

МОВНІ МАРКЕРИ МІЛТОН-МОДЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ У ТЕКСТАХ ТУРИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Голуб Євгеній Сергійович, магістр

Науковий керівник – Щербак Олена Володимирівна, кандидат філологічних наук
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Україна, м. Миколаїв

«ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА 2019: ПРОБЛЕМИ ТА РІШЕННЯ»

XV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-МЕТОДИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ СТУДЕНТІВ І МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

Статтю присвячено дослідженню лінгвістичних маркерів, що генерують Мілтон-модельні процеси в текстах туристичного дискурсу. У зв'язку з цим розкрито сутність Мілтон-моделі та її процесів з позиції нейролінгвістичного програмування, а також проілюстровано різні Мілтон-модельні процеси фрагментами текстів українських туристичних компаній.

Ключові слова: Мілтон-модель; процес упущення; процес узагальнення; процес викривлення.

Доведеним є той факт, що Мілтон-модель призначена для того, щоб створювати «майстерну розпливчастість» виразів, тобто вона дозволяє комунікатору формулювати фрази, які звучать дуже виразно, але насправді є доволі загальними для того, щоб за їхньої допомогою можна було здійснювати адекватне підлаштування до переживань слухача незалежно від того, якими є ці переживання. Це стає можливим завдяки тому, в цій моделі презентовано способи конструювання пропозицій, в яких може міститися практично будь-яка специфічна інформація [1], а сама модель є унаочненим механізмом конструювання речення таким чином, щоб поведінка, якої домагаються від адресата, сприймалася ним підсвідомо як власна [2].

У зв'язку з актуальним розвитком маргінальних галузей мовознавства Мілтон-модельні процеси опинилися в центрі уваги і лінгвістів. У цьому контексті варто згадати дослідження Н. Кутузи, О. Олексюк, Ю. Станкевич та О. Щербак, здійснені на матеріалі рекламного дискурсу, а також роботи М. Столяр та І. Лакомської, виконані на ґрунті художніх та журналістських текстів відповідно. Однак Мілтон-модельні процеси ще не досліджено на матеріалах текстів туристичного дискурсу, що вказує на актуальність пропонованої розвідки з огляду на необхідність впорядкування засобів, що активують відповідні впливові процеси.

Мета статті – визначення лінгвістичних маркерів Мілтон-модельних процесів у текстах туристичного дискурсу. Для досягнення окресленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Розкрити сутність Мілтон-моделі та її процесів з позицій нейролінгвістичного програмування.
2. Встановити лінгвістичні засоби генерування Мілтон-модельних процесів у текстах туристичного дискурсу.

Об'єктом дослідження обрано Мілтон-модельні процеси в українському туристичному дискурсі, а предметом – маркери, або лінгвістичні засоби, що їх генерують.

У роботі застосовано як загальнонаукові, так і спеціальні методи. Серед методів першої групи ми використали описовий метод і метод узагальнення для впорядкування теоретичних положень статті. Метод аналізу посприяв кваліфікації лінгвістичного матеріалу. Метод кількісного підрахунку прислужився у визначенні найбільш та найменш динамічних лінгвістичних засобів, що активують різні Мілтон-модельні процеси. Серед методів другої групи особливо важливими стали метод компонентного аналізу (для визначення значення лінгвістичних одиниць) та власне метод Мілтонмодельної ідентифікації (для розподілу лінгвістичних одиниць за відповідними функційними групами).

Джерельною базою роботи послужили 100 текстів українського туристичного дискурсу, вилучені з офіційних веб-сторінок українських туристичних компаній. Фактичний матеріал налічує близько 300 лексем, що є генераторами Мілтон-модельних процесів.

Історія виникнення Мілтон-моделі сягає праць М. Еріксона. Мілтон Еріксон отримав світове визнання як видатний психотерапевт-практик. Його підхід до змінених станів свідомості ліг в основу цілих напрямків, нині відомих як Еріксонівський гіпноз, або терапія, яка дає швидкий довгостроковий результат. Одним із головних її елементів були «навчальні історії». Вони представляють собою прекрасні приклади мистецтва непрямого переконання. Його психотерапевтична модель покладена в основу нейролінгвістичного програмування.

Сьогодні Мілтон-модель представляє собою один із ефективних засобів дослідження впливових лінгвістичних технологій. Цей факт на терені вітчизняного мовознавства довела керівник Одеської школи сугестивної лінгвістики Т. Ковалевська, констатувавши, що «ідентифікація зазначених маркерів (маркерів Мілтон-моделі. – Є. Г.) та усвідомлення специфічності процесів їх психолінгвістичного і нейрофізіологічного декодування уможливорює подальше конструювання коректних дискурсів, насамперед – у

межах медіапростору з огляду на зростання ролі ЗМІ у процесах формування масової свідомості» [3]

Зазвичай у Мілтон-моделі виокремлюють три процеси:

1. Процес упушення (делеції) «демонструє виключення з поверхневої репрезентації певних значущих частин глибинної структури» [4]. У текстах туристичного дискурсу найчастіше цей процес

«ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА 2019: ПРОБЛЕМИ ТА РІШЕННЯ»

XV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-МЕТОДИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ СТУДЕНТІВ І МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

генерують пасивні дієслова (Наша туристична компанія "ТамДеЛіто" була створена спеціально для того, щоб перетворити Ваші дні відпустки в найяскравіші та найнезабутніші враження в вашому житті) та компаративно-суперлативні конструкції (Туристичне агенство "Join UP!" Львів пропонує Вам найкращі пропозиції для відпочинку).

2. Процес узагальнення (генералізації) «відображає заміщення цілої категорії явищ певним елементом, наявність якого в заміщуваній категорії є лише одиничним випадком (Р. Бендлер, Дж. Гріндер)» [5]. У текстах туристичного дискурсу серед маркерів цього процесу лідирують універсальні квантифікатори, експліковані означальними займенниками та деякими кількісно-означальними й обставинними прислівниками, семантика яких характеризується відсутністю чітких часовопросторових меж, представляючи собою гіпер-узагальнення: Багатофункційний сайт агрегатор туристичної компанії Join UP Львів спрямований на те, щоб кожен турист міг підібрати екскурсійний, пляжний, лікувально-оздоровчий чи комбінований відпочинок, гарячі путівки та тури зі Львова, навіть не виходячи з дому. У нашому каталозі абсолютно усі готелі з цілого світу з детальним описом. Купуючи тур у нас, Ви завжди можете бути впевненими в якості туристичних послуг. У межах процесу узагальнення не рідко використовують і підсилювальні частки, що також наявні в текстах туристичних компаній: Плануючи автобусні тури зі Львова, відпочинок в Європі варто звертатися лише до нас.

3. Процес викривлення (дисторції) «представляє собою вербалізацію гіпотетично змодельованого довкілля з неідентифікованими в попередньому досвіді складниками» [6]. З огляду нашого фактичного матеріалу впливає, що в туристичному дискурсі процес викривлення активується передусім завдяки читанню думок (Ви хочете, щоб Ваш відпочинок був незабутнім? Тоді звертайтеся до нас туристична агенція "Гулівер-тур") і вмонтованим командам (Час порожувати. Прийшла пора відпочинку).

Отже, на підставі викладеного можемо констатувати, що в текстах сучасного українського туристичного дискурсу активуються різні Мілтон-

модельні процеси, проте кількісний діапазон їхніх лінгвістичних маркерів найбільш потужним виявляється серед процесів узагальнення. Вважаємо, що це пов'язано з намаганням авторів цих текстів (туристичних операторів та агентів) розширити межі своєї цільової аудиторії, залучивши до неї адресатів різного віку, статі, соціальної ролі, тобто узагальнити їх під категорією «турист».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ [1] Гріндер, Д. (1994). Формування трансa. Пер. с англ. / М.: Каас. С. 250–263. [2] Бендлер, Р. (1999). Сиктивкар. М. : Флинта. 296 с. [3] Ковалевська, Т. Ю. (2001). Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія. Одеса 344 с. [4] Станкевич, Ю. В. (2011). Мовні сугестогени в текстах політичної реклами : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса. 22 с. [5] Станкевич, Ю. В. (2011). Мовні сугестогени в текстах політичної реклами : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса. 22 с. [6] Станкевич, Ю. В. (2011). Мовні сугестогени в текстах політичної реклами : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса. 22 с. Holub E. S., Linguistic means of millton-model processes in the texts of the tourist discourse The article is devoted to the study of linguistic means of Milton-model processes in the texts of tourist discourse. The essence of the Milton-model and its processes from the standpoint of neuro-linguistic programming is revealed. Key words: Milton-model; omission process; generalization process; distortion process.

Голуб Е.С., Лингвистические средства Милтон-модельных процессов в текстах туристического дискурса

Статья посвящена исследованию лингвистических маркеров, генерирующих Милтонмодельные процессы в текстах туристического дискурса. В связи с этим раскрыта сущность Милтон-модели и ее процессов с позиции нейролингвистического программирования, а также проиллюстрированы разные Милтон-модельные процессы фрагментами текстов украинских туристических компаний.

Ключевые слова: Милтон-модель; процесс упущения; процесс обобщения; процесс искривления.