

Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 5 (116). С. 164–175.
Cherepovets State University Bulletin, 2023, no. 5 (116), pp. 164–175.

Научная статья

УДК 81.42

<https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-5-116-13>

EDN: MRYDDN

Культурно-обусловленные стратегии коммуникативного поведения в деловых переговорах в Латинской Америке

Анна Ивановна Ковригина

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,

Москва, Россия

l_ete_indien@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8490-0425>

Аннотация. Цель исследования – выявить доминирующие стратегии коммуникативного поведения представителей латиноамериканских стран на деловых переговорах, объективируемые соответствующими средствами испанского языка. Объект исследования – латиноамериканская модель деловых переговоров как одна из разновидностей испаноязычной деловой коммуникации, обладающая социально-культурной спецификой. В качестве источников примеров использован личный опыт автора в переводе деловых переговоров, видеозаписи переговоров, размещенные на платформе YouTube¹. Применялся метод анализа литературных источников, метод включенного наблюдения, метод дискурс-анализа. В результате исследования выявлено, что для высококонтекстной полихронной латиноамериканской деловой культуры характерна повышенная эмоциональность, личностная ориентированность, необязательность, индивидуализм и строгая иерархия делового процесса; выделены наиболее частотные речевые средства репрезентации данных коммуникативно-релевантных культурных черт в дискурсе деловых переговоров.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, деловые переговоры, Латинская Америка, испанский язык, культура, языковые средства, речевые приемы

Для цитирования: Ковригина А. И. Культурно-обусловленные стратегии коммуникативного поведения в деловых переговорах в Латинской Америке // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 5 (116). С. 164–175. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-5-116-13>

© Ковригина А. И., 2023

¹ Например, <https://www.youtube.com/watch?v=BOfy2XJ4-ig>, <https://www.youtube.com/watch?v=BA57QYOyjCY>, <https://www.youtube.com/watch?v=xqbMSxfuXgc> (дата обращения: 21.02.2023).

Culturally determined communication strategies in business negotiations in Latin America

Anna I. Kovrigina

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia

l_ete_indien@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8490-0425>

Abstract. The aim of the study is to identify dominant strategies of Latin American communicative behaviour in business negotiations, which are represented by means of the Spanish language. The object of the study is the Latin American model of business negotiations as one of the varieties of Spanish-language business communication with its sociocultural specificity. The sources of examples are personal experience of translation in negotiations, videos of business negotiations posted on the YouTube platform. The study has revealed that high context and polychronic Latin American business culture is characterized by its high emotionality, deep personal relationship, non-compliance, individualist and strict hierarchy of the business process; the most frequent language units representing these communicatively relevant cultural features in the discourse of business negotiations were identified.

Keywords: communicative behaviour, business negotiations, Latin America, Spanish language, culture, language use

For citation: Kovrigina A. I. Culturally determined communication strategies in business negotiations in Latin America. *Cherepovets State University Bulletin*, 2023, no. 5 (116), pp. 164–175 (In Russ.). <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-5-116-13>

Введение

Интерес к национальным особенностям общения в сфере межкультурной деловой коммуникации обусловлен необходимостью лингвопрагматического планирования процесса коммуникации для выбора успешной переговорной стратегии. В работах Ю. Н. Караулова и его последователей изучение прагматического аспекта общения связывается в первую очередь с языковой личностью, характеризующейся определенным набором личностных и общенациональных черт. И. А. Стернин справедливо отмечает, что в современных исследованиях лингвисты расширяют парадигму изучения языковой личности, включая в нее экстралингвистические факторы, влияющие на общение¹. Так, акцентируя влияние культуры на процесс взаимопонимания коммуникантов, В. П. Фурманова говорит о необходимости интегрирования культуры в исследование культурно-языковой личности и ее коммуникативного поведения². По определению В. В. Красных, следует говорить о речевой личности, которая реализует себя в коммуникации, осуществляет выбранную стратегию и тактику общения, использует определенный репертуар как лингвистических, так и экстралинг-

¹ Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. Москва: Флинта, 2006. С. 26–27.

² Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и культурно-языковая прагматика в теории и практике преподавания иностранных языков: дис. ... д-ра пед. наук. Москва, 1994. 475 с.

вистических средств¹. А. Вежбицкая также подчеркивает «необходимость изучения культурно-специфических норм коммуникации как предпосылки любой истинной типологии коммуникативных моделей»². Исследуя прагматику межкультурного взаимодействия, она предполагает, что различия в способах коммуникации могут быть объяснены базовыми различиями в способах мышления и системах ценностной ориентации этносов.

В работах современных исследователей культурно-специфичного переговорного процесса в разных странах приводится подробный разбор широкого арсенала стратегий и тактик поведения, характерных для стран Запада³ и Востока⁴. В отличие от них, речевой компонент культуры делового общения в странах Латинской Америки должного освещения не получил. Это связано с тем, что до недавнего времени в российском бизнес-сообществе приоритет отдавался партнерству со странами Запада, в первую очередь США и Европой. В настоящее время тренд интереса повернулся в сторону инфраструктуры стран Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и, в особенности, Латинской Америки. Это позволяет специалистам фиксировать экспоненциальный рост предпринимательской экосистемы и тройной объем инвестиций в данный регион в 2021 году по сравнению с предыдущими периодами⁵.

Существование латиноамериканской культурной идентичности подтверждается исследованиями специалистов ИЛА РАН⁶. Неоднородный по этнолингвокультурному и социальному составу, испаноязычный континуум Центральной и Южной Америки, тем не менее, допускает применение процедуры кластеризации данных об особенностях переговорного процесса, поскольку имеет в своей основе достаточно мощную базу в виде единого испанского языка и культуры, оказавших значительное влияние на мировосприятие и концептуализацию деловых взаимоотношений, корпо-

¹ Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? Москва: Гнозис, 2003. С. 51.

² Вежбицкая А. Культурно-обусловленные сценарии: новый подход к изучению межкультурной коммуникации // Жанры речи. 1999. Вып. 2. URL: <https://gigabaza.ru/doc/108232.html> (дата обращения: 20.03.2023).

³ Баландина Н. А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 20 с.; Сапожникова Е. Э. Сопоставительный анализ национально-культурных особенностей языка делового общения (на материале переговоров на английском, испанском и русском языках): дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2004. 260 с.; Малышев А. А. Пути снижения напряженности (конфликтности) на деловых переговорах // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 10. С. 66–72; Зыков Е. А. Искусство ведения деловых переговоров на английском языке // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10(2). С. 106–111.

⁴ Рубцова Т. И. Подготовка к проведению коммерческих переговоров // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 1. С. 56–65; Xu X. W., Shtykhno D.A. On the influence of differences in customs and habits in international business negotiations // Человеческий капитал и профессиональное образование. 2022. № 1(39). С. 83–88.

⁵ Что предпринимателю нужно знать о Латинской Америке // Forbes. 2022. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/473469-cto-zapuskat-i-gde-vzat-den-gi-vencurnyj-gid-po-latinskoj-amerike> (дата обращения: 21.02.2023).

⁶ Константинова Н. С. Культурная идентичность стран Иbero-Америки: мифы и реальность // Латинская Америка. 2015. № 12. С. 77–86.

ративной культуры, образа лидера в сознании представителей испаноговорящих обществ этих стран.

Цель настоящего исследования – выявить доминирующие стратегии коммуникативного поведения представителей латиноамериканских стран на деловых переговорах, выделив культурные основания коммуникативно-релевантных черт латиноамериканского менталитета. Объект исследования – латиноамериканская модель деловых переговоров как одна из разновидностей испаноязычной деловой коммуникации, обладающая социально-культурной спецификой. Предмет – культурно-языковые особенности реализации данной модели в дискурсе деловых переговоров. В качестве источников примеров использован личный опыт автора в переводе деловых переговоров между российскими и латиноамериканскими предпринимателями, а также видеозаписи переговоров, размещенные пользователями платформы YouTube в открытом доступе¹. Общий объем выборки составил более 200 репрезентативных образцов речевой деятельности коммуникантов. В исследовании применялся метод анализа литературных источников, метод включенного наблюдения для изучения речевого поведения латиноамериканских участников деловых переговоров, метод дискурс-анализа для вычленения и интерпретации необходимых коммуникативных единиц.

Основная часть

Говоря о латиноамериканской модели деловых переговоров, подчеркнем, что в деловой культуре Центральной и Южной Америки большое внимание уделяется хорошим личным отношениям с деловым партнером, развитию ощущения партнерства и доверия, созданию неформальной обстановки, а также работе «на перспективу». Важно отметить, что самой подготовке к переговорам и тренировке переговорщиков уделяется мало внимания, основной упор делается на личных качествах и умениях².

При разработке стратегии поведения в деловых переговорах важно учитывать, что Латинской Америке как региону присуща высокая волатильность ситуации в политической, социальной, экономической сферах, сильная подверженность влиянию климатических явлений (например, землетрясений, засухи и феномена «Эль Ниньо»). К сожалению, в сфере международной интеграции наблюдается схожая ситуация: «интеграционные истории успеха стран Латинской Америки неритмичны и непоследовательны»³. Кроме того, странам латиноамериканского региона присуще

¹ Например, <https://www.youtube.com/watch?v=BOfy2XJ4-ig>, <https://www.youtube.com/watch?v=BA57QYOyjCY>, <https://www.youtube.com/watch?v=xqbMSxfuXgc> (дата обращения: 21.02.2023).

² Ogliastri E., Salcedo G. La cultura negociadora en el Perú. Un estudio exploratorio // Journal of Economics, Finance and Administrative Science. 2008. № 13 (25). С. 10, 14; Parrado F. A., Cabezas Rodríguez L. M., Calderón Saray C. S. Estudio de estilos de negociación en Perú, México y Argentina // Palermo Business Review. 2018. № 18. P. 287.

³ Кадочников П. А. Интеграционные процессы в Латинской Америке и перспективы участия в них России (Таможенного союза) // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. № 12. С. 14.

высокое социальное неравенство, что также служит причиной частых конфликтов. Все эти факторы дестабилизируют обстановку и осложняют ведение экономической деятельности в регионе.

При этом, как показывают международные исследования, Латинская Америка – это один из регионов мира, представители которого предпочли бы избежать неопределенности¹. Данная культурная характеристика была подробно исследована в проекте Globe, где оценивались тенденции и стремление представителей латиноамериканских стран структурировать и контролировать свое будущее. Результаты показали практически повсеместно высокое стремление к избеганию неопределенности с очень небольшими вариациями среди разных стран Латинской Америки, что свидетельствует о том, что в стране «много непрогнозируемых событий, отсутствуют четкие правила и организация политического руководства страной, мало порядка и много импровизации»².

Это коррелирует с такой важной для переговорного процесса характеристикой участников, как обязательность. Представители Латинской Америки в большинстве своем не считают необходимым соблюдать договоренности: «для латиноамериканцев пообещать что-либо в контексте переговоров – это всего лишь заявление о намерении, но не официальное обязательство»³. В латиноамериканской деловой культуре стремление к избеганию неопределенности высоко, однако ориентированность на краткосрочную перспективу и настоящее время вкупе с высокой нестабильностью ситуации в стране приводит к тому, что риск неисполнения взятых на себя обязательств достаточно высок, но это воспринимается переговорщиками абсолютно нормально.

Сердечность и неформальности обстановки, в которой стараются вести переговоры представители латиноамериканских фирм, коррелирует со свойственными латиноамериканцам высокой эмоциональностью, открытостью и спонтанностью. Интересно, что легкость, с которой латиноамериканцы говорят о своих чувствах, может стать источником кросс-культурного конфликта, поскольку эмоциональный и личностный факторы становятся аргументом и используются для воздействия на собеседника. В основном латиноамериканскими переговорщиками реализуется апелляция к жалости, попытка вызвать сочувствие собеседника.

Анализ динамики переговорного процесса с представителями стран Андского региона (Перу) и Карибского бассейна (Колумбия) выявляет превалирование специфической модели позиционного торга, для которого характерна идея о том, что «суть переговоров – это торг» и «если нет торга – нет и переговоров»⁴. Эта модель постро-

¹ Ogliastri E., McMillen C., Arias M. E., Bustamante C., Dávila C., Dorfman P., Fimmen C., Ickis J., Martínez S. Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe // Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 1999. № 22. С. 33–37.

² Там же. С. 37.

³ Ogliastri E. El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa // Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 2000. № 25. С. 49.

⁴ Ogliastri E. El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa // Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 2000. № 25. С. 49.

ена на настойчивом заявлении латиноамериканской стороной чрезмерно завышенных требований в начале, которые постепенно и крайне неохотно снижаются, чтобы прийти к соглашению к концу переговоров. Характерно, что подобный подход типичен не для всех испаноговорящих стран Латинской Америки: например, в Аргентине используют более конструктивные приемы и к безудержному торгу прибегают редко¹.

Поскольку в латиноамериканской модели успех деловых переговоров напрямую зависит от человеческого фактора: хороших личных отношений и правильно выстроенной атмосферы доверия, дружелюбия и согласия – стиль общения предполагает экспрессивность и трансляцию оценочного значения, что помогает выстроить эмоциональный контакт с другой стороной. Используются речевые средства, содержащие положительную или отрицательную оценку предмета речи для создания эмоционального контакта. Для придания переговорам личностно-ориентированного характера регистрируется использование вежливой формы обращения «Usted», быстро переходящее в «tú» в процессе сближения сторон, речевого акта комплимента, инклюзивного местоимения «nosotros».

Часто используются средства ассертивной коммуникации: речевые формулы вежливости, содержащие в себе Imperfecto de Indicativo/Subjuntivo de cortesía (*quería/quisiera saber si...*), средства выражения частичного согласия с последующим (необязательным) выдвижением контраргумента (*sí, pero...; tiene razón, pero...*), а также глаголы в форме 1-го лица Condicional Simple (так называемого *condicional de modestia*) для формулировки потенциально конфликтогенных суждений (*yo diría que eso no es así*). Возможно говорить о том, что использование эпистемических глаголов типа *creer, opinar, suponer*, относимых испанскими лингвистами к перформативным при соблюдении определенных прагматических условий^{2 3 4}, определенным образом смягчает следующие за ним суждения (*creo que no deben/debemos...*). Этой цели служит также и включение лексем, минимизирующих прямоту высказывания (*simplemente, solo*).

Представителям латиноамериканских стран свойственна определенная словоохотливость, гибкое и расслабленное отношение к использованию времени, а с другой – негативное отношение к конфликту и попытка избежать открытой конфронтации. В этой связи в процессе переговоров многие говорят намеками, используют уклончивые ответы, не вносят конкретных предложений. Высокочастотна речевая тактика уклонения от прямого ответа на вопрос. С формальной точки зрения эта тактика реализуется через использование форм Condicional Simple, связанное с выража-

¹ Perea Mosquera L. N., Redondo Ramírez M. I., Rodríguez Henai L. J., Aristizábal Henao M. M. El arte de negociar en Europa, América Latina y Asia. Pereira, 2021. 225 p.

² Например, употребление в форме первого лица единственного числа настоящего времени изъявительного наклонения для выражения убежденности говорящего в истинности излагаемого содержания.

³ Fuentes Rodríguez C. Parentéticos, hedging y sintaxis del enunciado // *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 2013. Vol. 55. P. 61–94.

⁴ Soler Bonafont M. A. Nuevamente sobre el funcionamiento pragmático atenuante de la forma performativa del verbo creer // *Anuario de letras. Lingüística y filología*. 2022. Vol. 10 (2). P. 5–30.

емой им модальностью предположительности, возможности; глаголов в Futuro Simple, чтобы отложить ответ на неопределенный срок (*veremos qué podemos hacer*), а также клишированных уклончивых ответов типа «*más o menos*». Типично преобладание пассивных конструкций, безличных или неполных предложений. Местоимение *se* используется как для выражения безличности, так и для снятия ответственности с говорящего (*se nos agotó la mercancía*).

В латиноамериканском обществе высоко ценится власть, и это приводит к тому, что руководитель представляет собой фигуру авторитарного типа, не склонную к принятию советов подчиненных. Такой подчеркнута патриархальный подход является следствием исторически сложившейся формы организации общественных отношений в колониальной Латинской Америке, получившей название патроната. Патрон оказывал покровительство и защиту клиентам – представителям низших классов, попавшим в зависимость от него (например, получив от него землю в пользование), в обмен на личную преданность и оказание различного рода услуг экономического и правового характера. Децентрализация власти, милитаризация общества и необходимость жесткого контроля для противодействия центробежной тенденции в период национально-освободительных войн привели к трансформации патрона в фигуру полевого командира-каудильо, который, помимо заботы о своих отрядах, обладал высокой харизмой, героизмом, напористостью, за что и снискал преданность соратников. Продолжая традиции патроната, каудильо часто рассматривал свою землю и своих людей как вотчину и предмет «отеческой» заботы, что также обеспечивало ему народную поддержку и принятию на себя статуса всенародного избранника, «отца нации», приводя впоследствии в большинстве государств к установлению режима диктаторской власти.

Для правильного понимания многих аспектов общественного строя латиноамериканских государств и делового менталитета населения важно учитывать, что иерархическая структура, принципы элитарности и закрытости были характерны для латиноамериканского общества на протяжении значительного периода его существования. Опираясь на обобщенные данные кросс-культурного проекта Globe, основанного на опросе информантов из числа руководителей среднего звена, исследователи усматривают в этом наследие традиционных ценностей Римской империи, где дистанцированность власти была ярко выражена¹. Это предположение представляется достаточно обоснованным, учитывая тесную связь многих когнитивных стереотипов сознания латиноамериканской этнической группы с менталитетом испанских конкистадоров, сформировавшимся под воздействием заложенной в испанском языке концептуальной картины мира, патерналистских традиций римского права, а также теоцентрической системы ценностей и римско-католического учения о власти папы.

Помимо генетической связи с римским имперским наследием, исторически сложившаяся кастовая закрытость и высокая иерархичность общественной структуры

¹ Ogliastri E., McMillen C., Arias M. E., Bustamante C., Dávila C., Dorfman P., Fimmen C., Ickis J., Martínez S. Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe // Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 1999. № 22. P. 9–34.

латиноамериканского общества также способствовала формированию идеи элитарности и предрасположенности к жестокости. В пользу данного предположения говорят высокие показатели по измерению мужественности, свидетельствующие о предпочтении в обществе достижений, героизма, напористости и материального вознаграждения за успех¹. Вследствие этого в большинстве латиноамериканских государств переговоры ведутся с позиции индивидуализма и строгой иерархии с соблюдением жесткой вертикали власти. На переговорах могут присутствовать другие члены делегации, но именно руководитель приводит значимые аргументы, принимает решения и заключает сделки, что иногда может приводить к значительным временным затратам.

Кроме того, тот факт, что управленческие решения принимаются на самом высоком уровне, приводит к потенциальной предрасположенности к переговорам дистрибутивного типа и использованию заведомо конфликтных коммуникативных установок². На грамматическом уровне отмечается использование различных средств, усиливающих выразительность фразы для привлечения внимания собеседника, усиления и подчеркивания необходимой информации: местоименного подлежащего «yo», нормой для которого в испанском языке является его эллипсис, дублирование прямого дополнения, выраженного существительным в препозиции к глаголу, эллипсис главных или второстепенных членов предложения для создания эффекта динамизма и выделения релевантной информации. На лексическом уровне той же цели служат лексические конструкции усиления и частицы (*realmente, en verdad, sí, sí que, ya*), также подчеркиваемые интонационно. Активно используются средства актуального членения предложения, в частности интонационный рисунок и порядок слов, подчиненные той же цели. По Т. ван Дейку, подобные средства соответствуют речевому приему усиления, нацеленному на достижение более эффективного контроля над вниманием слушающего, выделение важных данных и подчеркивание субъективной информации³.

Отметим повышенную экспрессивность, свойственную дискурсивной реализации стратегии соперничества, выражаемую в частности через эмоционально-оценочные глаголы и субхунтив (*espero que ... usted sea más competitivo*), средства речевой агрессии (*usted me está tomando el pelo*). Речевая тактика угрозы реализуется через условные предложения с союзом «si» и его синонимами. Характерно манипулятивное использование асертивных речевых актов и языковых средств, например, использование инклюзивного местоимения «nosotros» для создания ложного чувства общей пользы предлагаемых условий.

Тактика давления на оппонента с позиции превосходства в рамках стратегии соперничества также может быть реализована через языковые средства выражения

¹ Ogliastri E., McMillen C., Arias M. E., Bustamante C., Dávila C., Dorfman P., Fimmen C., Ickis J., Martínez S. Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe // Academia. Revista Latinoamericana de Administración. 1999. № 22. P. 9–34.

² Parrado F. A., Cabezas Rodríguez L. M., Calderón Saray C. S. Estudio de estilos de negociación en Perú, México y Argentina // Palermo Business Review. 2018. № 18. P. 281–298.

³ Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. С. 297.

иронии: «¿Esa es su nueva propuesta? ¿Reducir el precio en un dólar?». Использование перформативных глаголов, смягчающих следующие за ними высказывания, в данном контексте также приобретает ироничный оттенок: *les agradecería que no lo hicieran*. Также отмечается языковая реализация приема ироничной насмешки (*usted podría proponer algo mejor*) через использование Condicional Simple в его модальном значении вежливой просьбы.

Выводы

В соответствии с поставленной целью в исследовании были выявлены коммуникативно-релевантные черты латиноамериканского делового менталитета, определяющие доминирующие стратегии коммуникативного поведения представителей латиноамериканских стран на деловых переговорах. В результате исследования выявлено, что для высококонтекстной полихронной латиноамериканской деловой культуры характерна повышенная эмоциональность, личностная ориентированность, необязательность, индивидуализм и строгая иерархия делового процесса. Наиболее частотными лексико-грамматическими средствами репрезентации данных культурных черт в дискурсе деловых переговоров являются эмотивные лексические единицы и другие оценочные средства, субхунтив, средства аттенуации (глаголы в форме 1-го лица Condicional Simple, перформативное использование эпистемических глаголов типа *creer*), ассертивные приемы (речевые формулы вежливости, инклюзивные местоимения), используемые в том числе в манипулятивных целях для оказания давления на оппонента, речевая тактика уклонения, разнообразные приемы усиления (запрет на эллипсис местоименного подлежащего, инверсия и дублирование прямого дополнения, эллипсис главных или второстепенных членов предложения, лексические конструкции усиления), а также средства речевой агрессии, языковые средства выражения иронии.

Конкретные шаги в научном осмыслении этнолингвокультурных основ переговорного процесса должны быть связаны с изучением национальных стилей и предпочтительных моделей деловых переговоров в соответствии с национальной этикой делового общения и психологией деловых отношений. Для лучшего понимания и наглядной иллюстрации коммуникативного поведения определенного лингвокультурного сообщества целесообразно дополнить теоретическое описание перечнем наиболее репрезентативных языковых средств, объективирующих действующие в национальном коммуникативном сознании поведенческие стереотипы и нормы речевого этикета.

Список источников

- Баландина Н. А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 20 с.
- Вежбицкая А. Культурно-обусловленные сценарии: новый подход к изучению межкультурной коммуникации // Жанры речи. 1999. Выпуск 2. URL: <https://gigabaza.ru/doc/108232.html> (дата обращения: 20.03.2023).

Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

Зыков Е. А. Искусство ведения деловых переговоров на английском языке // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10(2). С. 106–111. DOI 10.26794/2226-7867-2020-10-2-106-111

Кадочников П. А. Интеграционные процессы в Латинской Америке и перспективы участия в них России (Таможенного союза) // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. № 12. С. 3–18.

Константинова Н. С. Культурная идентичность стран Иbero-Америки: мифы и реальность // Латинская Америка. 2015. № 12. С. 77–86.

Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? Москва: Гнозис, 2003. 375 с.

Малышев А. А. Пути снижения напряженности (конфликтности) на деловых переговорах // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 10. С. 66–72.

Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. Москва: Флинта, 2006. 326 с.

Рубцова Т. И. Подготовка к проведению коммерческих переговоров // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 1. С. 56–65.

Сапожникова Е. Э. Сопоставительный анализ национально-культурных особенностей языка делового общения (на материале переговоров на английском, испанском и русском языках): дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2004. 260 с.

Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и культурно-языковая прагматика в теории и практике преподавания иностранных языков: дис. ... д-ра педагог. наук. Москва, 1994. 475 с.

Canale G. A Multimodal and Ethnographic Approach to Textbook Discourse. Routledge, 2022. <https://doi.org/10.4324/9781003147725>

Fuentes Rodríguez C. Parentéticos, hedging y sintaxis del enunciado // *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. 2013. Vol. 55. P. 61–94.

Kramsch C. Language as Symbolic Power. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2020.

Morales-Vidal E., Cassany D. El mundo según los libros de texto: Análisis Crítico del Discurso aplicado a materiales de español LE/L2 // *Journal of Spanish Language Teaching*. 2020. Vol. 7, iss. 1. P. 1–19. DOI: 10.1080/23247797.2020.1790161

Ogliastri E. El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa // *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*. 2000. Vol. 25. P. 43–58.

Ogliastri E., McMillen C., Arias M. E., Bustamante C., Dávila C., Dorfman P., Fimmen C., Ickis J., Martínez S. Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe // *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*. 1999. Vol. 22. P. 29–57.

Ogliastri E., Salcedo G. La cultura negociadora en el Perú. Un estudio exploratorio // *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. 2008. Vol. 13 (25). P. 9–34.

Parrado F. A., Cabezas Rodríguez L. M., Calderón Saray C. S. Estudio de estilos de negociación en Perú, México y Argentina // *Palermo Business Review*. 2018. Vol. 18. P. 281–298.

Perea Mosquera L. N., Redondo Ramírez M. I., Rodríguez Henai L. J., Aristizábal Henao M. M. El arte de negociar en Europa, América Latina y Asia. Pereira, 2021. 225 p.

Risager K. Language textbooks: windows to the world // *Language, Culture and Curriculum*. 2021. Vol. 34, iss. 2. P. 119–132. DOI: 10.1080/07908318.2020.1797767

Soler Bonafont M. A. Nuevamente sobre el funcionamiento pragmático atenuante de la forma performativa del verbo creer // *Anuario de letras. Lingüística y filología*. 2022. Vol. 10 (2). P. 5–30. <https://doi.org/10.19130/iifl.adel.2022.10.2.x00s25871>

Xu X. W., Shtykhno D. A. On the influence of differences in customs and habits in international business negotiations // *Человеческий капитал и профессиональное образование*. 2022. № 1 (39). С. 83–88.

References

Balandina N. A. *Diskurs peregovorov v angloiazychnoi delovoi kommunikatsii* [Negotiation discourse in English-language business communication: Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Volgograd, 2004. 20 p.

Vezhbitskaia A. Kul'turno-obuslovlennye stsennarii: novyi podkhod k izucheniiu mezhkul'turnoi kommunikatsii [Culturally conditioned scenarios: a new approach to the study of intercultural communication]. *Zhany rechi* [Speech genres], 1999, no. 2. Available at: <https://gigabaza.ru/doc/108232.html> (accessed: 20.03.2023).

Deik T. A. *Iazyk. Poznanie. Kommunikatsiia* [Language. Cognition. Communication]. Blagoveshchensk: BGK im. I. A. Boduena de Kurtene, 2000. 308 p.

Zykov E. A. Iskusstvo vedeniia delovykh peregovorov na angliiskom iazyke [The art of business communication in English]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* [Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University], 2020, no. 10 (2), pp. 106–111. DOI 10.26794/2226-7867-2020-10-2-106-111

Kadochnikov P. A. Integratsionnye protsessy v Latinskoi Amerike i perspektivy uchastiia v nikh Rossii (Tamozhennogo soiuz) [Integration processes in Latin America and prospects for Russia's participation in them (Customs Union)]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2014, no. 12, pp. 3–18.

Konstantinova N. S. Kul'turnaia identichnost' stran Ibero-Ameriki: mify i real'nost' [Cultural identity of the countries of Ibero-America: myths and reality]. *Latinskaia Amerika* [Latin America], 2015, no. 12, pp. 77–86.

Malyshev A. A. Puti snizheniia napriazhennosti (konfliktnosti) na delovykh peregovorakh [Ways to reduce tension (conflict) in business negotiations]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2008, no 10, pp. 66–72.

Prokhorov Iu. E., Sternin I. A. *Russkie: kommunikativnoe povedenie* [Russians: communicative behaviour]. Moscow: Flinta, 2006.

Rubtsova T. I. Podgotovka k provedeniiu kommercheskikh peregovorov [Preparation for conducting business negotiations]. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2018, no. 1, pp. 56–65.

Sapozhnikova E. E. *Sopostavitel'nyi analiz natsional'no-kul'turnykh osobennostei iazyka delovogo obshcheniia (na materiale peregovorov na angliiskom, ispanskom i russkom iazykakh)* [Comparative analysis of national and cultural features of the language of business communication (by negotiations in English, Spanish and Russian): Cand. thesis in Philological Sciences]. Moscow, 2004. 206 p.

Furmanova V. P. *Mezhkul'turnaia kommunikatsiia i kul'turno-iazykovaia pragmatika v teorii i praktike prepodavaniia inostrannykh iazykov* [Intercultural communication and cultural linguistic pragmatics in theory and practice of foreign language teaching: Dr. thesis in Pedagogical Sciences]. Moscow, 1994. 475 p.

Canale G. *A Multimodal and Ethnographic Approach to Textbook Discourse*. Routledge, 2022. <https://doi.org/10.4324/9781003147725>

Fuentes Rodríguez C. Parentéticos, hedging y sintaxis del enunciado [Parenthetics, hedging and statement syntax]. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 2013, vol. 55, pp. 61–94.

Kramsch C. *Language as Symbolic Power*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2020.

Morales-Vidal E., Cassany D. El mundo según los libros de texto: Análisis Crítico del Discurso aplicado a materiales de español LE/L2 [The world according to textbooks: Critical Discourse Analysis applied to Spanish as a FL/L2 materials]. *Journal of Spanish Language Teaching*, 2020, vol. 7, iss. 1, pp. 1–19. DOI: 10.1080/23247797.2020.1790161

Ogliastri E. El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa [The negotiating style of Latin Americans. A qualitative investigation]. *Academia. Revista Latinoamericana*

de Administración [Academy. Latin American Magazine of Administration], 2000, vol. 25, pp. 43–58.

Ogliastri E., McMillen C., Arias M. E., Bustamante C., Dávila C., Dorfman P., Fimmen C., Ickis J., Martínez S. Cultura y liderazgo organizacional en 10 países de América Latina. El estudio Globe [Organizational culture and leadership in 10 Latin American countries. The Globe study]. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración* [Academy. Latin American Magazine of Administration], 1999, vol. 22, pp. 29–57.

Ogliastri E., Salcedo G. La cultura negociadora en el Perú. Un estudio exploratorio [The negotiating culture in Peru. an exploratory study]. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 2008, vol. 13 (25), pp. 9–34.

Parrado F.A., Cabezas Rodríguez L.M., Calderón Saray C.S. Estudio de estilos de negociación en Perú, México y Argentina [Study of negotiation styles in Peru, Mexico and Argentina]. *Palermo Business Review*, 2018, vol. 18, pp. 281–298.

Perea Mosquera L.N., Redondo Ramírez M.I., Rodríguez Henai L.J., Aristizábal Henao M.M. *El arte de negociar en Europa, América Latina y Asia* [The art of negotiating in Europe, Latin America and Asia]. Pereira, 2021. 225 p.

Risager K. Language textbooks: windows to the world. *Language, Culture and Curriculum*, 2021, vol. 34, issue 2, pp. 119–132. DOI: 10.1080/07908318.2020.1797767

Soler Bonafont M. A. Nuevamente sobre el funcionamiento pragmático atenuante de la forma performativa del verbo creer [Anew, About the Attenuating Pragmatic Functioning of the Performative Form of the Verb *Creer*]. *Anuario de letras. Lingüística y filología*, 2022, vol. 10 (2), pp. 5–30. <https://doi.org/10.19130/iifl.adel.2022.10.2.x00s25871>

Xu X. W., Shtykhno D.A. On the influence of differences in customs and habits in international business negotiations. *Chelovecheskii kapital i professional'noe obrazovanie* [Human capital and professional work], 2022, no. 1 (39), pp. 83–88.

Сведения об авторах

Анна Ивановна Ковригина – кандидат филологических наук, старший преподаватель; <https://orcid.org/0000-0001-8490-0425>, l_ete_indien@mail.ru, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (д. 1, Ленинские горы, 119991 Москва, Россия); **Anna I. Kovrigina** – Candidate of Philological Sciences, Senior Lecturer; <https://orcid.org/0000-0001-8490-0425>, l_ete_indien@mail.ru, Lomonosov Moscow State University (1, Leninskie gory, 119991 Moscow, Russia).

Статья поступила в редакцию 30.03.2023; одобрена после рецензирования 26.06.2023; принята к публикации 10.07.2023.

The article was submitted 30.03.2023; Approved after reviewing 26.06.2023; Accepted for publication 10.07.2023.