

Research paper
4(4), Winter 2025

Representation of Ideology in Iran's National and International Commercial Negotiations Based on Van Dijk's Critical Discourse Analysis: The Study of Agreements of Asia Insurance Company

Shirin Boubehrezh¹  Foroogh Kazemi^{*2}  Bahram Modaressi³  Setareh Majidi⁴ 

¹ PH.D Student, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: boubehrezh_shirin@yahoo.com

² Associate Professor, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: f.kazemi86@yahoo.com

³ Assistant Professor, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: ba.modarresi@yahoo.com

⁴ Assistant Professor, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. E-mail: setareh.majidi@gmail.com

Article Info

Article type:

Research article

Article history:

Received: 8 July 2024

Accepted: 23 October 2024

Keywords:

Critical Discourse analysis,
Ideology,
commercial negotiations,
Van Dijk

ABSTRACT

Ideology and culture are notions that make international negotiations more complicated than national negotiations, and if the negotiators can have access to the hidden ideology of the foreign parties, they will have profitable negotiations. In this study, the method of representing ideology in the contracts and emails of Iran's national and international commercial negotiations is discussed. The main issue of the article is how ideologies are reflected in the discourse through language in commercial negotiations, and what strategies the negotiators use to achieve their goals. The results indicate that in international negotiations, the ideological strategies include negative other presentation, distancing, euphemism and also evidentiality and they are used more in international negotiation comparing to the national ones. Also, the negotiators have used linguistic strategies such as modality, passive sentences, and nominalization to reveal their intended ideologies.

Cite this article: Boubehrezh, Sh., Kazemi, F., Modaressi, B., & Majidi, S. (2025). "Representation of Ideology in Iran's National and International Commercial Negotiations Based on Van Dijk's Critical Discourse Analysis: The study of Agreements of Asia Insurance Company". *Journal of Linguistic Studies: Theory and Practice*, 4(4), 83-106.



© The Author(s).

Publisher: University of Kurdistan.

DOI: [10.22034/jls.2024.141691.1132](https://doi.org/10.22034/jls.2024.141691.1132)

*Corresponding Author: f.kazemi86@yahoo.com

Introduction

Critical discourse analysis aims to provide a method for researching ideologies and, subsequently, to challenge some of the cultural, social and political ideologies hidden in the text as well as the values that have built the foundation of the text (Paltridge, 2015: 235). International negotiations are inherently more complex than national negotiations due to cultural and ideological factors so understanding the hidden ideologies of negotiating parties can lead to a more profitable negotiation. The importance of the present research is that it examines the role of language and culture in achieving the hidden ideology of the negotiation parties and it focuses mainly on the representation of ideology in Iran's national and international negotiations that will be discussed in the framework of Van Dijk's critical discourse analysis. Van Dijk's multifaceted approach and simultaneous attention to cultural, social and linguistic elements and his special attention to the fact that ideologies can contribute to the formation, maintenance or change of power relations are very important. In this approach, Van Dijk's clear and precise look at language and speech as elements that shape ideology, paying attention to ideology as not only an individual but also a social phenomenon, and emphasizing the addressee in the process of understanding and producing discourse are other advantages of studying ideology from Dijke's point of view. The main issue in the current research is what are the ideologies hidden in the text of commercial negotiations, both national and international and how are they formulated in Persian and English. Also, how do cultural and intercultural lessons play their role in this field? Therefore, in this research, the main challenge is to examine the underlying and infrastructural ideologies as well as the language strategies used in the text of the aforementioned negotiations according to Van Dijk's critical approach.

A brief note of previous works

Yahyazadeh and Kazemi (1401) show that different ways of producing interdiscursive relations are created through the interaction of expressive forms and content in the studied data, which are the anecdotes of Molana. Haqgosha and Kazemi (1402) have analyzed the film "Untraveled paths" from the perspective of Fairclough's critical discourse analysis. Emphasizing ideology and its role in society. This research shows that the representation of social relations between subjects is a good representation of their ideology and cultural strategies. Zhao and Nie's (2015) work on vague language in business negotiations, highlighted how ambiguity is strategically used to protect negotiators' positions or maintain flexibility. Van Dijk's contributions, particularly on discourse and ideology, provide the theoretical foundation for understanding how power, culture, and ideology intersect in communication. Syukri I Azhar Nur, Alifiana Karunia (2019) studies analyze Law Discourse Through Van Dijk Model Approach and show that the use of certain words, sentences, certain styles is not merely seen as a way of communicating, but is seen as communicating the politics a way to influence public opinion, create support, strengthen legitimacy, and remove opponents or opponents.

Theoretical framework

This research adopts Van Dijk's (1998) model of Critical Discourse Analysis (CDA), which posits that ideologies are socially shared beliefs that become embedded in discourse. Van Dijk argues that through discourse, ideologies are formed, reinforced, and reproduced. His framework focuses on analyzing the structural aspects of discourse—ranging from syntax to rhetoric—while considering the broader social and cognitive contexts. Ideologies, in this view, are not isolated; they are closely tied to group identities and power dynamics. The study also applies Van Dijk's notion of "positive self-presentation" and "negative other-presentation," which highlight how groups construct favorable images of themselves while depicting others in a less favorable light. These strategies are crucial in international negotiations, where cultural and ideological differences are more pronounced.

According to Van Dijk, discourse has many ways to emphasize or de-emphasize meanings, and as soon as these have an ideological basis, we are able to analyze the expression of ideology on many levels of discourse, of which are meaning (topics, level of description, degree of details, implications and presuppositions, local coherence, synonymy, paraphrase, contrast, examples and illustrations, disclaimers), propositional structures (actors, modality, evidentiality (meaning, argumentation), hedging and vagueness, formal structures, sentence syntax, discourse forms argumentation, rhetoric, action and interaction, evidentiality (meaning, argumentation). Van Dijk (2000) talks about ideological structures of discourse that describe and explain the ideological characteristics of discourse structures. Some of the categories of ideological strategies include: actor description, authority (argumentation), categorization, consensus, counterfactual, disclaimers, distancing, dramatization, euphemism, implication, national self-glorification, polarization, Us-Them categorization, positive self-presentation, vagueness, negative other presentation, victimization, history as lesson, empathy, reasonableness, pseudo-ignorance, repetition, lexicalization, example/illustration, explanation, legality, and honesty.

Method

The study uses a qualitative, descriptive-analytical approach to examine the commercial contracts and email communications of the Asia Insurance Company during 2021-2023. Data collection involved a comparative analysis of both national (Persian) and international (English) negotiation texts, focusing on ideological strategies. The analysis was conducted using content analysis methods within Van Dijk's CDA framework. The selected contracts and emails were analyzed to identify key linguistic and ideological strategies. The corpus includes both Persian and English texts, ensuring a balanced comparison across linguistic and cultural contexts.

Conclusion

The findings show the fact that in Asia Insurance Company, the strategies of vagueness (in 3 negotiations), polarization and Us-Them categorization (meaning) (in 4 negotiations authority (argumentation) (in 4 negotiations), legality (3 negotiations) and consensus (in 1 negotiation) is used

more in national negotiations than in international negotiations. While in international negotiations, where factors such as ideology and culture make it more complicated than national negotiations, negative other presentation (semantic macro- strategy) (in 3 negotiations), distancing (meaning, lexicon) (in 3 negotiations), euphemism (rhetoric and meaning)) (in 1 negotiation) and evidentiality (meaning, argumentation) (in 1 negotiation) can be seen more, which is self-evident that in the national negotiations of Asia Insurance Company, Us-Them categorization (meaning) is used as a very common semantic strategy in debates, which is polarization, and this It shows their high rhetorical power in negotiations. On the other hand, legality and authority (argumentation) are other characteristics of this type of national negotiations of the insurance company. Also, in the international negotiations between Asia Insurance and foreign parties, where the discussion of ideology and its relationship with culture, as well as the issue of power, becomes more prominent, it can be observed that by negative other presentation of the business party, out- groups are manifested in a negative way in the content of the discourse. It is worth mentioning that the cultural and power confrontation between foreign parties with the use of different ideological strategies has shown the distance between the in-group members and the out-group members of the company. It is also important that euphemidim is necessary to soften the conditions governing international negotiations, and it has also been seen in the analyses of this strategy. Seeing the category of evidentiality (meaning, argumentation) in international insurance negotiations in Asia as a tangible tool to prove adherence and honesty is also one of the other characteristics of international negotiations. Although the amount of its use has been small. In the analyzed contracts, the use of sentence syntax including passivization and nominalization have helped to reveal the ideologies in question and these tools were seen abundantly in the contracts. Also, from a statistical point of view, compared to international negotiations, the linguistic structure of passivization (9 cases), topicalization (9 cases), and nominalization (17 cases) were used more in national negotiations, and passivization (10 cases) were used more in international negotiations. Therefore, it can be concluded that the aforementioned business negotiations, linguistic/structural tools through modality, specific formal structures and sentence syntax including passivization and nominalization have been able to help reveal specific ideologies.

دوره ۴، شماره ۴، شماره پیاپی ۱۲، زمستان ۱۴۰۴، ص. ۸۳-۱۰۶.

شیوه بازنمایی ایدئولوژی در مذاکرات تجاری ملی و بین‌المللی بر پایه تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک: بررسی قراردادهای شرکت بیمه آسیا

شیرین بوبه رز، فروغ کاظمی^۱، بهرام مدرسی^۲، ستاره مجیدی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. boubehrezh_shirin@yahoo.com

۲. دانشیار گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. f.kazemi86@yahoo.com

۳. استادیار گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. ba.modarresi@yahoo.com

۴. استادیار گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. setareh.majidi@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ وصول:

۱۸ تیر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۲ آبان ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی:

تحلیل گفتمان انتقادی،

ایدئولوژی،

مذاکرات تجاری،

ون‌دایک

ایدئولوژی و فرهنگ از مقوله‌هایی هستند که مذاکرات بین‌المللی را از مذاکرات ملی پیچیده‌تر می‌نمایند و چنانچه مذاکره‌کنندگان بتوانند به ایدئولوژی نهفته طرفین خارجی دست پیدا کنند، مذاکرات سودمندی را پیش‌رو خواهند داشت. در پژوهش حاضر به شیوه بازنمایی ایدئولوژی در قراردادهای و ایمیل‌های مذاکرات تجاری ملی و بین‌المللی ایران در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک پرداخته شده است. مسئله اصلی مقاله آن است که در مذاکرات تجاری، ایدئولوژی‌ها چگونه به‌واسطه زبان در گفتمان بازتاب می‌یابند و طرفین مذاکره از چه راهبردهایی برای رسیدن به اهداف خود بهره می‌جویند. نتایج حاکی از آن است که راهبردهای ایدئولوژیکی شامل برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی (راهبرد کلان معنایی)، فاصله (معنا) و واژگان، حسن تعبیر (بلاغت و معنا) و گواه‌نمایی (معنا و استدلال) بوده و نسبت به مذاکرات ملی کاربرد بیشتر داشته است. همچنین، مذاکره‌کنندگان از راهبردهای زبانی وجهیت، مجهول‌سازی و اسم‌سازی در آشکارسازی ایدئولوژی‌های مدنظر استفاده کرده‌اند.

استاد: بوبه رز، شیرین، کاظمی، فروغ، مدرسی، بهرام، مجیدی، ستاره (۱۴۰۴). «شیوه بازنمایی ایدئولوژی در مذاکرات تجاری ملی و بین‌المللی بر پایه تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک: بررسی قراردادهای شرکت بیمه آسیا». *پژوهش‌های زبان‌شناسی: نظریه و کاربرد*، ۴ (۴)، ۸۳-۱۰۶.



حق مؤلف: نویسندگان

ناشر: دانشگاه کردستان

DOI: [10.22034/jls.2024.141691.1132](https://doi.org/10.22034/jls.2024.141691.1132)

*نویسنده مسؤول: f.kazemi86@yahoo.com

۱. مقدمه

ایدئولوژی از نظر دستور دوتریسی چیزی کمتر از علمی عام در باب ایده‌ها نبود (ون‌دایک^۱، ۲۰۰۰: ۵). از منظر ون‌دایک ایدئولوژی‌ها متشکل از باورهای اجتماعی مشترکی هستند که در پیوند با ویژگی‌های شاخص گروه قرار دارند. به‌زعم ون‌دایک، از طریق گفتمان است که بسیاری از ایدئولوژی‌ها شکل می‌گیرند، تقویت می‌شوند و دوباره خلق می‌گردند. تحلیل گفتمان انتقادی بر آن است تا روشی برای پژوهیدن ایدئولوژی‌ها فراهم آورد و متعاقب آن، برخی از ایدئولوژی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی پنهان در متن و همچنین ارزش‌هایی که شالوده متن را بنانهاده‌اند به چالش بکشاند (پالتریج^۲، ۱۳۹۵: ۲۳۵). مذاکرات بین‌المللی به‌علت عواملی همچون ایدئولوژی و فرهنگ از مذاکرات ملی پیچیده‌تر هستند و ضروری است که به این دو مقوله و به‌ویژه به ایدئولوژی پرداخته شود. زیرا دستیابی به ایدئولوژی نهفته طرفین خارجی مذاکره‌کنندگان در مورد رسیدن به مذاکره سودمند و آگاه‌شدن از میزان ایفای تعهدات طرفین آنها در آینده یاری خواهد رساند. اهمیت ضرورت تحقیق حاضر در آن است که به بررسی نقش زبان و فرهنگ در دستیابی به ایدئولوژی پنهان طرفین مذاکره می‌پردازد. لذا با توجه به اهمیت مذاکرات تجاری بین‌المللی و نقش حیاتی ایدئولوژی، در این پژوهش به شیوه بازنمایی ایدئولوژی در مذاکرات ملی و بین‌المللی ایران در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک پرداخته خواهد شد.

مسئله پیش‌رو در پژوهش حاضر آن است که ایدئولوژی‌های نهفته در متن مذاکرات تجاری اعم از ملی و بین‌المللی مربوط به ایران به‌عنوان گونه‌ای از ساخت‌های گفتمانی خاص، کدام هستند و در زبان فارسی و انگلیسی چگونه صورت‌بندی می‌شوند. همچنین آموزه‌های فرهنگی و بینا فرهنگی در این زمینه چگونه نقش خود را ایفا می‌کنند؟ لذا در این پژوهش، چالش اصلی بررسی ایدئولوژی‌های نهفته و زیرساختی و همچنین راهبردهای زبانی به‌کاررفته در متن مذاکرات یادشده با توجه به رویکرد انتقادی ون‌دایک است. رویکرد چندوجهی ون‌دایک و توجه هم‌زمان به عناصر فرهنگی، اجتماعی و زبانی و توجه خاص او به اینکه ایدئولوژی‌ها می‌توانند به شکل‌گیری، حفظ یا تغییر روابط قدرت کمک‌کننده باشند، بسیار حائز اهمیت است. در این رویکرد، نگاه دقیق و شفاف ون‌دایک به زبان و گفتار به‌عنوان عناصر شکل‌دهنده ایدئولوژی، توجه به ایدئولوژی به‌عنوان پدیده‌ای نه فقط فردی بلکه پدیده‌ای اجتماعی و تأکید به مخاطب در فرآیند فهم و تولید گفتمان از دیگر مزیت‌های مطالعه ایدئولوژی از منظر ون‌دایک هستند. او معتقد است که گفتمان با استراتژی کلی خود مثبت‌پنداری و دیگر پنداری منفی رخ می‌دهد. این استراتژی در تمامی سطوح عمل می‌کند و در واقع بر روی نقاط مثبت ما تأکید و بر روی نقاط منفی ما عدم تأکید و برعکس در مورد دیگران بر روی نقاط منفی آنها تأکید می‌گردد و نقاط مثبت آن‌ها مخفی و فراموش می‌ماند. او در این راستا راهبردهای ایدئولوژیک

¹T. A. van Dijk²B. Paltridge

ارائه می‌نماید و به نقش ابزارهای زبانی / ساختاری در آشکارسازی ایدئولوژی خاص می‌پردازد که از این منظر رویکرد ایشان در بررسی ایدئولوژی و روابط قدرت در مذاکرات به‌ویژه مذاکرات بین‌المللی می‌تواند راهگشا باشد. لذا، در این مقاله به استناد به رویکرد وندیک تلاش می‌شود به ایدئولوژی‌های نهفته در مذاکرات انجام‌شده دست پیدا کرد. بر این اساس پرسش‌های زیر مطرح است که ۱- در مذاکرات تجاری بین‌المللی ایدئولوژی‌ها چگونه به واسطه زبان در گفتمان بازتاب می‌یابند و طرفین مذاکره از چه راهبردهای ایدئولوژیکی برای رسیدن به اهداف خود بهره می‌جویند؟ و ۲- طبق دیدگاه‌ون‌دایک، علاوه بر راهبردهای ایدئولوژیکی (غیر زبانی) گفتمان، راهبردها یا ابزارهای زبانی چگونه می‌توانند در مذاکرات تجاری نمایانگر وجود گفتمان ایدئولوژیک و در راستای آن باشند؟ داده‌های پژوهش متن قراردادهای (ایمیل‌های مبادله‌شده) داخلی و خارجی شرکت بیمه آسیا (بخش باربری) در بازه زمانی سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ هستند که به‌صورت کتابخانه‌ای گردآوری و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. پس از گردآوری داده‌ها بدان سبب که باید مقایسه‌ای بین زبان فارسی و انگلیسی از نظر کاربرد استراتژی‌های ایدئولوژیک و غیرایدئولوژیک صورت پذیرد، لازم است که حجم نمونه سهم هر یک از زبان فارسی و انگلیسی به میزان یکسان انتخاب گردد که برای انجام این کار ملاک تعداد کلمه یا صفحه مد نظر قرار داده شده‌اند. تحلیل محتوا روشی به‌منظور دستیابی به ویژگی‌های مختلف دیدگاه‌ها و اندیشه‌های فرستنده پیام، علل صدور و آثار آن است و برای تجزیه و تحلیل عینی و منظم پیام‌های مختلفی که از طریق گوناگون مبادله می‌شود به کار می‌رود. در راستای هدف جزئی و ویژه این تحقیق که بررسی متون مذاکره و شیوه بازنمایی ایدئولوژی در مذاکرات تجاری ملی و بین‌المللی و همچنین بررسی نقش زبان در نمایاندن ایدئولوژی‌های زیرساختی و راهکارهای ایدئولوژیک است، با استفاده از روش تحلیل محتوا، داده‌های گردآوری‌شده از منظر تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک مورد تحلیل قرار گرفته تا نتایج و دستاوردهای اصلی تحقیق ارائه شوند. روش انجام پژوهش توصیفی-تحلیلی است.

۲. پیشینه تحقیق

رضاپور (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان *تحلیل گفتمان انتقادی: نقش استعاره در بازنمایی و بازتولید ایدئولوژی‌ها در رسانه‌ها* به این نتایج رسید که نقش‌های اصلی استعاره در گفتمان رسانه‌ای، بازنمایی و بازتولید ایدئولوژی و همچنین برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی ایدئولوژی‌ها است. تحلیل داده‌های وی براساس تلفیقی از سه رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک، لیکاف و نظریه گفتمانی استعاره کامرون صورت‌پذیرفته است.

کاظمی و ارمغانی (۱۳۹۴: ۴۸) در پژوهشی به بررسی زبان تبلیغات متون تجاری براساس ارزش‌های فرهنگی پرداخته‌اند. آنها معتقدند وجود تفاوت در انواع ارزش‌های فرهنگی و ایدئولوژیکی نشان‌دهنده تفاوت‌های فرهنگی دو جامعه زبانی متفاوت (تهران و لندن) است.

یحیی‌زاده و کاظمی (۱۴۰۱) نشان می‌دهند که شیوه‌های مختلف تولید روابط بیناگفتمانی از طریق تعامل صورت‌های بیانی و محتوایی در داده‌های مورد بررسی که حکایت‌های مولانا است، خلق

می‌شود. مولانا یک فضای بیناگفتمانی را از طریق انتقال گفتمانی در گفتمان دیگر خلق می‌کند تا ایدئولوژی و مضامین عرفانی مدنظر را در بافت موقعیتی مناسب به کار ببرد.

حق‌گشا و کاظمی (۱۴۰۲) فیلم «ملی و راه‌های نرفته‌اش» را از منظر تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف بررسی کرده‌اند. این پژوهش با تأکید بر ایدئولوژی و نقش آن در بستر جامعه در تلاش است تا به تأثیر تفکرات سنتی بر کلام شخصیت‌های فیلم بپردازد. این پژوهش نشان می‌دهد که بازنمایی روابط اجتماعی بین سوژه‌ها به‌خوبی معرف ایدئولوژی و استراتژی‌های فرهنگی آنان است.

دولوان و سوا^۱ (۱۹۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «رویکردهای زبان‌شناختی به فعالیت مذاکره» به چهار رویکردی که به موضوع مذاکره می‌پردازد اشاره کردند. به‌زعم آن‌ها، روش‌های مختلف هر کدام بر روی یکی از عناصر ارتباطی خاص متمرکز شده‌اند؛ بنابراین، درحالی که مطالعات انجام‌شده بر روی موضوع فعالیت مذاکره به‌عنوان یک رفتار استراتژیک به مسائلی از قبیل پیغام متمرکز است، مطالعات بینافرهنگی باعث بهبود سطح مذاکره‌کنندگان می‌شود.

ژاو و نی^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «زبان ابهام در مذاکرات تجاری از منظر کاربردشناسی کلام» به مطالعه کاربردشناختی ابهام و تعبیر آن در مذاکرات تجاری انگلیسی پرداخت و این نتایج حاصل شدند که انگیزه کاربردشناختی «طفره‌رفتن» در ابهام برای محافظت از خود و گمراه‌ساختن و انگیزه کاربردشناختی ابهام انعطاف‌پذیری، ادب، اثربخشی، معتبر و هدفمند بودن را می‌رساند.

زوا و هی^۳ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای سه استراتژی برای مذاکره‌کنندگان برای بهره‌بردن از زبان ابهام در مذاکرات مطرح می‌نمایند و استراتژی‌های مختلفی از جمله ابهام، حسن تعبیر را ارائه می‌نمایند. سیکوری^۴ و همکاران (۲۰۱۹) به تحلیل گفتمان حقوقی با استفاده از مدل ون‌دایک می‌پردازند که مطابق با بررسی آن‌ها استفاده از برخی کلمات، جملات، سبک‌های خاص به‌عنوان روشی برای برقراری ارتباط تلقی نمی‌شود، بلکه به‌عنوان راهی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، حمایت، تقویت مشروعیت، و یا حذف مخالفان هستند.

افدولی و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی افشای ایدئولوژی گفتمان در خصوص امیکرون در دوران کرونا، در اخبار CNN لندنوزی پرداختند. روش اجراشده، تحلیل گفتمان انتقادی براساس مدل ون‌دایک است. منبع داده‌ها در این مطالعه اخبار آنلاین CNN Indonesia.com در مورد ظهور نوع امیکرون است. نتایج نشان داد که گفتمان ارائه‌شده توسط CNN به ایدئولوژی ناسیونالیسم پایبند است. بنابراین، اخبار مشروعیت بیشتر در اذهان مردم به‌دست آورد به‌گونه‌ای که مردم به اجماع اطاعت و دست از مخالفت در اجرای پروتکل‌های بهداشتی کشیدند.

^۱Dolo'n and Suau

^۲Dongmei Zhao and Junling Nie

^۳L. Zuo and Y. He

^۴M. Syukri

۳. چارچوب نظری پژوهش

به زعم ون‌دایک (۱۹۹۸) از طریق گفتمان است که بسیاری از ایدئولوژی‌ها شکل می‌گیرند، تقویت می‌شوند و دوباره خلق می‌گردند. تحلیل گفتمان انتقادی بر آن است تا روشی برای پژوهیدن ایدئولوژی‌ها فراهم آورد و متعاقب آن، برخی از ایدئولوژی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی پنهان در متن و همچنین ارزش‌هایی که شالوده متن را بنا نهاده‌اند را به چالش بکشاند (همان: ۲۳۵). مشهورترین نظریه‌پردازان تحلیل گفتمان انتقادی عبارتند از فاولر^۱، فرکلاف، وداک، ون‌دایک، کرس، ون لیوون و ریچاردسون^۲.

نکته بارز الگوی ون‌دایک برقراری پیوند بین ساختارهای متنی، شناختی و اجتماعی است. از نظر ون‌دایک (۱۹۸۸، ۱۹۸۵، ب، ۲۰۰۹) شناخت اجتماعی واسط بین ساخت متنی و ساخت اجتماعی است و به «نظام بازنمایی‌ها و پردازش‌ذهنی اعضای گروه» تعریف می‌شود. ون‌دایک می‌گوید به لحاظ نظری مهم است که بین مفاهیم سطح خرد یا متن و مفاهیم سطح کلان یا روابط اجتماع، واسطی به نام شناخت اجتماعی وجود داشته باشد (دلینگر، ۱۹۹۵: ۱۲). رویکرد ون‌دایک (۱۹۹۵: ۳۰) شامل سه بخش تحلیل اجتماعی، شناختی و گفتمانی است. شناخت اجتماعی به مثابه واسط بین جامعه و گفتمان است و شناخت اجتماعی نظام بازنمایی‌های ذهنی و فرآیندهای اعضای گروه است. تحلیل ون‌دایک در دو سطح ساخت خرد و کلان شکل می‌گیرد. در ساخت خرد تحلیل بر روابط معنایی بین گزاره‌ها، روابط نحوی، واژگانی تأکید دارد، اما در سطح کلان تحلیل بر ساخت مبتدا و خبری داستان‌های خبری و طرح‌واره‌ها تأکید دارد (ون‌دایک، ۱۹۸۸: ۲).

۱.۳ ساختارهای ایدئولوژیکی گفتمان

به زعم ون‌دایک ایدئولوژی را می‌توان در سطوح مختلفی از گفتمان بررسی کرد، از جمله معنا (عنوان، سطح توصیف میزان جزئیات، تلویحات^۳ و مفروضات، پیوستگی محلی، هم‌معنایی و بازگویی، تقابل، مثال‌ها و نمونه‌پردازی‌ها، تکذیب‌ها)، ساختارهای گزاره‌ای (کنش‌گران، وجهیت، گواه‌نمایی، طفره و ابهام، عبارات جاف‌ناده)، ساختارهای صوری، نحو جمله‌ها، صورت‌های گفتمان، استدلال، بلاغت، کنش‌ها و برهم‌کنش‌ها.

۲.۳ مقولات تحلیل ایدئولوژیک

این مقولات ویژگی‌های ایدئولوژیک ساختارهای گفتمانی را توصیف و تبیین می‌کنند. برخی از مقولات راهبردهای ایدئولوژیک (ون‌دایک، ۲۰۰۰: ۶۳-۸۴) عبارتند از توصیف کنشگر^۴ (معنا)، تمسک

^۱Fawler

^۲Richardson

^۳implication

^۴actor description

به صاحبان قدرت (استدلال)^۱، بار مالی (عبارات جا افتاده)^۲، مقوله‌بندی^۳، اجماع^۴ (راهبرد سیاسی)، خلاف واقعیت^۵ (معنا، مباحثه)، انکار^۶ (معنا)، فاصله^۷ (معنا و واژگان)، بزرگ‌نمایی^۸ (بلاغت)، حسن تعبیر^۹ (بلاغت و معنا)، گواه‌نمای (معنا و استدلال)، تلویحات (معنا)، استعاره (بلاغت)، خود بزرگ‌منشی ملی^{۱۰}، قطبی‌سازی^{۱۱} و مقوله‌سازی ما / آن‌ها^{۱۲} (معنایی)، برجسته‌سازی نقاط قوت خود (راهبرد کلان معنایی)، ابهام^{۱۳} (معنایی)، برجسته‌سازی نقاط ضعف غیر خودی‌ها^{۱۴} (راهبرد کلان معنایی)، قربانی‌شدن^{۱۵}، توصیف موقعیت، تاریخ به مثابه درس^{۱۶}، همدردی^{۱۷}، عقلانی‌بودن^{۱۸} (ترفند مباحثه)، شبه‌جهالت^{۱۹} (معنا و مباحثه)، تکرار^{۲۰}، واژه‌پردازی^{۲۱} (سبک)، مثال / تشریح^{۲۲} (مباحثه)، تبیین^{۲۳} (معنا و مباحثه)، قانون‌گرایی^{۲۴} (مباحثه)، صداقت و روراستی (مباحثه)^{۲۵}.

۳.۳ مذاکره تجاری

هرگاه سعی شود از طریق تبادل افکار یا مبادله اشیا مادی در دیگران نفوذ کنیم، درواقع، عمل مذاکره صورت پذیرفته است. مذاکره جریانی است که برای ارضاء نیازهایمان، زمانی که در کنترل دیگری باشد به کار می‌بریم. در تعریف این کار عبارات دیگری چون چانه‌زنی و میانجی‌گری نیز به کار می‌روند. مذاکره بین شرکت‌ها، گروه‌ها و افراد به این سبب انجام می‌شود که کسی چیزی را دارد که دیگری می‌خواهد از طریق چانه‌زدن آن را به دست آورد (مادوکس، ۱۳۷۴: ۱۹-۲۰). قدرت بخشی از نظام دادوستد است انسان‌ها با هم معامله می‌کنند چون می‌خواهند با تبادل منابع و مزایا رضایت خود را

¹authority (argumentation)

²topos

³categorization

⁴consensus

⁵counterfactual

⁶disclaimers

⁷distancing

⁸dramatization

⁹euphemism

¹⁰national self-glorification

¹¹polarization

¹²us-them categorization

¹³positive self-presentation

¹⁴vagueness

¹⁵negative other presentation

¹⁶victimization

¹⁷history as lesson

¹⁸empathy

¹⁹reasonableness

²⁰pseudo-ignorance

²¹repetition

²²lexicalization

²³example/illustration

²⁴explanation

²⁵legality

²⁶honesty

بالتر ببرند. آنان چیزی می‌دهند تا چیزی دیگر به‌دست آورند. ما با بهینه‌کردن قدرت‌مان، باید بدانیم طرف‌دیگر چه می‌خواهد و ما چه کار می‌توانیم انجام دهیم تا این خواسته‌ها را اجرا یا انکار کنیم (کاراس، ۱۳۸۸: ۸۲).

۴. تحلیل داده‌ها

در این قسمت از پژوهش، به بررسی متن ایمیل‌ها و قراردادهایی در زمینه مذاکرات می‌پردازیم که مربوط به شرکت بیمه هستند تا مشخص گردد در مذاکرات تجاری ملی و بین‌المللی کدام راهبردهای ایدئولوژیک و هر یک به چه میزان در گفتمان تجلی یافته‌اند و کدام راهبردهای ساختاری در آشکارسازی ایدئولوژی‌ها کمک‌کننده هستند. در این راستا، ابتدا داده‌های فارسی و به‌دنبال آن داده‌های انگلیسی را مورد توجه قرار می‌دهیم.

الف) مذاکرات تجاری ملی (فارسی)

۱. بیمه‌گر مسئول جبران خسارت یا مسئولیتی که در ظرف چهارده روز پس از وقوع آن حادثه به وی اطلاع داده نشده باشد نخواهد بود. بعد از آنکه بیمه‌گذار بر طبق شرایط بالا وقوع خسارت را به اطلاع بیمه‌گر رساند حق دارد نسبت به تغییر یا تعویض خسارت‌های جزئی اقدام کند. لکن در مورد خسارت‌های بزرگ، باید به نماینده بیمه‌گر فرصت داده‌شود که قبل از هرگونه تعمیر یا تغییر خسارت را مورد رسیدگی قرار دهد، ولی این مانع از آن نمی‌شود که بیمه‌گذار کلیه اقداماتی را که منطقی برای امنیت و ادامه کار ضرورت دارد به عمل آورد. در صورتی که نماینده بیمه‌گر در مهلتی که قاعدتاً برای چنین رسیدگی معمول است به رسیدگی اقدام نکند بیمه‌گذار می‌تواند تعمیر یا تعویض را انجام دهد.

مقوله‌های ایدئولوژیک: طبق متن فوق، بیمه‌گذار باید کلیه اقداماتی را که منطقی برای امنیت و ادامه کار ضرورت دارد به عمل آورد که کاربرد واژه «منطقاً» که نشان‌دهنده مستدل بودن سخن‌گو است، دال بر وجود مقوله ایدئولوژیک عقلانی بودن (ترفند مباحثه) است. از سوی دیگر، عبارت نامشخص و مبهم «هرگونه» در عبارت «هرگونه تعمیر» که دارای مصداق‌هایی مشخصی نیست و اشاره‌ای به نوع دقیق تعمیر صورت نگرفته، نشان‌دهنده ابهام است. همچنین، قطبی‌سازی و مقوله‌بندی ما / آن‌ها (معنایی) را می‌توان در تفکیک طرفین قرارداد و گروه‌بندی بیمه‌گذار و بیمه‌گر ملاحظه کرد.

ساختارهای زبانی: در برخی از ساختارهای جمله همانند مجهول و معلوم و اسم‌سازی، واژه‌ها از طریق مبتداسازی می‌توانند در ابتدای جمله بیایند یا می‌توانند با قرارگیری در انتهای جمله یا بند یا با حذف آن‌ها کم اهمیت جلوه داده شوند و یا بر آن‌ها تأکید شوند و بار ایدئولوژیک داشته باشند، که در داده‌های بالا ساختارهای زبانی مبتداسازی در عبارت «لکن در مورد خسارت‌های بزرگ باید به نماینده بیمه‌گر فرصت داده شود که قبل از «هرگونه تعمیر» یا تغییر خسارت را مورد رسیدگی قرار دهد»، اسم‌سازی (خسارت‌های بزرگ) و مجهول (باید به نماینده بیمه‌گر فرصت داده شود) در راستای تأکید بیشتر بر واژه خسارت، می‌تواند ایدئولوژیک باشند. همچنین، وجود وجه‌نمایی مانند وجهیت (باید، می‌تواند، ضرورت دارد)، اهمیت انجام اقدامات مورد نیاز ذکرشده در گزاره‌های بالا را دوچندان نموده است.

۲. با سلام، به‌طوری‌که در گذشته از طریق ایمیل و تلفنی و نامه اعلام کردم، مالک کشتی فراری است و علت غرق شده کشتی صرفاً قراضه‌بودن و داشتن مؤسسه رده بندی نامعتبر بوده و هیچ طوفانی در زمان غرق شدن وجود نداشته‌است، دولت‌ها مقصرند که این کشتی‌های به‌دردنخور را به بنادر خودشان راه‌می‌دهند و بازرسی‌بندر هم از این کشتی‌ها در بنادر خودشان بازرسی نمی‌نمایند تا به‌دلیل استاندارد نبودن توقیف شوند. بندر نیز به‌دلیل عدم هویت مالک کشتی هیچ گزارشی ارائه نمی‌نماید. کانتینر و محموله‌پسته آن صد در صد از دست‌رفته است و متأسفانه بیمه‌گر باید یک‌جانبه خسارت بپردازد. دفتر تهران ما این مطالب را روی سربرگ شرکت برای شما ارسال خواهد کرد.

مقوله‌های ایدئولوژیک: این موضوع که بیمه‌گر باید به علت اهمال طرف دوم قرارداد یک‌جانبه خسارت را پرداخت کند، دلیل قانع‌کننده مالی برای پذیرش نتیجه از جانب طرف دوم مطرح می‌نماید و به‌نوعی مقوله ایدئولوژیک بار مالی (عبارات‌جافتاده) محسوب می‌شود. همچنین، برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها (راهبرد کلان معنایی) با اشاره به اینکه مؤسسه رده‌بندی نامعتبر بوده و دولت‌ها کشتی‌های به‌دردنخور را به بنادر خودشان راه می‌دهند و گروه‌های غیرخودی به‌گونه‌ای منفی در محتوای گفتمان تجلی یافتند، در متن بالا قابل ملاحظه است.

ساختارهای زبانی: مبتداسازی عبارت «به‌طوری‌که در گذشته از طریق ایمیل و تلفنی و نامه اعلام کردم» در ابتدای جمله در راستای تأکید هرچه بیشتر بر این امر است که مالک کشتی حتماً فرار کرده است و این مبتداسازی در راستای القای ایدئولوژیک مدنظر گوینده است.

۳. با سلام احتراماً عطف به نامه شماره ۱۴۰۲-۷۷۹۸۲ مورخ ۱۴۰۲/۲/۱۶ معاونت محترم اداره خسارت بیمه‌های بازربری در رابطه با ۲۵۲۰۰ کیلوگرم پودر کاکائو کم‌چرب محموله خسارت دیده سفارش RIN22545 شرکت آریس موضوع بیمه‌نامه شماره ۱۱۲۶۹۷۰/۰۱/۰۰۴۳۷ پرونده خسارت شماره ۱۴۰۱/۳۷۹ پر و پیرو مذاکرات تلفنی موارد زیر اعلام و ارسال می‌گردد:

- ۱- طبق مدارک پیوستی ارائه شده در گواهی بازرسی تنها بارنامه شماره EX2200939 مورخ ۲۰۲۲/۹/۲۷ ذکر شده که ارائه گردید هبود.
- طبق مدارک پیوستی در گواهی مبدأ فقط شماره تعرفه (۱۸۰۵۰۰۹۰) و مقدار کالا و نوع بسته بندی و شماره بچ (LOT.NO.) ذکر شده که با اطلاعات قید شده در دیگر اسناد هیچ‌گونه مغایرتی وجود ندارد. ضمن اینکه در گواهی مبدا اصلاً "شماره و تاریخ پروفرم قید نگردیده است.
- به‌دلیل حجم زیاد محموله‌های معدومی از نظر تعداد و تنوع مواد اولیه و بسته‌بندی و محصولات نهایی تولیدی و به‌دلیل اجبار حضور ارگان‌های ذیربط از قبیل دارایی و ... امکان ارائه موردی صورت جلسه معدومی وجود ندارد.
- اصل صورت‌جلسه گمرکی محموله خسارت دیده با مهر اصل شرکت حمل و نقل ارائه می‌گردد.

مقوله‌های ایدئولوژیک: قطبی‌سازی و مقوله‌سازی ما و آن‌ها (معنایی)، مقوله ایدئولوژیکی است که در تفکیک خودی و غیرخودی و طرفین قرارداد که شرکت آریس و بیمه آسیا هستند به کار گرفته شده است. اشاره به حجم زیاد محموله‌های معدومی به‌کاررفته در متن، به علت اینکه مصداق مشخصی برای آن اعلام نگردیده است بیان‌کننده ابهام در متن است. گویندگان در برخی مواقع، برای اثبات ادعای خود از صاحبان قدرت استفاده می‌کنند که در متن فوق در عبارت «اجبار حضور ارگان‌های ذیربط

از قبیل دارایی و... ارائه موردی صورت‌جلسه» گوینده از این مقوله برای تمسک به صاحبان قدرت استفاده کرده است.

ساختارهای زبانی: عبارات «طبق مذاکرات قبلی» و «طبق مدارک پیوستی»، در راستای تأکید بر مذاکرات قبلی و اهمیت مدارک، در ابتدای جمله‌ها قرار گرفته‌اند و مبتداسازی‌ها با اهداف ایدئولوژیک صورت پذیرفته است. همچنین، اسم‌سازی (خسارت) از ساختارهای زبانی ایمیل بالا است تا هر چه بیشتر بر آن تأکید گردد.

۴. بیمه‌گر خسارات از بین رفتن یا مسئولیت حقوقی را که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به‌علت یا در نتیجه عوامل زیر وارد آمده باشد جبران نخواهد کرد.

الف- جنگ، هجوم، عمل دشمن خارجی، عملیات خصمانه (خواه جنگ اعلام‌شده یا نشده باشد)، جنگ داخلی یاغی‌گری، بلوا، انقلاب یا قیام، شورش، اعتصاب کارگران یا تعطیل کارخانه از طرف کارفرما در مقام مقابله با اعتصاب کارگران، جنبش‌های دسته‌جمعی، در دست‌گرفتن قدرت به‌وسیله قوای نظامی یا از طریق غیرقانونی یا از طرف اشخاصی که با سوءنیت بنام یا با ارتباط با هرگونه تشکیلات سیاسی انجام‌گیرد.
توقیف، ضبط و مصادره یا خرابی اموال یا زیان وارد به آن بنا به دستور دولت عملی یا قانونی (de jure or de Facto) یا هر مقام صلاحیت‌دار عمومی.

- واکنش‌های هسته‌ای یا آلودگی‌های مربوط به تشعشعات هسته‌ای و رادیواکتیو.
- عمل یا سهل‌انگاری عمدی بیمه‌گذار.
- تعطیلی تمام یا قسمتی از کار.

مقوله‌های ایدئولوژیک: مثال‌های عینی و ملموس بر خلاف حقایق کلی نه‌تنها به سهولت قابل درک هستند بلکه دلایل و اسناد تجربی را ارائه می‌کند. مثال‌ها دارای کارکردهای شناختی، معنایی، استدلال و سیاسی هستند که در این قرارداد ارائه مثال‌های عینی در خصوص استثنائاتی که مطابق با آن‌ها خسارت پرداخت نمی‌شود، به شفافیت بیشتر در قرارداد و جلوگیری از ابهامات آتی در هنگام بروز خسارت منجر می‌شود و این کاربرد مقوله ایدئولوژیک مثال/تشریح (مباحثه) را نشان می‌دهد. علاوه‌براین، مقوله ایدئولوژیک قانون‌گرایی را می‌توان در جمله «توقیف، ضبط و مصادره یا خرابی اموال یا زیان وارد به آن بنا به دستور دولت عملی یا قانونی (de jure or de Facto) یا هر مقام صلاحیت‌دار عمومی» ملاحظه نمود که حاکی از پایبندی به قانون است.

ساختارهای زبانی: مبتداسازی و اسم‌سازی واژه‌های «جنگ، هجوم، یاغی‌گری، بلوا، انقلاب یا قیام، شورش، اعتصاب کارگران یا تعطیل کارخانه، توقیف، ضبط و مصادره، خرابی اموال یا زیان وارده» در راستای تأکید به استثنائات، ساختار زبانی است که هدف ایدئولوژیکی را دنبال می‌کند.

۵. هرگونه تغییر در شرایط بیمه‌نامه‌ها در مدت اعتبار این تفاهم‌نامه از طرف شورای عالی بیمه و بیمه مرکزی ایران از تاریخ تصویب در این تفاهم‌نامه تسری خواهد یافت. هرگاه به علل و عوامل قهریه غیرقابل پیش‌بینی نظیر سیل، زلزله، آتش‌سوزی، جنگ و... (تعیین مصادیق فورس مازور طبق قانون حاکم بر کشور است) که رفع آن خارج از حیطه قدرت طرفین است، هر یک از طرفین قادر به ایفای تعهدات خود نباشند، باید مراتب را بلافاصله پس از وقوع و حداکثر ظرف مدت ۷۲ ساعت کاری کتباً به‌طرف دیگر اطلاع دهند. در این صورت این تفاهم نامه در مدت فورس مازور به قوت و اعتبار خود باقی خواهد بود، لیکن تعهدات طرفین تا رفع عامل بازدارنده

مزبور به حالت تعلیق در خواهد آمد و در صورتیکه حالت فورس مازور بیش از یک ماه به طول انجامد، طرفین در مورد ادامه یا فسخ تفاهم نامه توافق خواهند نمود.

مقوله‌های ایدئولوژیک: استفاده از عبارت «قانون حاکم بر کشور» نشان از پایبندی بر قانون و مقوله ایدئولوژیک قانون‌گرایی است. همچنین، به کاربردن واژه «طرفین» با هدف تفکیک خودی از غیرخودی، بهره‌بردن از مقوله قطبی‌سازی و مقوله‌بندی ما/آنها (معنایی) را می‌رساند. از سوی دیگر، جمله «طرفین در مورد ادامه یا فسخ تفاهم‌نامه توافق خواهند نمود» در متن نشان از مقوله ایدئولوژی اجماع (راهبرد سیاسی) است که در آن وحدت، انسجام و همبستگی خودی‌ها در مقابل غیرخودی‌ها دیده می‌شود. شایان ذکر است ارجاع به شورای عالی بیمه و بیمه مرکزی ایران به عنوان مراجع اصلی تصمیم‌گیری در خصوص شرایط حاکم بر صنعت بیمه و عملکرد شرکت‌های بیمه، به نوعی استفاده از صاحبان قدرت و استناد به رأی آنها است و این تمسک به صاحبان قدرت (استدلال) را نشان می‌دهد. ابهام نیز در عبارت «هرگونه تغییر در شرایط بیمه‌نامه‌ها» با عدم اشاره به مصداق خاصی از تغییر، تأکید بر مهم‌بودن همه آنها در مدت زمان اعتبار تفاهم‌نامه دارد.

ساختارهای زبانی: واژه‌ها از طریق مبتداسازی می‌توانند در ابتدای جمله بیایند و بر آنها تأکید شوند و برای ایدئولوژیک داشته باشند، که در داده‌های بالا، ساختارهای زبانی از طریق مبتداسازی عبارت‌های «هرگونه تغییر در شرایط بیمه‌نامه‌ها در مدت اعتبار این تفاهم‌نامه» (با هدف برجسته‌ساختن اهمیت تغییرها در شرایط بیمه‌نامه) و همچنین «هرگاه به علل و عوامل قهریه» (تأکید بر غیرعمدی بودن عدم ایفای تعهدات از جانب طرفین قرارداد)، دربردارنده ایدئولوژی خاص هستند و وجود وجه‌نمایی مانند وجهیت (قادرنباشند و باید) در عبارت «هر یک از طرفین قادر به ایفای تعهدات خود نباشند باید مراتب را بلافاصله پس از وقوع و حداکثر ظرف مدت ۷۲ ساعت کاری کتباً به طرف دیگر اطلاع دهند».

۶. تبصره: ۱. حمل کالا به‌وسیله کشتی، تابع شرایط عمومی بیمه‌نامه باربری و شرایط طبقه‌بندی انستیتو بیمه‌گران لندن خواهد بود و بیمه‌گذار موظف است اضافه‌نرخ‌های مربوط به حمل با کشتی‌های طبقه‌بندی نشده و یا کشتی‌های فرسوده (کشتی‌های قله‌بر و تانکری بیش از ۱۰ سال سن، کشتی‌های عمومی بیش از ۱۵ سال و کشتی‌های لاینده بیش از ۵۱ سال) را که توسط بیمه‌گر تعیین می‌گردد پرداخت نماید.

مقوله‌های ایدئولوژیک: یکی از راهبردهای استدلال، قانون‌گرایی است که در متن عبارت «حمل کالا در این قرارداد تابع شرایط عمومی بیمه‌نامه باربری و شرایط طبقه‌بندی انستیتو بیمه‌گران لندن خواهد بود» بر پایبندی بر قانون تأکید دارد و نوعی استدلال استاندارد محسوب می‌شود. همچنین، مقوله ایدئولوژیک قطبی‌سازی و مقوله‌بندی ما / آنها در تفکیک خودی - غیرخودی و تعیین طرفین قرارداد که شامل بیمه‌گذار و بیمه‌گر می‌باشد، قابل‌ملاحظه است. علاوه بر این، در تبصره فوق، برجسته‌سازی نقاط خود (راهبرد کلان معنایی) که یکی از مصادیق آن همسویی با قانون یا توافقات بین‌المللی است در تبعیت بیمه‌گر از شرایط عمومی بیمه‌نامه باربری و شرایط طبقه‌بندی انستیتو

بیمه‌گران لندن دیده می‌شود. همچنین، استناد به شرایط طبقه‌بندی انستیتو بیمه‌گران لندن که از مراجع معتبر بین‌المللی دنیا در حوزه بیمه است، تمسک به صاحبان قدرت قلمداد می‌گردد.

ساختارهای زبانی: همچنین، وجود وجه‌نمایی مانند وجهیت در عبارت «موظف‌است» با تأکید و الزام بیمه‌گزار در پرداخت اضافه نرخ‌های مربوطه، ساختار زبانی ایدئولوژیک تبصره بالا را تشکیل می‌دهد.

۷. اعلام خسارت:

بیمه‌گذار موظف است:

- به محض اطلاع از ورود هرگونه خسارت به مورد بیمه هنگامی که در يد متصدی حمل و نقل خارجی است یا اعلام خسارت همگانی (GENERAL AVERAGE) یا عملیات نجات (SALVAGE) داخلی کتباً به بیمه‌گر اعلام خسارت نماید.
- چنانچه پس از ورود مورد بیمه به گمرکات کشور خسارتی در آن مشاهده گردید قبل از انقضای مدت اعتبار بیمه‌نامه و قبل از ترخیص کالا از گمرک به بیمه‌گر جهت بازدید از مورد بیمه اعلام خسارت نماید.
- بازدید خسارت بیمه‌گذار موظف است در صورت مشاهده خسارت در داخل کشور مراتب را بلافاصله به اداره خسارت بیمه باربری بیمه‌گر در تهران یا یکی از شعب بیمه‌گر اعلام نماید. در خارج از کشور گزارش بازدید باید از نمایندگی لویزر دریافت شود و به بیمه‌گر ارائه گردد. در صورتی که در کشور محل وقوع حادثه نمایندگی لویزر نباشد، خسارت می‌بایستی توسط یکی از مؤسسات بازدیدکننده معتبر بین‌المللی مورد تأیید بیمه‌گر بازدید شود و اصل گزارش بازدید پس از تأیید سفارت جمهوری اسلامی ایران و یا مقامات کنسولی به بیمه‌گر ارائه شود.

مقوله‌های ایدئولوژیک: بسیاری از افراد در اثبات ادعای خود از صاحبان قدرت استفاده می‌کنند و سازمان‌های بین‌المللی دارای چنین نقشی هستند. در متن بالا، ارجاع به مقامات و تأیید خسارت توسط مؤسسه لویزر، مؤسسات بازدیدکننده معتبر بین‌المللی و سفارت جمهوری اسلامی ایران و یا مقامات کنسولی دیده می‌شود که این تمسک به صاحبان قدرت است. مقوله ایدئولوژیک توصیف موقعیت یکی از راهبردهای معنایی است که در آن کل موقعیت‌های مورد نیاز توصیف می‌شوند. شیوه توصیف موقعیت می‌تواند به‌طور ضمنی به‌علت‌ها، پیامدها و ارزیابی‌ها اشار نماید که در مورد متن فوق، در شرح شرایطی که در آن خسارت اتفاق می‌افتد و خسارتی که می‌بایست توسط مؤسسات بازدیدکننده معتبر بین‌المللی مورد بازدید قرارگیرد، این مقوله ایدئولوژیک قابل رویت است.

ساختارهای زبانی: در برخی از ساختارهای جمله همانند مجهول و اسم‌سازی، واژه‌ها از طریق مبتداسازی می‌توانند در ابتدای جمله بیایند تا بر آن‌ها تأکید شوند و بار ایدئولوژیک داشته باشند، که در متن بالا وجود ساختارهای زبانی مجهول و مبتداسازی عبارت‌های «به محض اطلاع از ورود هرگونه خسارت به مورد بیمه» (با هدف القای اهمیت خسارت وارده به مورد بیمه در قرارداد) و همچنین "اصل گزارش بازدید پس از تأیید سفارت جمهوری اسلامی ایران و یا مقامات کنسولی به بیمه‌گر ارائه" (با رویکرد تأکید بیشتر به الزام ارائه گزارش بازدید به بیمه‌گزار)، ایدئولوژیک بودن ساختارهای فوق را نشان می‌دهند. علاوه بر آن، حضور وجه‌نمایی مانند وجهیت در عبارت‌های «موظف‌است»، «می‌بایست»

و «باید»، که حاکی از الزام بیمه‌گذار برای اعلام خسارت به محض وقوع و بازدید آن توسط یکی از شعب بیمه‌گر و یا نمایندگی لویدز است، ایدئولوژیک است.

(ب) مذاکرات تجاری بین‌المللی (انگلیسی)

8. *We once again refer to our letters and unfortunately have to note that our a.m letters have remained unanswered by you till date. We would be very grateful if you consider the matter and inform us of arrangements made for its settlement. Also, please extend the time limit of above B/L for a period of six months from the expiry date with advice to us. We look forward to hearing from you soonest possible and remain.*

مقوله‌های ایدئولوژیک: حُسن تعبیر راهبرد بلاغی و معنایی تلطیف معنایی است که نقش مهمی در گفتگو دارد. استفاده از جمله "We would be very grateful if you consider the matter and inform us of arrangements made for its settlement" (اگر این موضوع را در نظر بگیرید و از اقدامات انجام‌شده ما را مطلع فرمائید، بسیار سپاس‌گزار خواهیم بود)، با تلطیف شرایط و عدم مؤاخذه مستقیم، کاربرد مقوله ایدئولوژیک حسن تعبیر را نشان می‌دهد. درواقع، حُسن تعبیر می‌تواند هم به لحاظ ایدئولوژیکی و همین‌طور به لحاظ بافتی به عنوان بخشی از ادب یا دیگر قواعد برهم‌کنش توضیح داده شود. در متن فوق «عدم پاسخ‌گویی به نامه قبلی» حاکی از عدم مسئولیت‌پذیری و نقطه ضعف طرف دوم می‌تواند محسوب شود که حاکی از وجود مقوله ایدئولوژیک برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها (راهبرد کلان معنایی) است.

ساختارهای زبانی: در ایمیل بالا عبارات *once again* و *unfortunately* در جمله "we once again refer to our letters and unfortunately have to note that our a.m letters have remained unanswered by you till date" که با هدف تأکید بر عدم پاسخ‌گویی نامه قبلی به ابتدای جمله آورده شده‌اند، دارای بار ایدئولوژیک هستند. علاوه بر این، وجه نمای "would" در راستای تلطیف شرایط و عدم مؤاخذه مستقیم گیرنده‌نامه و همچنین جمله مجهول "inform us" of arrangements made for its settlement با هدف مهم‌جلوه‌دادن اقدامات صورت‌گرفته برای پرداخت خسارت، از دیگر ساختارهای زبانی ایمیل هستند.

9. Dear Sirs,

Further to our fax of, we regret to note that no reply has yet been received from your side. We request you to pursue the case as a matter of urgency and supply us with the information as mentioned in our previous letter. We look forward to hearing from you soon.

مقوله‌های ایدئولوژیک: مقوله ایدئولوژیک فاصله (معنا و واژگان) در عبارت "your side" به معنی از جانب شما، برای اشاره به طرف مقابل به کاررفته است و فاصله بین اعضای درون‌گروهی را با افراد برون‌گروهی به‌طور ضمنی نشان می‌دهد. فاصله با استفاده از ضمیر اشاره به جای نامیدن یا توصیف غیرخودی‌ها میسر می‌گردد. مقوله بعدی، قطبی‌سازی و مقوله سازی ما و آن‌ها (معنایی) است که در تمایز *we* (ما) و *your side* (جانب شما) برای تفکیک خودی از غیرخودی دیده می‌شود. در متن فوق

«عدم دریافت جواب نامه قبلی» حاکی از عدم مسئولیت‌پذیری و نقطه ضعف طرف دوم می‌تواند محسوب گردد که حاکی از وجود مقوله ایدئولوژیک برجسته‌سازی نقاط ضعف غیر خودی‌ها است.

ساختارهای زبانی: مبتداسازی عبارت "Further to our fax of" در ابتدای جمله "Further to our fax of, we regret to note that no reply has yet been received from your side" و همچنین حضور ساختار مجهول در راستای تأکید بر عدم پاسخ‌گویی به نامه قبلی توسط گیرنده نامه، ساختارهای نحوی هستند.

10. Dear Sirs,

It is with great regret that despite our various letters and reminders in respect of the above claim file, no attention has been given till date from your side.

Kindly inform us if there are any reasonable ground for your non-payment or alternatively advise us of what arrangements you are making for settlement.

Looking forward to hearing from you soonest possible, we remain.

مقوله‌های ایدئولوژیک: عقلانی‌بودن، ترفندی آشنا در ترفندهای مباحثه‌ای است که نه تنها نشان دهنده مستدل‌بودن مباحثه‌ها بلکه نشان‌دهنده مستدل بودن سخن‌گو هم هست. این ترفند دارای راهبردهای کلی خودنمودی مثبت و مدیریت احساسات است که در متن بالا با تأکید بر اینکه «چنانچه دلایل منطقی برای عدم پرداخت‌تان دارید ما را آن مطلع فرمائید» مستدل‌بودن سخن‌گو مشخص است و این مقوله ایدئولوژیک عقلانی‌بودن (ترفند مباحثه) محسوب می‌گردد. همچنین any در عبارت "for any reasonable ground your non-payment" به مفهوم کلی «هر نوع مبنای منطقی در عدم پرداخت خسارت» بدون اشاره به دلیل و توجیه در حیطه مشخص، مقوله ایدئولوژیک ابهام را می‌رساند. از سوی دیگر در متن فوق عدم پاسخ‌گویی به نامه قبلی را می‌توان به عنوان عدم مسئولیت‌پذیری و نقطه ضعف طرف دوم در نظر گرفت و از آنجایی که گروه غیر خودی به گونه‌ای منفی در محتوی گفتمان تجلی می‌یابد، مقوله ایدئولوژیک برجسته‌سازی نقاط ضعف غیر خودی‌ها (راهبرد کلان معنایی) است.

ساختارهای زبانی: ساختار نحوی مجهول no attention has been given till date from your side" در جمله اول با پررنگ نمودن قصور گیرنده در ارائه جواب‌نامه، مبتداسازی در عبارت "Looking forward to hearing from you soonest possible" در ابتدای جمله در جهت مهم‌جلوه‌دادن پاسخ‌گویی به نامه فعلی، از ساختارهای زبانی ایدئولوژیک متن محسوب می‌گردند.

11.-delivery of one or more bundles due to:

- Total theft of shipment.

- Burglary and/or robbery by using force or violence either physical or moral on persons entrusted with the transportation or custody of property insured, as evidenced by visible signs of violence on the packing and/or means of conveyance.

- Misplacement or theft involving the use of third party vehicles

- Partial theft. Coverage is provided for the property insured against no delivery of contents of one or more bundles due to burglary and/or robbery by using force or violence either physical or moral on persons entrusted with the transportation or custody of

property insured, as evidenced by visible signs of violence on the packing and/or means of conveyance

مقوله‌های ایدئولوژیک: گویندگان در قبال گفته‌هایشان مسئول‌اند؛ بنابراین اگر عقیده‌ای را ابراز می‌کنند اغلب انتظار می‌رود شواهدی برای باورهایشان ارائه دهند و گواهی دال بر صدق گفته‌هایشان ارائه نمایند. در متن قرارداد بالا، مقوله ایدئولوژیک گواه‌نمایی (معنا و استدلال) را در استناد به علائم قابل‌رویت خشونت بر روی بسته‌بندی‌ها و یا وسیله‌حمل در اثبات‌دزدی می‌توان ملاحظه کرد. همچنین ابزار ایدئولوژیک فاصله (معنا و واژگان) از طریق کاربرد ضمیر اشاره که در اینجا طرفین سوم قرارداد (third parties) به‌جای نامیدن یا توصیف غیرخودی‌ها استفاده شده است.

ساختارهای زبانی: عبارت‌های مجهول در متن فوق با هدف تأکید بر اهمیت دزدی و شرایط اثبات آن، دارای بار ایدئولوژیک است.

12. Terms of Shipment: The Seller shall ship the Commodity within the time as stipulated in Clause 9 of this Contract from the port of loading to the port of destination. Transshipment en route is not allowed without the Buyer's consent. The Commodity should not be carried by vessels flying the flags of the countries not acceptable to the Buyer.

مقوله‌های ایدئولوژیک: برجسته‌سازی نقاط قوت خود خصوصاً در سخنرانی‌های پارلمانی درباره مهاجرت از طریق اشکال مختلف خود بزرگ‌منشی ملی صورت می‌گیرد که از جمله ارجاع مثبت یا تحسین کشور، اصول، تاریخ و سنت‌های کشور خود را می‌توان نام برد در قرارداد بالا، این امر که کالا نباید در کشتی‌هایی با پرچم کشورهای غیرقابل قبول برای فروشنده حمل شود، با مهم دانستن پرچم کشورها به‌نوعی به خود بزرگ‌منشی ملی اشاره دارد. قطبی‌سازی و مقوله‌سازی ما و آن‌ها (معنایی) نیز در تفکیک خودی از غیرخودی که فروشنده و خریدار هستند صورت گرفته است.

ساختارهای زبانی: در جمله *"The Commodity should not be carried by vessels flying the flags of the countries not acceptable to the Buyer."* همچنین وجه‌نمای وجهیت (should) در جهت تأکید به عدم حمل کالاها در کشتی‌های فاقد پرچم کشورهای مورد تأیید خریدار با اهداف ایدئولوژیک بکار رفته‌اند.

13. When acting as Agent for the Customer, HLAG does not make or purport to make any contract with the Customer for the carriage, storage, packing or handling of any Goods nor for any other physical Service in relation to the Goods and HLAG acts solely on behalf of the Customer in securing Services by establishing contracts with third parties so that direct contractual relationships are established between the Customer and such third parties.

مقوله‌های ایدئولوژیک: گویندگان ممکن است از عبارات نامشخص و مبهم استفاده کنند یعنی عباراتی که دارای مصداق‌هایی مشخصی نیستند و یا به مجموعه‌های نامشخص اشاره دارند، مقوله ایدئولوژیکی ابهام (معنایی) در پاراگراف فوق گوینده با به کاربردن مقوله ایدئولوژیک ابهام در واژه *any contract*، عدم عقد هرگونه قرارداد HLAG به‌عنوان نماینده را با مشتری در خصوص حمل، بسته‌بندی را منتفی

نموده‌است. قطبی‌سازی و مقوله‌سازی ما و آن‌ها (معنایی) نیز از طریق مقوله‌بندی مشتری و HLAG، نماینده، مشتری و همچنین اشاره به طرف سوم قرارداد صورت گرفته است. ابزار ایدئولوژیک فاصله (معنا و واژگان) از طریق کاربرد ضمائر اشاره (در اینجا طرفین سوم قرارداد است) به جای نامیدن یا توصیف غیرخودی‌ها استفاده شده است.

ساختارهای زبانی: مبتداسازی عبارت "When acting as Agent for the Customer" در ابتدای جمله با هدف تأکید هر چه بیشتر نقش HLAG به عنوان نماینده در این قرارداد و تعیین وظایف او، همچنین ساختار نحوی مجهول

"contractual relationships are established"، ساختارهای زبانی ایدئولوژیک قرارداد هستند.

14. *Except under special arrangements previously made in writing, HLAG will not provide services to any Goods consisting of bullion, coins, precious stones, jewelry, valuables, antiques, pictures, human remains, livestock or plants. Where such Goods are delivered to HLAG without special arrangements being made, HLAG shall be under no liability whatsoever for or in connection with such Goods.*

مقوله‌های ایدئولوژیک: توصیف موقعیت یکی از راهبردهای معنایی است که در آن کل موقعیت‌های مورد نیاز توصیف می‌شوند. شیوه توصیف موقعیت می‌تواند به‌طور ضمنی به‌علت‌ها، پیامدها و ارزیابی‌ها اشاره نماید که در مورد متن فوق این مقوله ایدئولوژیک در ارائه پیامدهای ناشی از حمل بدون هماهنگی کالا و عدم تقبل مسئولیت در قبال چنین کالاهایی ارائه گردیده است. مقوله ایدئولوژیک خلاف واقعیت که نتایج پوچ انتخاب یک گزینه در غالب فرمول «چه روی خواهد داد اگر» است، در عبارت «اگر کالاهای قیمتی بدون هماهنگی ارسال گردد، HLAG هیچ مسئولیتی در قبال آن‌ها نخواهد داشت» همچنین ابهام (معنایی) در پاراگراف فوق با به‌کاربردن *special arrangements, any Goods* دیده می‌شود که در آن‌ها مصداق خاصی برای نوع کالاها و هماهنگی‌های خاص مد نظر گوینده در قرارداد به وضوح ابراز نگردیده است.

ساختارهای زبانی: مبتداسازی "Except under special arrangements previously made in writing" با هدف تأکید به عدم ارائه هرگونه خدمات به‌جز آنهایی که قبلاً هماهنگ شده‌اند به طرف دوم قرارداد دارای هدف ایدئولوژیک است و در جمله "Where such Goods are delivered to HLAG without special arrangements being made, HLAG shall be under no liability whatsoever for or in connection with such Goods" وجه‌نمای وجهیت shall و ساختار مجهول در راستای تأکید بر ضروری بودن ارسال کالاهای قیمتی با هماهنگی‌های قبلی ساختارهای زبانی ایدئولوژیک پاراگراف بالا را تشکیل می‌دهند. همچنین، ایدئولوژی‌های نهفته می‌توانند بر ساختارهای صوری متفاوت متن و گفتار بر شکل یک بند یا جمله، صورت یک عنوان، روش تنظیم گزارش خبری، اندازه سرخطها و امثال آن تأثیر بگذارند که در متن

فوق وجود "HLAG" به جای واژه "Hapag-Lloyd AG" و درشت‌نمایی آن می‌تواند بار ایدئولوژیک داشته باشد.

نتیجه‌گیری

انسان‌ها به دلیل ماهیت اجتماعی‌شان به‌طور مداوم در زندگی روزمره خود در حال مذاکره هستند. عنصر حیاتی در مذاکرات قدرت ست و بهینه‌سازی قدرت در آن برای رسیدن به قراردادی برد-برد ضروری است. آن‌گونه که ون‌دایک (۱۹۹۳) در خصوص قدرت می‌گوید، دسترسی گفتمان می‌تواند یکی از منابع مهم کسب‌قدرت باشد. هرچه گروه یا نهاد صاحب‌قدرت کنترل یا تأثیر بیشتری بر روی ژانرها، بافت‌ها، شرکت‌کنندگان در گفتمان و خصوصیات متنی گفتمان داشته‌باشد، از قدرت بیشتری برخوردار خواهد بود و در این راستا باید بررسی‌نمود شرکت‌کنندگان در مذاکرات از چه ایدئولوژی‌های برای این منظور بهره‌می‌برند. به این منظور از مذاکرات ملی و بین‌المللی شرکت بیمه آسیا استفاده شده‌است. در واقع، شیوه بازنمایی ایدئولوژی در مذاکرات تجاری در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی ون‌دایک مورد توجه قرار گرفته است. نتایج پژوهش به‌کارگیری راهبردهای متعددی همچون عقلانی‌بودن (ترفند مباحثه)، ابهام، قطبی‌سازی و مقوله‌بندی ما / آن‌ها (معنایی)، بار مالی (عبارات جاف‌ناده)، برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها (راهبرد کلان معنایی)، تمسک به صاحبان قدرت (استدلال)، مثال / تشریح (مباحثه)، قانون‌گرایی، اجماع (راهبرد سیاسی)، برجسته‌سازی نقاط قوت خود (راهبرد کلان معنایی)، توصیف موقعیت، فاصله (معنا و واژگان)، برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی‌ها (راهبرد کلان معنایی)، گواه‌نمایی (معنا و استدلال)، خودبزرگ‌منشی ملی، خلاف واقعیت و حسن تعبیر (بلاغت و معنا) را در داده‌ها نشان می‌دهد. یافته‌ها گویای این واقعیت هستند که در شرکت بیمه آسیا راهبردهای ابهام (در ۳ مذاکره)، قطبی‌سازی و مقوله‌بندی ما / آن‌ها (معنایی) (در ۴ مذاکره)، تمسک به صاحبان قدرت (استدلال) (در ۴ مذاکره)، قانون‌گرایی (۳ مذاکره) و اجماع (در ۱ مذاکره) در مذاکرات ملی بیشتر از مذاکرات بین‌المللی کاربرد دارند. درحالی‌که در مذاکرات بین‌المللی که عواملی همچون ایدئولوژی و فرهنگ آن را از مذاکرات ملی پیچیده‌تر می‌سازند، برجسته‌سازی نقاط ضعف غیرخودی، (راهبرد کلان معنایی) (در ۳ مذاکره)، فاصله (معنا و واژگان)، (در ۳ مذاکره) حسن تعبیر (بلاغت و معنا) (در ۱ مذاکره) و گواه‌نمایی (معنا و استدلال) (در ۱ مذاکره) بیشتر دیده می‌شود که خود گویای این است که در مذاکرات ملی شرکت بیمه آسیا، از تفکیک‌خودی و غیرخودی به‌عنوان راهبرد معنایی بسیار رایج در مناظره‌ها که همان قطبی‌سازی است بکار گرفته شده و این امر نشان‌دهنده توان بلاغی بالای آنها در مذاکرات است. از سوی دیگر پابندی بر قانون و استفاده از صاحبان قدرت از دیگر ویژگی‌های این نوع از مذاکرات ملی شرکت بیمه است. همچنین در مذاکرات بین‌المللی بیمه آسیا و طرفین خارجی که بحث ایدئولوژی و ارتباط آن با فرهنگ و همچنین موضوع قدرت پررنگ‌تر می‌گردد، می‌توان ملاحظه نمود که با برجسته‌ساختن و به رخ کشیدن نقاط ضعف طرف تجاری مقابل، گروه‌های غیرخودی به‌گونه‌ای منفی در محتوی گفتمان تجلی می‌یابند. قابل‌ذکر است که تقابل فرهنگی و قدرتی بین طرفین خارجی با

کاربرد راهبردهای ایدئولوژیکی متفاوت، فاصله را به‌خوبی نمایان کرده و بین اعضای درون‌گروهی با افراد برون‌گروهی شرکت پررنگ‌تر جلوه نموده‌است. این نکته هم حائز اهمیت است که حسن تعبیر برای تلطیف شرایط حاکم بر مذاکرات بین‌المللی ضروری است و در تحلیل‌های صورت گرفته این راهبرد نیز دیده شده است. رؤیت مقوله گواه‌نمایی در مذاکرات بین‌المللی بیمه‌آسیا به‌عنوان ابزاری ملموس برای اثبات پایبندی و صداقت نیز از دیگر ویژگی‌های مذاکرات بین‌المللی است. هرچند که میزان کاربرد آن اندک بوده است.

بر اساس نظریه ون‌دایک ایدئولوژی‌های نهفته می‌توانند بر ساختارهای صوری متفاوت متن و گفتار، بر شکل یک‌بند یا جمله، صورت یک عنوان، روش تنظیم گزارش خبری، اندازه سرخط‌ها و امثال آن تأثیر بگذارند. خود صورت‌ها به‌معنای دقیق کلمه معنایی‌ندارند که در تحلیل داده‌های شرکت بیمه بازنمایی شود، اما این تأثیر در معنا به‌صورت تغییر در کاربرد فونت‌نشتاری واژه‌ها مثلاً به‌صورت فونت درشت قابل ملاحظه است. علاوه بر آن، نحو‌جملات، از طریق آرایش جمله‌های مجهول، اسم‌سازی و مبتداسازی که طی آن واژه‌ها با قرارگرفتن در ابتدای جمله یا انتهای جمله یا بند بر آنها تأکید می‌گردد، دربردارنده معانی ایدئولوژیکی در پیکره هستند. در قراردادهای تحلیل‌شده، استفاده از نحو جملات شامل مجهول‌سازی و اسم‌سازی به آشکارسازی ایدئولوژی‌های مدنظر کمک کرده‌اند و این ابزارها به‌وفور در قراردادهای دیده شدند. گزاره‌ها می‌توانند با به‌کارگیری وجه‌نمایی مانند این‌ها تغییر نماید «ضروری است که»، «محتمل است که»، «می‌دانیم که» و کاربرد ایدئولوژیک داشته باشند. برای مثال در تحلیل شماره ۱۴ وجه‌نمای وجهیت shall به مفهوم باید در راستای تأکید بر ضروری بودن ارسال کالاهای قیمتی با هماهنگی‌های قبلی، دارای بار ایدئولوژیک است. همچنین، به‌لحاظ آماری، در مذاکرات ملی در مقایسه با مذاکرات بین‌المللی ساختار زبانی وجهیت (۹ مورد)، مبتداسازی (۹ مورد) و اسم‌سازی (۱۷ مورد) بیشتر به کار رفته و در مذاکرات بین‌المللی مجهول (۱۰ مورد) بیشتر استفاده شده است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که مذاکرات تجاری یادشده، ابزارهای زبانی/ساختاری از طریق وجهیت، ساختارهای صوری خاص و نحو جملات شامل مجهول‌سازی و اسم‌سازی توانسته‌اند به آشکارسازی ایدئولوژی‌های خاص کمک نمایند و به‌واسطه زبان در گفتمان تجاری بازتاب یابند.

منابع فارسی

پالتریج، برایان (۱۳۹۵). *درآمدی بر تحلیل گفتمان*. مترجم: طاهره همتی، تهران: نشر پارسی.
خسروی‌نیک، مجید (۱۳۷۹). *ارتباط بین ساختارهای ایدئولوژیکی و ساختارهای گفتمانی در سیر مقاله‌ها و تحلیل نمونه‌ای روزنامه‌های ایران*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد زبان‌شناسی، دانشگاه شیراز، دانشکده ادبیات.

سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۷). قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر نی.

رضاپور، ابراهیم (۱۳۹۰). تحلیل گفتمان انتقادی: نقش استعاره در بازنمایی و بازتولید ایدئولوژی در رسانه‌ها. پایان‌نامه دکتری دانشگاه علامه طباطبائی دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجی

حق‌گشا، مروارید، کاظمی، فروغ (۱۴۰۲). تحلیل گفتمان انتقادی در فیلم ملی و راه‌های نرفته‌اش: تأثیر جنسیت در روابط قدرت از دیدگاه فرکلاف. زبان و ادب فارسی، انتشار آنلاین از ۳۰ آذر.

کاظمی، فروغ، ارمانی، مریم (۱۳۹۴). بررسی تطبیقی زبان تبلیغات در بیلبوردهای تهران و لندن از منظر ارزش‌های فرهنگی. زبان و زبان‌شناسی، ۱۱(۲۱)، ۵۲-۲۵.

کاراس، ل چس‌تر (۱۳۸۸)، مذاکره تنها راه موفقیت در تجارت و زندگی. مترجمان: محمدابراهیم گوهریان و مهدی غروی، تهران: نسل نواندیش.

مادوکس، بی رابرت (۱۳۷۴). مهارت‌ها و فنون کاربردی در مذاکره. مترجم: مهدی ایران‌نژاد پاریزی، انتشارات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (سروش).

نوروزی، فاطمه (۱۳۸۴). بازنمایی شخصیت زن در متون روایی با توجه به دیدگاه تحلیل گفتمان انتقادی مطالعه موردی رمان رقصندگان، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان، دانشگاه شیراز.

یارمحمدی، لطف اله (۱۳۸۵). ارتباطات از منظر گفتمان‌شناسی انتقادی. انتشارات هرمس.

یحیی‌زاده، سید باقر، کاظمی، فروغ (۱۴۰۱). بررسی شیوه تولید بیناگفتمانی در حکایت‌های مولانا از منظر تحلیل گفتمان انتقادی. روایت‌شناسی، ۶(۱۱)، ۴۹۱-۵۲۶.

References

- Afdholi, N., Yuwana Sudikan, S., & Indarti, T. (2022). *Revealing the ideology of Omicron discourse in CNN Indonesia news. Section III. Applied Linguistics*. 8(2), 84-95.
- Dellinger, B. (1995). *Critical discourse analysis*. Blackwell.
- Dolo'n, R., & Suau, F. (1996). Linguistic approaches to negotiations activity. *RESLA*, 11, 51-61.
- Haghighosha, M., & Kazemi, F. (2023). Critical Discourse Analysis of the Film "Untaken Paths": The Study of the Effect of Gender on Power Relations from Fairclough's approach. *Scientific Research Journal of Persian Language and Literature*. Online publication from December 21. [In Persian]
- KhosraviNik, M. (2000). *The Relationship Between Ideological Structures and Discursive Structures in the Evolution of Articles and a Sample Analysis of Iranian Newspapers*, Master's thesis. Shiraz University, Faculty of Literature. [In Persian]

- Karrass, L. C. (2009). *In business as in life you don't get what you deserve, you get what you negotiate*. M. E. Goharian M. Ghavri, Trans. Tehran: Nasle Novandish. [In Persian]
- Kazemi, F., & Armaghani, M. (2015). A comparative study of English and Persian billboards from the perspective of cultural values. *Scientific-Research Journal of Language and Linguistics*. 11(21), 25-52. [In Persian]
- Maddux, B. R. (1995). *Succceccful negotiation: Effective win-win strategies and tactics* (M. Iran-Nejad Parizi, Trans.). Publications of the Islamic Republic of Iran Broadcasting: Soroush. [In Persian]
- Norouzi, F. (2005). *Representation of female characters in narrative texts with respect to critical discourse analysis: A case study of the novel "Dancers"* (Master's thesis, Shiraz University). [In Persian]
- Paltridge, B. (2016). *Discourse analysis: An introduction* (T. Hemmati, Trans.). Tehran: Parsi Publishing. [In Persian]
- Rezapour, E. (2011). *Critical discourse analysis: The role of metaphor in representation and reproduction of ideology in media* (Doctoral thesis, Allameh Tabatabai University, Faculty of Literature and Foreign Languages). [In Persian]
- Soltani, S. A. (2008). *Power, discourse, and language: Mechanisms of power flow in the Islamic Republic of Iran**. Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Syukri, M., Azhar Nur, M., & Alifiana Karunia, K. (2019). *Analysis of Law Discourse Through Van Dijk Model Approach. Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 436.
- Van Dijk, T. (1985). *Handbook of Dscourse Analysis*. Vol.4, London: Academic press.
- Van Dijk, T. (1993). *Elite discourse and racisim*. New bury park, CA: Sage publications.
- Van Dijk, T. (1995). "Discourse analysis as ideology as ideology analysis." In A.wenden & C.Schaffner, (Eds.) *language and peace* (in press).
- Van Dijk, T. (1997). *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Vol. 2. London: Sage
- Van Dijk, T. (1988). *News analysis*. Hillsdale, Erlbaum.
- Van Dijk, T. (2000). *Ideology and discourse*, retrieved from <http://www.in-society.org,teun.html>.
- Van Dijk, T. (2004). *From Text Grammar to Critical Discourse Analysis*. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

- Van Dijk, T. (2007). *Discourse Studies: A multidisciplinary introduction*. (5 vols.). Sage Benchmark Series. New Delhi: Sage.
- Yahyazadeh, S. B., & Kazemi, F. (2022). Investigating The Method of Producing Inter-discursive in Mowlana's Anecdotes from The Perspective of Critical Discourse Analysis. *Biannual Journal of Narratology*, 6(11), 491-526. [In Persian]
- Yarmohammadi, L. (2006). *Communications from the perspective of critical discourse analysis*. Hermes Publications.[In Persian]
- Zhao, D. & Nie, J. (2015). "Vague Language in Business Negotiation: From a Pragmatics Perspective", *Theory and Practice in Language Studies*, 5(6), 1257-1262.
- Zuo l. & He, Y. (2016). *Pragmatic Analysis of English Fuzzy Language in International Business Negotiation*, *International Conference on Education, Training and Management Innovation* (Proceedings of the 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and Social Sciences), Atlantis Press.1111-1116.