌ها را می‌توان به‌منزله ابزاری انتقادی دانست که فراتر از بازتاب نارضایتی، به مثابه سازوکار مشروعیت‌زدایی از ساختارهای اقتدار تلقی می‌شوند.

مشروعیت‌زدایی از گفتمان مصرف‌گرایی با انتقاد از سبک زندگی مدرن یا مدگرایی

در بخشی از ماشین‌نوشته‌ها، نوعی گفتمان انتقادی نسبت به سبک زندگی مدرن و گرایش‌های مصرف‌گرایانه شکل گرفته است که در آن، مفاهیمی چون خودآرایی، مدگرایی و تجمل‌گرایی نه تنها فاقد ارزش، بلکه به‌عنوان نشانه‌هایی از زوال معنوی و بی‌هویتی فرهنگی معرفی می‌شوند. این گفتمان با بهره‌گیری از عقلانی‌سازی پیش‌نگر، باورهای عرفی و مقایسه‌های ارزشی، درصدد مشروعیت‌زدایی از ارزش‌های برآمده از فرهنگ مصرف‌گرایی است. در این راستا، گزاره‌هایی همچون «مکن فکر آرایش و رنگ را، بکن فکر آن منزل تنگ را»، «به مدپوشان بگویند آخرین مد کفن است» یا «بین به چرخ زمانه که چنین کمرشکن است / به رنگ لباس خود مناز که عاقبت کفن است» بر زودگذری زیبایی‌های ظاهری، فناپذیری جسم، و بی‌اعتباری منزلت مبتنی بر ظاهر تأکید می‌کنند. این جملات، با ترکیب هشدارهای اخلاقی و جهان‌بینی مرگ‌محور، مصرف‌گرایی را از منظر دینی و سنتی فاقد اعتبار معرفی می‌کنند. در نمونه‌ای دیگر مانند «من زشت بودم تا اینکه ما شینم را دید»، دوری اجتماعی مبتنی بر ظاهر و سرمایه نمادین به نقد کشیده می‌شود و نظام ارزشی برآمده از سرمایه‌گرایی و نمایش‌گرایی زیر سؤال می‌رود. این گونه نوشتارها نشان می‌دهند که مدگرایی نه حاصل ذوق فردی، بلکه تابعی از فشار اجتماعی برای کسب پذیرش و منزلت است. گفتمان سنتی-دینی، با اتکا به عقلانیت اخلاقی و اقتدار

ابراز نارضایتی از شغل رانندگی و عدم توزیع متناسب در نظام اشتغال

در بخشی از ماشین‌نوشته‌ها، گفتمانی انتقادی نسبت به وضعیت نابسامان اشتغال، به‌ویژه در رابطه با شغل رانندگی، شکل گرفته است. در این متون، با بهره‌گیری از عقلانی‌سازی ابزاری و قیاس‌های موقعیتی، تجربه فردی راننده به نمادی از ناکارآمدی نظام توزیع فرصت‌های شغلی در جامعه تبدیل می‌شود. عباراتی نظیر «نگاه نکن به کارم، محتاج روزگارم»، «عاقبت فرار از مدرسه» یا «حسنی به مکتب نمی‌رفت، باباش گذاشتش کمک‌شوفری»، با تأکید بر نقش شرایط اقتصادی و اجتماعی در تعیین مسیر شغلی، مسئولیت وضعیت کنونی را به ساختارهای کلان نسبت می‌دهند. این عقلانی‌سازی، وضعیت فرد را نتیجه جبری شرایط دانسته و با زبانی غیررسمی اما مؤثر، ساختار اقتصادی موجود را به چالش می‌کشد. در سطحی دیگر، جملاتی چون «همه دارند کار و ما هم داریم کار / این چه کاری‌ست، همه خوانند و ما بیدار» یا «عاقبت لب‌سانس گرفتن» با استفاده از قیاس‌های انتقادی، به شکاف میان تحصیلات و جایگاه شغلی اشاره دارند. در این میان، اصطلاح طعنه‌آمیز «رشته تحصیلی: علوم نیسانی» به‌عنوان نشانه‌ای زبانی برای «تحقیر نمادین» فرایند تحصیل در نظام ناکارآمد شغلی به‌کار رفته و بیانگر ناامیدی از پیوند میان مدرک دانشگاهی و منزلت اجتماعی است. این نوع بازنمایی، به مشروعیت‌زدایی از سیاست‌های آموزش عالی و مدیریت اشتغال منجر می‌شود. در این گفتمان، رانندگی نه به دلیل ذات شغل، بلکه در نسبت با مدارک دانشگاهی و آرمان‌های شغلی، به جایگاه نارضایتی تبدیل می‌شود. شکایت از وضعیت موجود، عملاً نقدی بر ساختار تصمیم‌گیری اجرایی است که توان توزیع عادلانه فرصت‌ها را ندارد. این نوع نقد، به‌ویژه زمانی برجسته می‌شود که فردی با تحصیلات عالی، خود را ناچار از پذیرش شغلی متفاوت با تخصص خود می‌بیند.

مشروعیت‌زدایی از گفتمان برابری جنسیتی با تمرکز بر مشارکت اجتماعی زنان

در بخشی از ماشین‌نوشته‌ها، گفتمانی مبتنی بر مشروعیت‌زدایی از مشارکت زنان در عرصه‌های اجتماعی بازنمایی می‌شود. این گفتمان، با اتکا به الگوهای فرهنگی، شوخی‌های زبانی، و مقایسه‌های جنسیتی، تلاش دارد برتری مردانه را برجسته ساخته و گفتمان برابری جنسیتی را به

چالش بکشد. استراتژی اصلی در این نوشتارها، بهره‌گیری از اقتداربخشی نمادین به الگوها و شخصیت‌های معتبر و موجه‌سازی پیام با ارجاع به واقعیت‌های اجتماعی اغراق‌شده است. در نمونه‌ای مانند «به لقمان گفتند پارک دوپل از که آموختی؟ گفت از بانوان»، دو سطح از معنا فعال می‌شود: نخست، استفاده از نام لقمان، به‌عنوان شخصیتی خردمند در متون کلاسیک، به سخن نوعی اعتبار ظاهری می‌بخشد؛ دوم، نقیضه‌سازی از یکی از حکایات معروف سعدی، به‌شکل طنزآمیز در خدمت تضعیف توانایی رانندگی زنان قرار می‌گیرد. چنین ساختاری نه تنها بازنمایی اغراق‌آمیزی از ضعف زنان در مهارت‌های اجتماعی ارائه می‌دهد، بلکه تلاش می‌کند با بهره‌گیری از منابع گفتمان سنتی، موقعیت مردان را در جایگاه مرجع عقلانی و مهارتی تثبیت کند. در نمونه‌ای دیگر نظیر «من از مرگ نمی‌ترسم ولی از راننده زن می‌ترسم»، با استناد به تجربه‌ای اغراق‌شده و تقلیل‌گرا، مشارکت زنان در حوزه حمل‌ونقل عمومی، به‌مثابه تهدیدی برای سلامت اجتماعی بازنمایی می‌شود. این روایت نه تنها در تقابل با گفتمان برابری خواهانه است، بلکه به‌شکلی نظام‌مند، برتری مردانه را به‌مثابه وضعیت طبیعی و مطمئن برجسته می‌سازد. از منظر تحلیل گفتمان انتقادی، می‌توان این کنش‌های زبانی را بر اساس الگوی لاکلا و موفه تبیین کرد. در این الگو، دو سازوکار برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی، از ابزارهای اصلی حفظ هژمونی گفتمان‌ها به شمار می‌روند. در این مورد، گفتمان مردسالار با برجسته‌سازی توانمندی‌های مردان و اغراق در ناتوانی‌های زنان، در تلاش است تا با به حاشیه راندن مشارکت زنان در اجتماع، گفتمان برابری جنسیتی را تضعیف کند. استفاده از چهره‌های فرهنگی معتبر، طنز و کلیشه‌های جنسیتی، ابزارهایی هستند که این فرایند را تقویت می‌کنند. در لایه‌های پنهان این گفتمان، باور به ناتوانی زنان در انجام وظایف اجتماعی به‌گونه‌ای بازنمایی می‌شود که موفقیت مردان نه بر مبنای شایستگی، بلکه به‌مثابه وضعیتی بدیهی و طبیعی معرفی می‌گردد. بدین ترتیب، کل این فرایند در چارچوب گفتمان مردسالاری مفصل‌بندی می‌شود و از طریق بازنمایی‌های زبانی، به تداوم و تثبیت نظم جنسیتی موجود کمک می‌کند.

مشروعیت‌زدایی از بدحجابی و رفتار نامناسب زنان

از طریق اسطوره‌سازی از شخصیت‌های مذهبی «از بابت

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف تحلیل راهبردهای مشروعیت‌سازی و مشروعیت‌زدایی در ماشین‌نوشته‌ها بر اساس چارچوب نظری ون لیوون (۲۰۰۸) و در بستر زبان‌شناسی اجتماعی انجام شد. نتایج این پژوهش نشان داد که ماشین‌نوشته‌ها، به‌مثابه متونی زبانی و اجتماعی، حامل گفتمان‌هایی چندلایه هستند که ضمن بازنمایی باورها، نگرش‌ها و ارزش‌های قشر رانندگان، در فرایند تولید، بازتولید یا چالش با هنجارهای اجتماعی و ایدئولوژیک ایفای نقش می‌کنند. یافته‌ها حاکی از آن بود که در ماشین‌نوشته‌ها، بیشترین بسامد راهبردهای مشروعیت‌سازی مربوط به ارزیابی اخلاقی، عقلانی‌سازی و اقتدار عرفی و شخصی بود؛ درحالی‌که، اسطوره‌سازی به‌عنوان شیوه‌ای داستان‌محور برای مشروعیت‌بخشی، فراوانی کمتری داشت. این مسئله را می‌توان به واقع‌گرایی تجربی، دغدغه‌های معیشتی و فرهنگی و سبک زندگی عمل‌گرایانه رانندگان نسبت داد که اغلب درگیر مسائل ملموس و روزمره‌اند. ماشین‌نوشته‌ها در این پژوهش از دو منظر تحلیل شدند: نخست، مشروعیت‌بخشی به گفتمان‌هایی همچون دینداری، خانواده‌دوستی، وطن‌پرستی، رعایت قوانین راهنمایی‌وراندگی، ایثار و جنگ؛ و دوم، مشروعیت‌زدایی از گفتمان‌هایی مانند نابرابری طبقاتی، ناکارآمدی ساختارهای اجرایی (نظیر صنعت خودروسازی)، تبعیض جنسیتی، مصرف‌گرایی، بدحجابی و بی‌اعتمادی به نهادهای رسمی نظیر بیمه‌ها. کاربرد فراوان دال‌های اخلاقی و سستی، بیانگر آن است که در ذهنیت بخشی از جامعه رانندگان، ارزش‌هایی چون وفاداری، احترام به والدین، توکل بر خدا و دفاع از وطن، هنوز به‌مثابه منابع مشروعیت اجتماعی شناخته می‌شوند. همچنین، استفاده از عقلانی‌سازی نظری و ابزاری (نظیر بهره‌گیری از ضرب‌المثل‌ها یا هشدارهای راندگی) نشان می‌دهد که نویسندگان این متون، آگاهانه یا ناآگاهانه، در حال استفاده از زبان برای اقناع، هدایت و هشدارند. در سوی دیگر، ماشین‌نوشته‌ها در مواردی حامل مقاومت گفتمانی نیز هستند؛ به‌ویژه در مواجهه با گفتمان‌های رسمی یا هژمونیک. برای نمونه، نقد نابرابری‌های اجتماعی، اعتراض به تبعیض‌های جنسیتی یا طعنه به مدیران بی‌کفایت، همگی نشانه‌هایی از مقاومت در برابر گفتمان‌های مسلط‌اند که از خلال ابزارهای زبانی غیررسمی و عامیانه بیان شده‌اند. از نظر نظری، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که چارچوب ون لیوون، ابزاری کارآمد برای شناسایی مکانیسم‌های زبانی و

حجاب زنانمان شرمنده‌ام، یا زینب» که شخصیت زینب را به‌عنوان اسطوره پاکدامنی و حجاب برای مشروعیت‌زدایی از بی‌حجابی آورده است. در رابطه با این مورد، رودنیولر اسطوره‌ها را یکی از راه‌های مدیریت و کنترل تغییرات اجتماعی می‌داند که به‌عنوان ابزاری تلقی می‌شوند که به‌واسطه آنها موضوعات بنیادین به گفتمان کشیده می‌شوند (رودنیولر، ۱۳۸۹: ۱۷۲) در موارد ذکر شده به مفهوم حجاب در همسویی با اعتقادات مذهبی و دینی نگاه شده است. می‌شود گفت واژه‌ها و مفاهیمی چون: عفت، حجاب، شخصیت‌های مذهبی، مطابق الگوی لاکلا، دال‌های شناوری هستند که با محوریت دال مرکزی «اعتقادات مذهبی و دینی» به‌گونه‌ای مفصل‌بندی شده‌اند که اعتبار گفتمان مسلط مذهبی را افزایش بدهند و از طرفی هم از بی‌حجابی مشروعیت‌زدایی کنند.

مشروعیت‌زدایی از سازمان‌های بیمه‌گر

رانندگی حرفه‌ای سخت و همیشه همراه با خطر و حادثه است. سازمان‌های بیمه‌گر برای پشتیبانی از رانندگان و رونق کسب‌وکارشان در قبال دریافت مبالغی، انواع بیمه‌ها مثل بیمه بدنه، شخص ثالث، سرنشین، آتش‌سوزی، تصادف و... فراهم می‌آورند. اما ماشین‌نوشته‌ها ابزاری هستند که گفتمان غالب تقدیرگرایی را از طریق اقتدار سنت و مذهب با توسل به شخصیت‌های مذهبی، به‌عنوان گفتمان بهتر و برتر در راستای ایجاد امنیت بیشتر در تقابل با گفتمان سازمان‌های بیمه‌گر که با محور دنیاگرایی از طریق منطقی‌سازی با تأکید بر کاربرد و تأثیر انجام چنین عملی در پی مشروعیت به عمل خود هستند، معرفی می‌کنند و مشروعیت می‌بخشند و افراد و جامعه را به چنین گفتمانی فرامی‌خوانند؛ بنابراین چنین عباراتی بیانگر تقابل دو گفتمان تقدیرگرایی و دنیاگرایی و رابطه تقابلی آنهاست و آنچه باعث این تقابل گفتمانی شده است، بحث امنیت است. برای نمونه؛ در این زمینه سی و شش موردبررسی شد که تمام آنها بیمه‌نامه‌هایی معنوی هستند دراین‌بین حتی یک مورد در راستای مشروعیت به سازمان‌های بیمه‌گر یافت نشد که به طور ضمنی عدم اعتماد به سازمان‌های بیمه را می‌رساند. برای مثال «بیمه‌اش کردم به نامت یا علمدار حسین/ بیمه‌اش کردم به نامت سپهسالار عشق/ بیمه ابوالفضل/ بیمه‌ام به دعای پدر و مادر/ بیمه‌اش کردم به نامت یا پیر بنیامین» (موارد بیشتر رک. هادیان طبائی زواره، ۱۳۸۹: ۱۱۵ - ۱۱۴).

گروه‌ها و اشخاص از طریق راهکارهای ذکر شده به توجیه و نشر عقاید و دیدگاه‌های خود می‌پردازند. سختی‌های شغلی؛ همچون شب‌کاری و شب‌بیداری، دوری از خانواده، عشق به آنان به‌ویژه مادر، چشم‌انتظاری همسر و فرزندان، بیان نارضایتی‌های شغلی و مضامین دوستی و رفاقتی و گفتمان فمینیستی مبتنی بر دیگری انگاری زنان، نگاه تحقیرآمیز، توصیه به عدم اطمینان به آنان و حتی مباح شمردن زدن همسران بیشترین درون‌مایه ماشین‌نوشته‌ها هستند؛ به نظر می‌رسد بخشی از گفتمان مربوط به زنان در تفکرات سنتی نادرست جامعه ریشه دارد. گفتمان‌های ملی‌گرایی، باستان‌گرایی، هشدار مبتنی بر رعایت قوانین راهنمایی‌وراندگی مانند رعایت سرعت مجاز، رعایت فاصله با ماشین‌هایی جلویی؛ مواردی از این‌هاست. نارضایتی از تولیدات داخلی و عدم کیفیت آنها نیز بخش دیگری از گفتمان ماشین‌نوشته‌ها را تشکیل می‌دهد. مشروعیت‌سازی به دیدگاه‌های مطرح شده در ماشین‌نوشته‌ها بر پایه خود و دیگری، برجسته‌سازی و به حاشیه‌رانی شکل می‌گیرد. بیشتر این گفتمان‌ها مانند گفتمان زن‌ستیزی به شدت سنتی هستند و ریشه در اعتقادات مردم در گذشته دارند و انعکاس آن‌ها به گونه‌ای نشان از همسویی برخی از رانندگان با آن‌ها را دارد و همین مسأله آنان را در ردیف دارندگان این گفتمان قرار می‌دهد. برخی از گفتمان‌ها نیز از نظر زمانی مربوط برهه خاصی از زمان هستند، شعارها و جملات مربوط به جنگ هشت ساله ایران و عراق مصداق این مورد به شمار می‌روند.

ایدئولوژیکی مشروعیت در متون غیررسمی و فرهنگ عامه است. همچنین، تحلیل ماشین‌نوشته‌ها در بستر زبان‌شناسی اجتماعی، امکان درک عمیق‌تری از پیوند میان زبان، هویت، قدرت و زندگی روزمره را فراهم می‌سازد. در مجموع، می‌توان گفت ماشین‌نوشته‌ها نه تنها ابزاری برای بیان شخصی یا هنری نیستند، بلکه به مثابه متون اجتماعی، واجد ظرفیت‌های مهمی در بازنمایی گفتمان‌های مشروعیت‌بخش یا مشروعیت‌زدا هستند. این متون به طور هم‌زمان می‌توانند بازتابی از گفتمان‌های سنتی، دینی و ملی‌گرایانه باشند و در عین حال، انتقادی، اعتراضی یا حتی طنزآمیز عمل کنند. از این‌رو، مطالعه آن‌ها می‌تواند در تحلیل فرهنگ عامه، زبان اجتماعی، و فرایندهای هویتیابی اقشار فرودست جامعه نقش مهمی ایفا کند.

بنابراین، ماشین‌نوشته‌ها به عنوان حقیقتی از زندگی قشری از جامعه (رانندگان ماشین‌های سنگین) هم از نظر گفتمانی و هم به عنوان بخشی از ادبیات عامه، از اهمیت خاصی برخوردارند. این نوشته‌ها که در بردارنده اشعار، امثال، جملات حکمت‌آمیز و مواردی از این‌دست هستند، به همان شکل یا در قالب طنز بیان شده‌اند. نتایج نشان می‌دهند ماشین‌نوشته‌ها به ماشین‌نوشته‌هایی مشروعیت می‌دهند که از لحاظ ارزش‌گذاری‌های اخلاقی، دینی، مذهبی یا سنت و از لحاظ منطقی و اسطوره‌ای قابل توجیه باشند؛ یعنی گفتمانی مشروع است که بر چنین پایگاه‌هایی تکیه کرده باشد. اتکا به مبانی یاد شده با الگوی مطرح شده در نظریه ون‌لیوون قابل تطبیق و تأیید است؛ چرا که ون‌لیوون معتقد است که

منابع

- Adam J., & Nikolas C. (1999). *The Discourse Reader*. Routledge.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge* (F. Majidi, Trans.) [Persian trans.]. Scientific and Cultural Publications Co. (Original work published 1966). [In Persian]
- Bloom, J. (1985). Looking at writing on the wall: A Critical Review and Taxonomy of Graffiti Texts. *Journal of Material Culture*, 6 (1), 43.
- Diusalar, F. (2010). Pathology of social trust in autobiographical writings. *Quarterly Journal of Literary Thoughts*, 2(5), 110–132. [In Persian]
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (2000). *Critical discourse analysis* (F. Shayesteh Piran, R. Zoghaddar Moghaddam, P. Izadi, M. Neystani, Sh. Bahrampour, R. Karimian, & M. J. Gholamreza Kashi, Trans.; M. Nabavi & M. Mohajer, Eds.). Center for Media Studies and Research. [In Persian]
- Ghorbanpour Arani, H., Zarei, A., & Arabshahi, E. (2017). A sociocultural analysis of car inscriptions based on Hymes' ethnography of communication model. *Cultural Communication Studies*, 18(38), 177–200. [In Persian]
- Hadian Tabaei Zavareh, J. (2011). *Autol-*

- nameh: A dictionary of machine inscriptions in Iran* (3rd ed.). Nashr-e Yek. [In Persian]
- Hamidi, S. J. (2002). *Machine inscriptions: Apotropaic verses in the belief system of wakeful wayfarers*. Marz-e Fekr – Donyaye Tamaddon Publication. [In Persian]
- Hosseinpour-Dehnavi, A. (2017). A linguistic study of graffiti: From discourse analysis to rhetorical analysis. *Quarterly Journal of New Research in Humanities*, 22(3), 165–174. [In Persian]
- Hayati, Z., & Arabzadeh, F. (2020). A rereading of the first chapter of Sa'di's Bustan based on legitimation in governmental discourse. *Textual Literary Studies*, 24(83), 194–222. [In Persian]
- Jorgensen, M., & Phillips, L. (Louise J). (2002). *Discourse Analysis as Theory and method*. Landon: Sage Publication.
- Jørgensen, M., & Phillips, L. (2012). *Discourse analysis as theory and method* (H. Jalili, Trans.; 2nd ed.). Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Parsa, H. M. (2011). *Machine inscriptions*. Amir Ali Publications. [In Persian]
- Rothenbuhler, E. W. (2010). *Ritual communication: From everyday conversation to mediated celebrations* (A. Giviyani, Trans.) [Persian trans.]. Research Institute for Cultural and Social Studies, Imam Sadiq University. (Original work published 1998). [In Persian]
- Zandi, B., Samaei, S. M., & Shahbazi, M. (2011). A linguistic analysis of car inscriptions in Tehran and Ardabil. *Farhanghi Research (Cultural Research)*, 4(40), 185–206. [In Persian]
- Van Leeuwen, T. V. (2007). *Legitimation in discorse and communicatin*. Londaon ,Los Angeles , New Delhi and Singapore.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford University Press.