

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ

*Ли Сяосюй*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
lxxxxlru@gmail.com*

*Научный руководитель – Л. Г. Дуктова,  
кандидат филологических наук, доцент*

Предметом исследования являются основные подходы к классификации коммуникативных стратегий в работах российских и белорусских ученых. Отмечено, что среди коммуникативных стратегий выделяют основные и вспомогательные, а также развивающую, манипулятивную и императивную коммуникативные стратегии. Изучение типологии коммуникативных стратегий будет способствовать оптимальной систематизации эмпирического материала по изучению особенностей коммуникативных стратегий компаний.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия; медийная стратегия; адресант; адресат; целевая аудитория.

## BASIC APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF COMMUNICATION STRATEGIES

*Li Xiaoxu*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Li Xiaoxu (lxxxxlru@gmail.com)*

*Research advisor – L. G. Duktova, candidate of Philology,  
associate Professor*

The subjects of the study are the main approaches to the classification of communication strategies in the works of Russian and Belarusian scientists. It is noted that among the communication strategies there are basic and auxiliary, as well as developmental, manipulative and imperative communication strategies.

Studying the typology of communication strategies will contribute to the optimal systematization of empirical material on the study of the characteristics of companies' communication strategies.

**Key words:** communication strategy; media strategy; addressee; destination; the target audience.

Коммуникативная стратегия представляет собой совокупность запланированных и реализуемых действий для достижения коммуникативной цели, под которой рассматривается стратегический результат. Эффективность коммуникации компании с целевыми аудиториями зависит от правильно выбранной стратегии. Существуют различные подходы к классификации коммуникативных стратегий. По функциональному принципу выделяют основные и вспомогательные стратегии. Основные коммуникативные стратегии базируются на построении коммуникации адресата и адресанта с учетом значимых мотивов, целей, «непосредственно связаны с воздействием на адресата, его картину мира, его поведение» [1, с. 149]. Среди вспомогательных стратегий выделяют диалогические (осуществление контроля над темой в целях поддержания инициативы в процессе коммуникации и выявления степени понимания у адресата), риторические (связаны с техникой эффективного воздействия на целевую аудиторию) и прагматические, к которым относятся статусные, ролевые стратегии, а также стратегия самопрезентации.

Л. Видулова, М. Желтухина, С. Герасимова, И. Макарова выделяют развивающую, манипулятивную и императивную коммуникативные стратегии. В основе развивающей стратегии находится диалог коммуникантов, который может базироваться на партнерстве и содружестве, направлен на взаимодействие участников коммуникативного процесса. Манипулятивная стратегия предполагает использование приемов подсознательного стимулирования, своего рода, маскировочных техник: «Воздействие скрытое, с опорой на стереотипы, чаще всего это провокация, обман, интрига, намек. Одним из видов манипуляции может быть соперничество, при котором партнерство по коммуникации представляется опасным и непредсказуемым, с чем приходится считаться. Тогда используются некоторые виды «тонкой» манипуляции, джентельменские или временные тактические соглашения» [1, с. 149].

Среди коммуникативных стратегий выделяют рыночные (базируются на изучении рынка, основных векторах построения коммуникации с субъектами рынка (потребители, производители, конкуренты, партне-

ры)), креативные (используются при позиционировании бренда, когда в основе стратегии находится определенная креативная идея, которая близка целевой аудитории) и медийные.

В числе медийных коммуникативных технологий – «стратегия управления новостями и новостными потоками в современных массовых коммуникациях. Стратегии работы со СМИ (установление контакта с главным редактором, директором или перспективными журналистами, способы достижения лояльности СМИ и др. Стратегии нейтрализации негативного сотрудничества со СМИ)» [2, с. 5–6].

А. Соловьев отмечает: «Технологии массмедиа можно определить, как формы, форматы, техники, жанры, приемы, обеспечивающие функционирование современных средств массовой информации и коммуникации» [3, с. 39].

Таким образом, существуют различные подходы к классификации коммуникативных стратегий, среди которых выделяют следующие: основные и вспомогательные; развивающую, манипулятивную и императивную коммуникативные стратегии; рыночные, креативные, медийные стратегии. Изучение типологии коммуникативных стратегий будет способствовать оптимальной систематизации эмпирического материала по изучению особенностей коммуникативных стратегий компаний.

### Библиографические ссылки

1. *Викулова Л. Г., Желтухина М. Р., Герасимова С. А., Макарова И. В.* Коммуникация: теория и практика. М.: ВНК, 2020. 336 с.
2. *Дуктова Л. Г.* Стратегический медиарилейшнз. Минск: БГУ, 2018. 34 с.
3. *Соловьев А. И.* Современные технологии массмедиа. Минск: БГУ, 2018. 279 с.