

Litera

Правильная ссылка на статью:

Литягина Е.А., Климова К.М. — Политические и деловые переговоры в Испании: социокультурные и лингвистические особенности // Litera. – 2023. – № 9. DOI: 10.25136/2409-8698.2023.9.38982 EDN: ZPJZAW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=38982

Политические и деловые переговоры в Испании: социокультурные и лингвистические особенности

Литягина Елена Андреевна

кандидат филологических наук

доцент, факультет мировой политики, кафедра международной коммуникации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «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, факультет мировой политики, кафедра международной коммуникации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «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 "Коммуникации"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2023.9.38982

EDN:

ZPJZAW

Дата направления статьи в редакцию:

19-10-2022

Аннотация: Статья посвящена анализу специфики и структуры переговоров и дискурса в политике и бизнесе, некоторых речевых приемов и оборотов, а также важных деталей национально-культурной специфики, которых необходимо изучать во избежание конфликтов и недопонимания. Задачами данной работы являются выявление этнокультурных особенностей делового общения в испанском языке в ходе переговоров, анализ некоторых лексических единиц и речевых конструкций испанского делового языка и описание ситуаций, которые могут привести к конфликтам в деловом общении. Материалом статьи послужили научные культурологические работы отечественных и

зарубежных авторов, интервью политических деятелей и бизнесменов. Методика исследования включает в себя аналитический, описательный, интерпретативный, классифицированный методы. Научная новизна данной работы состоит в выявлении и систематизации общих вербальных и невербальных особенностей политических и бизнес-переговоров в Испании, а также используемых лингвистических приемов. Следует сделать вывод, что испанцы однозначно предпочитают вербальную коммуникацию невербальной, стараются не делать упор на аудиовизуальный материал и презентации. Анализ уклада жизни испанцев, национальных ценностей, традиций, праздников, показывает, что в Испании существует огромное количество мероприятий, фестивалей, а праздник никогда не кончается, что отражает экспрессивный и творческий характер испанского народа. Незнание основополагающих элементов испанской национальной культуры может привести к разногласию в официально-деловых отношениях, поэтому их стоит основательно изучить до начала переговоров.

Ключевые слова:

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

В современном мире, требующем навыков эффективного и быстрого обмена информацией, одной из форм политической и деловой межкультурной коммуникации являются переговоры. Они характеризуются стилистическими и лингвистическими особенностями, определяющими и направляющими их курс. Именно национальные и ментальные различия часто приводят к неудачным переговорам, от результативности которых зависит успех политического и экономического сотрудничества.

Статья посвящена анализу специфики и структуры переговоров и дискурса в политике и бизнесе, некоторых речевых приемов и оборотов, а также важных деталей национально-культурной специфики, которых необходимо изучать во избежание конфликтов и недопонимания.

Задачами данной работы являются выявление этнокультурных особенностей делового общения в испанском языке в ходе переговоров, анализ некоторых лексических единиц и речевых конструкций испанского делового языка и описание ситуаций, которые могут привести к конфликтам в деловом общении.

Материалом статьи послужили научные культурологические работы отечественных и зарубежных авторов, интервью политических деятелей и бизнесменов. Методика исследования включает в себя аналитический, описательный, интерпретативный, классифицированный методы.

Политические и деловые переговоры в Испании: социокультурные и лингвистические особенности.

Для успешных переговоров в сфере политики и бизнеса необходимы прагмалингвистические и психологические навыки, использование определенных речевых стратегий и тактик, с применением знаний о национальных и социальных факторах. Данная тема актуальна на современном этапе развития общества, что иллюстрируется работами Л. К. Аверченко (2001), И. Аджановой (1996), В. И. Андреева (1995), Т. В. Анисимовой (2000), М. М. Бахтина (1986), Н. Ф. Вишняковой (2002), М. В.

Колтуновой (1998/2000/2006), В. П. Ратникова (2002), В. Н. Лавриненко (2005), А. Морито (2006), И. И. Аминова (2005), Н. И. Леонова (2003), Е. А. Литягиной (2019), Р. И. Мокшанцева (2002/2004), Н. П. Вольской (2004), Ф. А. Кузина (2003), М. Бом (2003), Ю. Е. Прохорова, И. А. Стернина (2006) и другими.

Национальный стиль ведения переговоров представляет из себя распространенные особенности мышления, восприятия, поведения, которые типичны для большинства представителей страны в процессе профессиональной коммуникации в политике и бизнесе. Межкультурная деловая коммуникация в свою очередь определяется как социальными факторами, так и стереотипно-поведенческими особенностями культур участников. Иностранный язык используется в комбинации с накопленными культурологическими знаниями и другими инструментариями для взаимодействия с ментальностью носителей другого языка. Е. Н. Малюга выделяет следующие составляющие деловой коммуникации: участников коммуникации; взаимоотношения между коммуникантами; отношение к межкультурной деловой коммуникации; форму деловой коммуникации; каналы межкультурной деловой коммуникации; виды коммуникативной деятельности; инструментарий межкультурной деловой коммуникации; контекст; параметры содержания информации [\[13\]](#). При этом в процессе деловой коммуникации участникам часто приходится сталкиваться с такими явлениями, как консенсус и конфликт. Конфликты возникают по психологическим, экономическим, политическим, ценностным, религиозным мотивам, а также по причине несовпадения мнений, интересов, целей, а с помощью консенсуса возможно нивелировать конфликт и прийти к договоренности.

В первую очередь необходимо отметить, что деловое общение в Испании зависит от региона и провинции: на юге люди более открыты в проявлении чувств и менее формальны, жители Мадрида называют народ Каталонии «немцами Испании», трудолюбивыми, недружелюбными, бережливыми, без чувства юмора. Каталонцы считают мадридцев бездельниками, высокомерными и бюрократичными. Регионализм также проявляется в использовании разных языков: кастильский, баскский, галисийский и каталонский [\[3\]](#). Галисийцев часто называют загадочными и подозрительными, потому что у них есть специфическая привычка отвечать вопросом на вопрос или переспрашивать. Среди 17 автономных областей (Comunidades Autónomas) выделяются регионы, выражающие желание отделиться: Каталония, Страна Басков, Галисия. Идея сепаратистов состоит в том, что после отсоединения и образования суверенного государства резко поднимется уровень экономического благосостояния.

Во многом именно национальный характер влияет на вербальное и невербальное поведение участников переговоров. Испания – страна с уникальным географическим положением, климатом, богатой историей, культурой, языком, что повлияло на формирование национального характера. Испанцы являются темпераментными, душевными людьми, которые в деловой коммуникации не приемлют холодность. Речь испанцев многословна, красноречива и экспрессивна, они любят дискутировать, концентрироваться на деталях, знакомиться с новыми людьми, встречаться с друзьями, поэтому для испанца в порядке вещей назначать много встреч в течение дня.

Г. Хофстеде обозначает некоторые особенности деловой жизни испанцев, среди которых принятие иерархического порядка, автократии, склонность менеджеров консультироваться с починенными, участие всех меньшинств в политике, поиск быстрого результата, жизнь сегодняшним днем. К работе они относятся не только как к источнику денег, но и как к ответственной и необходимой части жизни. Испанцам характерна

переменчивость, эгоистичность, свободолюбие, авторитарность, авантюризм, леность в работе, неорганизованность и умеренная непредсказуемость в сочетании с нетерпимостью к критике и страстью к нравоучениям. В испанском языке существует образное выражение «связать по рукам и ногам» (atar de pies y manos), что считается единственным способом переубедить твердо стоящего на своей позиции испанца. Деловая и политическая культура Пиренейского полуострова характеризуется ориентированностью на близкие взаимоотношения, экспрессивностью, формальностью, полихронностью. В последнее время появилась новая модель ведения переговоров «небо берется не консенсусом, а штурмом», которая предполагает отрицание собеседников, принижение их достоинств и выпячивание своих качеств, которые презентуются как идеальные.

Непунктуальность выделяется всеми исследователями как общая черта испанцев. Слово «маньяна», которым они любят отвечать на какую-либо просьбу, может означать «завтра», «как-нибудь завтра», «послезавтра», «на следующей неделе», «через неделю», «в следующем месяце», «в следующем году», «позже», «никогда». Человек, вступающий в переговоры с испанскими партнерами, должен вооружиться терпением и знанием местного образа жизни. Деловые встречи обычно начинаются на 10-15 минут позже назначенного времени. Испанские деловые партнеры скорее всего опоздают на назначенные ими же встречи, в большинстве своем любят вести многословные разговоры, что может привести к несоблюдению регламента переговоров. У испанцев не принято решать деловые вопросы и обсуждать их по телефону во время обеда, если только это не деловой обед. В Испании также невозможно прожить без получения разного рода разрешений, что свидетельствует о процветающей бюрократии: разрешение на проживание в стране, разрешение на открытие своего дела, на вождение машины, на строительство дома, на парковку или на похороны с относительным комфортом. При этом приходится стоять в длинных очередях и выслеживать время работы нужных институтов, с чем могут помочь высокооплачиваемые служащие или «хесторес», которые пройдут все бюрократические процедуры.

Семья, дети и дом для испанца очень важны и стоят в системе ценностей выше материальных благ. Мужчина традиционно представляется сильным и мужественным рядом с женственной и терпеливой женщиной, однако постфранкистское поколение уже выступает за полное равенство женщин и мужчин, что привело значительным переменам в обществе. Хотя в Испании сохранился мачизм, женщины все больше завоевывают позиции в политике, бизнесе и других деловых сферах, поэтому деловой женщине позволительно пригласить бизнесмена-испанца на обед. Примечательно, что Испания стала шестой страной в мире с самой высокой долей женщин в кабинете министров. В правительстве 2020 года все четыре поста заместителей председателя впервые в истории страны занимают женщины, а премьер-министр Педро Санчес называет свое правительство сугубо феминистским и борющимся за гендерное равноправие.

Еще одна важная особенность испанского общества – это поляризация политических взглядов, являющаяся следствием Гражданской войны и диктатуры генерала Франсиско Франко. Данный феномен хорошо иллюстрирует привычная для демократической Испании двухпартийная система, которая только в последние годы претерпела серьезные изменения. В период с 1982 года и до 2018 в Испании, сменяя друг друга у власти, правила консервативная Народная Партия и социалистическая ИСРП. Следует заметить, что тема гражданской войны, диктатуры Франко, коррупционных скандалов в королевской семье, обсуждение политических лидеров или политических взглядов остаются табуированными темами для разговоров, наряду с критикой национальных

ценностей ^[11]. Лучше не говорить о политике с испанскими партнерами.

В целом, характер переговорного процесса в политике не особо отличается от общеевропейского. Сильно ощущается влияние Евросоюза, который, с одной стороны, ограничивает Испанию, но с другой стороны, усиливает ее. Являясь членом ЕС, Испания следует Европейской общей политике, например, в отношении Крыма и санкций против России. Вместе с тем в последнее время было предпринято несколько попыток по укреплению двусторонних отношений: 2011 год был объявлен годом Испании в России и России в Испании, также Испания была приглашена на Петербургский экономический форум; перекрестный Год туризма России и Испании в 2016-2017; в рамках Года туризма в Мадриде в сентябре 2016 года впервые прошел международный фестиваль российской культуры FEELRUSSIA. В рамках политических взаимоотношений Испания и Россия заинтересованы в укреплении безопасности в Европе и мире, а угрозу международной стабильности видят в терроризме, организованной преступности, торговле наркотиками, распространении оружия массового уничтожения, экологических угрозах, отсталости, бедности. При этом важны межгосударственные, межпарламентские связи обеих стран. Испанские политические деятели выражают напористость, уверенность, силу в переговорах, но предпочитают мягкую силу для урегулирования спорных ситуаций и конфликтов, руководствуясь принципом: меньше конфронтации – больше договорённости ^[8].

Жители Пиренейского полуострова стараются вести себя профессионально, внимательно относиться к другим культурам, изучать культуру партнера. Их подход к переговорам можно назвать антропоцентрическим. Умение поддержать беседу на тему культуры, искусства, литературы, достопримечательностей, национальных традиций, спорта высоко ценится деловыми партнерами. Начать общение можно с обмена впечатлениями о погоде или спорте, при этом можно долго не заканчивать разговор на данные темы, так как испанцы приветствуют многословные беседы. Коррида представляет собой публичное зрелище, во время которого тореро (или матадор) дразнит быка красным полотнищем, «мулетой». Образ быка воспринимается как важный символ страны, следовательно, осуждать корриду в любой беседе категорически нельзя, это может оскорбить испанских партнеров, показав неприятие одной из их главных национальных традиций. Наряду с корридой фламенко считают одним из высших проявлений испанского культурного наследия.

Из-за постоянных праздников начальства часто не бывает на рабочем месте, поэтому иногда важные документы подписываются в баре. Превыше всего для них в жизни удовольствие (*disfrutar la vida*). Испания интересна своими обычаями, традициями и праздниками: винная битва, Томатина, Санферминес, день Святого Власия, джазовый фестиваль Гранады. Основными праздниками в Испании являются Рождество, Пасха, День Конституции, детский праздник Трёх Королей-Волхвов ^[7]. Перед профессиональным общением рекомендуется поинтересоваться датами проведения региональных и локальных праздников, потому что они могут оказаться выходными днями в своем регионе или городе. Религия и Бог всегда были главными ценностями для испанцев, а религиозные праздники, как и все остальные, в Испании отмечают вином и танцами.

Испанцы очень тщеславны и чувствительны к критике, часто ведут себя как максималисты («тот самый Дух, который открыл Америку и сделал Европу господином пяти морей»), им бывает трудно уступить. Выговоры и критика выслушиваются только от самых высокопоставленных лиц, а в случае ошибок сотрудников молча и спокойно

понижают в должности. Для урегулирования конфликтов они предпочитают дружеское решение, максимально избегая судебных разбирательств.

Д. Лоней выделяет группы конкурентов, клиентов или коллег: «валъенте» – смелый решительный человек, который способен сразу уговорить; «интелихенте» – занудный, но надежный, который будет сыпать статистическими данными; «буэно» – умный парень, но, к сожалению, честный; «листо» – хитрый донельзя ^[11]. Так как желание избежать ответственности является общей чертой испанцев, существует выражение «pasar el murgón», которое означает «перекаладывать ответственность на другого, даже зная, что он не сможет выполнить эту задачу». Считается, что хипенгиофобия, навязчивый страх ответственности за последствия сделанного, очень распространенное в Испании социальное явление, которое присутствует во всех сферах трудовой и личной жизни.

Анализируя вербальную коммуникацию испанцев при политических и бизнес-переговорах, следует обозначить, что внешний вид, протокол и формальности являются важными компонентами. Приветствуются костюмы классического стиля, серого или синего цветов, белые и светлые однотонные рубашки с длинными рукавами, классические галстуки, классическая обувь или мокасины, цвет обуви и цвет ремня на брюках должны совпадать. Из аксессуаров мужчинам позволяются кольцо, часы, запонки, булавки, носовой платок, а внешность деловой женщины должна быть безукоризненной, вещи гармонично сочетаться: макияж, маникюр, деловая одежда, обувь, сумки, украшения.

Согласно деловому этикету, приглашая партнера в ресторан, принято оплачивать счет при любых итогах общения. Испанцы не часто приглашают своих деловых партнеров к себе домой, хоть и предпочитают приватный личный контакт, это выражение доверия и уважения. При гостевом визите необходимо прибыть на 15 минут позже и подготовить небольшой красиво упакованный сувенир для хозяйки (бутылка вина, кондитерские изделия, пирожные, шоколад, красные розы (следует избегать георгинов и хризантем, символизирующих траур, а также числа 13) ^[17]. Испанцы любят подарки, особенно личные и творческие, например, альбомы с видами родной страны или местности, будут рады получить сувенир с рекламой вашего бизнеса.

Испанцы часто предпочитают стоять близко к уже знакомому собеседнику, склонны публично демонстрировать привязанность. Для уверенности в невербальной коммуникации рекомендуется знать определенные испанские жесты: прикосновение к мочке уха считается оскорблением; указательный палец у виска – сомнение в правдивости ваших слов; поднятый большой палец и мизинец обычно правой руки, а три остальных прижаты к ладони, поднесенные ко рту, обозначают спиртное; сжатые три пальца, поднесенные к губам и воспроизведение звука поцелуя, – знак восхищения; поднятый вверх большой палец означает поддержку баскского сепаратистского движения; оттягивание нижнего века указательным пальцем передает предупреждение кому-то быть настороже» ^[7]. При разговоре они активно жестикулируют, но иностранным коллегам не стоит имитировать эту их особенность.

Характеризуя вербальную коммуникацию, следует отметить, что сила испанского языка, на котором говорит по всему миру свыше 600 млн. человек (по данным 2022 года, это второй по распространённости родной язык в мире после китайского), также отражается на политике, переговорном процессе, национальной идее. Испанский язык давно перешагнул границы собственно Испании, являясь официальным в 20 странах мира. Это самый изучаемый и востребованный язык после английского в странах Европы, Азии и

Северной Америки. Ареал его распространения очень обширен: Латинская Америка, США, динамично развивающиеся страны Карибского бассейна. Испанский язык также широко используется в деятельности многих международных организаций, в том числе ООН, Евросоюза и Организации Американских Государств.

Испанцы в целом внимательно относятся к языку, к беседе и верят, что слово обладает силой компромисса, стоит многого, а обещания должны быть выполнены. Выражение «*dar la palabra*» (дать слово) употребляется часто и имеет реальный вес и ценность для испанца.

Документация в Испании может быть составлена на четырех языках, кастильском, каталанском, галисийском и баскском. Заранее лучше определить язык переговоров, при этом большим преимуществом будет выбрать родной язык испанцев, которые очень любят свой язык и предпочитают вести переговоры на нем несмотря на то, что английский является международным деловым языком. Важным моментом считается обмен визитками, которые надо перевести на два языка: английский и испанский.

Правильные формы обращения в деловой среде Испании: «сеньор», «сеньора» или «сеньорита». Полная фамилия представляет собой комбинацию первоц фамилии отца и первой фамилии матери. В беседе и письмах следует называть испанского коллегу, например, сеньор и назвать первую фамилию.

Среди способов выражения вежливости в испанском языке, которые могут пригодиться при переговорах необходимо выделить: Обращение на «Вы» «¿Cómo está usted?» (Как Ваши дела?); глаголы в условном наклонении «¿Podría ayudarme?» (Могли бы Вы мне помочь?); выражения «por favor» (пожалуйста) и «gracias» (спасибо); слова «perdón» (извините) и «disculpe» (извините при обращении с просьбой); выражения «encantado» или «es un placer» (очень приятно), «es honor» (это честь). Случается, что самое простое обсуждение может вылиться в жаркий спор. В дискуссии испанцы готовы оппонировать любому тезису, а самый сильный аргумент звучит как «Это я тебе говорю!» («*iTe lo digo yo!*»). На своей точке зрения они будут настаивать даже если понимают, что проигрывают в споре.

В официально-деловой среде следует избегать ругательств и жаргонных слов, которые могут серьезно обидеть партнера или третьих лиц. Например, «маль эдукадо» (плохо воспитанный), «имбесиль» (болван), «тонто» (простофиля, дурачок).

С помощью определенных слов испанские политические деятели пытаются располагать к себе массы. Популизм является эффективным средством для достижения целей в предвыборной борьбе. Ключевые концепты дискурса «Подemos» (*ideas fuerza*) – победить, мы, перемены, стремление, участие, достоинство, прозрачность, граждане, народ, люди, большинство, суверенитет. «Включены чётко выверенные понятия (каста и народ, те, кто не каста: *casta – pueblo, los que no son casta*; те, кто наверху и те, кто внизу: *los de arriba – los de abajo* и др.) и метафоры (разбить врага – *derrotar al enemigo*; коты и мыши: *gatos – ratones* и др.)» [\[10\]](#).

Заключение

Проведенное исследование подтверждает тот факт, что в последнее время возрос интерес к устной и письменной межкультурной деловой коммуникации. Научная новизна данной работы состоит в выявлении и систематизации общих черт испанцев при ведении политических и бизнес-переговоров. Помимо открытости, прямолинейности и эмоциональности необходимо обозначить следующие особенности:

- 1) Индивидуальный подход, максимальная близость собеседников. Чем ближе собеседники друг друга узнают, чем больше о себе рассказывают личных вещей, тем большее доверие создается между двумя сторонами.
- 2) Предпочтение частных переговоров. Публичные переговоры считают формальностью, их стиль общения ничем не отличается от общепринятого. Испанцы предпочитают личный формат, частный контакт, иногда в неформальной обстановке, и считают такой способ общения более действенным.
- 3) Посвящение большого количества времени началу беседы, началу переговоров, вступлению.
- 4) Любовь к визуальному контакту, взгляд глаза в глаза, прямой и открытый. Таким образом лучше узнают собеседника и формируют доверие, во многих странах это считается неприличным (например, на востоке).
- 5) Спонтанность в переговорах.
- 6) Перебивание собеседника. Этим испанцы ни коем образом не выражают свое неуважение, а, наоборот, так показывают свой интерес и желание поучаствовать в дискуссии.
- 7) Высокая оценка искренности, уважение к прямому спору, так как таким образом понимают, что партнер не обманывает. Это в свою очередь формирует столь важное для испанского коллеги доверие [\[8\]](#).

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что испанцы однозначно предпочитают вербальную коммуникацию невербальной, стараются не делать упор на аудиовизуальный материал и презентации. Испанский стиль ведения переговоров полон страсти, азарта, чувства юмора, спонтанных решений и яростных споров. Анализ уклада жизни испанцев, национальных ценностей, традиций, праздников, показывает, что в Испании существует огромное количество мероприятий, фестивалей, а праздник никогда не кончается, что отражает экспрессивный и творческий характер испанского народа. Незнание основополагающих элементов испанской национальной культуры может привести к разногласию в официально-деловых отношениях, поэтому их стоит основательно изучить до начала переговоров.

Библиография

1. Александрова, Ю.Г. Особенности ведения деловых переговоров европейских стран / Ю.Г. Александрова // Российский внешнеторговый вестник, 2011. – № 2 (февраль). – С. 63-68.
2. Босрок, М.М. Путеводитель по обычаям и этикету. Европа. (Испания). Ценнейшее руководство, как нужно действовать с самого первого шага. Пер. с англ. Е.М. Веселовой. – М.: АСТ: Астрель, 2008. – 415 с.
3. Василенко, И.А. Политические переговоры: учебное пособие / И.А. Василенко. – М.: Гардарики, 2006. – 398 с.
4. Гестеланд, Р.Л. Кросс-культурное поведение в бизнесе / Ричард Гестеланд. – М.: Баланс Бизнес букс, 2004. – 288 с.
5. Гече, Ж. Деловые переговоры в лингвопрагматическом аспекте (на материале русско-венгерских переговоров): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 24 с.

6. Дунаев, А.Л. Почему Испания не боится российской угрозы. Гибридная война России и Запада. // Московский центр Карнеги. – 06.02.2018. – Электронный ресурс. URL: <https://carnegie.ru/commentary/75448> (дата обращения: 27.06.2021).
7. Игнатьева, Е. С. Международный деловой этикет на примере 22 стран мира / Е. С. Игнатьева. Бомбора, 2020. – 1221 с.
8. Интервью Фернандо Вальдеррама (Fernando Valderrama Pareja), Чрезвычайного и Полномочного Посла Королевства Испания в Российской Федерации авторам учебного пособия.
9. Кутьева, М.В. Особенности испанского национального характера: их след в «первой сотне» испанских слов // Вестник Вятского государственного университета. – Лингвистика, 2012. – С. 64-72.
10. Ларионова, М.В., Сливчикова Ю.В. Современная Испания: новая политическая реальность – новый политический дискурс // Вестник Томского государственного университета. – Филология, 2019. – № 59. – С. 53-66
11. Локтев, С.П. Этнокультура Испании / С.П. Локтев. – Пятигорск: ПГЛУ, 2009. – 120 с.
12. Лоней, Д. Эти странные испанцы / Дрю Лоней. – М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. – 13 с.
13. Малюга, Е.Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации // Russian Journal of Linguistics. – 2009. – №3. – С. 52-60.
14. Моисеев, А. Иберо-Америка и мы. Откровенные беседы / А. Моисеев. М.: Глобус, 2004. – 160 с.
15. Науменко, Т. В., Морозова Д.А. Теория межкультурных измерений Г. Хофстеде как методологическая основа исследования современных социальных процессов // Международный журнал исследований культуры. 2018. – №1 (30). – С.144-154.
16. Перес-Реверте, А. С намерением оскорбить. – Эксмо, 2005. – 496 с.
17. Соловьев, Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол / Э.Я. Соловьев. – М.: Издательство «Ось-89», 2001. – 320 с.
18. Устинова, Л.П. Особенности переговорного процесса с представителями Испании / Л.П. Устинова // Гуманитарные научные исследования, 2017. – No 2 [Электронный журнал]. URL: <http://human.snauka.ru/en/2017/02/20488> (Дата обращения 17.03.2021).
19. Llamazares, O. Cómo negociar con éxito en 50 países. Global Marketing Strategies / Olegario Llamazares García-Lomas. Madrid: S.L, 2003. – 244 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

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

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

Представленная на рассмотрение статья «Политические и деловые переговоры в Испании: социокультурные и лингвистические особенности», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно, является актуальной, ввиду возрастающего интереса к испанскому языку в нашей стране, а также все большим контактам со странами Латинской Америки в сфере бизнеса.

Статья посвящена анализу специфики и структуры переговоров и дискурса в политике и бизнесе, некоторых речевых приемов и оборотов, а также важных деталей национально-культурной специфики, которых необходимо изучать во избежание конфликтов и недопонимания.

Актуальность данного исследования определяется необходимостью изучения речевого поведения в сфере бизнес коммуникации и политического дискурса.

Отметим наличие сравнительно небольшого количества исследований по данной тематике в отечественном языкознании.

Научная новизна данной работы состоит в выявлении и систематизации общих черт испанцев при ведении политических и бизнес-переговоров.

Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, упоминание основных исследователей данной тематики, основной части, традиционно начинающуюся с обзора теоретических источников и научных направлений, исследовательскую и заключительную, в которой представлены выводы, полученные автором.

Методика исследования включает в себя аналитический, описательный, интерпретативный, классифицированный методы.

Автор иллюстрирует классификацию языковыми примерами. Однако непонятен объем и принципы выборки языкового материала, на котором зиждется исследование. Насколько велик текстовый корпус и из каких источников он был получен? Или языковой материал был заимствован из исследований других авторов? Структурно отметим, что данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования.

Проведенное исследование подтверждает тот факт, что в последнее время возрос интерес к устной и письменной межкультурной деловой коммуникации.

К недостаткам можно отнести отсутствие четко поставленных задач в вводной части, неясность хода исследования.

Технической погрешностью является включение в тело статьи аннотации, которая предваряет заглавие. Напоминаем, что, согласно требованиям издательства, аннотация размещается в отдельном слоте при загрузке.

Библиография статьи насчитывает 19 источников, среди которых представлены труды на русском языке, кроме 1 работы, что странно при изучении особенностей коммуникации на испанском языке. Убеждены, что зарубежом тема испаноязычного политического дискурса и особенностей ведения переговоров не осталась без внимания лингвистов. К технической погрешности при оформлении библиографии относится источник 8 (нет ссылки на сам текст документа и его выходные данные. Опечатки, орфографические и синтаксические ошибки, неточности в тексте работы не обнаружены. Высказанные замечания не являются критическими. Работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса и может иметь логическое продолжение в дальнейших исследованиях. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе преподавания вузовских курсов по стилистике испанского языка и деловой коммуникации, а также курсов по междисциплинарным исследованиям, посвященным связи языка и общества. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Статья «Политические и деловые переговоры в Испании: социокультурные и лингвистические особенности» может быть рекомендована к публикации в научном журнале.