

商务俄语专业系列教程

编辑委员会

主 任：严 明

副主任：佟敏强 魏春洁 孟 林 林春泽 王 瑞

委 员：（以姓氏笔画为序）

王俊鹏	王 霞	甘海泉	乐 苓	关秀娟
吉绍昱	李 茜	李睿思	刘 博	刘玉霞
严 明	邹洪涛	邹丽娟	杨昌宇	杨 艳
张 静	张 涛	范莉萍	金南石	林春泽
孟繁红	孟令霞	庞冬梅	姜丽娟	姜占民
赵 艳	桂 芳	曹 飞	崔丽莹	魏春洁

序

在 21 世纪国际化、信息化的形势下,随着全球经济一体化步伐的加快,中俄两国间的交流和合作越来越多,其领域也越来越宽,特别是中俄两国的商务交流日益频繁,对俄语人才的需求,特别是对商务俄语人才的需求呈上升趋势。

竞争的国际化对人才的国际竞争力和就业能力提出了更高的要求,因此迫切需要培养一批符合时代需求的,全面、扎实地掌握俄语语言基础和听、说、读、写、译的技能,掌握商务俄语沟通技能,熟悉国际商务和国际贸易的规则和惯例,能够在国际经济贸易部门、外资企业及政府机构中从事商务俄语工作的,具有创新意识和较强实践能力,具备开放性知识结构和可持续性职业发展前景的,适应人才市场竞争,具有时代特色的复合型、应用型俄语人才,如国际商务文秘、国际商务业务员、国际贸易业务员、企事业单位涉外高级文秘和业务员等,以满足经济与社会发展的需要。

黑龙江大学应用外语学院组织了在商务俄语方面具有长期教学经验和实践经历的教师,在引进消化大量俄文原版教材的基础上,参考了国内外商务俄语,商务基本理论、基本知识以及各种应用性技能方面的教材,编著了商务俄语系列教程。在编著过程中,努力平衡相关专业知识的系统性、理论性、实用性和语言上的可读性之间的矛盾,使其适合中国国情,达到专业知识传授和语言技能培养的统一,突出前沿性、新颖性、实用性,紧紧抓住社会需求和时代发展,符合商务俄语专业人才培养目标。

本系列教程包括:《商务俄语专业口语教程》(上下册)、《商务俄语专业阅读教程》、《商务俄语专业经贸法律选读教程》、《商务俄语专业沟通教程》、《商务俄语专业翻译教程》、《商务俄语专业国际贸易基础教程》、《商务俄语专业国际合同实务教程》、《商务俄语专业国际贸易实务教程》、《商务俄语专业市场营销教程》、《商务俄语专业谈判教程》、《俄罗斯社会与文化》等。本系列教程尚不完备,作者们还将继续努力,不断推出新的教材。

Содержание

Глава 1 Основные теории коммуникации	1
1.1 Межличностная коммуникация	1
1.2 Виды коммуникации	8
1.3 Коммуникативный процесс	15
1.4 Умение слушать как фактор эффективных коммуникаций ...	28
Глава 2 Межкультурная коммуникация	44
2.1 Культура и коммуникация	44
2.2 Межкультурно-коммуникативные барьеры	62
Глава 3 Устные коммуникации	72
3.1 Презентация	72
3.2 Публичное выступление	79
3.3 Деловая беседа	92
3.4 Деловое совещание	100
3.5 Коммерческие переговоры	108
Глава 4 Деловое письмо	119
4.1 Виды деловых писем	119
4.2 Общие требования к структуре, стилю изложения и оформлению деловых писем	129
4.3 Язык и стиль делового письма	138
4.4 Типичные ошибки при подготовке деловых писем	155
4.5 Структура типового делового письма	165
Глава 5 Общая технология работы с деловыми письмами	181
5.1 Подготовка инициативных деловых писем	181

Глава 1

Основные теории коммуникации

Цели:

После прочтения этой главы вы должны узнать:

- 1) понятие коммуникации;
- 2) межличностная коммуникация;
- 3) виды коммуникации;
- 4) коммуникативный процесс;
- 5) коммуникативные барьеры.

1.1 Межличностная коммуникация

1.1.1 Понятие коммуникации

Коммуникация (передача информации, обмен информацией) — это один из наиболее свойственных человеку видов деятельности. Обмен мыслями, характерный для коммуникаций, осуществляется посредством бесед (до сих пор это самая популярная форма времяпровождения в мире), написанного текста (письма, книги, журналы и газеты), рисунков (мультфильмы, телевидение и кино).

Термин «коммуникация» получил определение обменного процесса, совершаемого между двумя или несколькими сторонами, в ходе которого смысловая информация передается посредством намеренно используемых символов (Энджел, Уоршо и Киннеар, 1994).

Коммуникация — это процесс, в котором участвует не менее двух человек: говорящий и слушающий, которые во время коммуникативно-ре-

чевого акта меняются ролями. Чтобы коммуникация состоялась, необходим предмет речи, то, о чем говорят и по поводу чего происходит обмен информацией.

Коммуникация представляет собой специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания, а также пути сообщения. Эффективностью коммуникаций в организации часто определяется качество решений и их реализация. Понятие коммуникации характеризует отношения между людьми, точнее — их связи в процессе совместной деятельности. Без коммуникаций невозможна совместная деятельность людей, как и управление совместной деятельностью.

Коммуникация — это межличностный процесс, целью которого является передача информации. Реальная практика, а также попытки описать и изучить этот процесс привели к ясному пониманию того, что коммуникации представляют собой крайне сложный процесс, подчиняющийся множеству самых разнообразных факторов: языковых, социальных, психологических, культурных. И, естественно, для того, чтобы быть эффективным коммуникатором, человек должен хорошо представлять себе, как этот процесс устроен и с какими «подводными камнями» он может столкнуться на своем пути.

Коммуникация имеет несколько значений. Во-первых, это путь сообщения (например, воздушные или водные коммуникации), во-вторых, это форма связи (к примеру, радио, телеграф и т. п.), в-третьих, это процесс сообщения информации с помощью технических средств — средств массовой коммуникации (печать, радио, кинематограф, телевидение и пр.), наконец, в-четвертых, коммуникация выражает акт общения, связь между двумя или более индивидами, сообщение информации одним лицом другому.

1.1.2 Цели коммуникации

Вступая в общение, то есть взаимодействуя друг с другом, люди обычно преследуют конкретные цели. К основным целям коммуникации обычно относятся:

- формирование и развитие личности;
- развитие общества и общественных отношений;
- социализация личности;
- создание и развитие общественных способов взаимодействия людей;
- социально-психологическая адаптация людей;
- обмен эмоциями;
- обучение, передача умений и навыков;
- обмен информацией;
- обмен деятельностью;
- формирование отношения к себе, к другим людям к обществу в целом.

1.1.3 Функции коммуникации

Главным и единственным субъектом коммуникации является человек, который для обеспечения своей жизнедеятельности вступает во взаимосвязь с другими людьми. Система человеческих взаимоотношений опосредуется культурой, которая определяет характер и эффективность человеческого общения. Но в ходе различных видов деятельности человека складывается потребность в поиске более совершенных и эффективных форм общения, что порождает различные роли и назначение тех или иных форм общения. Иными словами, в зависимости от разнообразных причин различные формы общения приобретают соответствующее назначение в жизнедеятельности людей, то есть функцию. Функциональный анализ коммуникации дает возможность выявить ту социальную роль, которую она выполняет в обществе, и помогает более точно понять ее сущность.

В научной литературе не существует однозначного решения вопроса о функциях коммуникации. Однако большинство зарубежных и отечественных ученых сходятся во мнении, что процессу коммуникации присущи определенные функции.

Информационная функция

В современной науке понятие «информация» трактуется как обмен

между людьми различного рода знаниями и сведениями. Здесь коммуникация играет роль посредника. Она представляет собой обмен сообщениями, мнениями, замыслами, решениями, который совершается между коммуникантами. Информационный обмен может совершаться как ради достижения какой-то практической цели, решения какой-либо проблемы, так и ради самого процесса коммуникации, поддержания отношений между людьми.

Социальная функция

Она заключается в формировании и развитии культурных навыков взаимоотношения людей. Эта функция формирует наши мнения, мировоззрение, реакции на те или иные события. Ведь культура не может существовать вне общения, так как только в этих процессах человек, будучи общественным существом, может согласовать свои действия с действиями других людей, добиться выполнения социально значимых целей, да и просто стать человеком. Благодаря этой функции всем членам общества обеспечивается приобретение некоторого уровня культурной компетенции, с помощью которой становится возможным их нормальное существование в данном обществе.

Экспрессивная функция

Она означает стремление партнеров по коммуникации выразить и понять эмоциональные переживания друг друга. Так, межличностная коммуникация всегда начинается с установления контакта между партнерами. При этом важно не только сообщить необходимую для общения информацию (представиться), выбрав для этого стереотипные вербальные высказывания, но и дополнить их невербальными средствами (улыбка, рукопожатие), которые должны показать нашу расположенность (нерасположенность) к контакту. Плохое первое впечатление может разрушить далеко идущие планы партнеров. Выражение эмоций очень важно и в дальнейшем общении, когда укрепляются намеченные связи между людьми, осуществляется какой-то совместный проект.

Экспрессивная функция проявляется в выражении чувств, эмоций в процессе коммуникации через вербальные и невербальные средства. Они связаны с выбранным стилем речевого общения, используемыми неверба-

льными средствами коммуникации. В зависимости от того, какой способ передачи чувств и эмоций выбран, экспрессивная функция может значительно усилить или ослабить информационную функцию коммуникации. Особое значение экспрессивная функция имеет для творческих людей, создающих произведения, которые должны быть оценены другими и в которых отражается их собственное образное восприятие мира и эмоциональное отношение к нему. В ходе осуществления этой функции в партнере возбуждаются нужные эмоциональные переживания, которые в свою очередь способны изменить собственное эмоциональное состояние.

Прагматическая функция

Эта функция позволяет регламентировать поведение и деятельность участников коммуникации, координировать их совместные действия. Она может быть направлена как на себя, так и на партнера, в ходе осуществления этой функции возникает необходимость прибегать как к побуждению партнера к выполнению какого-то действия, так и к запрещению каких-то поступков. Ведь человек общается ради достижения каких-то целей, для чего осуществляет определенную деятельность, которая в свою очередь нуждается в постоянном контроле и корреляции. Именно это и выполняет прагматическая функция коммуникации.

Интерпретативная функция

Она служит прежде всего для понимания своего партнера по коммуникации, его намерений, установок, переживаний, состояний. Дело в том, что различные средства коммуникации не только отражают события окружающей действительности, но и интерпретируют их в соответствии с определенной системой ценностей и политических ориентиров. Некоторые зарубежные исследователи называют это свойство коммуникации *interpretation function*, подчеркивая таким образом значение именно интерпретации информации, отбора и освещения фактов с определенных позиций. В то же время эта функция зачастую используется для передачи конкретных способов деятельности, оценок, мнений, суждений и т. д.

При изучении функционального аспекта коммуникации необходимо помнить, что все указанные функции тесно связаны между собой и присутствуют в том или ином сочетании фактически в любом виде коммуника-

ции. На практике все эти функции в соответствующей степени проявляются на разных уровнях межличностной коммуникации: социально-ролевом, деловом и интимно-личностном.

Социально-ролевой уровень коммуникации связан с выполнением ожидаемой от человека роли, невозможен без знания норм окружающей человека среды. Общение при этом носит, как правило, анонимный характер и не зависит от того, происходит ли оно между близкими, знакомыми или незнакомыми людьми.

На уровне делового общения идет совместное сотрудничество, поэтому целью общения на этом уровне является повышение эффективности совместной деятельности. Партнеры оцениваются с точки зрения того, насколько хорошо они выполняют свои функциональные обязанности и решают поставленные перед ними задачи.

На интимно-личностном уровне общения человек удовлетворяет свою потребность в понимании, сочувствии, сопереживании. Обычно для этого уровня характерны психологическая близость, эмпатия, доверительность.

1.1.4 Коммуникация в бизнесе

Коммуникация в бизнесе — это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности. В рассматриваемой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого. Основные задачи коммуникации в бизнесе — продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений.

Коммуникации в бизнесе предполагают реализацию следующих условий:

- 1) обязательность контактов всех участников общения, независимо от их симпатий и антипатий;
- 2) предметно-целевое содержание коммуникации;
- 3) соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия, с учетом должностных ролей, прав и функциональных обязанностей, при-

держиваясь при этом субординации и делового этикета;

4) взаимозависимость всех участников деловой коммуникации и в достижении конечного результата, и при реализации личных намерений;

5) коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование, камуфляж);

6) формальные ограничения.

Формальные ограничения выступают в следующих формах: конвенциональные ограничения, ситуативные, эмоциональные, насильственные.

Коммуникации в бизнесе можно определить как науку, объектом исследования которой являются аспекты общения людей в деловой сфере, факторы, обеспечивающие эффективность деловых контактов.

Деловое общение предполагает общение между людьми в служебной сфере. Участники делового общения выступают в официальных статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты поведения людей. Особенности делового общения заключаются в том, что людей, участвующих в деловом общении, отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела. Основной задачей делового общения является продуктивное сотрудничество.

Деловое общение предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Для того, чтобы деловое общение проходило беспрепятственно, оно должно состоять из ряда последовательных этапов (Рис. 1.1.1).

На первом этапе осуществляется установка контакта (знакомство), в процессе которого происходит понимание другого человека, представление себя другому человеку. Далее необходимо сориентироваться в ситуации общения, осмыслить происходящее. Следующий этап предполагает обсуждение проблемы, после чего разрабатывается вариант ее решения. Последним этапом делового общения является завершение контакта.

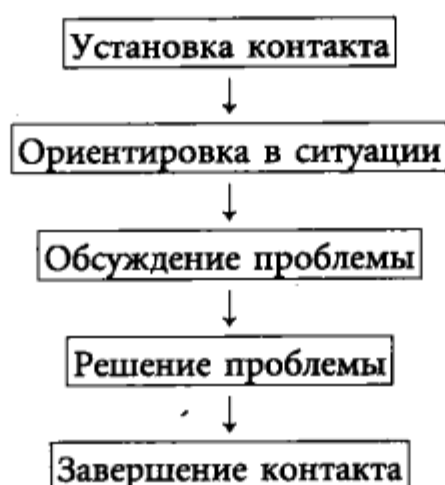


Рис. 1.1.1 Этапы делового общения

Деловое общение должно строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором повышения эффективности деятельности организации.

1.2 Виды коммуникации

1.2.1 Устные и письменные коммуникации

По способу обмена информацией различают устные и письменные коммуникации.

Вряд ли случаен тот факт, что коммуникации крайне многообразны по своим формам. Язык представляет собой одно из важнейших средств, обеспечивающих взаимодействие между людьми, а следовательно, его использование просто не может не принимать самых разнообразных форм. Рассмотрим основные, наиболее важные основания для классификации коммуникаций.

Казалось бы, какое имеет значение, говорим мы или пишем, если в обоих случаях мы используем одни и те же слова, одинаково строим выражения и т. д.? Однако различия между устными и письменными коммуникациями достаточно существенны, и любой коммуникатор не может пренебрегать ими (если, конечно, он хочет быть эффективным).

Устная речь — это первичная, так сказать, естественная форма ком-

муникации. Письменная речь возникла гораздо позже — как ответ на необходимость сохранять информацию или передавать ее в ситуации, когда между участниками коммуникации нет непосредственного контакта. И действительно, если человек, к которому мы хотим или должны обратиться, находится в сотнях километрах от нас, возникает вполне естественное намерение написать ему письмо.

Письменные коммуникации целесообразно использовать в нескольких случаях.

1) Они уместны и даже необходимы, если требуется отправить одно сообщение (или несколько практически аналогичных сообщений) разным лицам. Телефонные звонки или личное общение в этом случае займут много времени, поскольку нужно будет переговорить с каждым из адресатов. Письмо же достаточно подготовить одно, даже если это заготовка, которая будет варьироваться в зависимости от особенностей конкретного адресата.

2) Письменную форму общения желательно использовать при передаче важной или официальной информации, а также в том случае, если требуется передать сложную информацию или большое ее количество. Письменная форма позволяет более эффективно донести информацию до получателя, обеспечить ее сохранность, поскольку к письменному тексту можно обратиться повторно для уточнения каких-то деталей. Преимущество письменной формы общения состоит также в том, что в случае необходимости вы сможете доказать какие-то факты (например, то, что вы действительно сообщили о событии). Конечно, одной письменной фиксации здесь недостаточно, подобного рода документы следует особым образом регистрировать в секретариате, иначе они не будут иметь юридической силы.

3) С точки зрения отправителя письменные сообщения имеют важное преимущество: они позволяют при необходимости точно узнать, что же именно было сообщено. Кстати, именно поэтому некоторые специалисты рекомендуют вести специальные бланки учета, в которых фиксируются телефонные и разговоры и их результаты. Естественно, имеет смысл также хранить деловые письма, которые вы отправили партнерам. Возмо-

жно, злоупотребление этим советом ведет к бюрократии, но в нем присутствует здоровое начало. К тому же это тоже письменная форма!

4) Письменная форма коммуникации естественна, если адресат находится далеко, а следовательно, мы не можем вступить с ним в непосредственный контакт (так сказать, контакт «лицом к лицу»).

5) Наконец, в определенном смысле письменные коммуникации более экономичны, чем коммуникации устные. И дело не только в том, что иногда они позволяют нам сэкономить рабочее время. Особенно очевидно это в эпоху Интернета, когда мы можем очень быстро общаться с людьми, находящимися практически в любой точке планеты, с минимальными финансовыми и временными затратами.

Устные коммуникации, в свою очередь, обладают целым рядом преимуществ, которые в некоторых случаях делают их более предпочтительными, чем письменные коммуникации.

1) Устное общение — это, как правило, общение лицом к лицу; по крайней мере, даже когда мы говорим по телефону, мы можем непосредственно реагировать и воспринимать реакции нашего собеседника. А потому оно обеспечивает прекрасные условия для психологического контакта. Возможность восприятия спонтанных реакций адресата, как вербальных, так и невербальных, дает нам доступ к внутренним состояниям собеседника, что облегчает прогнозирование дальнейшего развития событий.

2) Хотя выше уже указывалось, что письменные коммуникации позволяют сэкономить время, это справедливо далеко не всегда. Подготовка хорошего письма требует достаточно больших временных затрат: иногда времени необходимо гораздо больше, чем для обдумывания телефонного разговора. Ведь при телефонном общении требования к качеству выражения мыслей не такие уж и жесткие, ведь понятно, что вы говорите спонтанно, а потому и на некоторые ваши ошибки можно закрыть глаза.

3) Устное общение предоставляет множество возможностей для исправления допущенных ошибок, смягчения жестких, необдуманных выражений и т. д., в том числе и в соответствии с реакцией адресата. Если же что-то подобное попадет в письменный текст, то последствия могут

быть самыми неожиданными и нежелательными.

1.2.2 Внешние и внутренние коммуникации

По месту осуществления коммуникации разделяются на внутренние коммуникации, при которых стороны коммуникации находятся в рамках организации и внешние коммуникации — одна из сторон коммуникации относится к субъектам внешней среды организации.

В менеджменте коммуникации принято делить на внешние и внутренние. Внешние коммуникации протекают между организацией и ее средой. К ним можно отнести:

- коммуникации с потребителями;
- коммуникации с общественностью;
- коммуникации с государством и государственными структурами.

Внутренние коммуникации — это коммуникации, которые имеют место в рамках организации: между отдельными работниками, между подразделениями. Как правило, такие коммуникации связаны с координацией деятельности работников или подразделением.

1.2.3 Горизонтальные и вертикальные коммуникации

Партнеры по коммуникации далеко не всегда являются равными. Так, например, разговаривая со старшим по возрасту человеком, мы обычно обращаемся к нему на «вы», тогда как он в некоторых случаях может использовать местоимение «ты» (хотя это соответствует стандартам вежливости лишь в некоторых случаях).

В сфере делового общения это различие, естественно, проявляется в коммуникациях между начальниками и подчиненными. Дело, конечно, не в том, каким образом обращаются друг к другу сотрудники, ведь вполне можно представить, что начальник и подчиненный обращаются друг к другу на «ты». Дело в том, кто может принимать решения и отдавать распоряжения, и именно в этом заключается суть иерархии внутри любой организации. Поэтому будем считать, что вертикальные коммуникации — это любое общение, в котором один человек принимает решение и передает это решение другим людям, тогда как горизонтальные коммуника-

ции — это общение, в котором решение вырабатывается коллективно.

Здесь можно выделить два подтипа: а) восходящие коммуникации и б) нисходящие коммуникации. Восходящие коммуникации выполняют функцию оповещения руководства о том, что происходит на низших уровнях. Благодаря таким коммуникациям руководство узнает о том, какие проблемы имеются в настоящий момент, какие проблемы могут возникнуть в ближайшем будущем и что было предпринято для решения проблем, о которых уже известно. В последнее время достаточно широкое распространение получили особые совещания, которые проводятся при участии рабочих и направлены непосредственно на решение производственных проблем. Такие совещания можно проводить нечасто, например, один раз в неделю или даже в две недели. Однако даже такие редкие встречи помогут руководству и рядовым сотрудникам лучше понять проблемы противоположной стороны и решить назревшие вопросы. Нисходящие коммуникации — это, как правило, передача директивной информации, которая должна послужить основанием для совершения действий, изменений в организации и ее поведений и т. д.

Горизонтальные коммуникации — это общение между работниками, которые могут иметь общего руководителя, хотя это условие не является обязательным. Основная задача таких коммуникаций состоит в координировании действий работников или подразделений в рамках производственного процесса. Горизонтальные коммуникации играют очень важную роль, поскольку позволяют согласовывать действия при контроле за издержками, распределении ресурсов, сбыте продукции, а также помогают устанавливать равноправные отношения между подразделениями.

Различие между вертикальными и горизонтальными коммуникациями хорошо видно при сопоставлении. Подчиненный может объяснить своему начальнику, почему считает принятое решение неправильным. Более того, он может прилагать усилия, чтобы изменить это решение. Однако, по большому счету, принятие решения от него не зависит; в итоге ему придется смириться с ним, ведь к этому его обязывает субординация, а любой протест — это нарушение трудовых обязанностей. В ответ на предложение о партнерстве и сотрудничестве представитель другой организа-

ции может как согласиться, так и отказать, и при этом он, в отличие от подчиненного, имеет полное право исходить из своих личных интересов или интересов организации. Другими словами, он обладает гораздо большей свободой в принятии решения, чем подчиненный, который не согласен с мнением начальника.

Разные организации в административном плане не зависят друг от друга, а потому имеет смысл считать, что между ними устанавливаются горизонтальные коммуникации. И действительно, эффективное и выгодное обеим сторонам деловое сотрудничество возможно только в том случае, если каждая из них хорошо осознает пользу от него и не видит препятствий для ее извлечения.

Иногда также выделяют диагональные коммуникации. Так называют общение, связывающее подчиненных и начальников разных отделов, то есть коммуникации, которые сочетают в себе свойства горизонтальных и вертикальных.

1. 2. 4 Непосредственные, опосредованные, прямые, косвенные коммуникации

По средствам общения возможно деление на четыре вида: непосредственные, опосредованные, прямые, косвенные. Непосредственные осуществляются с помощью естественных органов, данных человеку: руки, голова, туловище, голосовые связки и т. д. Опосредованные связаны с использованием специальных средств и орудий. Прямые предполагают личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения. Косвенные осуществляются через посредников, которыми могут выступать другие люди.

1. 2. 5 Односторонние, двухсторонние, многосторонние коммуникации

В зависимости от количества сторон, участвующих в коммуникации, выделяют односторонние, двухсторонние, многосторонние коммуникации. Односторонние коммуникации — в коммуникации участвует одна сторона, это, как правило, начало коммуникационного процесса. Двух-

сторонние коммуникации — в коммуникационном процессе принимают участие две стороны. Многосторонние коммуникации — в процессе коммуникации участвует более двух сторон.

1.2.6 Монологические и диалогические коммуникации

В соответствии с типом речи, используемым в коммуникации, существуют монологические и диалогические их системы. Монологические коммуникации — выработка сообщения происходит в одном месте, получатель информации не имеет права уклониться от выполнения содержащегося в сообщении приказа. В диалогической системе функционирует множество источников, имеющих право на создание сообщений. К монологическим видам относятся: приветственная речь, торговая речь (реклама), информационная речь, доклад. Диалогические виды коммуникаций: деловой разговор (кратковременный контакт, преимущественно на одну тему); деловая беседа (продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений); переговоры (обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу); интервью (разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения); дискуссия; совещание (собрание); пресс-конференция; деловой разговор (непосредственный, «живой» диалог); телефонный разговор (дистантный, исключаящий невербальную коммуникацию).

1.2.7 Формальные и неформальные коммуникации

Если в качестве критерия классификации рассматривать источники регулирования коммуникации, то выделяются формальные и неформальные коммуникации. Формальные коммуникации осуществляются на основе хорошо проработанных и легитимных, как правило, выраженных в письменной форме инструкций, руководств, методик и т. п. Неформальные коммуникации осуществляются на основе устных норм и правил.