

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕТАФОР В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ

С.В. КРАЙНЮКОВ

Санкт-Петербургский государственный институт психологии
и социальной работы (СПб ГАОУ ВО «СПбГИПСР»),
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4173-8568>,
e-mail: sv_krayn@mail.ru

Ю.В. ГОРЮНОВА

Санкт-Петербургский государственный институт психологии
и социальной работы (СПб ГАОУ ВО «СПбГИПСР»),
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5832-8311>,
e-mail: iuiliagoruinova@gmail.com

Представлены результаты психосемантического исследования метафор в психологическом консультировании взрослых. Материалом исследования выступили метафоры из записей 25 открытых индивидуальных психологических консультаций. Выделенные метафоры оценивались 80 респондентами (50 женщин и 30 мужчин) в возрасте от 25 до 54 лет ($M_{\text{возр.}}=33,08$; $SD=9,25$). В качестве методов исследования применялись контент-анализ метафор, а также психологическое тестирование по методике личностных конструктов Дж. Келли и специализированной методике семантического дифференциала. Представлена авторская классификация метафор в психологическом консультировании. Выявлены категориальные структуры оценивания метафор в психологическом консультировании, построены и проанализированы семантические пространства метафор у респондентов разного пола. Показано, что респонденты воспринимают метафоры с точки зрения позитивности—негативности вызываемого ими состояния. Как наиболее позитивные воспринимаются обучающие метафоры специалистов, воздействующие на когнитивную сферу. При этом для женщин важно, насколько метафоры вызывают состояние спокойствия—тревоги, а для мужчин — веселья—тоски.

Ключевые слова: метафоры, психологическое консультирование, психотерапия, психосемантика, когнитивная лингвистика, между субъектные отношения, оценочное высказывание.

Финансирование. Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 18-013-01194 «Оценочное высказывание в языковой картине человека»).

Для цитаты: Крайнюков С.В., Горюнова Ю.В. Психосемантический анализ метафор в психологическом консультировании // Консультативная психология и психотерапия. 2021. Т. 29. № 1. С. 165—183. DOI: <https://doi.org/10.17759/cpp.2021290110>

PSYCHOSEMANTIC ANALYSIS OF METAPHORS IN PSYCHOLOGICAL COUNSELING

SERGEY V. KRAINYUKOV

Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work,
Saint Petersburg, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4173-8568>,
e-mail: sv_krayn@mail.ru

YULIA V. GORYUNOVA

Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work,
Saint Petersburg, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5832-8311>,
e-mail: iuiliagoruinova@gmail.com

The paper describes the results of a psychosemantic study of metaphors in psychological counseling for adults. The research material consisted of metaphors from the records of 25 open individual psychological consultations. The chosen metaphors were evaluated by 80 respondents (50 women and 30 men) aged 25—54 ($Mage=33.08$, $SD=9.25$). The following research methods were used: the content analysis of metaphors and psychological testing in the framework of G. Kelly's personality constructs and the specialized method of semantic differential. We present our classification of metaphors in psychological counseling. Categorical structures for evaluating metaphors in psychological counseling were identified, and the semantic spaces of metaphors for respondents of different sexes were constructed and analyzed. The results show that respondents evaluated metaphors based on the emotional valence (positive/negative) of the state they caused; the most positively perceived were educational metaphors of counselors that affected the cognitive sphere. Moreover, women found it more important that metaphors

caused a state of calm or anxiety, and men paid more attention to funny or melancholy-inducing metaphors.

Keywords: metaphors, psychological counseling, psychotherapy, psychosemantics, cognitive linguistics, intersubjective relations, evaluation utterance.

Funding. This work was supported by Russian Foundation for Basic Research (project number 18-013-01194 “An evaluative statement in the linguistic picture of a person”).

For citation: Krainyukov S.V., Goryunova Yu.V. Psychosemantic Analysis of Metaphors in Psychological Counseling. *Konsul'tativnaya psikhologiya i psikhoterapiya = Counseling Psychology and Psychotherapy*, 2021. Vol. 29, no. 1, pp. 165—183. DOI: <https://doi.org/10.17759/cpp.2021290110> (In Russ., abstr. in Engl.)

В последние десятилетия метафоры все чаще становятся предметом исследования в различных областях знания [21]. В философии метафора понимается как средство выражения непредметного содержания, которое открывается в герменевтическом акте понимания [5]. В когнитивной лингвистике метафора рассматривается как ключевая ментальная операция, объединяющая две понятийные области и создающая возможность использования потенциала структурирования исходной области при освоении новой [21]. В психологии метафора определяется как психический конструкт, представляющий собой объединение двух понятий, где вспомогательное используется для акцентирования и объяснения существенных для автора метафоры характеристик основного [1].

Повышенный интерес к изучению метафор может объясняться универсальностью данного феномена культуры: метафора может выступать как средство коммуникации, как художественный троп, как способ самовыражения. В психологическом консультировании метафора выполняет различные функции: познания, суггестии, структурирования опыта клиента и др. [8]. Во всех основных направлениях психологического консультирования и психотерапии подчеркивается высокая эффективность метафоры как психологического приема [3; 25; 27]. Метафора помогает сформулировать запрос на получение психологической помощи, когда предмет беседы табуирован или недостаточно осознан клиентом [4], устранить противоречия между рациональным и эмоциональным отношением к ситуации [7], найти доступ к саногенным ресурсам клиента, определяющим путь к решению его проблемы [24].

Все чаще метафора становится инструментом экспериментальной психологии, поскольку позволяет сохранить уникальность картины мира

[17]. Исследователи подчеркивают ее синкретичность, что способствует более глубокому пониманию закономерностей функционирования психики [2]. Отмечается высокий диагностический и терапевтический потенциал метафор в психологическом консультировании и психотерапии, однако эмпирические исследования в этой области практически отсутствуют, что препятствует их научно обоснованному применению. Существующие исследования сконцентрированы главным образом на изучении метафоры как средства психодиагностики [6; 11; 12].

Для эффективного использования метафор в психологическом консультировании необходимо понимать их коннотативное значение для клиента. Эмпирические методы реконструкции индивидуальных систем значений разработаны преимущественно в русле современной психосемантики. Методы психосемантики за счет неочевидности цели исследования для респондентов дают возможность на глубинном уровне выявлять категориальные структуры оценивания, неосознаваемые ожидания и предпочтения [26]. Методология и методы психосемантики широко применяются в современных психологических исследованиях: в социальной психологии [22], психологии эмоций [23], семейной психологии [14], психологии профессиональной деятельности [18], психологии искусства [16]. Психосемантическое исследование метафор в психологическом консультировании позволит увидеть, какое отношение они вызывают у клиента, каким образом они структурируются в его психике [15].

Цель исследования — провести психосемантический анализ метафор в психологическом консультировании. **Задачи:** 1) разработать классификацию метафор, встречающихся в психологическом консультировании; 2) выявить категориальные структуры оценивания метафор у респондентов разного пола; 3) построить и проанализировать семантические пространства метафор у респондентов разного пола.

Метод

Выборка. На первом этапе исследования проводился контент-анализ 25 открытых индивидуальных психологических консультаций (18 клиентов-женщин и 7 клиентов-мужчин в возрасте от 18 до 52 лет ($M_{\text{возр.}} = 31,64$; $SD = 10,11$) с использованием зеркала Гезелла на базе Психологического центра «Форсайт» (г. Санкт-Петербург). Авторы статьи выступали в качестве наблюдателей. Основными проблемами, с которыми обращались клиенты, были трудности в межличностных, семейных отношениях, низкая самооценка, внутриличностные конфликты. Клиенты не имели психических расстройств. От всех специалистов и клиентов было получено добровольное информированное согласие на

участие в исследовании. К процедуре контент-анализа метафор привлекались три эксперта — кандидаты психологических и филологических наук.

На втором этапе выявлялись дескрипторы, имеющие значение при оценке метафор в психологическом консультировании. На этом этапе в исследовании приняли участие 20 респондентов, — 17 женщин и 3 мужчины в возрасте от 20 до 54 лет ($M_{\text{возр.}} = 33,95$; $SD = 9,64$).

На третьем этапе была разработана модифицированная методика семантического дифференциала, проведен факторный анализ данных, построены семантические пространства метафор, используемых в психологических консультациях, у респондентов разного пола. На этом этапе было исследовано 60 респондентов (33 женщины и 27 мужчин в возрасте от 20 до 54 лет, $M_{\text{возр.}} = 33,08$, $SD = 9,26$).

Все респонденты имели или получали высшее образование.

Методика. Для определения типов и видов метафор, используемых в процессе психологического консультирования, применялся метод контент-анализа. Единицами анализа выступили категории метафор, а единицами счета — метафоры в психологических консультациях. Для выявления дескрипторов применялась методика личностных конструктов Дж. Келли [9]. Респонденты с помощью процедуры тройственного сравнения оценивали 7 групп метафор, по 3 метафоры в каждой. В инструкции предлагалось описать прилагательными, чем две метафоры схожи между собой так, что этим отличаются от третьей, и тогда какой является третья.

Выявленные дескрипторы были использованы для разработки методики специализированного семантического дифференциала (по алгоритму В.П. Серкина [19]). Полученные в ходе исследования данные обрабатывались с помощью частотного анализа, факторного анализа по методу максимального правдоподобия с использованием варимакс-вращения (программа SPSS версии 21.0).

Результаты

В ходе контент-анализа было выявлено 164 метафоры. Метафоры использовались в 80% психологических консультаций и были классифицированы по разным основаниям (табл. 1).

В результате контент-анализа было выявлено, что клиенты используют метафоры в три раза чаще специалистов. При этом чаще в консультациях встречаются общеупотребительные метафоры, как со стороны клиентов, так и со стороны специалистов. Авторские метафоры встречаются реже и, как правило, являются результатом более тщательной работы по структурированию образа автором метафоры. В метафорах

Таблица 1

Классификация метафор в психологическом консультировании

Основание для классификации	Вид метафоры	Определение	Частота использования (в процентах)	
1	2	3	4	
1. По субъекту	Метафора клиента	Метафора, автором которой является клиент	74	
	Метафора специалиста	Метафора, автором которой является психолог или психотерапевт	26	
2. По новизне	Авторская метафора	Уникальная метафора, которая создается в результате творческого акта и репрезентирует личный опыт автора метафоры (например, «абсурд в квадрате», «липкий холод»)	Клиенты	Специалисты
			28	8
	Стертая метафора	Общепотребительная метафора, которая широко используется в культуре (например, «закат жизни», «разобрать полет»)	46	18
3. По сфере репрезентации и воздействия на психику клиента	Метафора, связанная с когнитивной сферой	Метафора, посредством которой клиент выражает свое представление относительно феномена, являющегося предметом обсуждения во время консультации («дождь не может идти вечно», «железобетонные фасады»), или посредством которой специалист помогает клиенту сформировать представление об определенном феномене («верхняя оболочка личности»)	30	18
	Метафора, связанная с эмоциональной сферой	Метафора, которая описывает эмоциональное состояние клиента («черная дыра внутри», «немой крик») или нацеленная на его изменение («пропустите тревожные мысли через сито»)	29	5
	Метафора, связанная со сферой поведения	Метафора, посредством которой клиент выражает свое представление относительно его внешней активности («сотрясать воздух без надобности», «нести все в себе») или посредством которой специалист помогает клиенту сформировать представление об определенном способе действия («съесть слона по кусочкам», «дать себе остынуть»)	10	8

Основание для классификации	Вид метафоры	Определение	Частота использования (в процентах)	
			1	2
4. По функции	Метафора-определение	Метафора, посредством которой клиент выражает такие представления, для которых, по его мнению, в русском языке еще нет понятий («вампир в юбке», «ментальное удушье»)	55	9
	Оценочная метафора	Метафора, используемая для сравнения описываемого феномена с другим («быть как рыбка-прилипала», «отбиваться как собачонка»)	17	2
	Познавательная метафора	Метафора, с помощью которой осуществляется акт познания за счет переноса смысла с понятного клиенту феномена на сферу неясного ему феномена («отношения — это танец двух партнеров»)	2	15

клиентов чаще всего репрезентируются когнитивная и эмоциональная сферы. Объектом воздействия метафор специалистов в большей степени является когнитивная сфера. Метафоры клиентов чаще выполняют функции определения и оценки и помогают им выразить представления об описываемых феноменах, для которых им трудно подобрать подходящие слова. Специалисты в основном прибегают к использованию метафор, выполняющих функцию познания, расширения сферы понимания клиентов относительно обсуждаемого во время консультации предмета.

Факторная структура выявленных дескрипторов, значимых при оценке метафор в психологическом консультировании, у респондентов разного пола представлена в табл. 2.

По результатам факторного анализа у респондентов разного пола обнаружен общий фактор «Позитивность—Негативность», описывающий большую часть дисперсии в этих подгруппах. Этот фактор, очевидно, соответствует классическому фактору оценки, выделенному Ч. Осгудом [28]. Респонденты вне зависимости от пола оценивают метафоры с позиции того, вызывают они у них положительные или отрицательные эмоции, а также с точки зрения позитивности—негативности содержащегося в них смысла.

Для женской выборки специфичен фактор «Спокойствие—Тревога». Для них важно, насколько метафоры вызывают состояние спокойствия и эмоциональной уравновешенности или же, наоборот, тревоги и эмоциональной нестабильности.

Таблица 2

Факторная структура дескрипторов, значимых при оценке метафор в психологическом консультировании, у респондентов разного пола

Факторная структура дескрипторов у респондентов-женщин		
Фактор	Шкалы	Нагрузки
Фактор 1: «Позитивность— Негативность» (33,6% дисперсии)	Веселье—Тоска	0,79
	Темнота—Свет	—0,77
	Позитив—Негатив	0,77
	Беспечность—Удрученность	0,70
	Трудность—Легкость	—0,69
	Пессимизм—Оптимизм	—0,67
	Воодушевление—Отчаяние	0,64
	Смелость—Испуг	0,49
Фактор 2: «Спокойствие—Тре- вога» (18% диспер- сии)	Эмоциональная неуравновешенность — Эмоциональная уравновешенность	0,79
	Тревога—Спокойствие	0,66
	Неясность—Доходчивость	0,45
Факторная структура дескрипторов у респондентов-мужчин		
Фактор 1: «Позитивность— Негативность» (30,6% дисперсии)	Эмоциональная неуравновешенность— Эмоциональная уравновешенность	0,77
	Тревога—Спокойствие	0,68
	Пессимизм—Оптимизм	0,64
	Позитивность—Негативность	—0,64
	Смелость—Испуг	—0,62
	Воодушевление—Отчаяние	—0,62
	Беспечность—Удрученность	—0,50
	Неясность—Доходчивость	0,48
Фактор 2: «Веселье—Тоска» (18% дисперсии)	Веселье—Тоска	0,71
	Темнота—Свет	—0,62
	Трудность—Легкость	—0,47

Для мужской выборки специфичным является фактор «Веселье—Тоска». Мужчины при оценке метафор обращают внимание на то, вызывают они у них состояние веселья, либо, наоборот, тоски, озадаченности и затруднения. По выделенным факторам были построены двумерные семантические пространства метафор, отдельно для женщин и мужчин (рис. 1, 2).

Наиболее представленной в семантическом пространстве у женщин является зона «Негативность—Тревога», в нее входят 60% оцениваемых метафор. Эти метафоры имеют для них негативную эмоциональную

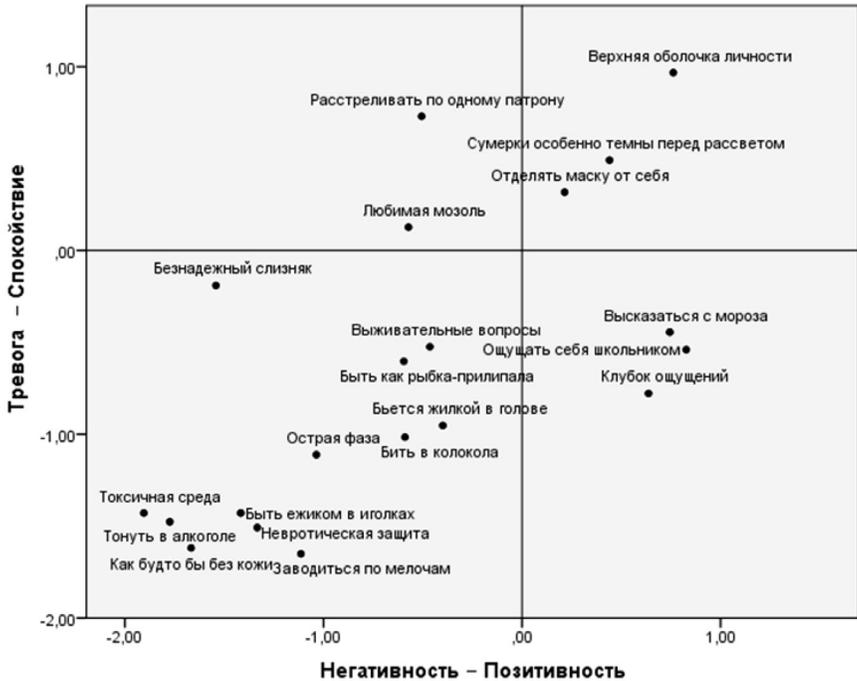


Рис. 1. Проекция метафор, используемых в психологических консультациях, в семантическом пространстве факторов «Позитивность — Негативность» и «Спокойствие — Тревога» у респондентов-женщин

окраску, вызывают состояние тревоги, удрученности (например, «заводиться по мелочам»). Зона «Негативность—Спокойствие» является наименее семантически представленной, в нее входит 10% метафор, вызывающих негативную эмоциональную оценку, но при этом отражающих спокойствие, эмоциональную уравновешенность («расстреливать по одному патрону»). В зоне «Позитивность—Тревога» нашли место 15% метафор, вызывающих состояние беспечности и веселья, но при этом характеризующих некоторую степень эмоциональной неуравновешенности («высказаться с мороза»). В зоне «Позитивность—Спокойствие» также представлено 15% метафор, являющихся наиболее позитивными, отражающими оптимизм, воодушевление и одновременно спокойствие и эмоциональную уравновешенность («сумерки особенно темны перед рассветом»). Примечательно, что именно в этой зоне семантического пространства оказались метафоры специалистов «верхняя оболочка личности» и «отделять маску от себя». Это говорит о том, что женщины

позитивно оценивают метафоры специалистов, способствующие обретению ими спокойствия.

Углубленный анализ показал, что в «зоне Позитивности» семантического пространства женщин преимущественно расположены познавательные метафоры клиентов и специалистов. В «зоне Негативности» находятся главным образом клиентские общеупотребительные метафоры. В «зоне Спокойствия» большей частью представлены метафоры клиентов, отражающие их мысли и чувства, а также метафоры специалистов, направленные на расширение познания и обучение клиента. Эти метафоры специалистов являются как авторскими, так и стертыми и связаны с воздействием исключительно на когнитивную сферу психики клиентов. В «зоне Тревожности» расположены прежде всего стертые метафоры клиентов, отражающие их эмоциональное состояние.

Таким образом, как наиболее позитивные женщинами воспринимаются метафоры, репрезентирующие и воздействующие преимущественно на когнитивную сферу, выполняющие функцию познания в случае употребления клиентами, функцию обучения — в случае употребления специалистами.

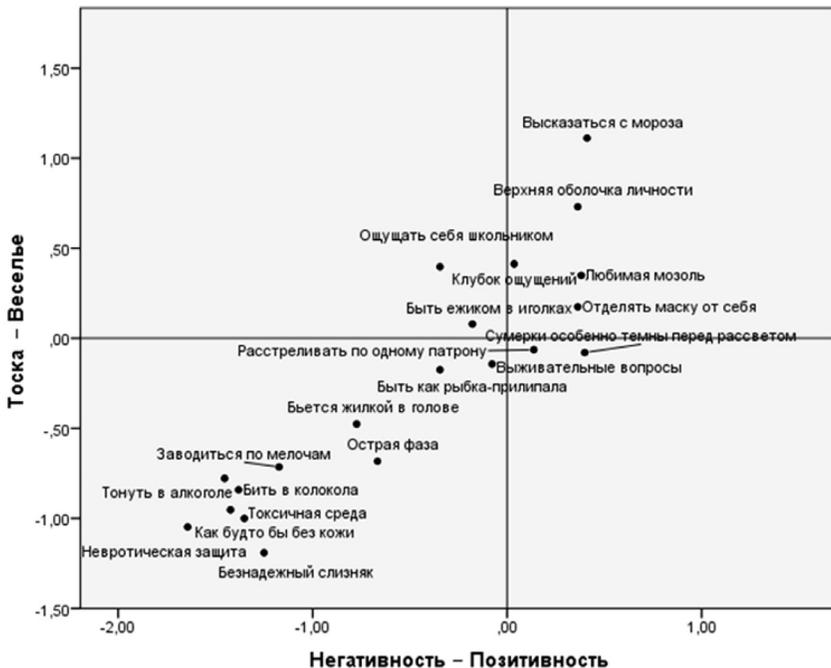


Рис. 2. Проекция метафор, используемых в психологических консультациях, в семантическом пространстве факторов «Позитивность—Негативность» и «Тоска—Веселье» у респондентов-мужчин

В мужской выборке наиболее представленной является зона «Негативность—Тоска», в нее вошли 55% метафор, которые оцениваются респондентами как негативные, удручающие, вызывающие состояние тревоги и тоски (например, «безнадежный слизняк»). Метафоры этой зоны вызывают у мужчин противоречивые реакции: с одной стороны, тревогу, т. е. состояние повышенной возбудимости и тонуса, с другой стороны — тоску, которая скорее вызывает апатию, заторможенность психофизиологических реакций. В зоне «Позитивность—Веселье» оказалось 25% метафор, вызывающих позитивную эмоциональную оценку и состояние веселья («любимая мозоль»). Оставшиеся зоны представлены равно небольшим количеством метафор: в зону «Позитивность—Тоска» вошли 10% метафор, оцененные респондентами как несущие позитивный смысл, но при этом вызывающие состояние тоски, затруднения («выживательные вопросы»); в зону «Негативность—Веселье» — 10% метафор, которые вызывают тревогу и страх, но при этом связаны и с некоторым весельем («ощущать себя школьником, который залез в буфет и слопал варенье без разрешения мамы»).

Дифференцированный анализ показал, что в «зоне Позитивности» семантического пространства мужчин главным образом расположены метафоры-определения и познавательные метафоры клиентов, репрезентирующие когнитивную сферу, как стертые, так и авторские. В «зоне Негативности» представлены преимущественно общеупотребительные метафоры клиентов, используемые ими для определения трудно выразимых мыслей и чувств и сравнения. Причем метафоры клиентов в данном случае репрезентируют эмоциональную и когнитивную сферы, а метафоры специалистов воздействуют только на когнитивную сферу. В «зону Веселости» большей частью вошли клиентские метафоры-определения, отражающие когнитивную и эмоциональную сферы, а также познавательные метафоры специалистов. В «зоне Тоски» оказались в основном клиентские общеупотребительные метафоры-определения, репрезентирующие когнитивную и эмоциональную сферы. Метафоры специалистов, находящиеся в этой зоне, воздействуют на сферу поведения.

Таким образом, наиболее позитивно мужчины оценивают познавательные метафоры, которые ассоциируются у них с весельем, легкостью и помогают клиентам понять суть обсуждаемого во время консультации предмета. Такие метафоры являются общеупотребительными, используются для определения субъективного опыта клиентов, репрезентируют и оказывают воздействие преимущественно на когнитивную сферу.

Обсуждение

Значительное преобладание клиентских метафор в психологических консультациях по сравнению с метафорами специалистов, очевидно, объ-

ясняется тем, что традиционно большая часть повествования в психологическом консультировании принадлежит клиенту. Это также может быть связано с дефицитом понятийного поля у клиента для обозначения им своих субъективных переживаний. Вероятно, поэтому большая часть клиентских метафор несет функцию определения и оценки. Преобладание клиентских метафор в психологических консультациях объясняет их преобладающую негативную окраску, так как с их помощью клиенты, как правило, описывают свои проблемы, трудности, выражают негативные переживания.

Широкая распространенность общеупотребительных метафор по сравнению с авторскими может быть связана с тем, что в обыденных условиях человек чаще всего прибегает к клишированным и устойчивым выражениям и образам, чтобы достичь максимального уровня понимания с людьми, с которыми он вступает в отношения [5]. Стертые метафоры необходимы для взаимопонимания, поэтому они так часто фигурируют в человеческом общении. Авторская метафора является продуктом символического и креативного мышления [1], когда необходимо решить проблемную ситуацию на высоком уровне абстрагирования. Вероятно, более редкое употребление этих метафор объясняется энергозатратностью процесса их создания, в частности в психологическом консультировании.

Использование метафор клиентами для репрезентации преимущественно когнитивной и эмоциональной сфер может быть объяснено следующими причинами. Во-первых, посредством метафоры клиенты структурируют разнообразный и зачастую противоречивый субъективный опыт, делая его доступным для понимания другого. Стремление выразить всю сложность и многоаспектность жизненной ситуации часто делает повествование клиента спутанным и непоследовательным, с множеством повторов. Метафора же представляет собой емкую словесную формулировку реальности, отражающую ее уникальность [8]. При этом посредством метафоры клиент делает свой опыт более осмысленным не только для себя, но и для специалиста, способствуя установлению доверительных отношений в процессе совместной работы. Как отмечает М.О. Аванесян, доверие возникает благодаря созданию общего семантического пространства, в котором автор метафоры и ее реципиент понимают друг друга, несмотря на то, что их мысли выражаются в неявной, иносказательной форме [1]. Во-вторых, с помощью метафоры клиент и специалист могут создавать аналог переживаемой проблемной ситуации, находить ее решение на символическом уровне и переносить данный опыт в реальность. Таким образом, метафора в процессе психологического консультирования выполняет важную коммуникативную и психотерапевтическую функции. Малое количество метафор, отражающих поведенческую сферу, может быть связано с незнанием клиента, как действовать в сложившихся обстоятельствах, дефицитом адаптивных паттернов поведения, фиксацией на проблеме.

Повышенная частота использования специалистами познавательных метафор, направленных на углубление понимания клиентом смысла того или иного понятия путем его переноса в другую категориальную область, отражает большой эвристический потенциал метафор, о котором говорят исследователи в области когнитивной психологии [20; 21]. Использование метафор позволяет избежать многословия и способствует наиболее лаконичному выражению мысли [13; 10]. Результаты проведенного исследования показали, что именно познавательные метафоры вызывают наиболее позитивную реакцию у респондентов вне зависимости от пола. Вероятно, это связано с тем, что эти метафоры позволяют оригинально раскрыть и углубить смысл определенных явлений, стимулируют творческое мышление. В психологическом консультировании конструирование этих метафор всегда способствует творческой включенности клиента, так как ему необходимо определить наиболее релевантное соотношение между имеющимися возможностями языка и частью его субъективного опыта. Нахождение такого соотношения позволяет углубить понимание клиентом определенного аспекта проблемной ситуации и вместе с тем получить удовлетворение от результата проделанной творческой работы, что способствует снижению эмоционального напряжения, переживанию позитивных эмоций. Таким образом, использование метафор для обучения клиента является эффективным инструментом в арсенале специалиста, положительно подкрепляющим как взаимодействие с клиентом, так и его способности к самопознанию и рефлексии.

Позитивное восприятие метафор, преимущественно репрезентирующих и воздействующих на когнитивную сферу психики, может объясняться их потенциалом к снижению эмоциональной остроты за счет переосмысления проблемной ситуации, нового способа ее интерпретации, что, в частности, соответствует основной идее когнитивно-поведенческой психотерапии.

Выявленные дескрипторы, значимые при оценке метафор в психологическом консультировании, а также их факторный анализ свидетельствуют о преимущественно эмоциональном восприятии метафор респондентами. Это может объясняться тем, что метафоры отражают эмоциональное состояние клиентов, находящихся в трудной жизненной ситуации.

В то же время эмоциональное восприятие метафор по-разному проявляется в зависимости от пола респондентов. Женщинам важно, чтобы метафора специалиста оказывала успокаивающий эффект, поскольку в силу гендерных особенностей женщинам в большей степени свойственно переживать тревогу. Значимость для мужчин метафор, способных их развеять, придать чувство легкости, может быть связана с тем, что метафоры понимаются и используются ими как средство установления контакта во время консультирования. Метафора выступает в качестве эффективного средства для эмоциональной разрядки, снятия напряжения, которое может возникнуть во время консультации. Учитывая, что одним из про-

явлений стресса является повышение потребности в аффилиации [29], а юмор вызывает у субъектов коммуникации положительные эмоции, можно предположить, что использование в процессе консультации забавных метафор, особенно в ее начале, будет восприниматься клиентами-мужчинами положительно. Значимость данного фактора для мужчин также может объясняться проявлением защитных тенденций. Попытка отшутиться от проблемы с помощью метафоры может быть маркером ее важности для клиента, что помогает выстроить рабочую гипотезу для консультирования.

В качестве *ограничения исследования* можно отметить, что в анализируемых консультациях все клиенты имели высшее образование и среди них преобладали женщины. Перспективы дальнейшего изучения лежат в изучении личностных детерминант восприятия и использования метафор в психологическом консультировании.

Выводы

Метафоры в психологическом консультировании можно классифицировать по разным основаниям: по субъекту (метафоры клиентов и специалистов), по новизне (авторские и стертые), по сфере репрезентации и воздействия на психику (связанные с когнитивной, эмоциональной и поведенческой сферами), по функции (метафора-определение, оценочная, познавательная). В психологическом консультировании встречаются преимущественно клиентские общеупотребительные метафоры, главным образом репрезентирующие когнитивную и эмоциональную сферы. Метафоры клиентов чаще выполняют функции определения и оценки, помогающие найти подходящие слова для выражения мыслей и чувств, а метафоры специалистов — функцию познания, направленную на обучения клиентов, расширение их картины мира.

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

В психологическом консультировании наиболее позитивно респонденты вне зависимости от пола воспринимают обучающие метафоры специалистов, воздействующие на когнитивную сферу. Дифференцированный анализ метафор в психологическом консультировании важен для их эффективного применения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аванесян М.О. Психологические механизмы понимания и создания метафоры: дисс. ... канд. психол. наук. СПб., 2013. 202 с.

2. *Альперович В.Д.* Копинг-стратегии субъекта в связи с образами трудной жизненной ситуации в метафорах и социальной фрустрированностью // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. № 3. С. 143—155. DOI:10.17759/exrpsy.2020130311
3. *Бек Д.* Когнитивная терапия. Полное руководство: пер. с англ. М.: Вильямс, 2018. 400 с.
4. *Белорусец А.С.* Символ как средство ориентировки в личностных задачах: персонологическая перспектива // Культурно-историческая психология. 2020. Т. 16. № 1. С. 78—87. DOI:10.17759/chp.2020160108
5. *Береснева Н.И., Абраменко В.И.* Метафора в познавательном процессе и ее роль в философии: изменение подходов // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2017. № 2. С. 152—157.
6. *Евдокимова Е.Г.* Метафора в диагностическом инструментарии педагога // Известия Саратовского университета. Серия «Акмееология образования. Психология развития». 2015. № 3 (15). С. 282—285.
7. *Закревский А.А.* Метафорические модели как инструмент работы с внутриличностными ценностными конфликтами // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 60. С. 421—424.
8. *Калина Н.Ф.* Психотерапия: учебник для вузов. М.: Академический проект, 2017. 302 с.
9. *Келли Дж.* Психология личности. Теория личных конструктов: пер. с англ. СПб.: Речь, 2000. 256 с.
10. *Колесник Т.И., Юркина М.Ю.* К вопросу о типологии метафор (на материале немецкого языка) // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2018. № 1 (28). С. 77—83.
11. *Липская Т.А.* Особенности метафоры как средства диагностики школьных страхов // Вестник ОГУ. 2011. № 16 (135). С. 499—501.
12. *Липская Т.А.* Ресурсы метафоры в диагностике содержательных особенностей школьных страхов младших школьников // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2015. № 4 (36). С. 55—63.
13. *Николина Н.В.* Применение теории фреймов в решении проблемы предпосылочного знания // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 39. С. 144—150.
14. *Нозикова Н.В.* Анализ функциональной организации психосемантической системы семейной целенаправленности // Культурно-историческая психология. 2018. Т. 14. № 1. С. 65—77. DOI:10.17759/chp.2018140108
15. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб.: Питер, 2005. 480 с.
16. *Петренко В.Ф., Дедюкина Е.А.* Психология искусства: психосемантический анализ восприятия и понимания художественного фильма // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. 2019. Т. 31. № 1. С. 24—31.
17. *Саликова Э.М.В.* Трансформация метафорических репрезентаций жизненного пути личности в период самоизоляции у взрослых [Электронный ресурс] // Клиническая и специальная психология. 2020. Т. 9. № 2. С. 147—160. URL: <https://psyjournals.ru/psyclin/2020/n2/Salikova.shtml> (дата обращения: 16.07.2020). DOI:10.17759/cpse.2020090207.

18. Самойленко Н.В., Дьяченко Е.В. Образ пациента как составляющая образа мира студентов при обучении в медицинском вузе [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2020. Т. 12. № 1. С. 122—138. URL: https://psyjournals.ru/psyedu_ru/2020/n1/Samoilenko_Dyachenko.shtml (дата обращения: 16.07.2020). DOI:10.17759/psyedu.2020120109
19. Серкин В.П. Методы психосемантики: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2004. 207 с.
20. Смирнов И.В. Метафора как объект научных исследований // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. № 2. С. 80—83.
21. Соснин А.В. Когнитивная метафора как средство формирования концепта // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. № 1. С. 156—163.
22. Тылец В.Г., Краснянская Т.М. Психологические особенности представлений любителей произведений фантастического и детективного жанров о субъекте безопасности // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. № 3. С. 180—193. DOI:10.17759/exrpsy.2020130314
23. Хозе Е.Г., Лупенко Е.А., Маринова М.М. Семантическое сходство вербальных обозначений и статических Емоji экспрессий базовых эмоций // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. № 3. С. 74—88. DOI:10.17759/exrpsy.2020130306
24. Христинина Н.В. Опыт использования позитивно окрашенных метафор в психотерапии // Материалы I международной научно-практической конференции «Инновационные научные исследования в современном мире: теория, методология, практика» (г. Уфа, 6 мая 2019 г.). Уфа: НИЦ «Вестник науки», 2019. С. 37—44.
25. Шаранов А.О. Современные технологии психологического консультирования и психотерапии: практическое пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2020. 178 с.
26. Щукина М.А., Крайнюков С.В. Психосемантический анализ представлений жителей Санкт-Петербурга о транспортной системе города // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. 2018. № 1 (29). С. 27—35.
27. Ялом И. Экзистенциальная психотерапия: пер. с англ. М.: Римис, 2008. 608 с.
28. Osgood C.E., Suci C.J., Tannenbaum P.H. The Measurement of Meaning. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1957. 342 p.
29. Taylor S.E. Tend and befriend: Biobehavioral bases of affiliation under stress // Current Directions in Psychological Science. 2006. Vol. 15 (6). P. 273—277. DOI:10.1111/j.1467-8721.2006.00451.x

REFERENCES

1. Avanesyan M.O. Psikhologicheskie mekhanizmy ponimaniya i sozdaniya metafory. Diss. kand. psikhol. nauk. [Psychological mechanisms of understanding and creating a metaphor. Ph. D. (Psychology) diss.]. Saint Petersburg, 2013. 202 p.
2. Al'perovich V.D. Koping-strategii sub'ekta v svyazi s obrazami trudnoi zhiznennoi situatsii v metaforakh i sotsial'noi frustrirovannost'yu [Coping-strategies of the subject related to images of a difficult life situation in metaphors and to social frustration]. *Ekspperimental'naya psikhologiya = Experimental Psychology*, 2020. Vol. 13 (3), pp. 143—155. DOI:10.17759/exrpsy.2020130311 (In Russ., abstr. in Engl.).

3. Beck J. Kognitivnaya terapiya. Polnoe rukovodstvo [Cognitive Therapy. Basics and Beyond]. Moscow: Vil'yams, 2018. 400 p. (In Russ.).
4. Belorusets A.S. Simvol kak sredstvo orientirovki v lichnostnykh zadakhkh: personologicheskaya perspektiva [Symbol as an orienting means for solving developmental tasks: A personological perspective]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2020. Vol. 16 (1), pp. 78—87. DOI:10.17759/chp.2020160108. (In Russ., abstr. in Engl.).
5. Beresneva N.I., Abramenko V.I. Metafora v poznavatel'nom protsesse i ee rol' v filosofii: izmenenie podkhodov [A metaphor in the cognitive process and its role in philosophy: A change in approaches]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya = Bulletin of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology*, 2017, no. 2, pp. 152—157.
6. Evdokimova E.G. Metafora v diagnosticheskom instrumentarii pedagoga [Metaphor in the diagnostic tools of a teacher]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = News of the Saratov University. Series Acmeology of Education. Developmental Psychology*, 2015, no. 3 (15), pp. 282—285.
7. Zakrevskii A.A. Metaforicheskie modeli kak instrument raboty s vnutrilichnostnymi tennostnymi konfliktami [Metaphorical models as a tool for dealing with intrapersonal value conflicts]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of modern pedagogical education*, 2018, no. 60, pp. 421—424.
8. Kalina N.F. Psikhoterapiya: uchebnik dlya vuzov [Psychotherapy: A textbook for high schools]. Moscow: Akademicheskii proekt, 2017. p. 302.
9. Kelly G. Psikhologiya lichnosti. Teoriya lichnykh konstruktov [A Theory of Personality: The Psychology of Personal Constructs]. Saint Petersburg: Rech', 2000. 256 p. (In Russ.).
10. Kolesnik T.I., Yurkina M.Yu. K voprosu o tipologii metafor (na materiale nemetskogo yazyka) [On the issue of the typology of metaphors (based on German language material)]. *Aktual'nye voprosy sovremennoi filologii i zhurnalistiki = Actual Issues of Modern Philology and Journalism*, 2018, no. 1 (28), pp. 77—83.
11. Lipskaya T.A. Osobennosti metafory kak sredstva diagnostiki shkol'nykh strakhov [Features of a metaphor as a means of diagnosing school fears]. *Vestnik OGU = Bulletin of Orenburg State University*, 2011, no. 16 (135), pp. 499—501.
12. Lipskaya T.A. Resursy metafory v diagnostike soderzhatel'nykh osobennosti shkol'nykh strakhov mladshikh shkol'nikov [Metaphor resources in the assessment of the meaningful features of school fears in primary school students]. *Uchenye zapiski. Elektronnyi nauchnyi zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes. Electronic Scientific Journal of Kursk State University*, 2015, no. 4 (36), pp. 55—63.
13. Nikolina N.V. Primenenie teorii freimov v reshenii problemy predposylochnogo znaniya [The use of frame theory in solving the problem of background knowledge]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, 2017, no. 39, pp. 144—150.
14. Nozikova N.V. Analiz funktsional'noi organizatsii psikhosemanticheskoi sistemy semeinoi tselenapravlenosti [Analyzing the functional organization of psychosemantic system of purposefulness in families]. *Kul'turno-istoricheskaya*

- psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2018. Vol. 14 (1), pp. 65–77. DOI:10.17759/chp.2018140108. (In Russ., abstr. in Engl.).
15. Petrenko V.F. *Osnovy psikhosemantiki*. 2-e izd., dop. [Fundamentals of Psychosemantics. 2nd ed., amended]. Saint Petersburg: Piter, 2005. 480 p.
 16. Petrenko V.F., Dedyukina E.A. *Psikhologiya iskusstva: psikhosemanticheskii analiz vospriyatiya i ponimaniya khudozhestvennogo fil'ma* [Psychology of art: Psychosemantic analysis of the perception and understanding of a feature film]. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsial'noi raboty = Scientific Notes of the Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work*, 2019. Vol. 31 (1), pp. 24–31.
 17. Salikova E.M.V. Transformatsiya metaforicheskikh reprezentatsii zhiznennogo puti lichnosti v period samoizolyatsii u vzroslykh [Transformation of metaphoric representations of a person's path of life during the period of self-isolation in adults] [Elektronnyi resurs]. *Klinicheskaya i spetsial'naya psikhologiya = Clinical Psychology and Special Education*, 2020. Vol. 9 (2), pp. 147–160. Available at: <https://psyjournals.ru/psyclin/2020/n2/Salikova.shtml> (Accessed 16.07.2020). DOI:10.17759/cpse.2020090207. (In Russ., abstr. in Engl.).
 18. Samoilenko N.V., D'yachenko E.V. *Obraz patsienta kak sostavlyayushchaya obraza mira studentov pri obuchenii v meditsinskom vuze* [The image of the patient as a component of the world's image of students of a medical university] [Elektronnyi resurs]. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya = Psychological-Educational Studies*, 2020. Vol. 12 (1), pp. 122–138. Available at: https://psyjournals.ru/psyedu_ru/2020/n1/Samoilenko_Dyachenko.shtml (Accessed 16.07.2020). DOI:10.17759/psyedu.2020120109. (In Russ., abstr. in Engl.).
 19. Serkin V.P. *Metody psikhosemantiki*. Uchebnoe posobie dlya studentov vuzov [Psychosemantics Methods. Textbook for university students]. Moscow: Aspekt Press, 2004. 207 p.
 20. Smirnov I.V. *Metafora kak ob"ekt nauchnykh issledovaniy* [Metaphor as an object of scientific research]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2016, no. 2, pp. 80–83.
 21. Sosnin A.V. *Kognitivnaya metafora kak sredstvo formirovaniya kontsepta* [Cognitive metaphor as a means of concept formation]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl' = Historical and Socio-Educational Thought*, 2017, no. 1, pp. 156–163.
 22. Tylets V.G., Krasnyanskaya T.M. *Psikhologicheskie osobennosti predstavlenii lyubitelei proizvedenii fantasticheskogo i detektivnogo zhanrov o sub"ekte bezopasnosti* [Psychological peculiarities of safety concepts in fans of science fiction and detectives]. *Ekspperimental'naya psikhologiya = Experimental Psychology*, 2020. Vol. 13 (3), pp. 180–193. DOI:10.17759/exppsy.2020130314. (In Russ., abstr. in Engl.).
 23. Khoze E.G., Lupenko E.A., Marinova M.M. *Semanticheskoye skhodstvo verbal'nykh oboznacheniy i staticheskikh Emoji ekspressii bazovyykh emotsii* [Semantic similarity of verbal designations and static Emoji expressions of basic emotions]. *Ekspperimental'naya psikhologiya = Experimental Psychology*, 2020. Vol. 13 (3), pp. 74–88. DOI:10.17759/exppsy.2020130306. (In Russ., abstr. in Engl.).
 24. Khristinina N.V. *Opyt ispol'zovaniya pozitivno okrashennykh metafor v psikhoterapii* [Experience in the use of positive colored metaphors in psychotherapy]. *Materialy*

- I mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii “Innovatsionnye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire: teoriya, metodologiya, praktika” (g. Ufa, 6 maya 2019 g.). [Proceedings of the First International Scientific and Practical Conference “*Innovative scientific research in the modern world: theory, methodology, practice*”]. Ufa: Research Center Vestnik Nauki, 2019, pp. 37–44.
25. Sharapov A.O. Sovremennye tekhnologii psikhologicheskogo konsul'tirovaniya i psikhoterapii: prakticheskoe posobie. 2-e izd., ispr. i dop. [Modern technologies of psychological counseling and psychotherapy: a practical guide. 2nd ed., revised and amended]. Moscow: Yurait, 2020. 178 p.
 26. Shchukina M.A., Krainyukov S.V. Psikhosemanticheskii analiz predstavlenii zhitelei Sankt-Peterburga o transportnoi sisteme goroda [Psychosemantic analysis of the ideas of the residents of Saint Petersburg on the transport system of the city]. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsial'noi raboty = Scientific Notes of the Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work*, 2018, no. 1 (29), pp. 27–35.
 27. Yalom I. Ekzistsentsial'naya psikhoterapiya [Existential psychotherapy]. Moscow: Rimis, 2008. 608 p. (In Russ.).
 28. Osgood C.E., Suci C.J., Tannenbaum P.H. The Measurement of Meaning. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1957. 342 p.
 29. Taylor S.E. Tend and befriend: Biobehavioral bases of affiliation under stress. *Current Directions in Psychological Science*, 2006. Vol. 15 (6), pp. 273–277. DOI:10.1111/j.1467-8721.2006.00451.x

Информация об авторах

Крайнюков Сергей Владимирович, кандидат психологических наук, заведующий кафедрой клинической психологии, Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы (СПб ГАОУ ВО «СПбГИПСР»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4173-8568>, e-mail: sv_krayn@mail.ru

Горюнова Юлия Викторовна, студентка магистратуры факультета прикладной психологии, Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы (СПб ГАОУ ВО «СПбГИПСР»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5832-8311>, e-mail: iuiliagoruinova@gmail.com

Information about the authors

Sergey V. Krainyukov, PhD in Psychology, Head of the Department of Clinical Psychology, Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4173-8568>, e-mail: sv_krayn@mail.ru

Yulia V. Goryunova, Masters Student, Department of Applied Psychology, Saint Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, Saint Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5832-8311>, e-mail: iuiliagoruinova@gmail.com

Получена 18.07.2020

Принята в печать 20.01.2021

Received 18.07.2020

Accepted 20.01.2021