

Секция «Психологическое консультирование и психотерапия: теоретические, исследовательские и прикладные аспекты»

Психосемантический анализ метафор в психологическом консультировании

Научный руководитель – Крайнюков Сергей Владимирович

Горюнова Юлия Викторовна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы,
Факультет прикладной психологии, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: iwiliagorunova@gmail.com

Метафора представляет собой уникальное явление, вызывающее большой исследовательский интерес со стороны представителей различных наук: филологии, лингвистики, психологии, философии [3]. В психологическом консультировании метафора выполняет множество функций: суггестии, познания, структурирования опыта клиента и др [4]. Анализ исследований метафор в психологическом консультировании показал значительный разрыв между практикой применения метафоры в консультировании и теоретическим изучением психотерапевтического потенциала метафор, которые используются клиентами и специалистами.

Настоящее исследование было проведено с целью построения семантического пространства метафор, используемых в психологическом консультировании.

Задачи исследования:

- 1) определить типы и виды метафор, встречающихся в психологических консультациях взрослых;
- 2) выявить систему дескрипторов, значимых при оценке обнаруженных метафор;
- 3) разработать методику специализированного семантического дифференциала;
- 4) сравнить семантические пространства метафор у респондентов разного пола.

Методы и методики исследования:

- 1) контент-анализ метафор;
- 2) методика личностных конструкторов Дж. Келли [1];
- 3) специализированный семантический дифференциал (по алгоритму В.П. Серкина) [2].

Статистическая обработка данных проводилась с помощью частотного анализа и факторного анализа по методу максимального правдоподобия с использованием Варимакс-вращения в программе SPSS версии 21.0.

В исследовании приняли участие 60 здоровых респондентов в возрасте от 20 до 54 лет (средний возраст 47 лет), из них 33 женщины и 27 мужчин.

Исследование проводилось на базе Психологического центра «Форсайт».

В ходе контент-анализа было проанализировано 25 психологических консультаций, в которых в сумме было выявлено 164 метафоры. В целом метафоры использовались в 80% психологических консультаций. Метафоры клиентов составили 73,7% от общего числа метафор, метафоры специалистов (психологов и психотерапевтов) - 26,2%. Авторские метафоры составили 36%, стертые (общеупотребительные) - 63,4%. Метафоры-определения составили 74,8%, метафоры, используемые для сравнения описываемого феномена с другими феноменами - 23%, метафоры, выполняющие функцию познания - 2,2%. 60% метафор специалистов являются познавательными, 32,5% *eg-* описательными, 6,9% - оценочными, что свидетельствует, что специалисты используют метафоры главным образом с целью обучения клиента. 41,3% метафор клиентов выражают когнитивную сферу, 39,6% - эмоциональную, 14% - сферу поведения, 4,9%- ценностно-смысловую сферу. При этом в 69,8%

метафоры специалистов воздействуют на когнитивную сферу клиентов, 18,6% - на эмоциональную, сферу поведения - 0% и ценностно-смысловую сферу - 11,6%.

По методике Дж. Келли было выявлено 12 биполярных дескрипторов, имеющих значение при оценке метафор в психологическом консультировании. В результате факторного анализа были выявлены факторы для мужской и женской выборки. Факторы для женской выборки: «Позитивность - Негативность» (33,6% дисперсии), «Спокойствие-Тревога» (18% дисперсии). Факторы для мужской выборки: «Позитивность - Негативность» (30,6% дисперсии), «Веселость-Тоскливость» (18 % дисперсии). По выделенным факторам были построены семантические пространства метафор, используемых в психологическом консультировании, отдельно для мужчин и женщин и проведён их сравнительный анализ.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Функции метафор в психологическом консультировании различаются для клиентов и специалистов.

1.1. Клиенты используют метафоры тогда, когда они не могут найти подходящих для выражения своих представлений и эмоциональных состояний слов, ввиду этого они прибегают к выражению сути таких явлений посредством метафор. В основном эти метафоры репрезентируют эмоциональное состояние клиента или его представления об описываемом им феномене.

1.2. Специалисты используют метафоры для обучения, расширения картины мира клиента с помощью объяснения неясного для клиента явления через понятие, которое для него более знакомо.

2. Наиболее важным критерием для оценки клиентами метафор в психологическом консультировании взрослых является эмоциональная окрашенность метафоры и её влияние на психическое состояние клиента во время консультации.

3. Мужчины и женщины различным образом оценивают метафоры, применяемые в психологическом консультировании. Для женщин важным критерием при оценке метафор является то, вызывает ли метафора переживание спокойствия или наоборот - тревоги. Мужчины оценивают метафоры с точки зрения их веселости, т.е. насколько метафора делает их более веселыми, или наоборот - тоскливыми и скучающими.

Источники и литература

- 1) Келли Дж. Психология личности. Теория личных конструкторов. СПб., 2000.
- 2) Серкин В.П. Методы психосемантики. М., 2004.
- 3) Смирнов И. В. Метафора как объект научных исследований // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. No 2. С. 80-83.
- 4) Соснин А.В. Когнитивная метафора как средство формирования концепта // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. No 1-1. С. 156-163.