

## Отрывок проекта

### Выпускная квалификационная работа (Магистерская диссертация) «Психологическое консультирование клиентов психологического центра с использованием терапевтических метафор»

В последние десятилетия метафоры все чаще становятся предметом исследования в различных областях знания. В психологическом консультировании метафора выполняет различные функции: познания, суггестии, структурирования опыта клиента и др. Во всех основных направлениях психологического консультирования и психотерапии подчеркивается высокая эффективность метафоры как психологического приема, однако эмпирические исследования в этой области практически отсутствуют, что препятствует их научно-обоснованному применению. Для эффективного использования метафор в психологическом консультировании необходимо понимать их коннотативное значение для клиента. Психосемантическое исследование метафор в психологическом консультировании поможет увидеть, какое отношение они вызывают у клиента, каким образом они структурируются в его психике.

Цель исследования: на основе эмпирического исследования метафор в психологическом консультировании разработать практические рекомендации по их эффективному использованию психологами.

Объект исследования: клиенты психологического центра, предмет – метафоры, использующиеся в психологическом консультировании.

Задачи исследования:

1. Разработать классификацию метафор, встречающихся в психологических консультациях.
2. Выявить категориальные структуры оценивания метафор в психологическом консультировании у респондентов разного пола.
3. Построить и проанализировать семантические пространства метафор в психологическом консультировании у респондентов разного пола.

Этапы исследования.

На первом этапе исследования проводился контент-анализ 25 индивидуальных психологических консультаций в формате открытых консультаций при использовании зеркала Гезелла на базе Психологического центра «Форсайт».

На втором этапе исследования выявлялись дескрипторы, имеющие значение при оценке метафор.

На третьем этапе была разработана модифицированная методика психосемантического дифференциала, произведен факторный анализ результатов, полученных в результате проведения тестирования с помощью разработанной методики, а также построены семантические пространства метафор, используемых в процессе психологического консультирования.

Выборка исследования.

На первом этапе исследования проводился контент-анализ 25 открытых индивидуальных психологических консультаций. Клиенты: 25 человек, 18 женщин, 7 мужчин, 18 – 52 года, средний возраст – 35. Специалисты: 25 человек, 22 психолога и 3 психотерапевта, 14 женщин, 11 мужчин, 30-53 лет, средний возраст – 41,5.

Во втором и третьем этапе исследования приняли участие 80 человек, (50 женщин, 30 мужчин, 20-54 года, средний возраст – 37 лет). Все респонденты имели или получали высшее образование.

В ходе контент-анализа всего было обнаружено 164 метафоры, которые были классифицированы по разным основаниям: по субъекту, по степени новизны, по сфере репрезентации и воздействия на психику, по функции.

Было выявлено, что клиенты используют метафоры в три раза чаще специалистов, в основном используются общеупотребительные метафоры. Клиенты чаще всего используют метафоры для выражения мыслей, эмоций, для которых им трудно подобрать подходящие слова. Специалисты используют метафоры для объяснения непонятных для клиентов слов или явлений.

По результатам факторного анализа обнаружился общий для мужчин и женщин фактор оценки метафор «Позитивность – Негативность». То есть респонденты вне зависимости от пола оценивают метафоры с позиции того, вызывают ли они у них положительные или отрицательные эмоции, а также с точки зрения позитивности или негативности содержащегося в них смысла.

Но есть и различия. Для женской выборки специфичен фактор «Спокойствие – Тревога», т.е. для женщин важно, насколько метафоры вызывают состояние спокойствия и эмоциональной уравновешенности или же наоборот – тревоги и нестабильности.

Для мужской выборки специфичным является фактор «Веселье – Тоска», т.е. мужчины при оценке метафор обращают внимание на то, вызывают ли они у них состояние веселья, либо наоборот – тоски, озадаченности и затруднения.

3. Построенные семантические пространства отличаются для женской и мужской выборки.

Анализ семантического пространства женщин показал, что как наиболее позитивные женщинами воспринимаются метафоры клиентов и специалистов, которые помогают узнать больше о предмете беседы во время консультации. Такие метафоры репрезентируют и воздействуют в основном на когнитивную сферу психики клиента.

Анализ семантического пространства мужчин показал, что мужчины наиболее позитивно оценивают познавательные метафоры, которые ассоциируются у них с весельем, легкостью и помогают клиентам понять суть обсуждаемого во время консультации предмета. Такие метафоры репрезентируют и воздействуют в основном на когнитивную сферу психики клиента.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Метафоры в психологическом консультировании можно классифицировать по субъекту, по степени новизны, по сфере репрезентации и воздействия на психику, по функции.

2. В психологических консультациях встречаются преимущественно клиентские общеупотребительные метафоры, репрезентирующие когнитивную и эмоциональную сферы.

Метафоры клиентов чаще выполняют функции определения и оценки, позволяющие им найти подходящие слова для выражения мыслей и чувств, а метафоры специалистов – функцию познания, направленную на обучение клиентов, расширение их картины мира.

3. При восприятии метафор в психологическом консультировании значимым фактором для респондентов является позитивность-негативность вызываемого ими состояния. При этом обнаруживаются половые различия: для женщин также важно, насколько метафоры вызывают состояние спокойствия-тревоги, а для мужчин – веселья-тоски.

4. В психологическом консультировании наиболее позитивно респонденты вне зависимости от пола воспринимают познавательные метафоры специалистов,

воздействующие на когнитивную сферу их психики. Дифференцированный анализ метафор в психологическом консультировании важен для их эффективного применения.