

Litera

Правильная ссылка на статью:

Литягина Е.А., Климова К.М. Поведенческие паттерны и лингвистическая специфика деловых переговоров с партнерами из Латинской Америки // Litera. 2024. № 7. С. 124-135. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.7.71249 EDN: TDAJIS URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71249

Поведенческие паттерны и лингвистическая специфика деловых переговоров с партнерами из Латинской Америки

Литягина Елена Андреевна

кандидат филологических наук

доцент; кафедра международной коммуникации; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские Горы, 1 стр. 51, 5 этаж

✉ git-opa@mail.ru



Климова Ксения Михайловна

старший преподаватель; кафедра международной коммуникации; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские Горы, 1 стр. 51, Этаж 5

✉ klimovakm@yandex.ru



[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.7.71249

EDN:

TDAJIS

Дата направления статьи в редакцию:

13-07-2024

Аннотация: В настоящее время взаимодействие между различными культурами и народами становится все более важным, поэтому переговоры играют ключевую роль в политическом и деловом общении. С целью обеспечения эффективной и успешной межкультурной деловой коммуникации необходимо изучать социокультурные и лингвистические характеристики переговоров в Латинской Америке, а также разрабатывать рекомендации для лиц, контактирующих с латиноамериканскими

партнерами. В данной статье ставятся задачи определить и описать социокультурные и лингвистические особенности политических и деловых переговоров в Латинской Америке, обозначить важные культурные и поведенческие паттерны при ведении переговоров с латиноамериканскими партнерами, выявить слова, терминологические словосочетания, грамматические модели и речевые конструкции, использующиеся в процессе общения на деловом испанском языке. Для данного исследования используются научные работы отечественных и зарубежных культурологов, лингвистов, социологов, политологов, интервью с политическими деятелями и бизнесменами. В статье применяется аналитический, описательный, интерпретативный, дедуктивный, эмпирический методы, а также анализ научной литературы. Научная новизна данной работы заключается в выявлении коммуникативно-релевантных черт латиноамериканского делового менталитета и систематизации общих культурных и поведенческих паттернов латиноамериканцев при политических и деловых переговорах. Установлено влияние культурных особенностей поведения латиноамериканцев на лингвистические особенности делового дискурса региона, представляющие собой использование субхунтива, Condicional Simple, деловых терминов-регионализмов, особой лексики для выражения превосходства, приемов усиления. Из проведенного анализа можно сделать вывод, что народы Латинской Америки, которые являются уникальным регионом с богатой культурой и историей, отличаются дружелюбием, открытостью, экспрессивностью, патриотизмом и любовью к искусству, однако иногда в деловой сфере может присутствовать нехарактерная для европейцев эмоциональность, непунктуальность и склонность уходить от ответственности и прямых суждений.

Ключевые слова:

межкультурная деловая коммуникация, деловые переговоры, политические переговоры, испанский язык, Латинская Америка, бизнес, политика, национальные особенности, социокультурный аспект, лингвистический аспект

В настоящий момент наблюдается заметное увеличение количества интеграционных блоков, политических и экономических объединений, транснациональных компаний, что приводит к сближению экономик различных стран и их значительной взаимозависимости. Проистекающие глобальные процессы структурно усложняются активным обменом технологическими и инновационными достижениями, быстрым развитием средств коммуникации и увеличением туристического потока. Стремительно возрастает количество контактов между политиками, предпринимателями, специалистами, исследователями и учеными, каждый из которых является представителем определенной культуры и имеет особенный менталитет и ценностные установки.

Статья посвящена исследованию социокультурных и лингвистических особенностей политических и деловых переговоров в Латинской Америке, типичных культурных и поведенческих паттернов при ведении переговоров с латиноамериканскими партнерами, а также анализу слов, терминологических словосочетаний, грамматических моделей и речевых конструкций, использующихся в официальном дискурсе.

Необходимость ведения профессиональных и успешных переговоров как с поведенческой точки зрения, так и с точки зрения языка очевидна, как и потребность специалистов в особых прагмалингвистических и психологических навыках. Представляется логичным рассмотреть данную проблему с позиций теории межкультурной коммуникации, культурологии, социологии и политологии.

Некоторые исследователи, определяя межкультурные переговоры как процесс, при котором две или более стороны с различными потребностями и точками зрения пытаются прийти к соглашению по обоюдно интересующей их теме, отмечают, что данное взаимодействие характеризуется принадлежностью сторон к различным культурам, вероисповеданиям и их определёнными культурными особенностями в поведении, нравственными ценностями. При этом переговоры проходят в межкультурной среде и представляют интерес для обеих культур (Н.П. Громова, Е.И. Ренер, Л.В. Сколова (2013)). Общие и частные вопросы теории межкультурной коммуникации также рассматриваются в работах Э. Т. Холла (1976), М. М. Бахтина (1986), Дж. Л. Грэма (1989), Ю.Сано (1989), С. Тинг-Туми (1999), В. И. Андреева (1995), И. Аджановой (1996), М. В. Колтуновой (1998), Т. В. Анисимовой (2000), Л. К. Аверченко (2001), Г. Хоффстеде (2001) Н. Ф. Вишняковой (2002), Р. И. Мокшанцева (2002), В. П. Ратникова (2002), И. И. Аминова (2005), А. Морито (2006), Н. И. Леонова (2003), Ф. А. Кузина (2003), М. Бом (2003), Н. П. Вольской (2004), В. Н. Лавриненко (2005) И. А. Стернина (2006), Л. А. Самовар (2010), Р. Э.Портера (2010), Э. Р. Макдэниела (2010).

Культурно-обусловленные стили ведения деловых переговоров могут варьироваться в зависимости от страны или региона. Латиноамериканские культурные особенности и характеристики политической культуры региона описаны в трудах Э.Я. Соловьева (2001), Е.М. Киречко (2017), Е.Л. Самариной (2017), Х. Лопера (2021), М. Инес (2021), Я.Г Шемякиной (2001). При этом поведенческие паттерны с точки зрения социологии определяются как положительные или негативные образцы или шаблоны общественного поведения, а в культурологическом плане представляют собой стереотипы поведения, которые формируются в определенной культурной среде (И.В. Леонов (2011), Р. Бенедикт (1934), И.И. Валишина (2016)).

Международные переговоры невозможно анализировать без данных лингвистики, однако следует подчеркнуть небольшое количество отечественных и зарубежных научных исследований на тему лексических, грамматических и стилистических особенностей деловых переговоров на испанском языке Латинской Америки. Освещение данной темы обнаруживаются в работах А.Е. Земской (2011), Е.А.Литягиной (2019), М.М. Раевской (2020), А.С. Коваленко (2020), А.И. Ковригиной (2023).

Для последующего выявления и анализа паттернов и особенностей делового дискурса, целесообразно представить основные характеристики данного региона. Латинская Америка – это уникальная территория, которая объединяет разнообразные этносы и культуры. Население этого региона состоит в основном из коренных народов и племен, говорящих на различных языках, а также иммигрантов из Европы и Африки. В результате смешения этих групп образовался слой метисов - потомков европейцев и индейцев. Существует некоторая дискуссия относительно геополитического термина "Латинская Америка". По определению Института Латинской Америки РАН, это "совокупность стран и территорий, расположенных в Западном полушарии между южной границей США и Антарктидой". В ООН и других международных организациях данный регион называется "Латинская Америка и Карибский бассейн". Принято выделять 21 страну Латинской Америки: Аргентина, Боливия, Бразилия, Венесуэла, Гаити, Гватемала, Гондурас, Доминиканская Республика, Колумбия, Коста-Рика, Куба, Мексика, Никарагуа, Панама, Парагвай, Перу, Пуэрто-Рико, Сальвадор, Уругвай, Чили, Эквадор.

Сложно привести обобщенное описание населения 21 страны Латинской Америки, так как в каждой стране есть свои уникальные черты и особенности. Например, мексиканцы известны своей вежливостью, чувствительностью к собственному авторитету, скрытностью, беззаботностью и небрежностью в быту, а также доброжелательностью и

готовностью оказать помощь. Возможно, это связано с географическим положением Мексики, которая граничит с США на севере и другими латиноамериканскими странами на юге, что позволяет народу заимствовать черты от всех соседей.

В Латинской Америке распространены этнические стереотипы: аргентинцев называют «гордецами», «креольскими пруссаками», колумбийцев — «наркотизированными», бразильцев — «инфантильными», кубинцев — «горячими и привлекательными», боливийцев — «дикими», мексиканцев — «кровожадными». Исследователи отмечают, что в данном регионе практически отсутствует средний класс, что приводит к сильному социальному разрыву. Бедные люди живут на улице или в непригодных для жизни домах, в то время как богатые обладают роскошными резиденциями и особняками. Потомки европейских поселенцев (креолы) до сих пор занимают влиятельные должности в политике и бизнесе. В целом, население Латинской Америки разнообразно и имеет свои уникальные черты в каждой стране. Неравенство и социальные различия являются значительной проблемой в регионе, но страны активно работают над укреплением демократии и сокращением неравенства. Однако на всем континенте присутствуют общие проблемы, такие как социальное неравенство, организованная преступность, коррупция, наркобизнес, бедность и безработица. Тем не менее, правительства стремятся развивать благоприятные внешнеэкономические связи и решать эти проблемы.

Официальному представителю необходимо знать о блоках и объединениях региона, уметь обсудить данные процессы и проанализировать перспективы развития в рамках современной ситуации, так как интеграция является отличительной и важной чертой Латинской Америки. Интеграционные процессы в Латинской Америке имеют свои особенности и сложности, которые отличают их от европейского опыта. Влияние на интеграцию оказывает географическое положение стран, их экономическая сопряженность и доступность коммуникаций между ними, авторитетность и эффективность правовой системы, уровень государственных расходов и структура налогообложения, а также geopolитические конфликты и слабость некоторых демократий в регионе. Также важным фактором является уровень дохода населения, согласованность политики, историческое прошлое и общность происхождения, особенно для стран Карибского Сообщества (КАРИКОМ). С конца 1940-х годов в Латинской Америке были созданы несколько интеграционных учреждений, которые стремились укрепить политическую стабильность и улучшить экономическое положение региона, например, Организация Американских Государств (ОАГ) для сотрудничества между странами региона или экономический центр для Латинской Америки (ЭКЛАК), Межамериканский банк развития (МБР), который предоставлял финансовую поддержку для проектов развития в Латинской Америке. Однако эти интеграционные учреждения не могут считаться полностью латиноамериканскими, так как большинство их фондов принадлежит североамериканским странам, что иногда не отвечает интересам региона. В связи с этим появились Андская Корпорация развития (CAF), Банк развития ФОНПЛАТА (FONPLATA) Центральноамериканский общий рынок (МСС), Андское сообщество наций (CAN), Карибское сообщество (КАРИКОМ), Южноамериканский общий рынок (МЕРКОСУР) и другие.

Еще одним важным аспектом политического сознания латиноамериканцев является отношение к политическим лидерам, которые вызывают гордость и чувство патриотизма, например, Симон Боливар. В XX веке в латиноамериканских странах уважением и любовью пользовались Сальвадор Альенде, Хуан Перон, Фидель Кастро и Эрнесто Че Гевара, они же отражали политические ценности общества. Однако, в истории большинства стран региона также были периоды жестоких военных диктатур, например,

Аугусто Пиночет в Чили и Хорхе Рафаэль Видела в Аргентине. Отношение к этим лидерам является противоречивым и характеризует политическую культуру, но обсуждение их с деловыми партнерами считается табу.

Латинская Америка отличается от западной культуры, несмотря на влияние католической традиции. Люди в этом регионе дружелюбны, доброжелательны и улычивы. Латиноамериканцы также известны своим романтизмом, мечтательностью и высокой эмоциональностью. Они ценят чувство юмора и с удовольствием слушают забавные истории. Однако из-за своей эмоциональности они могут быть обидчивыми и злопамятными.

Одна из черт, объединяющих народы данного региона, – это патриотизм. Например, в Мексике распространена фраза «Como México no hay dos» – «Нет другой такой страны, как Мексика». Воспитание патриотических чувств является важной частью национальной политики и проявляется в уважении к историческим памятникам, включая музеи. В то же время мексиканцы относятся к себе и своим политикам с некоторой иронией.

Литература, поэзия, танцы, музыка представляют из себя удачную тему для разговора с партнерами из стран Латинской Америки. Среди жанров музыки и танца выделяют танго, олицетворяющее страсть, доблесть и честь, кубинскую сальсу, доминиканскую бачату, бразильскую самбу, колумбийскую кумбию, бразильское форро, меренге, реггитон. Культурная идентичность народа Латинской Америки раскрывается в работах известных писателей, в том числе возникшего в этом регионе литературного течения «магический реализм»: Хорхе Луис Борхес, Жоржи Амаду, Габриэль Гарсия Маркес, Марио Варгас Льоса, Пабло Неруда, Хулио Кортасар, Пауло Коэльо, Лаура Эскивель, Исабель Альенде. Среди выдающихся художников следует упомянуть Фриду Кало, Руфино Тамайо, Альфредо Рамоса Мартинеса, Роберто Матта, Хосе Мария Веласко, Диего Ривера.

Необходимо помнить о важных для партнеров по переговорам достопримечательностях, которыми они гордятся и неосведомленность о которых может обидеть собеседника. На территории континента располагаются уникальные природные зоны и памятники архитектуры, признанные объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО, например, Пещера Куэва-де-лас-Манос в Аргентине, национальный парк Игуасу на границе Аргентины и Бразилии, руины древнего города Мачу-Пикчу в Перу, национальный парк Рапануи в Чили на острове Пасхи, Галапагосские острова в Эквадоре, гора Рорайма на стыке территорий Бразилии, Венесуэлы и Гайаны, ледник Перито-Морено в аргентинской Патагонии, радужные горы Виникунка в Андах Перу.

Праздники и впечатляющие, масштабные шоу играют важную роль в жизни латиноамериканских стран и являются незаменимой частью их культуры, поэтому необходимо знать основные даты праздников, чтобы грамотно планировать переговоры и деловые встречи. Все страны региона празднуют такие события, как Новый Год, Рождество, День Труда, День Флага и День Независимости. Кроме того, в некоторых странах есть особые праздники: Годовщина дня сражения при Пуэбло в 1862 году (праздник индейцев), Бразильский карнавал и День Мертвых - Día de los Muertos (наследие ЮНЕСКО). Большое количество праздников также свидетельствует о легком и позитивном отношении латиноамериканцев к жизни, любовью к красочным зрелищам, отдыху и развлечениям.

Латиноамериканская культура отличается открытостью и готовностью принять и уважать другие культуры и традиции. Они проявляют толерантность по отношению к различным политическим, расовым и религиозным убеждениям. Власть в их понимании может стать

источником богатства, а богатство может привлечь политическую поддержку. Россия воспринимается ими как «исторический противовес» Северной Америке, с которой у многих стран региона напряженные отношения. Власти Российской Федерации также высоко ценят связи со странами Латинской Америки как с важными и перспективными партнерами. Социальные нормы и установки в странах Латинской Америки во многом схожи с российскими, а различия между странами обосновываются историческими процессами и самоидентификацией.

Культура латиноамериканских переговоров отличается высоким контекстом и акцентом на эмоции. Используются невербальные сигналы, такие как жесты и выражение эмоций, а также поддерживают визуальный контакт во время переговоров. Латиноамериканцы больше реагируют на интонацию и общее настроение, чем на содержание речи. Они не доверяют отстраненности и дистанции (на деловых встречах приветствуется раскованное поведение), при этом умеют создать комфортную атмосферу во время переговоров и улыбаться, избегая агрессивности. Данная культура не принимает холодность, они внимательно следят за настроением своего собеседника, способны сопереживать. Важной чертой является спонтанность во время переговоров, отсутствие формальных рамок. Обсуждения могут быть оживленными, артистичными, красноречивыми, страстными, поскольку латиноамериканцам нравится сам процесс.

Установление доверия перед деловыми переговорами может потребовать времени, но это необходимо для успешного ведения бизнеса в Латинской Америке. Личные отношения и связи имеют большое значение, поэтому будет полезным познакомиться и наладить контакты до начала деловых переговоров. Также стоит обратить внимание на статусность и профессионализм, указать свои заслуги и достижения на визитке, чтобы продемонстрировать свою компетентность и профессионализм. Высоко ценится «palanca» «паланка» (рычаг воздействия), такой человек называется «persona bien colocada» (человек с хорошими связями).

В Латинской Америке принято обмениваться рукопожатиями, использовать соответствующие звания и ранги. На первые деловые переговоры приглашают «энчуфадос» (enchufados), человека, обладающего связями на высоком уровне в сфере бизнеса и политики. При знакомстве с женщинами может быть уместен легкий поклон, после чего ожидается рукопожатие с ее стороны. Предпочитается строгий деловой костюм как во время переговоров, так и в повседневной жизни, большое значение придается элегантности и консерватизму в гардеробе.

Во время беседы латиноамериканцы обычно сидят и разговаривают на близком расстоянии и могут использовать жесты, положить руку на плечо, взять за локоть или за руку. Избегать физического контакта и класть руки в карманы не рекомендуется, так как это может оскорбить партнера. Для обозначения высоты рекомендуется использовать указательный палец, поскольку вся ладонь используется исключительно для обозначения роста животного.

Население Латинской Америки придерживается традиций и консервативных взглядов, поэтому во время переговоров рекомендуется использовать ясные аргументы, статистику и экономические расчеты. Люди здесь живут в настоящем времени, поэтому они заинтересованы в сиюминутных результатах сделок. Необходимо обязательно попросить официальное подтверждение всех договоренностей в письменном виде, так как в Латинской Америке нельзя полагаться только на обещания - могут быть даны много обещаний, но ничего не выполнено.

Деловые обеды обычно предназначены для обсуждения сложных и серьезных вопросов. Часто самый старший и уважаемый человек оплачивает счет за всю компанию в ресторане, но хорошим тоном считается возразить или пригласить коллег на следующую встречу за свой счет. Деловым женщинам не следует приглашать мексиканского партнера на ужин в ресторане без его супруги или коллеги. Если партнеру предложили магазин, это может свидетельствовать об особом расположении. Кроме того, в данном регионе люди обожают юмор, они склонны к острым шуткам и анекдотам, подшучивают друг над другом и любят слушать ироничные истории коллег.

Большинство латиноамериканцев придерживается традиционных ценностей и религиозных убеждений, особенно католицизма. Поэтому во время деловых переговоров важно избегать негативного обсуждения религии или других моральных ценностей, чтобы не оскорбить своего партнера. Церковь играет значительную роль в жизни латиноамериканцев и имеет большое влияние на их мировоззрение и политическую культуру. Уважение к религии – важный фактор при ведении деловых отношений в Латинской Америке.

Основой духовной жизни латиноамериканцев стал католицизм, который принесли на континент конкистадоры. Впитав местные особенности, он стал неотъемлемой частью его политической культуры [9]. Религиозный синкретизм является характерной отличительной чертой духовной жизни латиноамериканских народов. Несмотря на усилия некоторых колонизаторов, стремящихся полностью уничтожить доколумбовые религиозные традиции, некоторые элементы этих культов все же сохранились и смешались с христианской культурой, преобладающей в Испании. Со временем эти два различных культурных влияния стали взаимодействовать, и сформировались определенные устойчивые формы слияния индейской языческой и иберийско-христианской религиозности. [15]. Среди основных форм сохранившихся элементов доколумбовых культов в рамках системы католической религии и церкви следует выделить *retablo*. «Ретабло» и «экс-вото» – это картинки, приносящиеся в дар святым. Их рисовали в благодарность за какое-то чудесное событие, избавление от опасности или болезни. К концу XX в. псевдонародные ретабло получили широкое распространение среди туристов и стали популярной формой современного искусства.

В странах Латинской Америки, несмотря на некоторые региональные различия, население в целом склонно к непунктуальности. Жители этих стран часто живут размеренной жизнью в теплом климате и не так строго придерживаются расписания, как в других регионах. Даже на деловых встречах партнеры могут опоздать на полчаса или даже час, и это считается приемлемым и нормальным. Однако, стереотипно считается, что иностранцы более пунктуальны, поэтому латиноамериканцы могут постараться быть более точными, если речь идет о встрече с иностранным гостем или высоко оценить его четкое и внимательное отношение к времени. С 9.00 до 13.00 коммерческие структуры работают, а затем с 15.00 до 18.00 проводится сiesta. Если вы хотите провести встречу с латиноамериканским партнером, может быть хорошим тоном предоставить ему выбор времени, чтобы показать свою вежливость и уважение. Также принято проводить бизнес-завтраки, которые могут перетекать в обед, а также ланчи и обеды в отеле иностранного гостя.

Важнейшим аспектом для латиноамериканцев является семья, рабочие обязанности всегда занимают второстепенное место. Женщины имеют высокий статус в латиноамериканском обществе и ассоциируются с Девой Марией, так как религия имеет большое значение в этой культуре. В Латинской Америке существует много выдающихся

женщин-президентов и активистов в политической и деловой сферах. Женщинам в деловом мире рекомендуется одеваться классически и вести себя сдержанно, так как в латиноамериканских странах преобладает мачизм.

Латиноамериканцы могут проявлять недоверие к своим партнерам путем небрежности и необязательности. Однако они относятся с уважением и интересом к иностранцам, особенно к американским партнерам, к которым могут проявлять особое уважение. Принятие решений важно хорошо обдумать и не спешить, так как латиноамериканцы могут подумать, что они слишком много уступили.

Для подарков коллегам из Латинской Америки подходят музыкальные записи, небольшие электронные устройства, ручки, зажигалки, часы, духи. При гостевом визите уместно принести шоколадные конфеты, шампанское, виски, коньяк или клубнику. Следует избегать дарить ассоциирующиеся с похоронами и трауром красные и белые цветы. При первой деловой встрече лучше ограничиться небольшими национальными сувенирами или сувенирами с символикой компании.

Изучение особенностей лингвистической специфики переговоров является не менее важным, чем соблюдение правил поведения. Название "Латинская Америка" произошло именно от латинского корня романских языков. Испанский язык является официальным государственным языком почти во всех странах этого региона. Однако более 10% населения Латинской Америки говорят на индейских языках, в Бразилии - на португальском, а в Гаити - на французском. Многие латиноамериканцы владеют английским языком, однако будут намного более расположены, если их партнеры говорят на испанском. Можно нанять переводчика, так как презентации, деловые документы и визитные карточки лучше составлять на испанском языке.

Партнерам будут приятны любые слова на их родном языке, особенно приветствия: *buenos días, buenas tardes, buenas noches* (доброе утро, добрый день и добрый вечер соответственно). В деловой Латинской Америке принято обращаться по должности или профессии, что отображает статус собеседника: врач – *doctor*; преподаватель – *profesor*; инженер – *ingeniero*; юрист – *abogado* и тд. К коллегам, не имеющим профессиональных титулов, нужно обращаться так: *señor, señora, señorita* (сенior, сеньора, сеньорита) и далее фамилия человека.

В деловом мире также рекомендуется использовать следующие слова: *muchas gracias* (большое спасибо), *por favor* (пожалуйста), *usted es muy amable* (вы очень любезны). Уместными будут хвалебные формы: *perfecto* (совершенный, превосходный, отличный), *bárbaro* (смело), *espectacular* (эффектно, броско), *impresionante* (впечатляющее), *lindo, bonito, hermoso, grandioso, fenomenal* (прекрасно). Говорится это как уместно, так и неуместно: при плохом исполнении можно услышать ободряющее: «*¡Excelente! ¡Muy bien!*» – «Великолепно, очень хорошо!». Даже в случае ошибки человеку скажут: «*¡Está bien!*» (все хорошо). Стоит отметить, что несмотря на яркие региональные отличительные особенности, многое в вербальной коммуникации соответствует классическим приемам и способам выражения испанского делового языка.

Латиноамериканская культура коммуникации характеризуется высоким эмоциональным фоном и драматизмом. В ходе обсуждения они могут прерываться на звонки, выражать радость или негодование. У латиноамериканцев нет возможности ответить "плохо" (*mal*) или "так себе" (*así así*) на вопрос "как дела?" (*¿Cómo estás?*). Для них "более-менее" уже означает "плохо", поэтому коллега обязательно спросит, что произошло. Это показывает их оптимистическое отношение к жизни и желание сохранять бодрость духа.

Если коллега избегает прямого ответа на вопрос, можно повторить его в измененной форме.

Иногда используются глаголы типа *creer*, *opinar*, *suponer*, смягчающие следующие за ними суждения или лексические единицы, позволяющие избежать прямоту высказывания *simplemente*, *solo*. Повышенная экспрессивность типично выражается через эмоционально-оценочные глаголы и субхунтив (*espero que usted sea más competitivo*), средства речевой агрессии (*usted me está tomando el pelo* или через условные предложения с союзом «*si*»). Манипуляции реализуются с помощью местоимения «*nosotros*» для создания ложного чувства совместных усилий и совместной выгоды. Давление на оппонента может достигаться при помощи иронии или через использование *Condicional Simple* в его модальном значении вежливой просьбы (*¿Esa es una nueva propuesta? Podría proponer algo mejor?*) [7].

Еще одной особенностью является использование заимствований из английского языка без перевода и фонетического оформления или близко к оригиналу, например, термин *email* (e-mail) в странах Латинской Америки, в отличие от Испании (*correo electrónico*), используется в оригинальной форме. Слова «компьютер - computer» латиноамериканцы переводят как *computadora*, контрастируя с испанским *ordenador*.

Так как в Латинской Америке успех деловой коммуникации в большей степени зависит от личных отношений и дружеского контакта, то в разговоре приветствуется переход с вежливой формы «*Usted*» (Вы) на «*tú*» (ты).

Латиноамериканцы часто используют речевые формулы вежливости, содержащие в себе *Imperfecto de Subjuntivo de cortesía* (*quisiera saber*), средства выражения частичного согласия с контраргументом (*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*) [7].

Так как одной из национальных черт многих народов региона является склонность к избеганию прямой ответственности, латиноамериканцы в деловой сфере говорят намеками, используют уклончивые ответы, избегают четких формулировок. С этой целью употребляются формы *Condicional Simple*, вносящие модальный оттенок «предположение, возможность»; глаголы в *Futuro Simple* для откладывания процесса на будущее, уклончивые ответы «*por ahí*». Местоимение *se* используется для снятия ответственности с говорящего (*se nos agotó contrato*).

Как было описано выше, в латиноамериканском обществе высоко ценится власть, статус и авторитетность персоны, поэтому на грамматическом и лексическом уровне отмечается использование различных средств, усиливающих выразительность фразы для привлечения внимания собеседника: местоименного подлежащего «*yo*», которое опускается в кастильском диалекте язвка, дублирование слов, лексические конструкции усиления и частицы (*realmente*, *en verdad*, *si*, *sí que*, *ya*), оформленные также интонационно.

При анализе Словаря Американизмов Королевской академии испанского языка [17], а также эмпирическим путем было выявлено, что несмотря на сходства латиноамериканского варианта делового языка с классическим испанским деловым языком, обнаруживается большое количество регионализмов, использующихся в деловой сфере исключительно в странах Латинской Америки. например, *briefing* (инструктаж), *income tax* (подоходный налог), *changa* (временная, низкооплачиваемая

работа), *boleto de compraventa* (предварительный контракт купли-продажи), *expendio* (продажа в розницу), *rezago* (бесхозный груз), *cuenterpropista* (самозанятый), *cheque volador* (просроченный чек), *caro* (шеф, начальник), *appointment* (назначение встречи, испанский вариант: *cita*), *cuerpo de delegados* (профсоюз), *chamuyar* (уговорить), *estampar la millionaria* (подписывать документ), *tratativa* (подготовка к переговорам), *bill* (счет), *cash* (наличные деньги), *deal* (сделка), *field* (поле деятельности), *locker* (камера хранения), *cartula de identidad* (удостоверение личности), *monotributo* (монотакс, единый налог), *informe de dominio* (документ о праве собственности), *locador* (арендодатель). Необходимо обозначить, что этот список также включает термины в форме ассимилированных и неассимилированных англизмов из спанглиша (Spanglish), который также активно используется в дискурсе переговоров в форме предложений: «*Llamenos para delivery*» (рекламные щиты в Перу), «*Se venden bloques*» (объявления в Гватемале), «*Tips para marketing*» (реклама в Мексике).

Таким образом, прослеживается влияние культурных особенностей поведения латиноамериканцев на лингвистические особенности делового дискурса региона, представляющие собой использование субхунтива, *Condicional Simple*, деловых терминов-регионализмов, терминов из спанглиша (Spanglish) в форме ассимилированных и неассимилированных англизмов, особой лексики для выражения превосходства, приемов усиления и другие.

Вышеописанные вопросы позволяют сделать вывод, что сложность и многогранность межкультурного аспекта коммуникации требуют междисциплинарного подхода с точки зрения психологии, социологии, истории, лингвистики, этики, экономики и политологии. Сегодня специалист международного класса должен быть космополитом и экспертом по межкультурной коммуникации и связям с общественностью, а педагог уметь осветить проблематику межкультурных отношений во всех сферах жизнедеятельности человека.

Библиография

1. Александрова Ю.Г. Особенности ведения деловых переговоров европейских стран / Ю.Г. Александрова // России́ский внешнеторговый вестник. 2011. № 2. С. 63-68.
2. Василенко И.А. Политические переговоры: учебное пособие / И.А. Василенко. М.: Гардарики, 2006. 398 с.
3. Гестеланд Р.Л. Кросс-культурное поведение в бизнесе / Ричард Гестеланд. М., Баланс Бизнес букс, 2004. 288 с.
4. Земская Е.А. Испания и Латинская Америка: «Сообщающиеся языковые сосуды» // Вестник МГИМО Университета. 2011. № 6 (21). С. 71-77.
5. Зыков Е.А. Искусство ведения деловых переговоров на английском языке // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. № 10 (2). С. 106-111.
6. Игнатьева Е. С. Международный деловой этикет на примере 22 стран мира / Е. С. Игнатьева. Бомбара, 2020. 1221 с.
7. Кавригина А.И. Культурно-обусловленные стратегии коммуникативного поведения в деловых переговорах в Латинской Америке // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 5 (116). С. 164-175.
8. Кадочников П. А. Интеграционные процессы в Латинской Америке и перспективы участия в них России (Таможенного союза) // России́ский внешнеэкономический вестник. 2014. № 12. С. 3-18.
9. Киречко Е.М. Основные характеристики политической культуры Латинской Америки. // Мировая политика. 2017. № 4. С. 14-21. DOI: 10.25136/2409-8671.2017.4.24502 URL: https://e-notabene.ru/wi/article_24502.html
10. Коваленко А.С. Лексические особенности делового языка в Аргентине // Moscow

- University Young Researcher's Journal. 2021. № 9.
11. Константина Н.С. Культурная идентичность стран Иbero-Америки: мифы и реальность // Латинская Америка. 2015. No 12. С. 77-86.
 12. Лопера Х., Инес М. Вина коровы. Библос, 2021.
 13. Самарина Е.Л. Анализ социокультурных характеристик стран Латинской Америки и России // Дискурс. 2017. (2). С. 86-97.
 14. 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.
 15. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол / Э.Я. Соловьев. М.: Издательство «Ось-89», 2001. 320 с.
 16. Шемякин Я.Г. Латиноамериканский праздник как предмет цивилизационного исследования // Латинская Америка. 2001. №11. С. 43-62.
 17. Diccionario de la Lengua Española/Diccionario de Americanismos: <https://dle.rae.es/>
 18. Llamazares O. Cómo negociar con éxito en 50 países. Global Marketing Strategies / Olegario Llamazares García-Lomas. Madrid: S.L. 2003. 244 p.
 19. 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.
 20. 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.
 21. 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.
 22. Risager K. Language textbooks: windows to the world // Language, Culture and Curriculum. 2021. Vol. 34, iss. 2. P. 119-132.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензуемая статья посвящена исследованию социокультурных и лингвистических особенностей политических и деловых переговоров в Латинской Америке, типичных культурных и поведенческих паттернов при ведении переговоров с латиноамериканскими партнерами, а также анализу слов, терминологических словосочетаний, грамматических моделей и речевых конструкций, использующихся в официальном дискурсе. Выбранный ракурс исследования соотносится с одной из рубрик издания, тема, на мой взгляд, интересна и актуальна. Авторская позиция манифестирует точечно, вариатив объективирован. Стиль соотносится с собственно научным типом: например, «Некоторые исследователи, определяя межкультурные переговоры как процесс, при котором две или более стороны с различными потребностями и точками зрения пытаются прийти к соглашению по обоюдно интересующей их теме, отмечают, что данное взаимодействие характеризуется принадлежностью сторон к различным культурам, вероисповеданиям и их определёнными культурными особенностями в поведении, нравственными ценностями. При этом переговоры проходят в межкультурной среде и представляют интерес для обеих культур (Н.П. Громова, Е.И. Ренер, Л.В. Скопова (2013))», или «Латиноамериканская культура отличается открытостью и готовностью принять и уважать другие культуры и традиции. Они проявляют толерантность по отношению к различным политическим, расовым и религиозным убеждениям. Власть в их понимании может стать

источником богатства, а богатство может привлечь политическую поддержку. Россия воспринимается ими как «исторический противовес» Северной Америке, с которой у многих стран региона напряженные отношения. Власти Российской Федерации также высоко ценят связи со странами Латинской Америки как с важными и перспективными партнерами. Социальные нормы и установки в странах Латинской Америки во многом схожи с российскими, а различия между странами обосновываются историческими процессами и самоидентификацией» и т.д. Эмпирика является допустимой составляющей данного труда, при этом это не противоречит научной вариации. Фактические данные представлены объективно: «деловые обеды обычно предназначены для обсуждения сложных и серьезных вопросов. Часто самый старший иуважаемый человек оплачивает счет за всю компанию в ресторане, но хорошим тоном считается возразить или пригласить коллег на следующую встречу за свой счет. Деловым женщинам не следует приглашать мексиканского партнера на ужин в ресторане без его супруги или коллеги. Если партнеру предложили мате, это может свидетельствовать об особом расположении. Кроме того, в данном регионе люди обожают юмор, они склонны к острым шуткам и анекдотам, подшучивают друг над другом и любят слушать ироничные истории коллег». Иллюстративный фон выверен: «Партнерам будут приятны любые слова на их родном языке, особенно приветствия: *buenos días, buenas tardes, buenas noches* (добро утро, добрый день и добрый вечер соответственно). В деловой Латинской Америке принято обращаться по должности или профессии, что отображает статус собеседника: врач – *doctor*; преподаватель – *profesor*; инженер – *ingeniero*; юрист – *abogado* и тд. К коллегам, не имеющим профессиональных титулов, нужно обращаться так: *señor, señora, señorita* (сенior, сеньора, сеньорита) и далее фамилия человека». И все же текст необходимо вычитать, устранить некоторые языковые опусы: «несмотря на сходства латиноамериканского варианта делового языка с классическим испанским деловым языком, обнаруживается большое количество регионализмов, использующихся в деловой сфере исключительно в странах Латинской Америки. например, *briefing* (инструктаж), *income tax* (подоходный налог), *changa* (временная, низкооплачиваемая работа), *boleto de compraventa* (предварительный контракт купли-продажи), *expendio* (продажа в розницу), *rezago* (бесхозный груз), *cuantapropista* (самозанятый), *cheque volador* (просроченный чек), *caro* (шеф, начальник), *appointment* (назначение встречи, испанский вариант: *cita*), *cuadro de delegados* (профсоюз), *chamuyar* (уговорить), *estampar la millionaria* (подписывать документ), *tratativa* (подготовка к переговорам), *bill* (счет), *cash* (наличные деньги), *deal* (сделка), *field* (поле деятельности), *locker* (камера хранения), *cedula de identidad* (удостоверение личности), *monotributo* (монотакс, единый налог), *informe de dominio* (документ о праве собственности), *locador* (арендодатель)». Материал практически универсален, его целесообразно использовать в вузовском обучении; ряд позиций есть смысл расширить в новых изысканиях. Формальные требования издания учтены, итоги работы соотносятся с основной частью. Считаю, что статья «Поведенческие паттерны и лингвистическая специфика деловых переговоров с партнерами из Латинской Америки» может быть рекомендована к публикации в журнале «Litera».