

Retrieved from: http://www.langteach-online.ru/index/fedor_konjukhov/0-740
Text module of the project Langteach-online "Text Library". (2019).
Retrieved from: <http://www.langteach-online.ru/index/tekstoteka/0-112>
The theoretical module "Theory". (2019). Retrieved from:
http://www.langteach-online.ru/index/ikt_v_rki_teorija/0-41
Titova, S.V., Kuznetsov, A.A. (2017). Cross-platform model of foreign language teaching. In S.V. Titova Abstracts of the conference "Lomonosov 2017". Moscow. Retrieved: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2017/data/index_2.htm
Federal State Educational Standard of Higher Education 3+ in the direction of training 45.04.02 "Linguistics (master's level)"
Retrieved from:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_202111/29d651849276678b11d86ef133b04f0da486da5c/

УДК 811.111
<https://doi.org/10.25076/vpl.33.06>
Е.В. Пономаренко,
Г.А. Паршутина,
В.П. Пичкова,
К.А. Полякова

Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России

**ГЛАГОЛЬНЫЕ СРЕДСТВА СО ЗНАЧЕНИЕМ
КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПОЗИТИВНОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ
КОНТАКТИРОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ДЕЛОВОМ
ДИСКУРСЕ**

Статья посвящена функционированию глагольных средств со значением коммуникации в стратегическом планировании английского делового дискурса. Авторы опираются на обобщенную классификацию кооперативных речевых стратегий и тактик и уделяют особое внимание стратегии контактирования. Цель данной работы состоит в том, чтобы проследить участие

глагольных средств со значением коммуникации в выстраивании речевых стратегий и тактик с точки зрения их конструктивного влияния на общее смысловое пространство речи в профессиональных ситуациях. В ходе анализа языкового материала раскрывается роль глаголов коммуникации как операторов стратегий и тактик контактирования, а также их поддержка другими языковыми средствами (междометиями, наречиями и т.д.). Излагаемые позиции иллюстрируются примерами из выступлений политиков и общественных деятелей, участников дебатов, а также из статей деловых периодических изданий, учебных материалов по деловому английскому и отрывков из художественной литературы на тему жизни деловых кругов..

Авторы доказывают, что благодаря следованию принципам кооперации и использованию комплекса средств позитивного речевого воздействия можно добиться взаимоприемлемого pragматического эффекта, а это в свою очередь обеспечит более эффективное движение дискурса партнеров к совместно принятой коммуникативной цели.

Ключевые слова: деловой дискурс, речевые стратегии и тактики, глаголы со значением коммуникации, стратегия контактирования, pragматическое воздействие.

UDC 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.33.06>

E.V. Ponomarenko,

G.A. Parshutina,

V.P. Pichkova,

K.A. Polyakova,

**Moscow State Institute of International Relations (MGIMO
University) of the Ministry of Foreign Affairs of Russia**

**VERB MEANS DENOTING COMMUNICATION AS TOOLS OF
POSITIVE IMPACT IN SPEECH STRATEGY OF CONTACT IN
BUSINESS ENGLISH DISCOURSE**

The present article is devoted to the functioning of verb means denoting communication in Business English strategic planning. The

authors base on the generalized classification of cooperative strategies and tactics and pay special attention to the contact strategy.

The objective of this paper is to follow the participation of verb tools denoting communication in building up speech strategies and tactics in terms of their constructive impact on the general sense space in professionally related situations.

The language material analysis reveals the role of verbs denoting communication as operators of contact strategies and tactics; their support by some other linguistic means (like interjections, adverbs, etc.) is also considered herein.

The authors' vision is illustrated by examples of politicians' speeches, debates, articles from business periodicals, Business English learning materials and excerpts from fiction books depicting business circles' way of life.

The authors prove that through observing the principles of cooperation and employing a complex of means of positive speech influence, mutually acceptable pragmatic impacts can be achieved, with a more efficient advance of the partners' discourse system towards their common communicative purpose.

Keywords: business discourse, discursive strategies and tactics, verbs denoting communication, contact strategy, pragmatic impact.

Введение

В ходе развития и усложнения характера сферы глобального бизнеса, меняются и методы ведения коммуникации; соответственно, такой важный аспект, как стратегическое планирование речи, приобретает еще большую актуальность, поскольку без него достижение коммуникативной цели невозможно (вне зависимости от того, происходит это сознательно и целенаправленно или интуитивно). Как известно, задача делового общения состоит в том, чтобы достичь какого-то полезного результата, поэтому мы сосредоточили внимание на кооперативных стратегиях и использовали труды таких специалистов, как Т.Н. Астафурова, О.И. Иссерс, Дж.М. Лэйхифф и Дж.М. Пенроуз, Е.В. Пономаренко, А.В. Радюк, Д.С. Храмченко и других (Астафурова, 1997; Иссерс, 2008; Пономаренко, 2012; Храмченко, 2015; Lahiff, & Penrose, 1997; Radyuk, & Khramchenko, 2014).

В контексте проблемы стратегического планирования для нас особый интерес представляют английские глаголы со значением коммуникации, так как метарегуляция речевого общения, несомненно, выполняет важные прагматические функции. Следует отметить, что помимо того, что такие глаголы широко используются в любых речевых актах, их семантика охватывает различные характеристики общения, что дает возможность структурировать речевую деятельность коммуникантов (например, через распределение в тексте глаголов *say*, *tell*, *address*, *note* и др.) способствует общности смыслового пространства дискурсивных подсистем собеседников (*answer*, *reply*, *agree/disagree*, *proceed* и др.), выражает некоторые оттенки модальности в отношении коммуникантов (*chatter*, *grumble*, *slander*, *swear*, *whimper* и др.). Таким образом, прагматически уместное использование этих глаголов может улучшить взаимопонимание партнеров или дать более четкую квалификацию процесса общения (как участнику общения, так и стороннему наблюдателю), в то время как неуместное или чрезмерное использование может создать деструктивные тенденции в развитии смысловой системы дискурса, переключая внимание партнера с существа обсуждаемых вопросов на сам формат выстраивания речи.

В данной работе авторы ставят перед собой цель проследить участие глагольных средств со значением коммуникации в выстраивании речевых стратегий и тактик с точки зрения их конструктивного влияния на общее смысловое пространство речи в профессиональных ситуациях.

Материалы и методы

Поскольку проблема эффективности общения и речевого воздействия приобретает особое значение в контексте профессиональной деятельности специалистов любого профиля, мы сосредоточили внимание на функционировании глаголов коммуникации в деловом общении экономистов и политиков – именно эти сферы деятельности являются определяющими для положения дел во всем мире, а преобладающим средством общения в этих сферах, как известно, служит английский язык. В качестве материала анализа используются образцы устного и письменного делового дискурса разных регистров (статьи из деловой периодики, видеоролики выступлений политических и

общественных деятелей, новостные передачи, материалы аутентичных учебных курсов по деловому английскому, фрагменты художественных произведений на тему жизни деловых кругов и др.). Структурно-смысловые свойства анализируемых фрагментов дискурса раскрываются при помощи методов функциональной лингвистики, которые выявляют прагматические, семантические и стилистические функции единиц речи в их комплексном взаимодействии, системной связи друг с другом. Именно в соотношении элементов и частей системы дискурса формируется основа эмоционального и смыслового воздействия речи на реципиента.

Результаты и обсуждение

В разработке проблемы кооперативных стратегий языковеды исходят из известного Принципа Кооперации британского и американского ученого Герберта Пола Грайса. В работе «Логика и речевое общение» он утверждает, что основу речевой коммуникации составляет Принцип Кооперации, предполагающий готовность собеседников действовать в соответствии с принятой целью и направлением разговора, готовность к сотрудничеству. При этом вклад каждого участника общения должен быть оптимальным в рамках достижения коммуникативной цели, принятой совместно (Грайс, 1985).

Принцип Кооперации конкретизируется Г.П. Грайсом в четырех постулатах – максимах, составляющих основу для благоприятного течения коммуникации.

Максима количества подразумевает, что общение должно содержать ровно столько информации, сколько необходимо для адекватного восприятия партнерами мнения друг друга – не больше и не меньше.

Максима качества утверждает необходимость истинности высказывания (по крайней мере в понимании говорящего) и рекомендует избегать высказываний, для которых нет достаточных оснований (проще говоря, для поддержания конструктивного общения не следует лгать друг другу).

Максима отношения гласит о том, что ответная реакция на общение должна быть эквивалентна (или адекватна) тому, что побудило к общению; не следует уклоняться от темы.

Максима способа акцентирует внимание на ясности изъяснения

и необходимости избегать непонятных выражений, неоднозначности, многословия, чтобы обеспечить понимание слушателем любой части или этапа общения.

В развитие Принципа Кооперации в проведении настоящего исследования мы уделяем особое внимание выявлению комплекса средств позитивного речевого воздействия, в числе которых глаголы со значением коммуникации, и определению соответствий наиболее характерных тактик интересующим нас стратегиям.

Понятие **речевой стратегии** характеризуется как осознание ситуации в целом, определение направления развития, планирование и реализация коммуникации в зависимости от целей, конкретных условий общения и личностей коммуникантов . То есть, речевая стратегия – это общий план ментальных и речевых действий, направленных на достижение поставленной цели. Практические приемы, способствующие реализации стратегии, – это **речевые тактики** (Астафурова, 1997; Иссерс, 2006; Пономаренко, 2012).

Интересующая нас **кооперативная** речевая стратегия характеризуется как совокупность теоретически запланированных действий, направленных на достижение цели путем обоюдоприемлемого взаимодействия (Радюк, 2016; Radyuk & Khramchenko, 2014). Главным результатом этого процесса является то pragmaticальное (желательно положительное) воздействие, которое коммуниканты оказывают друг на друга. Разработанная А.В. Радюк обобщенная **классификация** кооперативных стратегий и тактик включает пять корневых стратегий:

- контактирование,
- усиление pragматического воздействия,
- ослабление pragматического воздействия,
- манипуляция,
- распознавание инейтрализация речевого воздействия.

В свою очередь каждое из вышеуказанных стратегических направлений предполагает набор более конкретных стратегий и тактик.

Поскольку обязательным начальным этапом общения является установление контакта, обратимся к стратегии контактирования.

Эта стратегия имеет первостепенное значение, так как фатическая функция (установление контакта) входит в ряд общепризнанных, неотъемлемых функций языка. Для эффективного взаимодействия в бизнесе умение расположить к себе партнера с первых минут знакомства чрезвычайно важно в русле кооперативной коммуникации. Неслучайно в английском языке существует пословица *A good beginning is half the battle!* Поэтому коммуникационная компетентность участников общения проявляется в том, чтобы в зависимости от ситуации, коммуникативного замысла и личности партнера по общению тщательно взвесить и правильно определить, что в данном конкретном случае будет более приемлемым – однозначность и прямолинейность или гибкость и деликатность.

Практическая реализация избранной стратегии происходит при помощи целого ряда речевых тактик, которые могут использоваться как самостоятельные инструменты воздействия, но более эффективны в комбинациях друг с другом. При этом отмечается соединение глаголов коммуникации с другими средствами – прилагательными, междометиями, наречиями и т.п., – и, кроме того, сами глаголы употребляются в разных, в том числе нефинитных, формах и сочетаниях. Именно поэтому мы ставим вопрос о глагольных средствах в целом, а не только о глаголах как операторах стратегического планирования дискурса.

В типологии, на которую мы опираемся в данной работе, стратегия контактирования представлена несколькими вариантами в зависимости от этапа коммуникативного процесса:

- 1) стратегия установления контакта (обычно актуализируется тактиками приветствия, благодарности, представления, ссылки и др.)
- 2) стратегия поддержания контакта (тактики активного слушания (поддакивание, согласие, уточнение, развитие темы), непринужденной беседы (small talk), распределения / перехвата / удержания инициативы, смены темы и др.)
- 3) стратегия прекращения контакта (тактики обобщения, вывода, прощания, подготовки почвы для дальнейшего общения) (Радюк, 2016).

Одним из характерных приемов в деловой коммуникации является соединение на этапе установления контакта тактик

приветствия и представления:

- *Hello!* Let me *introduce* Lin Chan, Sales Manager for National Sugar - and my associate John Martin.

- *Very pleased to meet you.* I'm Victor Tang, and this is my legal adviser Sue Panay (ABC Learning English, [http](#)).

Достаточно типично также использование тактики вежливого интереса к партнеру и благодарности:

- *I hope you had a pleasant flight over.*

- *Yes, we did, thank you* (там же).

При всей банальности данного эпизода очевидно, что участникам такой коммуникативной ситуации необходимо следовать общепринятым правилам делового этикета, ибо в противном случае партнеры показали бы свою «ненастроенность» на конструктивное взаимодействие.

При этом следует учитывать, что разные лингвокультуры имеют отличия в типовых подходах к таким коммуникативным актам, и эти особенности чрезвычайно важны в межнациональных контактах. По словам известного лингвиста Дэвида Кристала, “*a cultural perspective needs to be there from day one*” (Crystal, 2017, p. 13). Общеизвестно, что, в отличие, например, от так называемой средиземноморской лингвокультуры, англосакская деловая культура не предполагает пространный *small talk* и долгое вступление, а предпочитает после обмена краткими приветствиями быстро переходить к обсуждению деловых вопросов (Tomalin & Nicks, 2007). Например:

‘Well, we'd better *get down to business*. Mr. Tang, *to start off with*, I just want *to say* we believe we can *offer* you a very good deal and come up with a *win-win result*’ (ABC Learning English, [http](#)).

Используемые в данном примере глаголы со значением коммуникации выполняют регулятивную функцию, так как именуют коммуникативные шаги, инициируемые говорящим и предписывающие ход развертывания дискурса. Таким образом, здесь стратегия поддержания контакта актуализируется в тактиках призыва к взаимодействию, поощрения его направленности (к обсуждению интересующих обе стороны вопросов) и информирования о намерениях.

На этапе поддержания контакта характерны также тактики распределения/перехвата/удержания инициативы, активного

слушания, и, при необходимости, смены темы. Например:

Let me briefly *tell* you why I passionately and sincerely believe that statement (Munk Debate on President Trump and American Democracy, [http](#)).

Выражения типа ‘let me tell you’ поддерживают позиции говорящего как инициатора общения, причем вне зависимости от приятного или неприятного характера разговора, как, например, в следующем эпизоде:

‘Let me *remind* you of one thing, Mr Kaplan: Asia Pacific is the fastest growing region on this planet. Very soon, Asia will be the second largest aviation market in the world.’

‘That’s why we’re *talking*! And if this alliance is gonna work, then some real changes are gonna have to be made!’ (Crowe, & Pickford, 2000).

В приведенном отрывке из переговоров представителей американской и китайской авиакомпаний очевидны некоторые разногласия: глаголом ‘*remind*’ китаец намекает, что его собеседник не в полной мере учитывает сложившиеся обстоятельства и, следовательно, его видение ситуации нуждается в корректировке. Однако американец оппонирует довольно решительно (‘That’s why we’re *talking*!’), и утвердить собственную позицию ему также помогает глагол коммуникации.

На завершающем этапе общения также очень важно правильно выбрать стратегию прекращения контакта, поскольку от того pragmatischen effekta, который она создаст, будет зависеть возможность возобновить общение и готовность или неготовность партнера к дальнейшему конструктивному взаимодействию.

В случае общей благоприятной обстановки используются типовые формулы завершения беседы и/или прощания, в том числе включающие глаголы со значением коммуникации:

H.E. will see you in a minute. Do you *mind* if I get on with my letters? (W.S. Maugham).

Однако и в случае какого-то напряжения в той или иной ситуации глаголы коммуникации позволяют передать намерение возобновить контакт в дальнейшем. Например, приведенный выше эпизод переговоров между китайской и американской авиакомпаниями закончился следующим пассажем:

Look, I think we all need a break. Let’s *continue* this tomorrow

morning. Shall we say, er, ten o'clock? (Crowe, & Pickford, 2000).

Глагольные средства со значением коммуникации формируют прагматику конструктивного взаимодействия благодаря самой семантике глаголов, которая выражает тот или иной тип отношений между людьми в конкретной ситуации общения и, следовательно, в любом случае поддерживает связь между ними.

Выводы

В ходе проведенного анализа было выявлено, что благодаря следованию четырем максимам Принципа Кооперации и использованию комплекса средств позитивного речевого воздействия (речевые стратегии и тактики, использование глагольных средств со значением коммуникации) появляется то прагматическое воздействие, которое коммуниканты оказывают друг на друга, и, соответственно, более эффективное достижение совместно принятой коммуникативной цели становится возможным по ряду причин. Во-первых, принципы кооперации, как уже ясно из названия, направлены на установление и поддержание контакта. Во-вторых, в рамках названных выше максим возможно использование кооперативных стратегий, запланированное действие которых направлено на обоюдовременное взаимодействие. В-третьих, использование глаголов со значением коммуникации позволяет формировать, обеспечивать связность пропозициональной структуры, распределять роли, регламент и правила коммуникативного акта, а также создавать прагматическую динамику развития системы дискурса.

Литература

1. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения: Лингвистический и дидактический аспекты: Автореферат диссертации ... доктора педагогических наук : 13.00.02. – Москва, 1997.
2. Ветринская В.В. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые при собеседовании при приеме на работу // Вопросы прикладной лингвистики. – 2013. – № 10. – С. 27-34.

3. Грайс Г. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – 1985. – С. 217-237.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: ЛКИ, 2006. – 288 с.
5. Леденева С.Н. О факторах коммуникативной эффективности текста // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. Том 23. № 2. С. 97-101.
6. Малюга Е.Н. Некоторые особенности речевого поведения в официально-деловом стиле // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. № 11. С. 81-85.
7. Пономаренко Е.В. Вариативность речевых стратегий и тактик как средство повышения прагматического воздействия в английском деловом дискурсе: Сборник статей XIV Международной конференции «Россия и Запад: диалог культур» (24-26 ноября 2011 года) Отв. ред. А.В. Павловская. – Вып. 16. – Ч. IV. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – С. 257-264.
8. Радюк А.В. Кооперативные речевые стратегии и тактики в английском деловом дискурсе: Монография. – М.: РУДН, 2016. – 163 с.
9. Храмченко Д.С. Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: Автореферат докторской диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. – М., 2014. – 55 с.
10. ABC Learning English. The Business of English - Episode 12: Negotiating [Electronic resource]. URL: <https://english-online.ae/materials/1651#page1> (accessed: 05.11.2018).
11. BEP-4. Business.english.pod. 2.Meeting.essentials-4 [Electronic resource]. URL: <https://documents.tips/documents/businessenglishpodbep2meetingessentials.html#4> (accessed: 03.12.2018).
12. BEP-5. Business.english.pod. 2.Meeting.essentials-5 [Electronic resource]. URL: <https://documents.tips/documents/businessenglishpodbep2meetingessentials.html#5> (accessed: 03.12.2018).
13. Crowe, R., Pickford, P. Market Leader. Alliance. Video Resource Book. Business English. – Harlow, Essex: Pearson Education Ltd., 2000.

14. Crystal D. My priority for the next 50 years: an online cultural dictionary // Training language and culture. – 2017. – Vol. 1, issue 1. – P. 13-27.
15. Global Refugee Crisis [Electronic resource]. URL:<https://www.c-span.org/video/?407440-1/munk-debate-global-refugee-crisis&start=221> (accessed: 21.02.2019).
16. Lahiff J.M., & Penrose J.M. Business Communication: Strategies and Skills. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 1997. – 686 p.
17. Maugham W.S. Selected Prose. – Moscow: Menedzher, 1999. – 288 p.
18. Mulholland, J. Handbook of Persuasive Tactics: a Practical Language Guide. London, New York: Routledge: 2005.
19. Munk Debate on President Trump and American Democracy. C-SPAN. 12 October 2017 [Electronic resource]. URL: <https://www.c-span.org/video/?435521-1/ej-dionne-newt-gingrich-debate-future-american-democracy> (accessed: 23.02.2019).
20. Radyuk A., & Khramchenko D. Teaching Business English: Cooperative discursive strategies and tactics // Proceedings of INTED2014 Conference 10th-12th March 2014. Valencia, Spain, 2014. – P. 6798-6803.
21. Remarks by the President on the Economy – Kansas City, MO // The White House. Office of the Press Secretary. Remarks by the President on the Economy – Kansas City, MO. – September 20, 2013 [Electronic resource]. URL: URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/09/20/remarks-presidenteconomy-kansas-city-mo> (accessed: 03.12.2018).
22. Tomalin B., Nicks M. The world's business cultures and how to unlock them. London: Thorogood, 2007.

References

- Astafurova, T.N. (1997). *Strategii kommunikativnogo povedeniya v professional'no-znachimykh situaciyah mezhkul'turnogo obshcheniya: Lingvisticheskij i didakticheskij aspekty: Avtoreferat dissertacii ... doktora pedagogicheskikh nauk* [Strategies of communicative behavior in professionally related situations of intercultural communication: linguistic and didactic aspects :

- Author's abstract of Doct. Sc. thesis]. (Doctoral thesis abstract, Moscow).
- ABC Learning English. The Business of English - Episode 12: Negotiating.* (2018). Retrieved from: <https://english-online.ae/materials/1651#page1> (accessed: 05.11.2018).
- A call to strengthen global growth: David Lipton on the IMF Spring Meetings.* (2018). Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=wcG4Ism8R6M> (accessed: 03.12.2018).
- BEP-4. Business.english.pod. 2.Meeting.essentials-4.* (2018). Retrieved from:
https://documents.tips/documents/businessenglishpodbep2meeting_essentials.html#4 (accessed: 03.12.2018)
- BEP-5. Business.english.pod. 2.Meeting.essentials-5.* (2018). Retrieved from:
https://documents.tips/documents/businessenglishpodbep2meeting_essentials.html#5 (accessed: 03.12.2018).
- Crowe, R., & Pickford, P. (2000). *Market Leader. Alliance. Video Resource Book. Business English.* Harlow, Essex, Pearson Education Ltd.
- Crystal, D. (2017). My priority for the next 50 years: an online cultural dictionary. *Training language and culture, 1 (1),* 13-27.
- Global Refugee Crisis. (2019). Retrieved from: <https://www.c-span.org/video/?407440-1/munk-debate-global-refugee-crisis&start=221> (accessed: 21.02.2019)
- Grice, H. (1985). Logika i rechevoye obschenie [Logic and conversation]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Ed. XVI. Lingvisticheskaya pragmatika,* 217-237.
- Issers, O.S. (2006). *Kommunikativnie strategii i taktiki russkoi rechi [Communication strategies and tactics in Russian speech].* Moscow: LKI.
- Khramchenko, D. (2015). *Funktional'no-pragmatischekaja jevoljucija anglijskogo delovogo diskursa: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk [Functional and pragmatic evolution of English business discourse: Author's abstract of Doct. Sc. thesis].* (Doctoral thesis abstract, Russia, Moscow state institute of international relations).
- Lahiff, J.M., & Penrose, J.M. (1997). *Business Communication: Strategies and Skills.* Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

- Ledeneva, S.N. (2017). O faktorah kommunikativnoj ehffektivnosti teksta [On factors of text communicative efficiency]. *Vestnik Camarskogo universiteta. Istorya, pedagogika, filologiya* [Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology], 23 (2), 97-101.
- Malyuga, E.N. (2011). Nekotorye osobennosti rechevogo povedenia v ofitsial'no-delovom stile [Some features of verbal behaviour in the formal business style]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Buryat State University], 11, 81-85.
- Maughan, W.S. (1999). *Selected Prose*. Moscow: Menedzher.
- Mulholland, J. (2005). *Handbook of Persuasive Tactics: a Practical Language Guide*. London, New York: Routledge.
- Munk Debate on President Trump and American Democracy. C-SPAN. October 12, 2017. (2017). Retrieved from: <https://www.c-span.org/video/?435521-1/ej-dionne-newt-gingrich-debate-future-american-democracy> (accessed: 23.02.2019).
- Radyuk, A.V. (2016). *Kooperativnie rechevie strategii i taktiki v angliyskom delovom discourse* [Cooperative speech strategies and tactics in English business discourse]. Moscow: RUDN.
- Radyuk, A., & Khramchenko, D. (2014). Teaching Business English: Cooperative discursive strategies and tactics. In *Proceedings of INTED2014 Conference 10th-12th March 2014, Valencia, Spain*, (pp. 6798-6803).
- Remarks by the President on the Economy – Kansas City, MO. *The White House. Office of the Press Secretary. Remarks by the President on the Economy – Kansas City, MO. September 20, 2013.* (2018). Retrieved from: URL: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/09/20/remarks-presidenteconomy-kansas-city-mo> (accessed: 23.12.2018).
- Tomalin, B., & Nicks, M. (2007). *The world's business cultures and how to unlock them*. London: Thorogood.
- Vetrinskaya, V.V. (2013). Kommunikativnye strategii i taktiki, ispol'zuemye pri sobesedovanii pri prieme na rabotu [Communicative strategies and tactics used at job interviews]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki* [Issues of applied linguistics], 10, 27-34.