

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Факультет іноземної філології  
Кафедра англійської мови

Дипломна робота  
магістра

з теми: **«ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНИЙ ВИМІР СУЧАСНОГО  
АНГЛОМОВНОГО СУГЕСТИВНОГО ДИСКУРСУ»**

Виконавець: здобувач другого  
(магістерського) рівня вищої освіти  
групи Ang1-M22  
спеціальності 014 Середня освіта  
(Мова і література (англійська))  
**Коротких Ірина Сергіївна**

Керівник: **Марчишина А.А.**,  
доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри англійської мови

Рецензент: **Кришталюк Г.А.**,  
кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри германських мов і  
зарубіжної літератури

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. МОВНА І МОВЛЕННЄВА ПРИРОДА СУГЕСТІЇ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Сугестія та сугестивний дискурс.....	8
1.2. Сугестія як об'єкт лінгвістики.....	12
1.3. Використання сугестії в різних типах дискурсу.....	14
1.3.1. Особливості сугестії в медичному дискурсі.....	14
1.3.2. Сугестія в релігійному дискурсі.....	17
1.3.3. Особливості сугестії в політичному дискурсі.....	20
1.3.4. Сугестія в рекламному дискурсі.....	24
1.3.5. Використання сугестивних технологій у педагогічній діяльності.....	30
1.3.6. Сугестія в новітніх психотехнологіях.....	31
Висновки до розділу.....	35
<b>РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СУГЕСТІЇ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ.....</b>	<b>37</b>
2.1. Засоби вираження граматичних категорій в сугестивних текстах.....	37
2.1.1. Заперечення.....	39
2.1.2. Модальність.....	45
2.1.3. Наказовий спосіб.....	50
2.2. Стилiстичні прийоми в сугестивних текстах.....	53
2.2.1. Особливості використання образної лексики.....	53
2.2.2. Метафора.....	57
2.3. Риторичні засоби сугестивного впливу.....	63
2.3.1. Повтор.....	63
2.3.2. Протиставлення.....	66
2.4. Невербальні компоненти сугестивного дискурсу.....	68
Висновки до розділу.....	74
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>76</b>

<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>79</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....</b>	<b>83</b>

## ВСТУП

У другій половині ХХ століття цілеспрямований вплив на підсвідомість та настанови особистості, можливість і необхідність аналізувати, передбачати і корегувати поведінку людини стали предметом дослідження вчених у різних галузях науки – психології, медицині, психоаналізі, психотерапії, нейролінгвістичному програмуванні, соціології, політології та ін. Аналіз вербальних засобів, які використовуються для здійснення сугестії, свідчить, що ця проблема є не лише медичною (психологічною), але й лінгвістичною і потребує лінгвістичного дослідження.

Сучасній лінгвістиці притаманний підвищений інтерес до людини і людських стосунків. Особлива увага при цьому надається раціональному аспекту комунікативної діяльності, зокрема аргументації. Поряд з раціональним підходом існує й інша сфера комунікативної діяльності, пов'язана зі сферою психоемоційного впливу на особистість, яка реалізується в акті навіювання (сугестії).

Складність вивчення сугестивного дискурсу полягає в тому, що необхідно враховувати його вплив на підсвідомість адресата, тоді як методи сучасної лінгвістики переважно орієнтовані на вивчення мовних чинників, опосередкованих свідомістю. Останнім часом з'явилися ґрунтовні наукові роботи, в яких досліджується лінгвістичний аспект сугестії [31]. Однак, численні проблеми все ще залишаються поза увагою дослідників.

Сугестія може бути складником різних типів інституціонального дискурсу, а може виступати і як спеціально організований вид комунікації, що формується за допомогою лінгвальних та позалінгвальних засобів. Визнання сугестії видом комунікативної діяльності й засобом мовленнєвого впливу дає підстави для виокремлення сугестивного дискурсу як сформованого типу.

**Актуальність** цього дослідження визначається необхідністю розробки теоретичних основ і методик вивчення мовленнєвого сугестивного впливу, а також підвищеним інтересом суспільства до проблем сугестії. Сугестивний

вплив за допомогою природних мов приваблює також фахівців у галузях медичної психології, галузі політики, виборчих технологій, зокрема, реклами і ЗМІ. Таким чином, у роботі досліджується явище мовної сугестії та засоби її реалізації в англомовній комунікації.

**Об'єктом** дослідження є сучасний англомовний сугестивний дискурс як складне багатоаспектне явище в комунікативному континуумі, що охоплює лінгвальні та позалінгвальні компоненти.

**Предметом** дослідження є граматичні категорії, лексико-стилістичні засоби, риторичні прийоми, за допомогою яких здійснюється свідомий сугестивний вплив на адресата.

**Мета дослідження** – виявлення та опис сугестивних мовних механізмів в англомовній комунікації – зумовила низку **завдань**:

- визначити характерні риси англомовного сугестивного дискурсу;
- встановити граматичні, риторичні та лексико-стилістичні прийоми, за допомогою яких здійснюється вплив на адресата сугестивного дискурсу;
- виявити роль невербальних засобів комунікації в англомовному сугестивному дискурсі.

**Матеріалом** дослідження обрано тексти з наукових, науково-популярних та Інтернет видань, що були спеціально створені й заздалегідь розраховані на навіювання, а саме: формули аутотренінгу та гіпнозу, тексти психотерапевтичного впливу, НЛП-тексти. Змістова єдність обраних текстів визначається єдиною кінцевою метою позитивного впливу на організм людини.

Методологічною основою дослідження є антропоцентрична когнітивно-дискурсивна парадигма в лінгвістиці, відповідно до якої індивідуальність особистості, її самоцінність та саморозвиток покладені в основу наукових пошуків. У межах цієї парадигмальної царини та з огляду на поставлені завдання було застосовано відповідні методи: *deskриптивний*, що дозволяє визначити й описати характерні риси англомовного сугестивного дискурсу; *лексико-*

*семантичний аналіз* (для встановлення компонентів значення лексичних одиниць із сугестивним потенціалом); *системно-функціональний аналіз* вербальних одиниць у їх взаємодії з невербальними під час сугестивного впливу, а також дослідницькі прийоми лінгвістичного спостереження, класифікації і систематизації.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що в ній уперше зроблено спробу дослідження сугестивного потенціалу одиниць сучасної англійської мови та їх використання для свідомого впливу на адресата; визначено лексико-граматичні, риторичні та стилістичні особливості оформлення англомовного сугестивного дискурсу; описано й систематизовано комунікативно сприятливі мовні засоби з метою забезпечення оптимальності та ефективності акту комунікації, раціоналізації комунікативного процесу.

**Теоретична значущість** дослідження зумовлена тим, що його результати та висновки є внеском у вирішення сучасних проблем сугестивної лінгвістики, теорії мовленнєвого впливу, лінгвосеміотики, лінгвостилістики. Аналіз природи сугестії сприятиме вивченню системи мови загалом, механізмів розвитку й функціонування мови в соціумі.

**Практична цінність** роботи полягає в можливості використання її результатів у курсах з теоретичної граматики (розділ «Синтаксис») та лексикології (розділ «Семасіологія») англійської мови, теорії дискурсу, теорії комунікації, лінгвістики тексту, риторики, спеціальних курсах з психолінгвістики, сугестивної лінгвістики, невербальної комунікації.

**Структура роботи.** Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу.

У вступі обґрунтовується актуальність вибору теми, визначаються мета та завдання дослідження, його методологічна основа, розкривається теоретичне значення та практична цінність.

У першому розділі викладені загальні теоретичні положення про феномен навіювання, традиційні медичні й психологічні погляди на сугестію;

аналізуються погляди лінгвістів, психологів, соціологів, які досліджували лінгвістичний складник сугестивного впливу; розглядається використання навіювання в сучасних психотехнологіях, а також у педагогічному, політичному, рекламному та релігійному дискурсах.

*У другому розділі* досліджуються мовні засоби реалізації сугестивного впливу; подається аналіз лексико-граматичних засобів впливу на індивідуальну та масову свідомість; визначаються різнорівневі мовні засоби та основні риторичні й стилістичні прийоми, залучені в сучасний англomовний сугестивний дискурс; вивчаються його невербальні компоненти.

*У висновках* узагальнюються основні теоретичні й практичні результати дослідження, окреслюються перспективи подальших пошуків з обраної проблеми.

## ВИСНОВКИ

Комплексний аналіз комунікативних ситуацій, у яких реалізується акт навіювання, дозволяє стверджувати, що сугестія як вербальний та невербальний емоційно забарвлений вплив на психіку людини, що сприймається без критичної оцінки, і є важливим складником як повсякденного спілкування, так і професійного дискурсу, здійснюється під час взаємодії сугеренда та сугестора. Ефективність такої взаємодії визначається соціальним статусом сугестора, особливостями психіки сугеренда, стосунками, що складаються між ними, особливостями конструювання сугестивного повідомлення та комунікативною компетенцією мовців.

Визнання факту єдності вербальних і невербальних компонентів сугестивного впливу доводить логічність та доцільність вивчення явища сугестії в рамках дискурсу, тобто мовлення, зануреного в життя учасників сугестивного процесу.

Отримані результати дослідження сучасного англomовного сугестивного дискурсу дали підстави сформулювати таке його визначення: сугестивний дискурс – цілеспрямована комунікативна дія, метою якої є вплив на підсвідомість адресата для зміни його психоемоційного й фізіологічного стану, що є сукупністю процесу й результату, і включає як лінгвальний, так і позалінгвальний компоненти.

Явище сугестії спостерігається у найрізноманітніших царинах: побутовому спілкуванні, навчальному процесі, професійній комунікації, сфері соціального спілкування. Порівняльний аналіз сугестивного дискурсу та інших різновидів дискурсу дозволяє встановити, що сугестивний дискурс має спільні зони з декількома різновидами дискурсу за сферами комунікації: психотерапевтичним, психологічним, політичним, рекламним, педагогічним, релігійним.

Акт сугестивного впливу здійснюється в царині мови і мовлення, а саме мовлення є основним інструментом сугестора. Однак, поряд із провідною роллю



мовлення, важливою особливістю сугестії є її безпосередній зв'язок із підсвідомістю.

Дослідження вербального складника сугестивного дискурсу уможливило констатувати певні особливості мовлення учасників комунікації. Зокрема, мовлення сугестора, який є професійним комунікатором, не є спонтанним, а всі мовні конструкції, якими він послуговується під час впливу, ретельно продумані й мають певне функціональне навантаження в процесі сугестивного впливу. Заперечні висловлення у таких ситуаціях мінімізовані, оскільки на підсвідомому рівні негативна семантика сповільнює встановлення контакту.

Оскільки сугестивний дискурс є процесом і результатом психологічних, емоційних і соціальних чинників, важливе значення для ефективності та успішності навіювання має факт впевненості адресанта у своїй позиції. Тому в мовленні сугестора широко використовуються модальні слова і фрази, модальні конструкції, прислівники, а також модальні дієслова, що дозволяють здійснювати додатковий вплив на підсвідомість адресата.

Сприятливий комунікативний клімат створюють непрямі директиви, перефразовані речення зі спонукальною семантикою. Здатність мови викликати образи і впливати на психоемоційний стан реципієнта реалізується в мовленні сугестора завдяки широкому використанню лексичних одиниць з абстрактним значенням, емоційно забарвлених лексичних одиниць, художніх порівнянь, парафраз, евфемізмів та метафор.

Велика кількість ідентичних повторів у сугестивному дискурсі базується на природному захисному механізмі, який убезпечує мозок від надмірного перевантаження. Якщо повтори засвоєної інформації продовжуються, то відбувається вплив не на свідомий, а на підсвідомий складник людської психіки, тобто повтори, окрім засобу когезії, перетворюються в інструмент навіювання. В мовленні сугестора повтори реалізуються на всіх мовних рівнях: фонетичному, граматичному, лексичному і синтаксичному.

Характерною рисою мовлення сугестора є протиставлення, що виражаються в англійському сугестивному дискурсі переважно антонімічними

за значенням лексичними одиницями і мовленнєвими конструктами та бінарними структурами. Протиставлення реалізується також через стилістичний прийом антитези, активуючи при цьому образне мислення.

Невербальна поведінка сугестора є не лише доповненням вербальної поведінки, але й окремим засобом сугестивного впливу. Надзвичайно важливим елементом ефективності сугестивного впливу є узгодження мовної і немовної поведінки сугестора.

Комунікативна стратегія сугестора – це комплексна, цілеспрямована мовленнєва поведінка, яка має індивідуальну типову форму і служить вербалізації змісту. Притаманна їй специфіка визначається індивідуальним мовленнєвим досвідом та особливостями інтерпретації особистісної присутності у діалозі. Мовленнєві стратегії можуть виявлятися в окремій фразі або в комплексі фраз, схожих за своїм змістом, структурою та формою, їх аналіз і конструювання відбуваються на всіх мовних рівнях.

Отже, сугестивний дискурс є складним поєднанням вербальних і невербальних засобів, які при взаємодії здійснюють вплив на підсвідомість адресата, а їх використання вимагає від сугестора високого рівня комунікативної компетентності.

Дослідження особливостей сугестивного дискурсу уможлиблює висновок про те, що мова є універсальним засобом формування свідомості, сприйняття дійсності, конструювання картини світу. Вибір лінгвальних одиниць та їх актуалізація в мовленні слугують ключовим інструментом взаємодії у різних типах дискурсу, що становитиме перспективу подальших наукових пошуків у розглянутій площині.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ананко Т. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації в англomовному корпоративному дискурсі. *Мовні і концептуальні картини світу*: зб. наук. праць. Київ : ЛОГОС, 2004. № 10. С. 1–6.
2. Арістотель. Риторика // Сагач Г. М. Риторика. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. С. 301–307.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : ВЦ Академія, 2004. 344 с.
4. Безугла Т. А. Англо- і німецькомовний рекламний дискурс : полікодовий лінгвопрагматичний підхід : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків : нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2017. 23 с.
5. Белова А. Д. Дискурс тэтчеризма (на матеріалі речей Маргарет Тэтчер 1968-1996). *Вісник Харківського державного університету. Романо-германська філологія*. Харків : Константа, 2000. № 430. С. 22–29.
6. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Київ : Изд-во ЛОГОС, 2003. 304 с.
7. Белова А. Д. Індивідуальна картина світу: інтерпретація і використання лінгвістичних ідей в НЛП. *Мовні і концептуальні картини світу*: зб. наук. праць. Київ : ЛОГОС, 2002. № 7. С. 36–43.
8. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*. Київ, 2002. Вип. 32–33. С. 7–14.
9. Божко Г. Репертуар невербальних засобів спілкування в комунікативній ситуації «примирення». *Мовні і концептуальні картини світу*: зб. наук. праць. Київ : ВПЦ Київський університет, 2003. Вип. 9. С. 30–33.
10. Браун Дж. Техніки впливу : від пропаганди до промивання мозків // Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз. Київ : Т-во Знання, 2000. С. 445–447.
11. Бурбело В. Б. Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології. *Іноземна філологія*. Київ, 2002. Вип. 32–33. С. 79–84.

12. Гарбар І. О. Вербальні маркери сугестії в сучасному американському юридичному трилері : дис. ... к.філол.н. : 10.02.04. Київ-Запоріжжя, 2019. 346 с.
13. Германов В. Г. Вплив ЗМІ на підсвідомість : дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08. Київ, 2003. 174 с.
14. Гуменюк Г. В. Образ як специфічна особливість антиципації. *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України [за ред. Максименка С. Д.] Київ, 2004. Т. VI. Вип. 5. С. 76–82.
15. Гэймон Д., Брэгдон А. Аэробика для ума. М.: Эксмо, 2002. 352 с.
16. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ [сост. В.В. Петров]. М.: Прогресс, 1989. 310 с.
17. Дмитрук О. В. Маніпулятивні прийоми у сучасних ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. пр. Київ : ЛОГОС, 2002. Вип. 7. С. 143–150.
18. Дьяконова І. Л. Невербальні засоби комунікації у жіночому флірті. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. праць. Київ : ЛОГОС, 2004. Вип. 10. С. 145–149.
19. Жовтянська В. В. Реклама: міфологія сьогодення? *Актуальні проблеми психології*. Т. I : Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. Київ : Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2002. Ч. 7. С. 57–64.
20. Ільницька Л. Л. Англомовний сугестивний дискурс : автореф... канд. філол. наук. Харків, 2006. 20 с.
21. Ільницька Л.Л. Вербальні та невербальні засоби встановлення репрезентативної системи в НЛП. *Наук. вісник Чернівецького ун-ту*: Серія «Германська філологія» : зб. наук. праць. Чернівці : Рута, 2003. Випуск 156. С. 99–106.
22. Каламаж Р. В. Соціально-психологічні передумови проведення виборів в Україні. *Актуальні проблеми психології*. Том I : Соціальна психологія.

Психологія управління. Організаційна психологія. Київ : Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України, 2002. Частина 7. С. 81–88.

23. Кирилюк О. Д. Мовні засоби сугестивного впливу на реципієнта в дискурсі інформаційної війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2021. Том 32 (71). № 4. Ч. 1. С. 23–28.

24. Кіс Т. Є. Еволюція художньої метафори : лінгвокультурний аспект : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2001. 20 с.

25. Климентова О. В. Семантичний резонанс у сакральних текстах. *Система і структура східнослов'янських мов*. 2011. Вип. 2011. С. 108–114.

26. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія. Одеса : Астропринт, 2008. 324 с.

27. Колісниченко Т. В. Рекламний дискурс : поняття, ознаки та функції. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 13. Т. 2. С. 93–97.

28. Коломієць Н. Стилiстичні й риторичні прийоми у презентації інтернет-новин. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. праць. Київ : Видав. Дім Дмитра Бураго, 2004. Вип. 11. Кн. 1. С. 215–219.

29. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності: монографія. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.

30. Кутуза Н. В. Формула впливу рекламного дискурсу. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 3. С. 138–145.

31. Мудраченко Т. Б. Сугестія як засіб мовленнєвого впливу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічнв». 2015. Вип. 56. С. 211–214.

32. Осовська І. Заперечення як основоположна установка мовця при здійсненні мовленнєвого акту відмови. *Науковий вісник Чернівецького університету* : Серія «Германська філологія» : зб. наук. праць. Чернівці : Рута, 2003. Вип. 156. С. 92–99.

33. Павлова І. Г. Слово як семантико-функціональна одиниця в структурі української проповіді : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2005. 19 с.

34. Пехота О. М., Кіктенко А. З., Любарська О. М., Нор К. Ф. Освітні технології : навч.-метод. посібник [за заг. ред. О. М. Пехоти]. Київ : А.С.К., 2001. 255 с.
35. Психологічна енциклопедія [автор-упорядник Степанов О. М.]. Київ : Академвидав, 2006. 423 с.
36. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
37. Скуратовська Т. А. Аргументація в американському судовому дискурсі (на матеріалі справ за участю суду присяжних) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2002. 197 с.
38. Соляр О. А. Українські народні замовляння : питання походження і поезики : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.07. Львів, 2005. 16 с.
39. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов]; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. 2-ге вид. Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.
40. Тарасюк А. М. Мовні засоби вираження сугестії стосовно поняття «wisdom» в середньоанглійських біблійних текстах. *Молодий вчений*. 2017. № 12.1 (52.1). С. 49–51.
41. Хоменко І.В. Еристика : мистецтво полеміки : навч. посіб. Київ : Юрінком Інтер, 2001. 192 с.
42. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. *Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен*. Харків : Константа, 2005. С. 233–236.
43. Щербан Т.Д. Психологічні прийоми майевтики : діалог як модель творчого акту. *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України [за ред. Максименка С. Д.]. Київ, 2004. Т. VI. Вип. 5. С. 387–392.
44. Chomsky N. *New Horizons in the Study of Language and Mind*. Cambridge University Press, 2000. 230 p.
45. Chomsky N. *Syntactic Structures*. 2nd Edition. Walter de Gruyter, 2002. 117 p.

46. Cook G. The Discourse of Advertising. 2nd Edition. New York : Routledge, 2001. 256 p.
47. Eemeren F. H. van, Grootendorst R. A. Systematic Theory of Argumentation : The Pragma-Dialectical Approach. Cambridge University Press, 2003. 224 p.
48. Goldman L. How to Make a Million Dollar First Impression. Goldman Smythe Business Class, 2000. 164 p.
49. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL : <https://www.ldoceonline.com/>
50. Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H. E. Introduction // The Handbook of Discourse Analysis. Oxford : Blackwell, 2001. P. 1–10.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

- BGPHT – Bandler R., Grinder J. Patterns of the Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson, M. D., Vol. I. Grinder & Associates, 1996. 265 p.
- BGSM – Bandler R., Grinder J. The Structure of Magic. A Book about Language and Therapy. Vol. I. Science & Behavior Books, 1990. 225 p.
- DEI – The Dave Elman Induction. URL : <http://hypnoticadvancements.com/freescripts.htm>
- Den – James P. Denial. Orion, 1998. 498 p.
- EM – Erickson, Milton H. My Voice Will Go With You. W. W. Norton & Company, 1991. 256 p.
- ERTM – Elliott R., Tyrrell M. The Script Collection: a resource for therapists. URL : <https://www.hypnosisdownloads.com/free/Free-Hypnosis-Script?7965.pdf>
- ESS – Ego-Strengthening Script. Hartland's Medical & Dental Hypnosis. URL : <http://members.aol.com/DonJohnR/Hypnosis/Hartland.html>
- FH – McConkey K. M., Sheehan P. W. Hypnosis, Memory and Behavior in Criminal Investigation. New York: The Guilford Press, 1995. 239 p.
- FHS – Free Hypnosis Scripts. URL : <https://freehypnosisscripts.info/subject-script/aids-session-1/>.

GH – Going Home. Hypnotherapy Script. URL :  
[http://www.hypnoticworld.com/regression\\_pastlife/goinghome.asp](http://www.hypnoticworld.com/regression_pastlife/goinghome.asp)

H&H – Banyan C. D., Kein G. F. Hypnosis and Hypnotherapy. Minnesota, 2001.  
 219 p.

HAM – Hypnosis & an Angry (Wo)man... (Using Hypnosis to treat Anger  
 Management). URL : <http://www.geocities.com/dibragerowtcom/ssam.htm>

HAS – Hypnosis and Suggestion. URL :  
<http://hypnosisandsuggestion.org/scripts.html>

HFN – Weekes C. More Help For Your Nerves. Angus & Robertson Publishers,  
 1984. 182 p.

HR – Hypnotic Regression Into Past Life Situations. URL :  
[http://hypnoticworld.com/regression\\_pastlife](http://hypnoticworld.com/regression_pastlife).

HSBS – Hypnotherapy Stress Buster Script. URL :  
<https://pdfcoffee.com/hypnotherapy-stress-buster-script-pdf-free.html>

IIH – Sobel D. S., Ornstein R. Rx Imagery : How to Use Your Imagination to  
 Improve Your Health. URL : <http://www.healthy.net/asp/templates/Article>

JM – Joseph M. All at Sea with Admiral Nelson and a Phobic Fallacy. Case  
 History. *European Journal of Clinical Hypnosis*. URL :  
<http://www.ejch.com/joseph.htm>.

LTMM – Lawley J., Tompkins P. Metaphors In Mind : A Case Study. *Anchor  
 Point*. Vol. 15, No. 5, May 2001. URL : [www.devco.demon.co.uk](http://www.devco.demon.co.uk)

M-M – The Meta-Model. IRC Chat Log, January 28, 1998. URL :  
[www.altfeld.com/mastery/misc/irc-01-28.html](http://www.altfeld.com/mastery/misc/irc-01-28.html)

OSTT – Overdurf J., Silverthorn J. Training Trances. Multi-Level Communication  
 in Therapy and Training. Portland : Metamorphous Press, 1995. 238 p.

PRH – Progressive Relaxation in Hypnosis. URL :  
<http://www.fpnotebook.com/PSY102.htm>.

RRC – Ramos C. G., Reyes M. E. S., Cayubit R. F. O. Spirituality and  
 Psychological Well-being as Buffers of Suicide Probability among Selected Young



Filipino Gay Men and Lesbian Women. *The Journal of Psychology & Behavioral Sciences*. 2019. Vol. 5 (2). P. 3–20.

SRT – Sanderson A.L. Spirit Releasement Therapy. *European Journal of Clinical Hypnosis*. URL : [www.ejch.com/articles.htm](http://www.ejch.com/articles.htm)

TC – Time Capsule. Hypnotherapy Script. URL : [http://www.hypnosense.com/time\\_capsule.htm](http://www.hypnosense.com/time_capsule.htm)

TPC – Transcript of Phobia Cure Via ICQ Session. URL : <http://sm1.sitemeter.com/stats.asp?site=sm1visitations>.

ZHS – Zimmerman K. Hypnotherapy Scripts. Vol. II. Trancetime Publishing, 1996. 137 p.