УДК 811.111'42
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/104-15

Інна ГОРИЛЕНКО,
orcid.org/0009-0000-8562-379X
аспірантка кафедри германської філології
Київського національного лінгвістичного університету
(Київ, Україна) inna.horylenko@knlu.edu.ua

АНГЛОМОВНИЙ ДИСКУРС ГІПНОТИЧНОГО ВПЛИВУ: ЖАНРОВІ МОДЕЛІ ТА СТРУКТУРНА ОРГАНІЗАЦІЯ

У процесі дослідження було встановлено жанрову специфіку англійськомовних дискурсів із гіпнотичним впливом та їх структурно-прагматичні особливості у рамах сучасної психолінгвістики, когнітивної лінгвістики та дискурс-аналізу. Проаналізовано основні мовні механізми сугестивного впливу, особливості функціонування гіпнотичного дискурсу та специфіку використання мовних патернів у різних жанрах англомовної комунікації. У дослідженні сугестія трактується як ключовий механізм гіпнотичного впливу, за допомогою якого через спеціально організовані мовні засоби здійснюється непрямий вплив на свідомість і підсвідомість адресата, формуючи його когнітивні, емоційні та поведінкові установки. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі сугестивних технологій у сучасному інформаційному просторі, активним використанням гіпнотичних мовних моделей у рекламному, політичному, мотиваційному, психотерапевтичному та медійному дискурсах, а також необхідністю комплексного вивчення механізмів мовленнєвого впливу на свідомість і підсвідомість адресата. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі жанрових характеристик англомовних дискурсів із гіпнотичним впливом, систематизації їх структурних особливостей та визначенні ролі мовних патернів моделі Мілтона у формуванні сугестивного ефекту. Особливу увагу приділено аналізу пресупозицій, подвійних зв'язків, метафоричних конструкцій, модальних операторів, номіналізацій, імпліцитних команд та різних типів мовної неоднозначності як основних інструментів гіпнотичного впливу. У результаті дослідження встановлено, що аанглійськомовних дискурсів з гіпнотичним впливом характеризуються високим рівнем прагматичної спрямованості, ритмізацією мовлення, повторюваністю лексико-синтаксичних конструкцій та використанням імпліцитних смислів. Визначено, що мовні механізми сугестії забезпечують ефективний психологічний вплив на адресата та формують специфічну модель комунікативної взаємодії в межах сучасного англомовного дискурсу.

Ключові слова: *гіпнотичний дискурс, сугестія, англійськомовний дискурс, мовленнєвий вплив, модель Мілтона, гіпнотичні мовні патерни, прагмалінгвістика, жанрова специфіка.*

Inna HORYLENKO,
orcid.org/0009-0000-8562-379X
PhD student at the Department of German Studies
Kyiv National Linguistic University,
(Kyiv, Ukraine) inna.horylenko@knlu.edu.ua

ENGLISH-LANGUAGE DISCOURSE ON HYPNOTIC INFLUENCE: GENRE MODELS AND STRUCTURAL ORGANISATION

This study identified the genre-specific characteristics of English-language discourses involving hypnotic influence, as well as their structural and pragmatic features, within the framework of contemporary psycholinguistics, cognitive linguistics and discourse analysis. The study analyses the main linguistic mechanisms of suggestive influence, the characteristics of how hypnotic discourse functions, and the specific use of linguistic patterns in various genres of English-language communication. In this study, suggestion is interpreted as a key mechanism of hypnotic influence, through which, by means of specially organised linguistic devices, an indirect influence is exerted on the addressee's conscious and subconscious mind, shaping their cognitive, emotional and behavioural attitudes. The relevance of this study stems from the growing role of suggestive technologies in the contemporary information landscape, the active use of hypnotic linguistic models in advertising, political, motivational, psychotherapeutic and media discourses, as well as the need for a comprehensive study of the mechanisms of linguistic influence on the recipient's conscious and subconscious minds. Particular attention is paid to the analysis of presuppositions, double binds, metaphorical constructions, modal operators, nominalisations, implicit commands and various types of linguistic ambiguity as the main instruments of hypnotic influence. The study found that English-language discourses with hypnotic influence are characterised by a high degree of pragmatic orientation, rhythmic speech, the repetition of lexical-syntactic constructions, and the use of implicit meanings. It has been established that the linguistic mechanisms of suggestion ensure an effective psychological influence on the addressee and form a specific model of communicative interaction within the framework of contemporary English-language discourse.

Key words: *hypnotic discourse, suggestion, English-language discourse, linguistic influence, Milton's model, hypnotic linguistic patterns, pragmatics, genre specificity.*

Актуальність проблеми. У сучасному мовознавстві дедалі більшої актуальності набувають дослідження мовленнєвого впливу, комунікативних стратегій та сугестивного потенціалу тексту дискурсу. Особливу увагу науковців привертають англійськомовні дискурси з гіпнотичним впливом, оскільки вони поєднують лінгвістичні, психологічні, прагматичні та когнітивні механізми мовленнєвої взаємодії. У сучасному інформаційному суспільстві, де мова дедалі активніше використовується як інструмент переконання, маніпуляції, психологічного впливу та формування поведінкових моделей, дослідження жанрової специфіки сугестивних дискурсів набуває важливого теоретичного й практичного значення. Мова є складною багаторівневою системою, що охоплює лексичні одиниці, синтаксичні конструкції, стилістичні засоби та комунікативні функції, сформовані відповідно до потреб людини та умов передачі інформації. Вона не лише забезпечує передачу повідомлень, а й виконує функцію моделювання реальності, формування емоційного стану та впливу на свідомість адресата. Саме за допомогою мови людина здатна вербалізувати внутрішній світ, передавати власний досвід, емоції, абстрактні поняття та психологічні установки. У сучасному комунікативному просторі мова перестає бути виключно описовим засобом, набуваючи ознак творчого, когнітивного та сугестивного інструмента, здатного не лише відображати події, а й створювати їх.

Особливого значення набуває вивчення гіпнотичного дискурсу, який функціонує як специфічна форма мовленнєвого впливу. Гіпнотичний вплив у сучасній лінгвістиці розглядається як цілеспрямований комунікативний процес, спрямований на зміну психоемоційного стану, поведінки, установок або способу сприйняття інформації адресатом через використання спеціально організованих мовних засобів (Анпілогова, 2024). Такі дискурси характеризуються високим рівнем сугестивності, повторюваністю мовних структур, ритмічністю, емоційною насиченістю та прагматичною орієнтацією на підсвідоме сприйняття інформації.

Актуальність дослідження жанрової специфіки англійськомовних дискурсів із гіпнотичним впливом зумовлена кількома чинниками. По-перше, у сучасному інформаційному просторі значно зростає кількість текстів гіпнотичного дискурсу, побудованих на механізмах психологічного впливу. Такі тексти активно функціонують у медіапросторі, рекламі, політичному дискурсі, психотерапевтичній практиці, коучинговій діяльності, мотиваційній комунікації, блогосфері та цифровому контенті. По-друге, розвиток когнітивної лінгвістики, психолінгвістики та дискурс-аналізу актуалізує потребу комплексного дослідження мовних механізмів зв'язку сугестії з гіпнотичним впливом. По-третє, в умовах глобалізації та цифровізації комунікації англійська мова виступає одним із провідних інструментів міжнародного інформаційного впливу, що посилює значення аналізу англійськомовного сугестивного дискурсу.

Сугестія як психологічний і комунікативний феномен створення позитивних емоцій адресата може реалізовуватися як у переконливій, так і в маніпулятивній формі. Ефективність сугестивного впливу значною мірою залежить від мовної організації тексту як інтерактивної форми дискурсу, особливостей комунікативної ситуації та психологічної готовності адресата до сприйняття повідомлення. Саме тому тексти з гіпнотичним впливом характеризуються ретельно продуманою структурою, специфічним добором лексичних одиниць, використанням повторів, імперативних конструкцій, метафоричних моделей, ритмізації мовлення та спеціальних прагматичних стратегій.

У сучасній лінгвістиці поняття «гіпнотичний текст» розглядається як різновид сугестивного дискурсу, спрямованого на формування певного психоемоційного стану адресата (Kaplan, 2007). Такі тексти часто мають поліфункціональний характер і поєднують елементи психологічного впливу, емоційної стимуляції, мотивації та когнітивного програмування. Особливістю англомовних гіпнотичних текстів є активне використання мовних моделей нейролінгвістичного програмування, стратегій непрямої сугестії, пресупозицій, мовних патернів М. Еріксона (Erickson, 1980) та інших засобів впливу на підсвідомий рівень сприйняття інформації. Аналіз наукових досліджень (Анпілогова, 2024; Kaplan, 2007; Tennessee, 2023; Brown, 2024; Zahedi, Lynn, 2024) дозволяє зробити висновки, що важливою ознакою англійськомовних дискурсів із гіпнотичним впливом є їх жанрова різноманітність. До жанрової різноманітності таких дискурсів можуть належати психотерапевтичні сесії, мотиваційні промови, рекламні повідомлення, медитації, коучингові настанови, політичні виступи, аудіовізуальні сценарії, масмедійний дискурс та цифровий контент. Кожен із зазначених жанрів має власні структурні, стилістичні та прагматичні особливості, однак усі вони об'єднані спільною функцією – здійсненням сугестивного впливу на адресата.

У межах сучасної когнітивної і прагматичної лінгвістики дискурси з гіпнотичним впливом розглядаються також як інструмент моделювання

когнітивних процесів адресата. Через використання мовних тригерів, пресупозицій та асоціативних конструкцій такі дискурси здатні впливати на формування образів, емоційних реакцій та поведінкових моделей. Саме тому дослідження структурних та жанрових особливостей англомовного гіпнотичного дискурсу є важливим не лише для теоретичної лінгвістики, а й для психолінгвістики, медіакомунікації, психології та міжкультурної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на значний інтерес до феномену гіпнозу у сучасному науковому просторі, кількість комплексних міждисциплінарних досліджень, присвячених особливостям гіпнотичної комунікації, механізмам мовленнєвого впливу та структурній організації гіпнотичних різножанрових дискусів, залишається порівняно обмеженою. Особливо це стосується лінгвістичного аспекту вивчення гіпнозу, де проблема функціонування мовних засобів сугестії та жанрової специфіки гіпнотичного дискурсу ще не отримала достатнього теоретичного й практичного осмислення. Водночас сучасна психолінгвістика, когнітивна лінгвістика, прагмалінгвістика та дискурсологія дедалі активніше звертаються до аналізу мовних механізмів психологічного впливу, що свідчить про актуальність і перспективність цього напряму досліджень.

У психологічній науці вагомий внесок у дослідження гіпнозу здійснив M. Erickson (1980), який вважається основоположником недирективного підходу в гіпнотерапії. На відміну від класичного директивного гіпнозу, заснованого на прямих наказах та імперативних конструкціях, еріксонівський підхід передбачав використання непрямих мовних стратегій, метафор, асоціативних конструкцій, прихованих навіювань та індивідуалізованої комунікації. M. Erickson розглядав мову не лише як засіб передачі інформації, а як інструмент впливу на підсвідомі когнітивні процеси особистості. Саме його праці заклали підґрунтя для подальшого дослідження сугестивного потенціалу мовлення та психологічних механізмів комунікативного впливу. Подальший розвиток досліджень у сфері гіпнотичної комунікації пов'язаний із роботами R. Bandler та J. Grinder – засновників нейролінгвістичного програмування. У своїх наукових розвідках вони вперше систематизували та описали лінгвальні шаблони, характерні для англомовної гіпнотичної комунікації, зокрема так звану «Модель Мілтона», побудовану на основі аналізу мовлення за М. Еріксоном (Erickson, 1980). Дослідники визначили низку мовних патернів, що забезпечують сугестивний вплив на адресата. Особливість праць R. Bandler та J. Grinder полягає в тому, що вони розглядали гіпнотичну комунікацію як структуровану систему мовних моделей, здатних впливати на когнітивні та емоційні процеси людини. Їхні дослідження стали важливим етапом розвитку психолінгвістики та прагматичного аналізу мовлення, оскільки продемонстрували, що мовні конструкції можуть виконувати не лише інформативну, а й програмувальну та маніпулятивну функції. У сучасному науковому дискурсі проблема гіпнотичного впливу дедалі частіше розглядається у міждисциплінарному контексті, що поєднує психологію, лінгвістику, когнітивні науки, нейропсихологію, медіакомунікацію та теорію дискурсу. Проте, попри наявність окремих досліджень, питання жанрової специфіки англійськомовних дискурсів з гіпнотичним впливом, їх структурної організації та мовних механізмів сугестії залишаються недостатньо дослідженими.

Мета статті. Комплексний аналіз жанрової специфіки англомовних текстів із гіпнотичним впливом та дослідження їх структурно-прагматичних особливостей, мовних механізмів сугестії, закладенних в гіпнотичних мовних патернах у контексті сучасної психолінгвістики, когнітивної лінгвістики та дискурс-аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Окреслюючи особливості гіпнотичного мовлення, досліджено механізми навіювання, які призводять до зміни психоемоційного стану адресата, трансформації його когнітивного сприйняття та формування певних поведінкових реакцій. У межах гіпнотичного дискурсу навіювання виступає ключовим інструментом сугестивного впливу, оскільки саме через мовні конструкції, інтонаційні моделі та прагматичні стратегії здійснюється вплив на свідомий і підсвідомий рівні сприйняття інформації.

Гіпнотичне мовлення характеризується використанням спеціально організованих мовних засобів, які сприяють зниженню критичного аналізу повідомлення адресатом та активізують асоціативно-образне мислення (Brown, 2024). До таких засобів належать повтори, ритмізація мовлення, метафоричні конструкції, непрямі команди, пресупозиції, нечіткі лексичні одиниці, семантичні узагальнення та імпліцитні смисли. Їх використання дозволяє створювати ефект психологічного занурення та формувати необхідний емоційний фон комунікації.

Особливу роль у процесі навіювання відіграють лексичні та синтаксичні структури, здатні впливати на когнітивні механізми сприйняття.

У гіпнотичному дискурсі часто використовуються конструкції з модальними дієсловами, умовними формами, імперативами прихованого типу та мовними моделями, які стимулюють внутрішню візуалізацію й емоційне переживання інформації (Alter, 2025). Саме тому гіпнотичне мовлення розглядається не лише як комунікативний акт, а як складний психолінгвістичний процес, спрямований на програмування уваги, емоційних реакцій та поведінкових установок адресата.

Поняття сугестії у сучасному науковому дискурсі характеризується багатозначністю та міждисциплінарністю, оскільки тісно пов'язане з такими категоріями, як навіювання, психологічний вплив, маніпуляція, гіпноз та комунікативне програмування поведінки (Анпілогова, 2024; Бандлер, Гріндер, 1975; Brown, 2024; Zahedita ін. 2024). Саме тому ми користуємось поняттям сугестії в гіпнотичному дискурсі як специфічним механізмом впливу на свідомість і підсвідомість людини через використання мовних, інтонаційних та психоемоційних засобів. У нашому розумінні сугестія трактується як гіпнотизація, як процес навіювання певних ідей, установок, емоцій або моделей поведінки, що здійснюється в умовах підвищеної сприйнятливості адресата до інформації. У контексті дослідження гіпнотичного дискурсу доцільно розуміти сугестію як форму навіювання, що виникає внаслідок гіпнотичного або напівгіпнотичного впливу різного рівня інтенсивності та використовується для формування певних поведінкових, емоційних чи когнітивних реакцій людини. Етимологічно термін «сугестія» походить від латинського слова suggestio, яке означає «натяк», «підказка», «вказівка» або «додавання». Латинські дієслова suggero та suggerere мають значення «вселяти», «радити», «навчати», «спрямовувати думку». Їх походження пов'язують із дієсловами gessi, gestum, що інтерпретуються як «керувати», «командувати», «представляти», «виконувати роль» або «здійснювати вплив». Таким чином, етимологія терміна відображає сутність сугестії як процесу цілеспрямованого мовленнєвого та психологічного впливу на особистість.

Для аналізу гіпнотичного впливу проаналізуємо це явище в різних галузях сучасної комунікації, оскільки сугестивне мовлення сьогодні активно функціонує не лише у психотерапевтичному дискурсі, а й інших жанрових проявах спілкування. Особливого значення гіпнотична мова набуває у рекламному дискурсі, де мовні механізми навіювання використовуються як інструмент психологічного впливу на споживача з метою формування необхідних емоційних реакцій, поведінкових установок та споживчих рішень. У сучасному рекламному просторі гіпнотична мова виконує функцію прихованого переконання, впливаючи переважно на підсвідомий рівень сприйняття інформації. Через використання спеціально організованих мовних конструкцій рекламний дикурс здатний викликати у адресата відчуття бажання, комфорту, впевненості, престижу або психологічної потреби у певному продукті чи послузі. Саме тому гіпнотично-сугестивні механізми значно підвищують ефективність рекламних повідомлень, оскільки спрямовують емоції та когнітивні процеси аудиторії часто без її повного усвідомлення. У дослідженнях Інституту клінічного гіпнозу (2023) зазначається, що використання гіпнотичної мови сприяє посиленню емоційної взаємодії між брендом і споживачем, активізує механізми асоціативного мислення та формує позитивне ставлення до рекламованого об'єкта.

Емпіричні дослідження наукових організацій British Society of Clinical and Academic Hypnosis також підтверджують, що рекламний дискурс з високим рівнем сугестивних мовних елементів сприймається аудиторією як більш переконливий та ефективний порівняно з повідомленням, у якому відсутні гіпнотичні мовні патерни. Це пояснюється тим, що гіпнотичне мовлення активізує емоційну сферу людини, знижує рівень критичного аналізу інформації та сприяє формуванню імпліцитної довіри до повідомлюваного.

У межах сучасної прагмалінгвістики рекламний дискурс із гіпнотичним впливом досліджується також через призму мовних функцій. Науковець О. Каплан (Каплан, 2007) виокремлює шість основних функцій мови, що активно реалізуються у сугестивному рекламному дискурсі: референтну, емоційну, конативну, фатичну, металінгвістичну та поетичну. Референтна функція забезпечує передачу інформації про продукт чи послугу, емоційна – впливає на почуття та емоції адресата, конативна спрямована на стимулювання певної дії споживача, тоді як поетична функція реалізується через ритмізацію, метафоричність та стилістичну виразність тексту. Саме поєднання цих функцій забезпечує комплексний сугестивний вплив рекламного повідомлення.

Особливе місце у дослідженні гіпнотичного дискурсу займають мовні моделі Мілтона Еріксона, систематизовані Річардом Бандлером (Bandler, 1975; Бобом Боденхамером (Bodenhamer, 2002), Джозефом Коннором (O'Connor, 2001). У своїх працях дослідники описують різні типи гіпнотичних мовних патернів, які використовуються для формування сугестивного впливу в англійсько-

мовній комунікації. Попри певні відмінності у класифікаціях, усі дослідники погоджуються, що основою гіпнотичного мовлення є використання мовної невизначеності, прихованих смислів та когнітивних тригерів.

Особливого значення набуває класифікація Джозефа Коннора, яка охоплює декілька груп гіпнотичних мовних патернів. До них належать: видалення (deletions), що передбачають використання нечітких або неповних мовних конструкцій; викривлення (distortions), пов'язані з формуванням прихованих смислових зв'язків; узагальнення (generalizations), які створюють ефект універсальності тверджень. Такі мовні моделі широко використовуються у рекламному, політичному та мотиваційному дискурсах, оскільки дозволяють впливати на когнітивні процеси адресата через механізми непрямого навіювання.

Узагальнюючи сказане, зазначимо, що аналіз гіпнотичного впливу в різних галузях сучасної комунікації свідчить про високий рівень сугестивного потенціалу англомовного дискурсу. Гіпнотична мова функціонує як складний психолінгвістичний механізм, що поєднує мовні, когнітивні та емоційні компоненти впливу, забезпечуючи ефективне формування поведінкових реакцій та психологічних установок адресата.

У сучасному англійськомовному гіпнотичному дискурсі мовні патерни виконують функцію прихованого психологічного впливу на адресата. Вони забезпечують формування необхідного емоційного фону, зниження рівня критичного аналізу інформації та активізацію підсвідомих когнітивних процесів. До найбільш поширених мовних моделей належать читання думок (mind reading), втрачені перформативні висловлювання (lost performatives), причинно-наслідкові конструкції (cause and effect), складні еквіваленти (complex equivalence), пресупозиції (presuppositions), універсальні квантифікатори (universal quantifiers), модальні оператори необхідності та можливості (modal operators), номіналізації (nominalizations), невизначені дієслова (unspecified verbs) та інші. Аналіз мовних моделей дозволяє встановити, що жанрова специфіка англійськомовних дискурсів із гіпнотичним впливом значною мірою ґрунтується на використанні семантичної невизначеності, імпліцитності та багаторівневої інтерпретації змісту. Наприклад, конструкції типу mind reading створюють ілюзію розуміння внутрішнього стану адресата («You may already begin to feel more relaxed»), що підсилює довіру до мовця та активізує психологічний контакт. Пресупозиції та причинно-наслідкові зв'язки формують приховані смислові установки, які сприймаються адресатом як очевидні або логічно зумовлені. Особливе значення для структури гіпнотичного дискурсу мають подвійні зв'язки (double binds), вбудовані команди (embedded commands), вбудовані запитання (embedded questions) та розмовні постулати (conversational postulates). Такі конструкції створюють ефект непрямого навіювання та дозволяють адресатові сприймати повідомлення як результат власного внутрішнього вибору. У жанровому аспекті це особливо характерно для психотерапевтичних текстів, рекламного дискурсу, мотиваційних промов та коучингової комунікації. Крім того, важливу роль у текстах із гіпнотичним впливом відіграють різні типи мовної неоднозначності: фонологічна, синтаксична та семантична. Використання амбігвітетних конструкцій сприяє формуванню множинності інтерпретацій та активізації асоціативного мислення адресата. Метафоричні конструкції, позитивно маркована лексика та порушення обмеження вибору також підсилюють сугестивний ефект тексту, створюючи необхідний психологічний стан і впливаючи на емоційну сферу реципієнта.

Практична реалізація описаних мовних моделей чітко простежується у сучасному англомовному політичному дискурсі, де мовні засоби сугестії використовуються для формування довіри, мобілізації аудиторії та посилення емоційного впливу. Особливо показовими є виступи Барака Обами, які поєднують ритмізацію мовлення, повторюваність синтаксичних конструкцій, інклюзивні мовні стратегії та позитивно марковану лексику.

Зокрема, у ритуально-ораторних політичних виступах активно використовуються короткі емоційно насичені репліки, що створюють ефект безпосереднього контакту з аудиторією. Наприклад:

„Thank you, New Hampshire. I love you back. Thank you. Thank you. Well, thank you so much. I am still fired up and ready to go".

Повтор лексеми **thank you**, короткі синтаксичні конструкції та пряме звернення до слухачів виконують функцію ритмізації мовлення й підсилюють відчуття емоційної єдності між промовцем та аудиторією.

Не менш характерною є анафорично-ритмічна модель, побудована на багаторазовому повторенні початку висловлювання:

„There is something happening in America. There is something happening when... There is something happening when..."

Анафоричний повтор створює ефект поступового нарощування смислу, підсилює емоційне

сприйняття повідомлення та формує очікування неминучих суспільних змін.

Важливим компонентом сугестивного політичного дискурсу виступає інклюзивна мовна стратегія, реалізована через систематичне використання займенника **we**:

„We can... We will... Together, we will... Yes, we can".

Домінування колективного суб'єкта формує групову ідентичність, підсилює довіру до промовця та створює психологічний ефект спільної відповідальності за майбутні зміни.

Особливе місце займає месіансько-персуазивний дискурс, у якому центральним концептом виступає **change**:

„...change is what's happening in America".

або

„...we are ready to take this country in a fundamentally new direction".

У цьому випадку ключова лексема **change** набуває функції семантичного ядра повідомлення, а протиставлення «старе – нове» створює установку на необхідність трансформації.

Завершальним елементом виступає афірмативний фінал:

„Yes, we can. Yes, we can. Yes, we can".

Формульна повторюваність, максимальна синтаксична стисліть і ритмічність забезпечують високий рівень сугестивності, перетворюючи висловлювання на вербальну установку, яка легко запам'ятовується та багаторазово відтворюється аудиторією.

Висновки. У процесі дослідження було встановлено, що англійськомовний гіпнотичний дискурс є складним багаторівневим комунікативним явищем, у межах якого поєднуються мовні, психологічні, когнітивні та прагматичні механізми впливу на адресата. Визначено, що гіпнотичний дискурс функціонує як особливий тип сугестивної комунікації, спрямованої на формування певного психоемоційного стану, зміну когнітивного сприйняття інформації та моделювання поведінкових реакцій реципієнта. У процесі дослідження проаналізовано жанрову специфіку англомовних текстів із гіпнотичним впливом та встановлено, що вони активно функціонують у різних сферах сучасної комунікації, зокрема у психотерапевтичному, рекламному, політичному, мотиваційному та медійному дискурсах. З'ясовано, що кожен жанровий різновид характеризується специфічною структурною організацією, однак усі вони об'єднані спільною прагматичною метою – здійсненням прихованого або непрямого мовленнєвого впливу на адресата. Особливу увагу було зосереджено на аналізі мовних патернів моделі Мілтона, систематизованих M. Erickson, R. Bandler, J. Grinder, Bob G. Bodenhamer, L. Michael Hall та J. O'Connor. Використання пресупозицій, подвійних зв'язків, метафоричних конструкцій, номіналізацій, модальних операторів, вбудованих команд та різних типів мовної неоднозначності формує високий рівень сугестивності англомовного дискурсу. Саме ці мовні моделі забезпечують психологічний вплив на підсвідомий рівень сприйняття інформації й сприяють активізації асоціативного мислення адресата. Крім того, дослідження дозволило визначити, що структурні особливості гіпнотичних текстів ґрунтуються на ритмізації мовлення, повторюваності лексико-синтаксичних конструкцій, емоційній маркованості та імпліцитності смислів. Такі характеристики забезпечують ефективність сугестивного впливу та формують специфічну комунікативну модель взаємодії між адресантом і адресатом. **Перспективи подальших наукових досліджень** вбачаємо у поглибленому вивченні когнітивно-прагматичних механізмів англомовного гіпнотичного дискурсу, аналізі сугестивних стратегій у цифровому медіапросторі, соціальних мережах та рекламній комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анпілогова Є. Д**.** Інтертекстуальність як когнітивний аспект англомовного науково-технічного дискурсу. *Нова філологія.* 2024. 96. С.14-21. DOI:https://doi.org/10.26661/2414-1135-2024-96-2

2. Карпенко М. Ю. Особливості використання гіпностилістичних патернів синтаксичного рівня в гіпнотичному дискурсі. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки.* 2020. № 1(1) https://doi.org/10.26661/2414-9594-2020-1-1-13

3. Alter D. S. The role of hearing and listening in hypnotic responsiveness. *American Journal of Clinical Hypnosis.* 2025. 67(2), 97–109. DOI:https://doi.org/10.1080/00029157.2024.2370777

4. Bandler R., Grinder J. The structure of magic I: A book about language and therapy. Palo Alto, CA: Science and Behavior Books. 1975. 378 p.

5. Bodenhamer B. G., Hall L. M. The User's Manual for the Brain. Vol. I. Carmarthen : Crown House Publishing, 2002. 394 p.

6. Brown K. New opportunities for discourse studies: Combining discourse theory, critical discourse studies and corpus linguistics. Journal of Language and Politics. 2024. 23*(*4), 473–495. https://doi.org/10.1075/jlp.23066.bro

7. Erickson M. H. The collected papers of Milton H. Erickson on hypnosis. New York: Irvington Publishers. 1980, 591 p.

8. Hall L. M. Meta-States: Managing the Higher Levels of Your Mind. Clifton, CO : Neuro-Semantics Publications, 2000. 330 p.

9. Kaplan O. The effect of the hypnotic-suggestive communication level of advertisements on their effectiveness. Contemporary Hypnosis. 2007. Vol. 24, № 2. P. 53–63. DOI: 10.1002/ch.333.

10. O'Connor J. NLP Workbook,a practical guide to achieving the results you want. London: Thorsons. 2001. 356p.

11. Tennessee F. The Integration of Hypnotherapy into English Language Teaching (ELT). *Journal of education and linguistics*, 2023. 5 (2), 174–200.

12. Zahedi A., Lynn S. J., Sommer W**.** How hypnotic suggestions work: A systematic review of prominent theories of hypnosis. Consciousness and Cognition, 2024. 123*,* 103730.

REFERENCES

1. Anpilohova, Ye. D. (2024). Intertekstualnist yak kohnityvnyi aspekt anhlomovnoho naukovo-tekhnichnoho dyskursu [Intertextuality as a cognitive aspect of English scientific and technical discourse]. Nova filolohiia, 96, 14–21. https://doi.org/10.26661/2414-1135-2024-96-2 [in Ukrainian]

2. Karpenko, M. Yu. (2020). Osoblyvosti vykorystannia hipnostylistychnykh patterniv syntaksychnoho rivnia v hipnotychnomu dyskursi [Peculiarities of the usage of hypnostylistic patterns of the syntactic level in hypnotic discourse]. Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu, 1(1), 91–96. https://doi.org/10.26661/2414-9594-2020-1-1-13 [in Ukrainian]

3. Alter, D. S. (2025). The role of hearing and listening in hypnotic responsiveness. American Journal of Clinical Hypnosis. 67(2), 97–109. DOI:https://doi.org/10.1080/00029157.2024.2370777

4. Bandler, R., Grinder, J. (1975). The structure of magic I: A book about language and therapy. Palo Alto, CA: Science and Behavior Books. 378 p.

5. Bodenhamer, B. G., Hall, L. M. (2002). The User's Manual for the Brain. Vol. I. Carmarthen : Crown House Publishing, 2002. 394 p.

6. Brown, K. (2024). New opportunities for discourse studies: Combining discourse theory, critical discourse studies and corpus linguistics. Journal of Language and Politics. 23(4), 473–495. https://doi.org/10.1075/jlp.23066.bro

7. Erickson, M. H. (1980). The collected papers of Milton H. Erickson on hypnosis. New York: Irvington Publishers. 591

8. Hall, L. M. (2000). Meta-States: Managing the Higher Levels of Your Mind. Clifton, CO : Neuro-Semantics Publications, 330 p.

9. Kaplan, O. (2007). The effect of the hypnotic-suggestive communication level of advertisements on their effectiveness. Contemporary Hypnosis. Vol. 24, № 2. P. 53–63. DOI: 10.1002/ch.333

10. O'Connor, J. (2001). NLP Workbook,a practical guide to achieving the results you want. London: Thorsons. 356p.

11. Tennessee, F. (2023). The Integration of Hypnotherapy into English Language Teaching (ELT). Journal of education and linguistics, 5 (2), 174–200.

12. Zahedi, A., Lynn, S. J., Sommer, W. (2024). How hypnotic suggestions work: A systematic review of prominent theories of hypnosis. Consciousness and Cognition, 123, 103730.

Дата першого надходження статті до видання: 14.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 09.10.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.10.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)