

# **КЛАССИФИКАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПО ЦЕЛИ**

**Информирующие**

**Воздействующие**

**Убеждающие**

**Манипулятивные**

**Самопрезентации**

**Кооперативные**

**Конфронтационные**

## КЛАССИФИКАЦИЯ ТАКТИК ПО ЗНАЧЕНИЮ (ПО В. ДЕЙКУ)

- **Перевоплощение**: инициатор коммуникации искусственно устанавливает разрыв в знаниях, перевоплощаясь при этом в «незнайку», «провинциала», «дилетанта» или даже в «дурачка»
- **Обобщение**: подчеркивается типичность, неслучайность и неисключительность информации (вербальные сигналы – обобщающие слова (все, всегда и пр.)
- **Приведение примера**: иллюстрируется, подтверждается примером, что общее (или формируемое) мнение основано на конкретных фактах (опыте).
- **Уступка**: демонстрируется реальная или воображаемая терпимость, готовность принять другую точку зрения даже при отказе от некоторых собственных убеждений и интересов

- **Контраст** – тактика противопоставления, подчеркивание положительных и отрицательных оценок, действий, свойств (часто путем противопоставления МЫ-группы и ОНИ-группы; чужие – свои)
- **Провокация** – тактика «подстрекательства» на действия, которые могут иметь негативные последствия для субъекта, «выведение из себя»
- **Прогнозирование**: аналитическое формулирование ожидаемого (возможного) развития событий с опорой на реальное положение дел, необходимые ценностные ориентации, требования
- **Неожиданность** – использование неожиданной или неизвестной слушателям информации для оживления коммуникации и привлечения угасающего внимания

- **Апелляция к авторитету** – приведение мнения личности, обладающей высоким авторитетом в обществе или в определенных его слоях, срабатывает «эффект имени»
- **Привлечение эксперта**, или экспертное мнение - тактика, близкая тактике «апелляция к авторитету»: предъявление мнения того, кто является специалистом (профессионалом) в определенной сфере, срабатывает «эффект профессионала»
- **Личное свидетельство**, или свидетельство наблюдателя (участника): приведение мнения «простых людей» (например, представителей социальной группы – пенсионеров, студентов, рабочих и т.п.) по проблеме, срабатывает «эффект очевидца»

- «да-да-да», или «трех да»: партнеру подряд задаются тричетыре вопроса, на которые он обязательно должен ответить «да» (со времен Сократа – для убеждения)
- **Черный оппонент** – тактика, противоположная тактике «трех да»: партнеру по общению задается несколько вопросов с таким расчетом, чтобы хотя бы на один из них (а лучше – на все) он не смог ответить, после чего следует речевая формула прерывания коммуникации (например, «Дальнейшее обсуждение бессмысленно» и пр.)