

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕКСТОВ  
ЖАНРА «EMAIL-МАРКЕТИНГ»  
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Целью работы является исследование теоретических предпосылок возникновения жанра «email-маркетинг» в современном английском языке. Актуальность исследования обусловлена тем, что данный жанр является одним из главных инструментов интернет-продаж и имеет множество перспектив для развития.

Из-за многоуровневости организации текст представляет собой сложный объект исследования. В зависимости от задач, которые ставит перед собой автор, различные элементы могут быть выделены в тексте как его единицы. В. Б. Апухтин выделяет формально-семантические, функциональные (основанные на теории актуального членения предложения), психолингвистические (основанные на рассмотрении текста в определенной коммуникативной ситуации) и логические (направленные на выявление логической структуры текста) методы описания структуры текста.

Т. А. ван Дейк исследует «глобальную организацию текста» и вводит понятие дискурса как сложного коммуникативного явления, которое включает, помимо текста, экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста.

Для решения проблемы типизации текстов Т. А. ван Дейк ввел термин *суперструктура*. Суперструктура обладает коммуникативным и когнитивным характером. Отсюда следует, что анализ текста должен быть сосредоточен не столько на его внешней, языковой форме, сколько на внутренней, содержательной. Вместе с тем содержательная сторона текста манифестируется в ее поверхностно-формальных признаках. Схематическая суперструктура является формой для организации общего значения, т.е. макроструктуры текста как целого. Схема может быть задана набором характерных содержательных компонентов и набором правил или стратегий, определяющих порядок следования этих компонентов. Следует также отметить, что схемы, по мнению данного лингвиста, обладают постоянными, конвенциональными (и потому варьирующимися в разных культурах) свойствами, специфическими для каждого типа текста. В отличие от макроструктуры, суперструктура связана не с содержанием конкретного дискурса, а с его жанром.

Из этого следует, что текст следует рассматривать как произведение, которое по своей структуре и по всем используемым языковым средствам обеспечивает формирование ментальной модели текста у адресата.