

КОПИРАЙТИНГ КАК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РЕЧЕВЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

*А.В. Глаголева, Ю.Н. Земская,
И.Ю. Качесова, Е.А. Кузнецова*

Ключевые слова: текст, дискурс, субъект коммуникации, моделирование, копирайтинг.

Keywords: text, discourse, subject of communication, modeling, copywriting.

DOI 10.14258/filichel(2020)2-05

Введение

В современном гуманитарном знании в последнее время сложилась тенденция к объединению и взаимному проникновению филологической и коммуникативной парадигм. Формируется филологическая теория коммуникации, предполагающая новый взгляд на базовые гуманитарные категории: филология не только изменяет понимание статусов субъекта коммуникации, текста и дискурса, но и дает новый взгляд на связь этих категорий. «В филологических науках складываются новые направления коммуникативного спектра: коммуникативная лингвистика, коммуникативное литературоведение, коммуникативная модель риторики, коммуникативная теория текста и др.» [Чувакин, 2014, с. 15–29]. Связь филологической и коммуникативной парадигм происходит в фокусе осмысления принципов и механизмов деятельности человека по осуществлению воздействующего (управляющего) эффекта. Основные вопросы антропоцентрической и функциональной парадигм: какова сущность субъекта коммуникации? каким образом можно определить статус субъекта коммуникации? какова роль текста? зачем субъект коммуникации организует коммуникативную деятельность? какой результат предполагает? и подобные – все это позволяет рассмотреть филологическую теорию коммуникации в контексте управления речевыми коммуникациями. Так, например, Е.А. Яковлева [Яковлева, 1998, с. 16] выделяет функцию управления в качестве базовой функции при описании риторических механизмов порождения речи; или см. точку зрения И.Ю. Качесовой: «Управленческой задачей Ритора является построение и реализация эффективной речемыслительной деятельности. Риторика, в сущности, в своей основе решает

важнейшую методологическую проблему теории коммуникации – проблему управления деятельностью людей при помощи коммуникативных механизмов» [Качесова, 2018, с. 466]. Формирование филологической теории коммуникации не в последнюю очередь связывают с существованием Алтайской филологической школы, научные наблюдения которой системно апробированы на разнообразном текстовом материале в диссертационных исследованиях, монографиях, научных статьях и учебных пособиях. В частности, можно назвать серию сборников научных статей «Человек. Коммуникация. Текст» (1997–2008), ежегодник «Филолого-коммуникативные исследования» (2014, 2015, 2016, 2017); статьи в научном журнале «Филология и человек» (см., например, работы: [Чернышова, 2015; Качесова, Клинк, 2017; и др.]).

В данной статье предпринята попытка описания текстопорождающей деятельности субъектов с точки зрения филологической теории коммуникации. Целью статьи является определение механизма, моделирующего управление деятельностью субъектов коммуникации. В качестве частного случая такого рода деятельности выбран копирайтинг.

Исследователи указывают на существование проблемы теоретического описания копирайтинга. Так, например, утверждается, что есть проблемы описания границ понятия. Одни исследователи дают общий взгляд на этот процесс, определяя его технологичность: «Спичрайтинг и копирайтинг являются ведущими технологиями в сфере интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Любая коммуникация предполагает обмен информацией, чаще всего она предстает в форме текста, изучением создания которого традиционно занимается филология. В настоящее время сложилась следующая ситуация: современные авторы, пишущие на темы спичрайтинга и копирайтинга, – это либо ученые-филологи, находящиеся преимущественно в академической среде, либо специалисты-практики, работающие в коммуникационной отрасли. Первым часто недостает практического опыта, вторым – теоретического обобщения имеющегося опыта, поэтому многие учебные пособия и сборники рекомендаций имеют аналогичные характеристики» [Земская, Кузнецова, 2014, с. 137]. Другие авторы соотносят копирайтинг только со сферой его функционирования: так, например, выделяют копирайтинг в рекламе, веб-копирайтинг, копирайтинг в public relations, написание продающих текстов и т.д. Ю.Н. Земская и Е.А. Кузнецова, описывая риторическую базу функционирования спичрайтинга и копирайтинга, устанавливают практическую

ориентированность этих процессов и определяют принцип эффективности коммуникации в качестве базового для подобного рода деятельности. При этом устанавливается сущность процессов спичрайтинга и копирайтинга как связующего звена между субъектом коммуникации (спичрайтером или копирайтером), порожаемым текстом и дискурсом: «В этом контексте включение копирайтинга и спичрайтинга в число ведущих технологий интегрированных маркетинговых коммуникаций – пример широкого понимания текста как инструмента коммуникации, осознание его «производственных» возможностей и «точка входа» филологических компетенций в актуальные рыночные процессы» [Земская, Кузнецова, 2014, с. 142]. В качестве базовых признаков спичрайтинга и копирайтинга выделяются, во-первых, способность формировать цепочку тексто-дискурсивных преобразований («телеологически это деятельность, сопровождающая формирование и приращение публичного капитала базисного субъекта PR» [Земская, Кузнецова, 2014, с. 142]); во-вторых, технологичность спичрайтинга, которая основывается на модели говорящий – текст – слушающий; в-третьих, устанавливается риторическая сущность деятельности по порождению текстов. Следовательно, принцип эффективной коммуникации, лежащий в основе выделения процесса копирайтинга, позволяет описать копирайтинг с позиции управления речевыми коммуникациями и включить это явление в фокус исследования филологической теории коммуникации.

Субъект коммуникации, текст и дискурс с точки зрения управления речевыми коммуникациями

Идея управления речевыми коммуникациями формирует новое, филолого-коммуникативное наполнение связей категорий субъекта коммуникации, текста и дискурса. Традиционная диада «Говорящий – Слушающий» (или «Ритор – Аудитория»), попадая в контекст управления речевыми коммуникациями, начинает трансформироваться. В диаде «Говорящий – Слушающий» акцент делается на линейности вектора движения в процессе воздействия: говорящий передает информацию слушающему, затем слушающий совершает ответный акт по формированию обратной реакции. Филологическая теория коммуникации изменяет статус субъекта коммуникации: «С позиций филологии человек в коммуникации может быть охарактеризован по нескольким основаниям. Это – диалогичность как фундаментальный принцип коммуникативной деятельности; деятельность по порождению, пониманию, интерпретации смысла; готовность (способность) управлять

коммуникацией» [Чачесова, Чувакин, 2014, с. 137]. Другими словами, человек в коммуникации выступает во всем богатстве своих коммуникативных свойств и характеристик, которые актуализируются только тогда, когда он осуществляет воздействие и когда происходит взаимодействие субъектов коммуникации друг на друга. Только совместная деятельность говорящего и слушающего обеспечивает работу программы управления, и в недрах этого совместного сосуществования рождается новый (коммуникативно обусловленный) субъект коммуникации. «Категория субъекта коммуникации в аспекте управления ценна следующими характеристиками: во-первых, речь идет о взаимной корреляции деятельности субъектов коммуникации; во-вторых, акцент сдвинут с результата деятельности на процесс; в-третьих, каждый из субъектов обеспечивает равную включенность в передачу, порождение и освоение смыслов сообщения; в-четвертых, воздействие осуществляется в широком социокультурном контексте (поэтому используются средства не только вербального кода, но и других семиотических систем)» [Кошей, Чувакин, 2006, с. 8].

Подобным образом изменения коснулись категорий текста и дискурса. Применительно к тексту можно говорить о двух проблемах: во-первых, это определение его места в кругу других категорий филолого-коммуникативной парадигмы, во-вторых, уяснение его статуса.

Статус текста как категории определяется сопряжением коммуникативных деятельностей говорящего и слушающего. На уровне текста происходит сопряжение двух персуазивных программ: деятельность говорящего по управлению деятельностью слушающего находит свое отражение в функционировании механизма порождения текста (копирайтинга). В результате действия этого механизма актуализируется программа управления на уровне картины мира слушающего: процесс текстопорождения имеет своей внутренней формой процессы понимания и интерпретации. Заложенная говорящим программа деятельности соединяется с программой усмотрения смыслов. Аудитория из пассивного субъекта преобразуется в субъект, имеющий равные с говорящим коммуникативные права. Это деятельность по порождению смыслов (на уровне картины мира говорящего) и деятельность по поводу извлечения смыслов, их уяснения, интерпретации (на уровне картины мира слушающего). Текст становится «узлом пересечения» двух персуазивных программ. Именно в текстовой позиции происходит взаимная корректировка персуазивных программ, осуществляется достижение коммуникативной гармонии. Свертывание и

развертывание смыслов, содержащихся в персуазивных программах, осуществляется на уровне функционирования текста. Текст становится деятельностным образованием, имеющим статус активного начала.

Интересно **место текста** в парадигме филологической теории коммуникации. Можно говорить о двух способах определения места текста внутри филолого-коммуникативной парадигмы.

Первый способ связан с выяснением позиции текста в цепочке преобразований «говорящий – текст – слушающий». В этом смысле природа текста амбивалентна: с одной стороны, текст выступает как закрепленный результат коммуникативной деятельности: он имеет форму, закреплен во времени и пространстве. С другой стороны, очевидна и диалогическая, деятельностная природа текста: если мы говорим о совмещении персуазивных программ, то текст сопрягает в себе два вида деятельности. Следовательно, с позиций филологической теории коммуникации текст может одновременно существовать и как результат коммуникативной деятельности, и как ее процесс, и как инструмент этой деятельности.

Второй способ определения места текста в кругу филолого-коммуникативных категорий связан с проблемой осмысления связи субъекта коммуникации и дискурса. Текст занимает промежуточное положение в цепочке человек – дискурс, становится своеобразным медиатором: «Текст выступает посредником между дискурсом и аудиторией, включенной в дискурс. С одной стороны, текст воспроизводит сигналы, заданные и определенные дискурсом, с другой стороны, данные сигналы появляются не произвольно. Их селекцию осуществляет аудитория. Характеристики аудитории как обязательного и регулярного компонента дискурса задают появление текста с особыми свойствами, обращенными именно к данной аудитории. Таким образом, текст является промежуточным этапом в деятельности аудитории по исследованию смыслов дискурса» [Чачесова, 2013, с. 40].

Способы взаимодействия текста и дискурса: филолого-коммуникативный взгляд

Филологическая теория коммуникации предполагает, что функция управления реализуется через трансляцию фрагментов картины мира одного субъекта коммуникации в картину мира другого. И этот процесс, во-первых, взаимонаправлен, а во-вторых, осуществляется в зависимости от дискурсивных обстоятельств, которые формируют управление речевыми коммуникациями. На уровне текста осуществляется своего рода приспособление фрагментов из разных картин мира и организация единого семантического

пространства. В данном процессе дискурс проявляет себя как феномен, из которого порождаются текстовые смыслы, а текст, в свою очередь, встраиваясь в процесс взаимной трансляции смыслов, актуализирует затекстовое дискурсивное содержание. Для описания процессов взаимодействия текста и дискурса в филологической теории коммуникации используются термины первичный текст (первичный дискурс) и вторичный текст (вторичный дискурс). Термины «первичность / вторичность» используются для линейного описания цепочки тексто-дискурсивной трансформаций. Предполагается, что дискурс, положивший начало процессу порождения текста, является первичным дискурсом. Дискурс, появившийся в результате порождения смыслов, считается дискурсом вторичным, моделируемым, так как этот дискурс существует только на уровне процессов понимания и интерпретации, которые осуществляются в картине мира субъекта коммуникации.

Свертывание и развертывание как процессы, формирующие внутреннюю форму копирайтинга

Выделяются следующие способы взаимодействия текста и дискурса: свертывание и развертывание. «Свертывание как способ тексто-дискурсивного взаимодействия функционирует в тех ситуациях, когда моменту появления текста предшествует какой-то предварительный контекст. Ситуация такого типа сформировалась задолго до момента, описываемого в тексте, она шире, нежели представленный дискурсивный фрагмент. Назовем данный способ моделирования **свертыванием первичного дискурса** в дискурсивный текстовый фрагмент, так как в тексте воспроизводится фрагмент аргументативной ситуации, которая отражает содержание более крупного дискурса. Под дискурсивным текстовым фрагментом будем понимать фрагмент аргументативного дискурса, воспроизведенного в тексте. Дискурсивные фрагменты в тексте определяются полнотой и законченностью содержания описываемой аргументативной ситуации» [Качесова, 2013, с. 56].

При таком типе моделирования свертыванию подвергаются и структура дискурса, и его содержание. В тексто-дискурсивных трансформациях реализуется бытийственная ситуация, так как данный способ моделирования отражает существующее в ситуации положение дел, фиксирует способ управления со-бытием участников аргументации.

Покажем на примере анализа текста, каким образом происходит актуализация взаимодействия текста и дискурса и формируется механизм управления. Анализируемый текст представляет собой

результат процесса копирайтинга, это жанр PR-коммуникации, листовка (в тексте листовки сохранены авторские орфография, пунктуация, стилистика).

Уважаемые жильцы нашего дома!

На днях администрация ТСЖ инициировала заочное голосование по поводу установки антенн сотовой связи на крыше нашего здания. Отдельные жильцы могут занять отрицательную позицию. Но давайте будем реалистами.

Технический процесс никто не отменял. Если вы расскажете в какой-нибудь деревне, что проголосовали против высокоскоростной связи 4G, то они просто не поймут зачем.

Если вы ездите на автобусе, то это не значит, что трамваи не нужны.

Пусть лучше антенны светят от нас в воздух, чем нам в окна.

Уровень волн вблизи телефона во время разговора гораздо выше, чем прямо под передающей антенной. Потому что энергия волн от нее распределяется в горизонтальной плоскости и направлена в сторону.

Если базовая станция рядом, то телефон испускает меньшую энергию и суммарный уровень волн возле потребителя меньше.

НашСанПин самый санпинистый в мире. Причем Роспотребнадзор дает свое заключение только после замеров суммарного излучения вокруг подключенной базовой станции. Оно является обязательным.

Уже гены перебирают как счетные палочки, нервы шивают и прочие чудеса, а вред радиоволн так и не смогли обнаружить.

Дальность действия станции порядка 500 метров. Телевышка же охватывает весь город и не только. И никто под ней не чихает.

Диапазон излучения радиоволн сотовой связи порядка 3 ГГц находится между аппаратом для УВЧ-терапии (0,03 ГГц) и тепловым излучением (свыше 300 ГГц). К радиоактивному излучению (свыше 30 млн. ГГц) такие антенны не имеют никакого отношения. Даже солнечная радиация (свыше 300 тыс. ГГц) намного опаснее.

Платим не мы, а нам!

В тексте фиксируется нерешенная коммуникативная проблема: правление Товарищества собственников жильцов хочет поставить на крыше дома антенну сотовой связи, жильцы против установки. По поводу данной проблемной ситуации проводились собрания, на которых жильцы высказали в ультимативной форме позицию несогласия. Аргументы членов Правления ТСЖ о коммерческой выгоде такого предложения (собственник антенны предлагает платить

арендную плату за установку антенны на крыше дома) не нашли поддержки.

Механизм осуществления деятельности субъектов коммуникации актуализирует себя через жанр листовки. Первичный дискурс, на основе которого формируется ситуация противостояния, можно определить как дискурс информационный. Выделяем два субъекта: говорящим является Правление ТСЖ, позицию слушающего занимают жильцы дома. Дискурс организуется основным типом деятельности говорящего – информированием жильцов ТСЖ о выгоде размещения на крыше их дома антенны. Но функционирование первичного информационного дискурса, отражающего предтекстовую информацию, ограничивается первым абзацем листовки. Дискурс информирования свернулся до размеров одного абзаца. Данный тип тексто-дискурсивного взаимодействия определим как свертывание первичного дискурса. Первичный дискурс формирует предтекстовую информацию. Сигналом бытия предтекстового дискурса служат фразы: *«на днях администрация ТСЖ инициировала заочное голосование»*, *«установка антенны на крыше нашего здания»*, *«отдельные жильцы могут занять отрицательную позицию»*. Далее текст листовки отражает ситуацию сложившегося и разворачивающегося противостояния. Это дает право фиксировать трансформацию первичного дискурса в другие дискурсивные образования. Формируется **развертывание дискурса** как способ моделирования. Данное развертывание осуществляется как моделирование вторичного дискурса на основе текста: «Развертывание как процесс моделирования связан с выстраиванием в тексте нескольких моделей воспроизведения: с одной стороны, текст описывает аргументативную ситуацию, отражающую реальный аргументативный дискурс, с другой стороны, текст, исходя из имеющихся в нем сигналов вторичного воспроизведения, моделирует вторичный виртуальный дискурс, но при этом аргументативная ситуация не описывается. Моделирование вторичной аргументативной ситуации происходит при столкновении текста с сознанием читателя» [Качесова, 2013, с. 68].

В тексте листовки содержатся сигналы наличия следующих видов дискурса: аргументативного (в его манипулятивной разновидности), социально-ритуального (в виде дискурса наставления), информационного (в образовательной разновидности), экспрессивного (дискурс иронии и комического). Так, например, сигналом появления аргументативного дискурса будет фраза *«давайте будем реалистами»*, что предполагает призыв

(аргументацию) к реальному восприятию ситуации, но в то же время дает формирование оценочно-экспрессивной семантики: использование формы глагола в будущем времени в сочетании с призывом к совместности действия формирует оппозицию МЫ (правление ТСЖ) реалисты, а ВЫ (жильцы дома) нереалисты (= идеалисты). Далее текст листовки предлагает программу действия для жильцов дома. По своей сущности, это программа переключения субъекта коммуникации из одного дискурсивного состояния в другое: в виде десяти аргументов предлагаются десять шагов программы дискурсивной трансформации, пройдя которую, субъект коммуникации должен принять позицию Правления ТСЖ. Разберем пошагово данную программу:

Первый шаг (*«Технический прогресс никто не отменял. Если вы расскажете в какой-нибудь деревне, что проголосовали против высокоскоростной связи 4G, то они просто не поймут зачем»*) включает жильцов дома в семантическую оппозицию прогресс / отсутствие прогресса. Выделяется компонент «деревня, жители которой лишены благ цивилизации». При этом деревня маркируется через атрибутив *«какая-нибудь»*, который имеет основное лексическое значение «любая» и переносное значение «малозначительная». В результате соединения данных семантик формируется общее значение дискурсивного компонента: «даже жители любой незначительной деревни хотят быть приобщенными к прогрессу». Соответственно, формируется аргументативное суждение в форме косвенной оценки: «если жители любой незначительной деревни понимают важность технического прогресса, то жители городского дома тем более должны осознавать это».

Второй шаг (*«Если вы ездите на автобусе, то это не значит, что трамваи не нужны»*) использует неправомерную аналогию: используемое суждение («существование автобусов не исключает существование трамваев») неправомерным образом соотносится с аналогией «существование антенны на крыше так же естественно, как и существование прогресса».

Третий шаг (*«пусть лучшие антенны светят от нас в воздух, чем нам в окна»*) связан с появлением оценочного компонента «лучше от нас, чем нам». Данный оценочный компонент не связан с какой-либо конкретной семантикой: не совсем понятно, что значит «светят от нас в воздух». Но на уровне грамматического противопоставления формируется семантика оппозиции лучше / хуже. Семантика «лучше» в данном контексте соотносится с семантикой лексемы «антенна», а

сравнительный союз «чем» семантически не соединяется с каким-либо аргументом.

Четвертый шаг (*«уровень волн вблизи телефона во время разговора гораздо выше, чем прямо под передающей антенной. Потому что энергия волн от нее распределяется в горизонтальной плоскости и направлена в сторону»*) излагает факты. Аргумент связан, с одной стороны, с научным дискурсом (часть информационного дискурса), в котором факт – это часть объективной картины мира, а с другой стороны, использование фактов – это прием речевого воздействия (сфера аргументирующего дискурса).

Пятый шаг, на первый взгляд, формируется таким же образом, как и четвертый: в факте соединяются научный (информационный) и воздействующий (аргументативный) дискурсы: *«Если базовая станция рядом, то телефон испускает меньшую энергию и суммарный уровень волн возле потребителя меньше. Парадокс!»*. Но в данной части текста есть включение экспрессивного дискурса: использование синтаксической связи «если – то» соединяется с парцелированной конструкцией *«Парадокс!»*. Причем семантика парцелляции как экспрессивной синтаксической конструкции соединяется с восклицательной интонацией и семантикой лексемы *«парадокс»* (парадокс = странное, нетипичное мнение, суждение, которое не совпадает с общепринятыми мнениями, иногда это противоречие здравому смыслу). Происходит усиление значения факта, формируется оценочное суждение.

Шестой шаг усиливает экспрессивное значение. Абзац начинается иронично-оценочным суждением *«наш СанПин самый санпинистый в мире»*. Затем вводится факт (*«причем Роспотребнадзор дает свое заключение только после замеров суммарного излучения вокруг подключенной базовой станции»*), этот факт помещается в оценочную рамку, которая начинается лексемой *«причем»* (с грамматическим значением уступки), а заканчивается фразой *«оно – заключение Роспотребнадзора – является обязательным»*. Происходит развитие модальной семантики: уступка преобразуется в обязательность. Таким образом формируется усиление семантики экспрессивности: факт из допустимого становится обязательным и оформляется в кольцевую композицию экспрессивности.

Седьмой шаг приводит абсолютно оценочно-экспрессивное суждение: *«Уж гены перебирают как счетные палочки, нервы шивают и прочие чудеса, а вред радиоволн так и не смогли обнаружить»*. Информационный дискурс практически подвергается редукции, от него только остается след в виде суждения *«вред*

радиоволн не смогли обнаружить». Основным дискурсом становится экспрессивный: используются и неправомерные аналогии (*«гены перебирают, нервы шивают, а вред не смогли обнаружить»*), и метафоры с экспрессивным значением (*«гены перебирают как счетные палочки»*), и экспрессивная лексика (*«чудеса»*).

Восьмой шаг (*«Дальность действия станции порядка 500 метров. Телевышка же охватывает весь город и не только. И никто под ней не чихает»*) поддерживает баланс экспрессивного и информативного дискурсов. Факт (*«Дальность действия станции порядка 500 метров», «телевышка охватывает весь город»*) соединяется с экспрессивной оценкой (*«никто под телевышкой не чихает»*).

Девятый шаг возвращает слушающего к фактической информации, формирующей информативный дискурс (*«Диапазон излучения радиоволн сотовой связи порядка 3 ГГц находится между аппаратом для УВЧ-терапии (0,03 ГГц) и тепловым излучением (свыше 300 ГГц). К радиоактивному излучению (свыше 30 млн. ГГц) такие антенны не имеют никакого отношения. Даже солнечная радиация (свыше 300 тыс. ГГц) намного опаснее»*).

Десятый шаг (*«платим не мы, а нам»*) формирует, с одной стороны, информативный дискурс, так как фиксируется факт (действительно, владелец антенны предлагает деньги), а с другой стороны, это явный сигнал экспрессивного дискурса (наличие восклицательной интонации). Кроме информативности и экспрессивности последний шаг содержит также признаки аргументативного дискурса. Фраза – *«платим не мы, а нам»* – это сильный аргумент, имеющий манипулятивные корни (предложение денег достаточно заманчиво).

Итак, можно проследить динамику трансформаций дискурсивных семантик: в начале предлагалась семантика информативного вида, затем происходит усиление экспрессивно-оценочного компонента, которое достигает кульминации на 7 и 8 шагах, после этого опять подключается семантика информативности. Все заканчивается соединением трех видов дискурсивных семантик: информативности, экспрессивности и аргументативности. Но в тексте также есть сигналы социально-ролевого дискурса. Эти сигналы проявляют себя в оппозиции «мы/вы». Предтекстовый контекст, реализованный в первичном дискурсе, демонстрирует устойчивую оппозицию: через компонент ВЫ (= ОНИ) описывается позиция жильцов дома (слушающий): *«вы расскажете, вы ездите», «отдельные жильцы»*. Субъектом

говорящим выступает Правление ТСЖ. Позиция Правления формируется через компонент МЫ (= администрация ТСЖ). В ходе развертывания текста происходит редукция оппозиции «мы / вы». Уже третий шаг программы избегает употребления личных местоимений. Информация передается внесубъектно. Местоимение МЫ появляется в конце листовки, это десятый шаг («*платим не мы, а нам*»). Можно говорить об объединении субъектных позиций. Говорящий и слушающий как отдельные субъекты коммуникации перестают существовать, появляется обобщенный субъект, который отстаивает интересы всех жителей дома. Таким образом разворачивается программа управления деятельностью субъекта коммуникации. Десятый шаг становится венцом этой программы, формируя через соединение четырех видов дискурсивных семантик призыв к действию. Листовка как жанр копирайтинга сформировала программу управления. Механизм копирайтинга позволил запустить дискурсивно-текстовые преобразования и реализовать трансформацию первичного информационного дискурса в дискурс управления речевыми коммуникациями.

Заключение

Копирайтинг – это сложный коммуникативный феномен. В зависимости от взгляда исследователя можно выделять его инструментальную сущность, описывать риторическую природу, настаивать на особом статусе в парадигме интегрированных маркетинговых коммуникаций. Обсуждение места и статуса коммуникативно-речевых образований всегда оставляет простор для размышлений, всегда будет нерешенной проблемой как филологии, так и коммуникативных наук.

В данной статье предлагается один из фокусов рассмотрения копирайтинга: описание его с позиции управления речевыми коммуникациями. Копирайтинг является одной из форм, которые формируют пространство управления. Данная статья описывает механизм моделирования деятельности субъектов коммуникации в аспекте текстово-дискурсивных преобразований. В качестве методологической базы изучения выбирается филологическая теория коммуникации. В результате проведенного исследования устанавливается, что конституирующим началом текстово-дискурсивных преобразований является субъект коммуникации. Этот субъект коммуникации выступает не в качестве говорящего и слушающего. Моделирование цепочки преобразований субъект – текст – дискурс запускается позицией обобщенного субъекта коммуникации, причем устанавливается, что текстово-дискурсивные

преобразования возможны только на уровне совмещения картин мира говорящего и слушающего. Копирайтинг становится частью механизма управления, в котором действуют внутренние процессы свертывания и развертывания дискурсивного содержания.

Литература

- Земская Ю.Н., Кузнецова Е.А. Спичрайтинг и копирайтинг: филология на службе у интегрированных маркетинговых коммуникаций // Филология и человек. 2014. № 4.
- Качесова И.Ю. Коммуникативно-риторическая модель русского аргументативного дискурса. Барнаул, 2013.
- Качесова И.Ю. Аргументативные основы риторики // Риторика. [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/6562>.
- Качесова И.Ю., Клинк Е.И. Управленческая риторика как профессиональная риторическая сфера филолога // Филолого-коммуникативные исследования [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/4324>.
- Качесова И.Ю., Чувакин А.А. Человек в коммуникации // Филология и коммуникативные науки. М., 2014.
- Кощей Л.А., Чувакин А.А. Homo Loquens как исходная реальность и объект филологии: к постановке проблемы // Филология и человек. 2006. № 1.
- Чернышова Т.В. Характер междискурсного взаимодействия в медиатекстах, тематически связанных с профессиональными типами речи (на материале интервью) // Филолого-коммуникативные исследования. [Электронный ресурс] URL: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/3408>
- Чувакин А.А. Филология и коммуникативные науки во встречном движении: от Бахтина до наших дней // Филология и коммуникативные науки. М., 2014.
- Яковлева Е.А. Риторика как теория мыслеречевой деятельности (в применении к анализу художественных текстов, урботекстов и актуальных номинаций): автореф. дис. ... док. филол. наук. Уфа, 1998.

References

- Zemskaya Yu.N., Kuznetsova E.A. *Spichrayting i kopirayting: filologiya na sluzhbe integrirovannykh marketingovykh kommunikatsiy* [Speechwriting and Copywriting: Philology at the Service of Integrated Marketing Communications]. *Filologiya i chelovek* [Philology & Human]. 2014. No. 4.
- Kachesova I.Yu. *Kommunikativno-ritoricheskaya model' russkogo argumentativnogo diskursa* [Communicative-rhetorical Model of Russian Argumentative Discourse]. Barnaul, 2013.
- Kachesova I.Yu. *Argumentativnye osnovy ritoriki* [The Argumentative Basis of Rhetoric]. *Ritorika* [Rhetoric]. URL: <https://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/6562>.
- Kachesova I.Yu., Klink E.I. *Upravlencheskaya ritorika kak professional'naya ritoricheskaya sfera filologa* [Management Rhetoric as a Professional Rhetorical Field of Philologist]. *Filologo-kommunikativnye issledovaniya* [Philological and Communicative research]. URL: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/4324>.
- Kachesova I.Yu., Chuvakin A.A. *Chelovek v kommunikatsii* [Man in Communication]. *Filologiya i kommunikativnye nauki* [Philology and Communication Sciences]. Moscow, 2014.
- Koshchey L.A., Chuvakin A.A. *Homo Loquens kak iskhodnaya real'nost' i ob'ekt filologii: k postanovke problemy* [Homo Loquens as an Initial Reality and an Object of Philology: Towards a Problem Statement]. *Filologiya i chelovek* [Philology & Human]. 2006. No. 1.

Chernyshova T.V. *Kharakter mezhdiskursnogo vzaimodeystviya v mediatekstakh, tematicheski svyazannykh s professional'nymi tipami rechi (na materiale interv'yuu)* [The Nature of Inter-discourse Interaction in Media Texts Thematically Related to Professional Types of Speech (based on interviews)]. *Filologo-kommunikativnye issledovaniya* [Philological and Communicative Research]. URL: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/3408>.

Chuvakin A.A. *Filologiya i kommunikativnye nauki vo vstrechnom dvizhenii: ot Bakhtina do nashikh dney* [Philology and Communication Sciences in the Oncoming Movement: from Bakhtin to the Present Day]. *Filologiya i kommunikativnye nauki* [Philology and Communication Sciences]. Moscow, 2014.

Yakovleva E.A. *Ritorikakateoriyamyslerecheydeyatelnosti (v primenenii k analizukhudozhestvennykh tekstov, urbotekstov i aktual'nykh nominatsiy). (Dissertatsiyadoktorafilologicheskikh nauk)* [Rhetoric as a Theory of Thought and Speech Activity (as applied to the analysis of literary texts, urban texts and current nominations)]. Abstract of Philol. Doct. Diss. Ufa, 1998.