



КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ДИСКУРСА



Стратегия (др.греч.- искусство полководца)-
общий, недетализированный план какой-либо
деятельности, охватывающий длительный
период времени, способ достижения сложной
цели.



Среди отечественных ученых крупнейший
вклад в теорию коммуникации внесли Бахтин,
Лотман, Мамардашвили, Щедровицкий.

Типы коммуникационных стратегий:

- презентация;
- манипуляция;
- конвенция.

По уровню открытости:

презентационный тип является пассивной коммуникацией; манипуляционный тип является активной коммуникацией; конвенциональный тип является интерактивной коммуникацией.

Конвенциальная стратегия.

Конвенция - (от лат. Conventio- договор, соглашение)- разновидность международного договора, в котором прописанные нормы являются юридически обязывающими для сторон., подписавших эту конвенцию.

Цель: обеспечение коммуникации между различными участниками общения (например, разными социальными группами гражданского общества), и достижение договора, который позволит коммуникантам воплощать в жизнь практические задачи (реализовывать какой-либо проект).



Презентационная стратегия.

Задачей презентационной стратегии является сообщение знания. Знание может преподноситься как обсуждение или рассуждение, что предполагает взаимодействие участников общения.



Манипуляционная стратегия.

Цель: управление ситуацией через управление поведением людей.

Содержание сообщения (коммуникативное пространство текста) создается заранее и определенным образом «упаковывается» для того, чтобы изменить его смысловую, целевую или ценностную идентификацию адресантом.

Манипуляционные стратегии коммуникации особенно характерны для таких способов структурирования информации, как идеология, пропаганда и реклама.



Коммуникативное воздействие (как манипулятивное, так и конвенциональное) направлено на разные уровни сознания адресата: на знания (когнитивный), отношения (аффективный) и намерения (конативный).

Способы воздействия также различаются:



можно влиять на сознание путем выстраивания рациональной аргументации (убеждение), через эмоциональную сферу (вызов чувственной реакции), или воздействуя на подсознание (суггестия).



«Голосуй или проиграешь»,

«Я один из вас. Я понятый народом
избранник»,

«Если и искать лозунг для моей
предвыборной позиции, то он очень
простой. Это -- достойная жизнь»,

«России нужен руководитель - смелый,
сильный, умный, способный не только
защитить права и свободы граждан, но и
напомнить всем об их обязанностях, такой
человек у нас есть - это Владимир
Владимирович Путин».

Примеры из рекламы:

- Клей X клеит бумагу. Клей Y клеит фаянс. Клей Z клеит стекло. Клей МОНОЛИТ клеит все.
- Автомобиль, который поможет вернуть вам доверие к машинам - VOLVO.
- Вы давно ищете тушь, которая держалась бы на ресницах целых 24 часа? Вы нашли ее.