

Путиловская Татьяна Сергеевна,

кандидат психологических наук, доцент, заведующий
кафедрой иностранных языков ГУУ
E-mail: tputil@yandex.ru

В статье рассматриваются некоторые лингвистические и культурологические особенности речи носителей английского языка на деловых переговорах. Исходной позицией автора является тот факт, что переговоры являются сложным видом речевой деятельности и вербального взаимодействия, обусловленного системой поведенческих, социокультурных и лингвистических особенностей, направленных на решение специфических профессионально-деловых задач, связанных с преодолением конфликтов и установлением атмосферы сотрудничества. Особое внимание уделяется сравнительному анализу некоторых межкультурных предпочтений в речевых действиях русских и англичан, выступающих в качестве участников деловых переговоров. Объектом лингвистического анализа являются также способы речевых действий, используемых для создания атмосферы сотрудничества и доверия, выдвижения предложений, оценки вариантов партнеров, выражения согласия и несогласия, предположений и уступок и др.

Ключевые слова: деловые переговоры, речевые действия, речевые предпочтения, межкультурные различия, атмосфера сотрудничества и доверия.

В современном мире деловые переговоры, как известно, составляют существенную часть профессионально-деловых коммуникаций, во многом определяющих успешность развития бизнеса на любом уровне. В то же время, деловые переговоры являются одной из наиболее сложных сфер общения между людьми, компаниями и государственными структурами. Результативность переговорного процесса зависит от совокупности поведенческих, языковых и речевых характеристик, определяющих особенности речевого поведения его участников. Переговорный процесс становится еще более сложным, если он осуществляется на иностранном языке. В силу того, что многие компании либо не имеют штатных переводчиков, либо не всегда доверяют им, переговоры ведут сами сотрудники компаний. Поэтому совершенно очевидно, что современная система подготовки специалистов должна быть ориентирована на обучение такому важному навыку, как ведение переговоров средствами иностранного языка, в качестве которого, как правило, выступает английский язык.

Деловые переговоры – это процесс взаимодействия деловых партнеров с целью достижения согласованного и взаимоприемлемого решения проблемы, представляющий взаимный интерес. Очень многие представители бизнеса становятся участниками переговорных процессов, опираясь на свой жизненный опыт, профессиональные качества и коммуникативные способности. Они интуитивно вырабатывают для себя модель поведения во время переговоров, не проходя специально организованного обучения. Вместе с тем, целенаправленное обучение позволяет человеку сделать объектом осознания целый ряд специфических особенностей переговоров как комплексного вида речевой деятельности, определяемого, в значительной степени, лингвистическими и культурологическими характеристиками. Целью данной статьи является рассмотрение именно этих особенностей и разработка методических рекомендаций по организации обучения иноязычным лингвокультурным навыкам ведения переговоров.

Анализируя различные особенности деловых переговоров, необходимо, прежде всего, отметить, что переговоры, как справедливо отмечает З.В. Борисенко [2], можно рассматривать с различных точек зрения. Первая, и наиболее очевидная, это изучение переговоров как разновидности общения в совокупности коммуникативных, интерактивных и перцептивных особенностей [1]. Второй подход позволяет посмотреть на переговоры как на регламентированный определенными нормами и правилами способ взаимодействия между

сторонами в бизнесе, например, в ситуации покупки и продажи товаров и услуг [3]. Третий подход предполагает рассмотрение различных вариантов решения конфликтных ситуаций во время переговоров [8]. Кроме того, необходимо уделять значительное внимание социокультурному аспекту проведения переговоров, поскольку они достаточно часто проходят между представителями различных стран и культурных групп [6; 12].

Все перечисленные выше подходы к изучению переговоров так или иначе акцентируют внимание на поведенческих аспектах переговорной деятельности. Однако существует еще один возможный взгляд на переговоры, который связан с изучением собственно лингвистических и психолингвистических особенностей речевого поведения участников переговорного процесса. Этот подход основан на исследованиях речи и теории речевой деятельности [7]. Именно речь на переговорах выполняет важнейшую социальную функцию, поскольку она является способом взаимодействия и обеспечивает это взаимодействие. При этом речь рассматривается не столько как общение во время взаимодействия, сколько как общение для взаимодействия.

Лингвокультурные особенности речи носителей разных культур [5] на деловых переговорах целесообразно рассматривать на примерах речевых действий, совершаемых участниками переговоров для достижения определенных целей. В качестве примеров в статье рассматриваются речевые действия, совершаемые на переговорах носителями английского языка для достижения промежуточных целей переговоров при вступлении в контакт, на начальном этапе переговоров, в процессе переговоров и на заключительном этапе переговоров. Для демонстрации национальных особенностей речи на деловых переговорах некоторые из них сравниваются с соответствующими речевыми действиями на русском языке.

В теории речевой деятельности под речевым действием понимается процесс порождения высказывания, подчиненный представлению о том результате, который должен быть достигнут, т.е. процесс, подчиненный сознательной цели. Речевое действие всегда направлено на решение определенной задачи, которая определяется в рамках теории речевой деятельности как цель, данная в определенных условиях [7]. Помимо своего интенционального аспекта (что должно быть достигнуто) действие имеет и свой операционный аспект (как, каким способом это может быть достигнуто). Способы осуществления речевых действий, называемые операциями, определяются не столько самой целью, сколько условиями ее достижения. В центре нашего внимания будет операционная структура речевых действий, поскольку именно в ней проявляются, прежде всего, лингвокультурные особенности речи носителей разных культур.

Наиболее характерными для деловых переговоров являются речевые действия, направленные на решение определенных коммуникативно-поведенческих задач:

- вступление в контакт до начала переговоров,
- согласование цели и процедуры переговоров,
- создание и поддержание атмосферы сотрудничества и доверия,
- выдвижение предложений и аргументация своей точки зрения,
- оценку предложений партнеров,
- выражение согласия и несогласия,
- выражение готовности пойти на уступки,
- уточнение и подтверждение информации,
- выражение своих предположений.

Выбор способа осуществления того или иного речевого действия, конечно, зависит от факторов социальной ситуации общения. Мы же ограничимся рассмотрением только тех способов, которые отражают национальную специфику общения [4] на деловых переговорах, которая становится едва ли не самым значимым фактором в ситуации межкультурного взаимодействия.

Рассмотрим основные лингвокультурные характеристики речевого поведения партнеров общения в ходе переговорного процесса и отметим наиболее существенные межкультурные различия, которым участники переговоров часто не придают должного значения. В качестве примеров будем использовать многочисленные протоколы переговоров, а также материалы учебных пособий, в которых собраны наиболее частотные языковые образцы, характерные для переговорного процесса [9; 10; 11].

При **вступлении в контакт** с будущим партнером важно уметь познакомиться, выбрать тему для разговора, проявить уважительное отношение и интерес к собеседнику и показать готовность к сотрудничеству. Эту функцию обычно выполняет этап беседы, создающий почву для дальнейшей деловой части разговора, который принято называть «small talk».

При знакомстве обычно указывается занимаемая должность:

- *My name is Emily Steward. I'm the PR Manager at IBM.*
- *Let me introduce my colleague, Peter Welsh. He's our Sales Manager.*

Для этого этапа беседы выбирают, как правило, нейтральные темы, которые могут касаться самих партнеров общения, страны пребывания или общих интересов. Чаще всего, партнеры общения обсуждают работу, последние новости, климат и погоду, интересы и пристрастия, известных людей, произведения искусства, традиционные блюда и т.д. При этом некоторых тем, например политических, религиозных и семейных, лучше избегать, поскольку они требуют личной оценки или комментария.

Для **поддержания разговора** предлагаются различные языковые средства [10 с. 13]:

- реакция + комментарий

A: Unfortunately, this is only a short visit, so we won't be able to see very much.

B: That's true / That's a pity. You won't have much time to look round the city.

- реакция + релевантный вопрос
A: We've made a considerable investment in a new production process.
B: That's interesting. What's the reason for that?
- повторение ключевого слова + комментарий или релевантный вопрос
A: It's my first visit, but I was in London a couple of years ago.

B: Ah, in London? There are so many beautiful places to visit. / Where you on holiday there?

В ходе беседы предпочтение отдается не общим вопросам (e.g. Is that unusual?), а специальным вопросам (What is the most unusual thing for you?).

На начальном этапе переговоров для обеих сторон важно **согласовать процедуру и цели** переговоров. В англоязычной культуре предложение перейти к согласованию процедуры переговоров может быть сформулировано двумя способами:

- в форме утвердительного высказывания (I think we should first establish the overall procedure.) и
- в форме вопроса (Can we now agree on the overall procedure?).

Вопросительная форма не столь характерна для носителей русской лингвокультурной среды.

Цель переговоров формулируется кратко и недвусмысленно:

- It's vital / important / essential for us to ...
- Our main objective today is to ...
- Another objective is to ...
- What we'd like to achieve today is ...
- We'd also like to talk about ...

При формулировании цели переговоров носители английского языка избегают употребления так называемых «неопределенных» слов, таких как possible, probably, maybe, might, something, around, etc., например:

- We're interested in enlarging the range of products ... (NOT It's possible that we might be interested in enlarging the range of products ...)
- We'd like to buy 5,000 units at \$6. (NOT I think we could probably stretch to approximately 5,000 units if you could maybe change the price to something around \$6.)

Создание атмосферы сотрудничества и доверия достигается в двух культурах по-разному. Так, чтобы добиться согласия уже в самом начале переговорного процесса, англичане стараются показать свою готовность учитывать интересы и потребности другой стороны. С этой целью они задают такие вопросы, на которые почти наверняка будут получены положительные ответы.

Например,

Asking for agreement

- Does that seem acceptable to you?
- Does that fit in with your objectives?
- Does that sound OK?
- Is that OK with you?
- Positive response
- Yes, that's fine (with us).
- Certainly
- Yes, indeed.

Политика избегания категоричных и прямолинейных высказываний, которые достаточно часто встречаются в высказываниях русскоязычных участников переговоров, характерна для носителей англоязычной культуры. Это они рассматривают как залог установления и поддержания атмосферы сотрудничества и доверия между партнерами общения. Авторы выделяют наиболее частотные языковые средства, применяемые в этих целях [10 с. 26]:

- использование «would like» вместо глаголов «want» и «need»,
- употребление модальных глаголов «could», «might», «should», «would» вместо глаголов «must» и «will» в модальном значении,
- предпочтительное использование вопросы вместо утвердительных высказываний,
- употребление наречий «maybe» и «perhaps»,
- использование словосочетания «I think».
- We'd also like to talk about prices.
- We could consider the license agreement later.
- Could we now agree on the delivery date?
- Perhaps I could outline our objectives.
- I think we should start.

Эти же языковые средства выполняют в высказывании и этическую функцию, выражая различную степень тактичности, которая передается различными языковыми средствами. В приведенных ниже примерах степень тактичности постепенно нарастает, и каждое следующее высказывание является более вежливым, чем предыдущее.

That is too expensive.

That might be too expensive.

I think that might be too expensive.

Do you think that might be too expensive?

Don't you think that might be too expensive?

Как отмечают авторы, для поддержания атмосферы сотрудничества и доверия часто используются такие слова, как «we», «us», «jointly», «together», которые вербально усиливают эффект совместной деятельности [9 с. 57]. Кроме того, важную функцию выполняют лексические единицы, имеющие положительную коннотацию и способствующие порождению положительных мыслей. Они являются различными частями речи, среди которых есть

- прилагательные и причастия: safe, secure, easy, simple, free, new, protected;
- глаголы: to retain, to save, to strengthen;
- существительные: results, benefits, guarantee, strength [9 с. 91].

С той же целью могут использоваться вопросы, передающие уважительное отношение к мнению и интересам партнера [9]:

- Is there anything else that we need to look at before we move on?
- What else do you think we need to discuss before we move on?

Выдвижение своих предложений – это еще одна сфера, в которой англичане стараются быть максимально тактичными и не использовать категоричные высказывания. Вместо них они пред-

почитают следующие речевые формулы, снижающие степень категоричности высказываний:

- We could also ...,
- Have you thought of ...,
- I think we could ...,
- One thing we could do is ...,
- Why don't/ can't we
- В некоторых случаях, например, на начальном этапе переговоров более уместны прямолинейные варианты:
- We propose that we (should)....,
- Our proposal is to ... / consists in the following
- В тех случаях, когда в пользу выдвинутого предложения приводится аргумент, в высказывании он предшествует предложению, поскольку это позволяет минимизировать риск возможного возражения со стороны партнера. Если вы сначала выдвигаете предложение, у партнера будет время найти возможное возражение во время формирования вами аргумента. Например:
- The market for personal computers is very competitive. Therefore, our proposal is to concentrate on software development.
- Our company is expanding into international markets. So we propose that we should invest more money in language training.

При **выражении своего мнения** в английской культуре принято отдавать предпочтение высказываниям, позволяющим передать личное отношение к предмету речи или предложению партнера, для чего обычно используются следующие речевые формулы:

- From my point of view ...,
- It seems to me that ...,
- I think / feel that ...,
- I'm inclined / I tend to think that ...

Для отрицательной оценки предложения партнера в английской культуре неприемлемы слишком категоричные формы высказываний:

- I would say this is the least acceptable proposal for us. (NOT This is the least acceptable proposal for us.)
- I would rank it as a fairly unacceptable proposal. (NOT This is a fairly unacceptable proposal.)

Если в этих случаях используются аргументы, то они могут приводиться до или после оценки. Сравним:

- It seems to me that the main weakness of the proposal is that ... So, I'd say this is the least acceptable proposal for us.
- I would rank it as a fairly unacceptable proposal. The problem with outsourcing is that ...

В случае несогласия с предложением партнера англичане стараются минимизировать отрицательный эффект своего высказывания и используют для смягчения такие фразы, как «I'm afraid» и «I'm sorry».

We can't accept that proposal, I'm afraid.

Существуют и другие средства смягчения отрицательного эффекта высказывания, одним из которых является конструкция «not very+positive equivalent», например:

We are not very happy with some of the terms of delivery. (NOT We're unhappy with some of the terms of delivery).

С этой же целью используются высказывания, позволяющие партнеру убедиться в том, что хотя вы и не разделяете его точку зрения, но понимаете его и, возможно, на его месте вы поступили / рассуждали бы так же:

- I agree with you to some extent / up to a point, but ...
- That sounds like a reasonable point, but, on the other hand, ...
- I appreciate your point of view. However, ...
- To a large extent you're right, but...

Наконец, одним из способов минимизации отрицательного эффекта в случае несогласия с предложением партнера является альтернативный вариант, предлагаемый в некатегоричной форме:

- It might/would be a good solution to ...
- Maybe a better possibility would be ...
- Another approach would be to ...
- Alternatively, we could ...
- We could either ... or ...

Психологически альтернативный вариант всегда предпочтительнее, т.к. он дает возможность партнеру самому сделать выбор и тем самым способствует поддержанию атмосферы сотрудничества, взаимовыгодного диалога и доверия.

Согласие может быть выражено на определенных условиях или без каких-либо условий:

- If you increased the discount to ..., I think we'll have a deal.
- I think we could go along with that.

В тех случаях, когда согласие оговаривается определенными условиями, используются условные высказывания первого и второго типов. (Conditional I и Conditional II). Употребление в условных предложениях will, may и can вместо would, might и could является сигналом готовности пойти на уступки:

- We can agree to that ... on condition that ...
- We'll agree to ... provided that you allow ...
- If you reduce ... we may be able to ...
- If you enlarge the range of ... we can even offer ...

Готовность к согласию может передаваться и с помощью выражений, отличающихся сниженной степенью категоричности типа «maybe» вместо «never» или «that could be difficult» вместо «impossible». С этой же целью могут использоваться вопросы «Why are you so determined to stick to that point?» или «What's needed to bring us together?» [9 с. 81]. Еще меньше способствуют достижению согласия категоричные высказывания типа «That's the best I can do» или «That's my final offer» [9 с.73]. Подобные примеры многочисленны, и мы находим их в различных учебных пособиях, справочниках и рекомендациях по подготовке к участию в переговорном процессе, осуществляемом средствами иностранного языка [9–11].

Для речи англичан на деловых переговорах характерны вводные вопросы, которые дают партне-

ру время для подготовки к восприятию того, что они собираются спросить или сказать. Такие вопросы особенно уместны при уточнении информации или темы разговора, например:

- Can I just ask you a few questions concerning your marketing strategy?
- Can I just move on to another point?

При **уточнении информации** в процессе переговоров также принято использовать такие вводные фразы, «As I recall» или «As I understand it», например:

- As I recall, you said you are interested in enlarging the target audience.
- As I understand it, you were not expecting such fantastic results.

В этих случаях для подтверждения также используются специальные лексические единицы: «That's correct», «That's right», «That's exactly the case», «But even more important is ...». Само же подтверждение может подкрепляться дополнительной информацией.

Аналогичным образом, **свои предположения** относительно действий партнера принято выражать в форме вопросов, что существенно смягчает эффект высказывания, например:

- Does that mean that you need more time to make the final decision? (NOT That means that ...)
- When you say your profit depends on seasonal factors, do you mean that your profit ...? (NOT In other words, your profit is very ...)

Конечно, предположение может быть выражено и в утвердительной форме, но оно не должно быть слишком категоричным:

- We are sure that you are the only type of company we would like to deal with. (NOT We assume that you would like to help us.)
- I suppose we should be able to help you. (NOT Working together could, I am sure, be beneficial to both our companies.)

На заключительном этапе переговоров принято подводить итоги, суммировать и перечислять все рассмотренные вопросы, договоренности и обязательства сторон. Для этого используются определенные выражения и конструкции, например:

- So, let me summarise the most important points of our agreement.
- Perhaps I could just summarise our conclusion / agreements so far.
- So, can we summarise the progress we've made?
- I'd like to run through the main points that we have agreed upon.
- As we agreed we'll be responsible for / deal with You've agreed to take care of
- В тех случаях, когда сторонам не удалось добиться согласия по какому-то вопросу, необходимо все же показать свою готовность к сотрудничеству в будущем, используя следующие фразы:
- We need to meet again to
- So? The next step is
- In our next meeting we need to
- If we can't agree it, when will we?

Рассмотренные в статье примеры свидетельствуют о том, что у носителей английской культуры существуют особые предпочтения в способах оформления высказываний в процессе деловых приговоров. Во многих случаях эти предпочтения отличаются от способов оформления подобных высказываний в русской культуре, что обусловлено, в первую очередь, поведенческими различиями, проявляющимися в процессах делового общения. Известно, например, что носители русского языка более категоричны и прямолинейны, а носителями английского языка очень тактичны, дружелюбны и стараются избегать слишком категоричных суждений и оценок [6], что еще раз доказывают приведенные выше примеры. Знание этих различий особенно важно в тех случаях, когда высказывания отражают этические нормы общения: незнание этих лингвокультурных предпочтений неизбежно сказывается на отношениях между участниками переговоров сторон и, в конечном счете, на результатах переговоров.

Для демонстрации некоторых предпочтений в речи носителей английского и русского языков приведем следующие примеры:

Пора начинать.	I think we should start. (NOT It's time to start.)
• Мы должны / Необходимо согласовать процедуру переговоров.	Could we now agree on the overall procedure? (NOT We must agree on ...)
• Мы должны сначала обсудить наши расходы.	Maybe we should talk about our costs first. (NOT We must talk ...)
• Нам также необходимо обсудить цены.	We'd also like to talk about prices. (NOT We also need to ...)
• Я кратко изложу наши потребности.	Perhaps I could outline our needs. (NOT I'll outline ...)
• Я хочу предложить создать совместное предприятие.	I would like to propose a joint venture. (NOT I want to propose ...)
• Это слишком дорого.	It's a bit too expensive. (NOT It's too expensive.)
• Это будет слишком дорого.	Won't that be rather expensive? (NOT That will be ...)
• Это оборудование устарело.	This equipment is not very modern. (NOT This equipment is old-fashioned.)
• Это невозможно.	I take your point about ..., but it's just not feasible. (NOT It's not possible.)
• Это неверно / не так.	That's not quite right. (NOT That's not right.)
• Мне кажется, вы неправы.	I don't think you're right. (NOT I think you're wrong.)
• Нам нужно больше времени.	I think we might need more time. (NOT We need ...)
• Мы не можем с этим согласиться.	I'm afraid we can't accept that/ (NOT We can't ...)
• У нас есть сомнения на этот счет.	I'm sorry but we have reservations about that. (NOT We have reservations ...)

- Мы хотим услышать ваше мнение об этом. We'd like to have your ideas on this. (NOT We want to hear you opinion on this.)
- Давайте обсудим это завтра. Hadn't we better discuss it tomorrow? (NOT Let's discuss it tomorrow.)

Итак, мы рассмотрели некоторые лингвокультурные предпочтения англичан на деловых переговорах и показали национальные различия речевых предпочтений в английской и русской культурах. Подобное исследование лингвокультурных аспектов речевого поведения в условиях переговорного процесса представляет как теоретический, так и практический интерес. В теоретическом плане оно создает предпосылку для разработки национальных моделей деловых переговоров, изучение тенденций их развития и постепенного сближения, важным фактором которого является английский язык как универсальное средство делового общения в условиях глобального взаимодействия. В практическом плане разработка лингвокультурных моделей речевого поведения полезна для организации образовательного процесса при подготовке студентов высших учебных заведений экономического и управленческого профиля, которые должны быть готовы принимать участие в деловых переговорах с зарубежными партнерами в качестве представителя своей организации или в качестве переводчика.

В заключение, необходимо отметить, что разработка лингвокультурной модели переговорного процесса, является многоплановой задачей и должна включать в себя не только лингвистические и культурологические аспекты, но и поведенческий, который учитывает все стороны переговоров: деятельностьную, интеракционную и деловую природу переговорного процесса, а также его нацеленность на преодоление возникающих в его рамках конфликтных ситуаций. Иными словами, только системно-комплексный подход, предполагающий рассмотрение переговоров как вида деятельности, взаимодействия партнеров делового общения и способа минимизации конфликтов, позволит разработать полноценную модель, которую можно использовать в образовательном процессе.

Литература

1. Бокенчина, М.К. Теоретические основы изучения переговорного процесса в современной психологии / М.К. Бокенчина, Н.Б. Жиенбаева. – Психология в России и за рубежом: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, октябрь 2011 г.). – Санкт-Петербург: Реноме, 2011. – Сс. 47–50. – URL: <https://moluch.ru/conf/psy/archive/32/1151/> (дата обращения: 19.12.2020).
2. Борисенко, З.В. Подходы к изучению переговоров в психологии. – Бюллетень науки и практики. – 4(5) 2016. – Сс. 503–509
3. Бройнинг, Г. Руководство по ведению переговоров / Г. Бройнинг. – М.: Инфра-М, 1996. – 112 с.
4. Дудник, Л.В. Лингвокультурные предпочтения англичан в устной речи. // материалы заочной научно-практической конференции «Лингвокультурное образование в системе университетской подготовки бакалавров и магистров» – М.: РУСАЙНС, 2019. – Сс. 5–10
5. Дудник, Л.В. Перевод лингвокультурных предпочтений в русской и английской речи.// Формирование лингвокультурной компетентности бакалавров и магистров неязыковых вызов: коллективная монография. – М.: РУСАЙНС, 2019. – Сс. 8–19
6. Елихарева, Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. – СПб: КАРО, 2005. – 352 с.
7. Основы теории речевой деятельности. Ответственный редактор А.А. Леонтьев. – М: Издательство «Наука», 1974. – 368 с.
8. Спинова, Е.А. Разрешение конфликта на переговорах. – Российский внешнеэкономический вестник. № 6 (Июнь) 2006. – Сс. 63–68
9. Браун Д. (2010). Секреты переговоров. – Издательство Лондон Харпер Коллинс. – 127 с.
10. О'Коннор П., Пилбим А., Скотт-Барретт Ф. (1992). Переговорный процесс. – Логман Груп СК Лтд. – 96 с.
11. Свини С. (1997). Английский язык для делового общения. Книга для студента. – Издательство Кембриджского университета. – 155 с.
12. Томалин Б., Никс М. (2007). Мировые бизнес-культуры и как их разблокировать. – Издательство Торогуд. – 268 с.

LINGUISTIC AND CULTURAL PECULIARITIES OF BUSINESS NEGOTIATIONS

Putilovskaya T.S.

State University of Management

The article deals with some linguistic and cultural characteristics of native English speakers' verbal behavior during business negotiations. The author relies on the fact that negotiations are considered to be a complex type of speech activity and verbal interaction determined by a system of behavioural, social, cultural and linguistic peculiarities aimed at solving specific professional and business problems related to overcoming possible conflicts and establishing the atmosphere of collaboration. Special attention is given to comparative analysis of certain cross-cultural preferences in the verbal actions of English and Russian business people in the process of negotiations. Special emphasis is also placed on various ways of generating the atmosphere of cooperation and trust, putting forward proposals, evaluating options, expressing agreement and disagreement, making assumptions and concessions, etc.

Keywords: business negotiations, verbal actions, speech preferences, cross-cultural differences, atmosphere of cooperation and trust.

References

1. Bokenchina, M. K. (2011) [Theoretical foundations of the study of the negotiation process in modern psychology] / M.K. Bokenchina, N.B. Zhenbaeva. – Psychology in Russia and abroad: Materials of the First International Scientific Conference (St. Petersburg, October 2011). – Sankt-Petersburg: Renome, 2011. – Pp. 47–50. – URL: <https://moluch.ru/conf/psy/archive/32/1151/> (date of access: 19.12.2020).
2. Borisenko, Z.V. (2016). [Approaches to the study of negotiations in psychology]. – Bulletin of science and practice. – 4(5) 2016. – Pp. 503–509
3. Broinieg, G. (1996) [Guide to Negotiating]. – M.: Infra-M, 1996. – 112 p.

4. Dudnik, L.V. (2019). [Linguistic and Cultural Preferences of the English People in Oral Speech] // Materials of the Correspondence Scientific and Practical Conference «Linguistic and Cultural Education in the System of University Training of Bachelors and Masters». – M.: RU-SCIENCE, 2019. – Pp. 5–10
5. Dudnik, L.V. (2019). [Translation of Some Linguistic and Cultural Preferences in Russian and English Speech]. // Formation of Linguistic and Cultural Competence of Bachelors and Masters of Non-linguistic Universities: Collective Monograph. – M.: RU-SCIENCE, 2019. – Pp. 8–19
6. Eliharova, G.V. (2005). [Culture and Foreign Language Teaching]. – Saint Petersburg: KARO, 2005. – 352 p.
7. Fundamentals of the Theory of Speech Activity. Executive editor A.A. Leontiev. – M: «Nauka» Publishing House, 1974. – 368 p.
8. Spinova, E.A. (2006). [The Resolution of Conflict in Negotiations]. – Russian Foreign Economic Bulletin. № 6 (June) 2006. – Pp. 63–68
9. Brown, D. (2010). Negotiating secrets. – London Harper Collins Publishers. – 127 p.
10. O'Connor, P., Pilbeam, A. and Scott-Barrett, F. (1992). Negotiating. – Longman Group UK Limited. – 96 p.
11. Sweeney, S. (1997). English for Business Communication. Student's Book. – Cambridge University Press. – 155 p.
12. Tomalin, B. and Nicks, M. (2007). The World's Business Cultures and How to Unlock Them. – Thorogood Publishing. – 268 p.