

Министерство здравоохранения Республики Беларусь
Государственное учреждение «Республиканский научно-практический
центр психического здоровья»

ДОСТИЖЕНИЯ ПСИХИАТРИИ, НАРКОЛОГИИ, ПСИХОТЕРАПИИ И КЛИНИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ: ОТ ИСТОКОВ ДО СОВРЕМЕННОСТИ

Сборник материалов республиканской
научно-практической конференции с международным участием,
посвященной 100-летию РНПЦ психического здоровья
(Минск, 14 декабря 2018 г.)

Минск
«Профессиональные издания»
2018

УДК [619.89+159.9:616] (082)

ББК 56.14я43

Д 70

Достижения психиатрии, наркологии, психотерапии и клинической психологии: от истоков до современности: материалы респ. научн.-практ. конф., посвящ. 100-летию Республиканского научно-практического центра психического здоровья / Республиканский научно-практический центр психического здоровья; сост.: А.И. Старцев, Т.В. Докукина, Т.С. Голубева. – Минск, : Профессиональные издания, 2018. – 412 с.

ISBN 978-985-7177-20-2

В сборнике отражены результаты научной и практической деятельности государственного учреждения «Республиканский научно-практический центр психического здоровья». Освящены актуальные вопросы диагностики, лечения и реабилитации психических и поведенческих расстройств, вопросов организационно-методического сопровождения деятельности психиатрической и наркологической службы Республики Беларусь.

Опубликованные работы представляют ценность для специалистов, занимающихся проблемами оказания психиатрической помощи населению: врачей-психиатров-наркологов, психотерапевтов, медицинских психологов, организаторов здравоохранения, преподавателей медицинских образовательных учреждений, научных работников.

УДК [619.89+159.9:616] (082)

ББК 56.14я43

ISBN 978-985-7177-20-2

© ГУ «РНПЦ психического здоровья», 2018

© УП «Профессиональные издания», 2018

Литература

1. Nordlung S. Real consumption of alcohol: methods and errors of estimation. *Contemporary Drug Problems*. - 2000. - Vol. 27. - N2. - P. 235-251.
2. Leon D., Saburova L., Tomkins S., Andreev E., Kiryanov N., McKee M., Shkolnicov V. Hazardous alcohol drinking and premature mortality in Russia: a population based case-control study. *Lancet*. - 2007. - Vol. 369. - P. 2001-2009.
3. Warner S.L. Randomized response: A survey technique for eliminating evasive answer bias // *Journal of the American Statistical Association*. 1965. Vol. 60. N 309. P. 63 - 69.
4. Kuhlhorn E., Hibell B., Larsson S., Ramstedt M., Zetterberg H.L. Can surveys measure alcohol consumption? *Advances in survey methodology in the KALK project*. [English summary]. In: E. Kuhlhorn et al., *Alkoholkonsumtionen i Sverige under 1990-talet*, pp. 241-261. Stockholm: Systembolaget och Vin & Sprit AB. 1999.
5. Барановский Н.А., Осипчик С.И., Пилипенко Е.В. Проблема пьянства и алкоголизма в социологическом измерении. *Социологический альманах, Выпуск 7*, – 2016. Минск, «Беларуская навука», с 81-93.
6. Финальный отчет Европейского регионального бюро ВОЗ «Распространенность факторов риска неинфекционных заболеваний в Республике Беларусь STEPS 2016» Электронный ресурс. Дата доступа 30.05.2018. Режим доступа: // <http://www.euro.who.int/ru/countries/belarus/publications/prevalence-of-noncommunicable-disease-risk-factors-in-republic-of-belarus-steps-2016-2017>.
7. Распространенность и модели потребления алкоголя среди учащейся молодежи Республики Беларусь (результаты социологического исследования 2013 года) / А. С. Медведев и др. – Минск: Ковчег, 2013. – 348 с.

Гребень Н.Ф.

Республиканский научно-практический центр психического здоровья,
Минск, Беларусь

Мотивация и культура потребления алкоголя в разных возрастных группах белорусской популяции

Долгое время особое внимание учеными уделялось и уделяется непосредственно алкогольной зависимости, когда имеет место болезнь или предболезненное состояние – пьянство. Алкоголизм как научная проблема

рассматривался преимущественно на медико-биологическом и социологическом уровнях. Однако, как показывают статистические данные, сегодня как никогда актуальны социально-психологические исследования донозологических форм потребления спиртных напитков. Так, за последние десятилетия наблюдается достаточно стабильный рост правовых нарушений, несчастных случаев, смертности на почве алкогольного опьянения у людей, не состоящих на наркологическом учете, растет количество потребляемого алкоголя и, соответственно, расходы на него, которые превышают, к примеру, расходы на культурные потребности, снижается средний возраст, в котором происходит первое употребление спиртных напитков.

Согласно результатам социологических исследований, абсолютное большинство взрослого населения Беларуси рассматривает употребление спиртных напитков как вполне приемлемую, культурно и нравственно допустимую традицию бытового повседневного образа жизни. Это реальная социальная норма бытового и досугового поведения практически всех социально-демографических групп населения как в городе, так и в сельской местности. Она существует, несмотря на понимание большинством населения значимых негативных последствий воздействия алкоголя на различные сферы жизнедеятельности человека [1].

Учитывая тот факт, что алкоголь не входит в число естественных потребностей человека, а входит в его жизнь в процессе социализации, то особо важным является вопрос мотивации или причин потребления спиртных напитков. Без понимания мотивов потребления алкоголесодержащих напитков трудно рассчитывать на эффективность предпринимаемых мер, направленных на профилактику пьянства и негативных последствий алкоголизации населения.

Под мотивацией в психологической науке принято понимать систему разнообразных факторов детерминирующих поведение и деятельность человека, начиная от потребностей, желаний, интересов мотивов и заканчивая целями, ценностями, направленностью, смыслами [2, 3]. Мотивация представляет собой сложное структурное образование, которое не статично по своей природе, а имеет процессуальную развертку, функциональную динамику по всему ходу осуществления деятельности.

Мотивация потребления алкоголя – это мотивация конкретной формы поведения человека, которая также является сложным структурным образованием, о чем свидетельствуют результаты исследований данной проблемы. Принято считать, что существует огромное количество мотивов и поводов потребления алкоголя: пьют с радости и с горя, по случаю рождения и смерти человека, за встречу и на прощание, для того, чтобы взбодриться, поднять настроение, снять напряжение, усталость и т.д.

Еще в античном мире сформировалось представление о полезных свойствах алкоголя, что мотивировало людей принимать алкоголь в лечебных целях, что не изжило себя и по сегодняшний день. Так, Гиппократ назначал вино при различных заболеваниях, римский врач и ученый Гален – при многих болезненных операциях, в XVIII веке бытовало мнение, что алкогольные напитки являются надежным средством от туберкулеза, в XX веке – от радиационного облучения.

Важную роль в формировании питейной алкогольной традиции играют и существующие в культуре обычаи и традиции. Алкогольные обычаи, выступают, во-первых, средством стабилизации существующих в данной среде форм потребления алкоголя и отношения к ним, а во-вторых, осуществляют воспроизводство этих отношений в жизни новых поколений. В связи с этим Г.А. Шичко [4] разработал теорию социального программирования на вредные привычки, согласно которой поведение человека определяется социальными стереотипами, задающими положительное отношение к потреблению алкоголя и табака еще с детства.

О большой значимости социально-психологических мотивов в жизни человека говорит и исследование А.А. Сердюка, проведенное среди мужчин разных возрастов, проживающих в г. Харькове. Автор подчеркивает, что в структуре алкогольной мотивации во всех группах безусловно доминируют мотивы социальной триады, где традиционные наиболее выражены у всех групп исследуемых (20, 30, 40, 50, 60-летних) [5].

Д.Д. Еникеева видит мотивы потребления спиртных напитков в тех эффектах, которые алкоголь оказывает на психику человека. Автор выделяет следующие эффекты алкоголя: эйфоризирующий, успокаивающий, эффект уменьшения страха и тревоги, эффект снятия психического напряжения, анальгезирующее действие, эффект повышения аппетита, эффект корригирования особенностей характера (робость, нерешительность, застенчивость), эффект облегчения отношений между людьми [6].

Л.В. Куликов следующим образом дифференцирует мотивы обращения к алкоголю, выделив специфику воздействия алкоголя на психику: средство редукации напряжения, средство изменения эмоционального состояния, средство получения удовольствия, средство повышения самооценки и самоуважения, достижения самоутверждения, средство компенсации, средство общения и коммуникации, результат научения или подражания, средство поддержания принятого ритуала, средство межличностной защиты – манипуляции [7].

Современные исследования зарубежных и отечественных психологов и социологов в качестве основных причин потребления спиртных напитков указывают на растущее психологическое напряжение, отчуждение, отсутствие четких ценностных ориентиров, неустроенную жизнь, несостоятельность

семьи в вопросах воспитания, разрыв между социально значимыми целями и доступными средствами для их достижения [8].

При всем разнообразии мотивов, порождающих прием спиртных напитков, надо понимать и тот факт, что часто они остаются неосознанными непосредственными потребителями, что во многом затрудняет решение столь злободневной проблемы.

Целью данного исследования было изучение мотивации и культуры потребления алкоголя в разных возрастных группах в белорусской популяции.

Общий объем выборки составили 102 человека, которые не состоят на наркологическом учете и не считают себя людьми, имеющими алкогольную зависимость. Выборка была разделена на 2 группы по возрастному критерию. В первую группу вошли 52 студента 2–3-го курсов вузов в возрасте от 19 до 23 лет, среди них 25 девушек и 27 юношей. Средний возраст по выборке составил $21,47 \pm 1,06$. Во вторую группу вошли 40 человек в возрасте от 40 до 49 лет, среди них 14 женщин и 26 мужчины. Средний возраст по второй группе составил $44,93 \pm 2,88$. Более 90 % представителей наших выборок выросли и проживают в городе.

С целью получения достоверной информации исследование проводилось анонимно. В выборку не включались респонденты, которые не имели опыта употребления спиртных напитков.

Мотивация потребления алкоголя изучалась при помощи опросника «МПА (Мотивация потребления алкоголя)», разработанного В.Ю. Завьяловым. Опросник состоит из 45 утверждений и выявляет 9 мотивов потребления алкоголя. Для диагностики культуры потребления алкоголя нами была разработана специальная анкета, которую мы назвали «Культура потребления алкоголя». Анкета состоит из 24 закрытых вопросов, на которые необходимо дать один, в некоторых случаях 2–3 ответа, либо проранжировать приведенный список. Круг вопросов обозначенных в анкете охватывает различные аспекты, связанные с ролью алкоголя в жизни современного человека. Первые три вопроса анкеты касаются социально-демографических особенностей респондентов: пол, возраст, место проживания, религиозность, учебная успеваемость.

Количественный анализ данных осуществлялся при помощи статистического пакета SPSS 16.0. Для анализа данных были использованы следующие статистические методы: описательные статистики, частотный анализ, U-критерий Манна-Уитни.

Согласно полученным описательным статистикам по методике «МПА» (табл. 1), общий показатель мотивационного напряжения в выборке равен 36,63 баллам. Данный показатель, согласно обозначенным в методике уровням, соответствует интервалу «диагностический критерий формирования

алкогольной зависимости». По данным исследований В.Ю. Завьялова показатель «мотивационного напряжения» на время создания методики (80-е годы XX ст.) в контрольной группе лиц зрелого возраста составил 16,6 единиц. Правда, у лиц молодого возраста он был более высоким, и нередко в пределах 30–40 баллов. Однако никакой начальной стадии в формировании алкогольной зависимости у молодых людей обнаружено не было, речь шла лишь об умеренном потреблении алкоголя в дозах не вызывающих сильного опьянения [9, 10]. Поэтому, в нашем случае, можно заключить, что алкоголь занимает значимое место в жизни белорусской популяции. Однако наблюдаемый разброс данных позволяет говорить о том, что в выборке есть лица, которых следует отнести к группе риска в плане формирования алкогольной зависимости, и те, которые практически не потребляют алкоголь.

Мотивационное напряжение оказалось наиболее высоким в группе социально-психологических мотивов. Далее следует группа личностных мотивов, а наименее выраженными явились патологические мотивы. Это значит,

Описательная статистика результатов диагностики мотивации потребления алкоголя у белорусов

Мотивы	Среднее	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
Социально-психологические мотивы				
Традиционные	8,21	3,30	0	15
Субмиссивные	2,89	2,61	0	10
Псевдокультурные	6,67	2,94	0	14
Общий показатель по группе	17,77			
Психологические (личностные) мотивы				
Гедонистические	6,18	2,86	0	15
Атарактические	5,6	3,41	0	15
Гиперактивации	3,9	3,26	0	14
Общий показатель по группе	15,68			
Патологические мотивы				
Похмельные	0,94	1,65	0	10
Аддитивные	1,6	1,76	0	9
Самоповреждения	0,6	1,26	0	7
Общий показатель по группе	3,14			
Показатель мотивационного напряжения	36,63	15,96	2	102

что белорусский потребитель спиртных напитков руководствуется как традиционными, культурно обусловленными мотивами потребления алкоголя, но не менее важным для него являются и личные мотивы, которые уже определены в большей степени его непосредственным опытом. В то же время некоторые представители данной выборки знакомы и с негативными последствиями приема алкоголя: похмелье, сильное влечение и поиск возможностей принять алкоголь, употребление алкоголя как уход от реальности и пр.

Сравнивая мотивацию потребления алкоголя в позднем юношеском и зрелом возрастах (рис. 1), чисто визуально можно отметить, что структура мотивации в данных группах имеет ряд отличий. Эти отличия прослеживаются относительно выраженности таких мотивов потребления алкоголя, как традиционные, субмиссивные, атарактические, похмельные и мотивы самоповреждения. На статистическом уровне различия подтвердились для следующих мотивов: традиционные ($U=291,5$; $p<0,0001$), похмельные ($U=444$; $p=0,05$) и мотивы самоповреждения ($U=414,5$; $p=0,009$). Различия на уровне фактора «Мотивационное напряжение» статистически не подтвердились.

Выявленные различия указывают на то, что юноши и девушки больше, чем представители зрелого возраста, потребляют алкоголь, следуя традиционным, культурно обусловленным мотивам. Такого рода мотивация может иметь каузально-атрибутивный характер, что позволяет молодым людям оправдывать свое поведение, отчасти даже снимая с себя ответственность. В то же время такие мотивы патологической триады, как похмельные и самоповреждения, наиболее характерны для лиц зрелого возраста, что напрямую связано с их «стажем» потребления спиртных напитков.

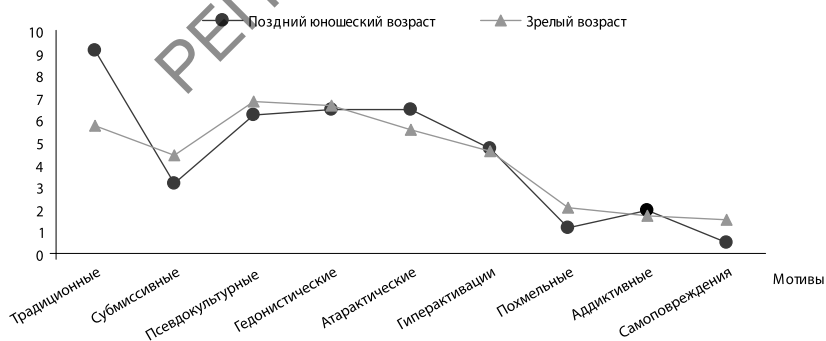


Рис. 1. Структура мотивации потребления алкоголя у белорусов позднего юношеского и зрелого возраста

Дополнительно проведем сравнительный анализ структуры мотивации потребления алкоголя по половому признаку.

Анализируя приведенные графики (рис. 2) можно отметить, что все мотивы потребления алкоголя у лиц мужского пола выражены больше по сравнению с лицами женского пола. Наиболее значимые различия наблюдаются по таким группам мотивов, как субмиссивные, гедонистические, гиперактивации, похмельные и аддитивные. Значимость этих различий на статистическом уровне была подтверждена для таких мотивов, как субмиссивные ($U=367$; $p=0,0012$), гедонистические ($U=379$; $p=0,018$), гиперактивации ($U=345$; $p=0,005$), похмельные ($U=376$; $p=0,012$), аддитивные ($U=307$; $p=0,001$), самоповреждения ($U=420,5$; $p=0,029$), а также в целом по фактору «Мотивационное напряжение» ($U=383,5$; $p=0,022$).

Определенно можно констатировать следующее: значимость алкоголя в жизни представителей мужского пола выражена больше, чем у женского. Юноши и мужчины чаще, чем девушки и женщины, принимают спиртные напитки под давлением других людей или референтной группы, их легче вовлечь в процесс питья алкоголя, навязать им выпивку; для них большее значение имеет сам процесс принятия спиртных напитков и непосредственно воздействие алкоголя на физическое и психическое состояние, в частности его стимулирующий, растормаживающий эффект. У лиц мужского пола по сравнению с женским также больше выражена группа патологических мотивов,

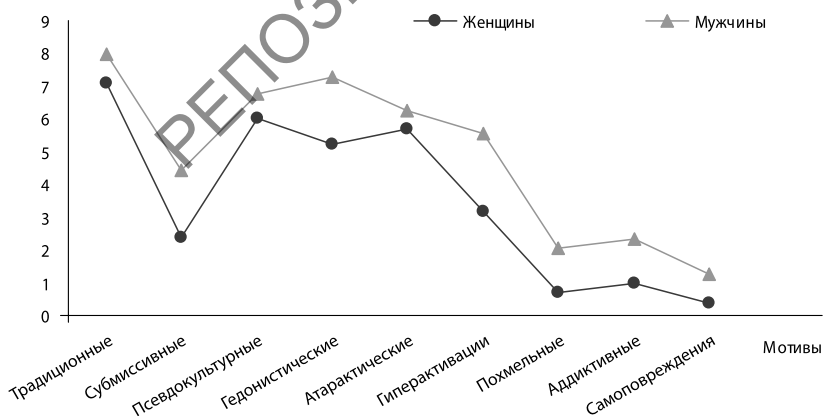


Рис. 2. Структура мотивации потребления алкоголя у белорусских женщин и мужчин

которые проявляются в выраженности абстинентного синдрома, устойчивого влечения к потреблению спиртных напитков и стремления к саморазрушению из-за отсутствия смысла жизни, отсутствия перспектив в будущем, стремления действовать вопреки желаниям других, часто близких для них людей.

Частотный анализ данных по анкете «Культура потребления алкоголя» позволил нам выявить следующие возрастные особенности питейной культуры белорусов.

На вопрос: «Когда вы впервые узнали вкус алкоголя?», 15% юношей и девушек ответили, что это произошло еще до школы, 35% – до 5-го класса, 32,5% – до 8-го класса; 15% – до 11-го класса; 2,5% – по окончании средней школы. Большинство лиц зрелого возраста впервые попробовали алкоголь до 11-го класса, что составило 36,7% выборки, до 8-го класса это сделали 33,3% респондентов, до 5-го класса – 10%, до школы – 6,7%, и после окончания средней школы – 13,3%.

Отвечая на вопрос: «По какой причине вы выпили впервые?», молодые люди указали, что примерно в 45% случаев попробовать алкоголь предложили близкие родственники, 15% – уговорили сверстники, компания и 40% – сделали это, потому что самим захотелось. В то время как 36,7% мужчин и женщин сослались на то, что предложили попробовать спиртное родственники, в 26,6% случаев – сверстники, в 36,7% случаев – решение было принято самостоятельно.

Ответы на вопрос: «Приятным ли было первое впечатление от принятия алкоголя?», получили следующее распределение: 10% юношей и девушек считают, что первое впечатление от приема алкоголя было приятным, 32,5% – неприятным, 42,5% – не помнят первых ощущений от воздействия алкоголя и 15% затруднились ответить на данный вопрос. 26,6% взрослых белорусов посчитали первое впечатление от принятия алкоголя приятным, 30% – неприятным, 33,3% выборки не помнят первого впечатления и 10% затруднились ответить на данный вопрос.

Относительно вопроса: «Часто ли вы сейчас употребляете спиртное?», ответы распределились так. Ежедневно не употребляет ни один из опрошенных нами студентов, 32,5% студентов употребляют 1–2 раза в неделю, 30% студентов 2–3 раза в месяц, 32,5% – очень редко и 5% – не употребляют. Среди лиц зрелого возраста 26,6% респондентов употребляют спиртные напитки очень редко, 6,7% – 2–3 раза в месяц, 46,7% – 1–2 раза в неделю и 20% – ежедневно.

На вопрос: «Видели ли вы своих родителей в состоянии сильного алкогольного опьянения?», утвердительно ответили 45% юношей и девушек, отрицательно – 42,5% и 12,5% – затруднились ответить на этот вопрос. В то время как 60% лиц зрелого возраста видели своих родителей в состоянии сильного алкогольного опьянения, 33,3% – ответили, что не видели, и 6,7% – затруднились ответить на данный вопрос.

Отвечая на вопрос: «Считаете ли вы что алкоголь это зло?», 65% студентов согласились, сказав «да», а 35% – нет. Злом алкоголь считают только 33,3% взрослой выборки, оставшиеся 66,7% – таковым его не рассматривают.

Вопрос «Как вы относитесь к рекламе спиртных напитков?» выявил следующее. Положительно относятся к рекламе спиртных напитков 2,5% лиц юношеского возраста, 15% – отрицательно и 82,5% – равнодушно. Отрицательно к рекламе спиртных напитков относятся 6,7% респондентов, положительно – 23,3%, равнодушно – 70% респондентов.

Из ответов на вопрос: «Какие виды спиртосодержащих напитков вы предпочитаете?», было обнаружено, что наиболее популярными алкогольными напитками среди молодых людей являются пиво (30% выборов 1-й позиции), шампанское (15% выборов 1-й позиции) и ликеры (12,5% выборов 1-й позиции). На второй позиции наиболее представленными оказались сухие вина (20% выборов 2-й позиции). Наиболее предпочитаемыми алкогольными напитками среди лиц зрелого возраста являются сухие вина (27,5% выборов 1-й позиции), коньяк (20,7% выборов 1-й позиции) и алкогольные коктейли (17,2% выборов 1-й позиции). На второй позиции наиболее представленными оказались водка (13,7% выборов 2-й позиции) и ликеры (13,7% выборов 2-й позиции).

Отвечая на вопрос: «Способствует ли алкоголь снятию душевного напряжения?», 5% юношей и девушек сказали «да», 15% – «нет» и 80% студентов думают, что иногда способствует. В то время как 26,6% респондентов второй выборки считают, что алкоголь способствует снятию душевного напряжения, 56,8% – способствует лишь иногда и 16,6% – совсем не способствует.

На вопрос: «Может ли современное застолье обойтись без алкоголя?», 55% молодых людей ответили положительно, 45% – отрицательно. Среди лиц зрелого возраста утвердительно ответили 80% опрошенных и 20% – отрицательно.

Из ответов на вопрос: «Легко ли вы можете отказаться от спиртного?», мы узнали, что 82,5% респондентов юношеского возраста способны это сделать без каких либо затруднений, 12,5% – иногда могут отказаться и 5% – затруднились ответить на данный вопрос. Во второй выборке 66,7% респондентов ответили утвердительно, 3,3% – отрицательно, 20% – иногда, 3,3% – затруднились дать ответ.

Вопрос «Приходилось ли вам организовывать застолье с выпивкой?» показал, что 65% юношей и девушек имеет подобный опыт, 30% – отметили, что это были единичные случаи, не более 3 раз в жизни, 5% – такого опыта не имеют. 80% представителей зрелого возраста неоднократно выступали организаторами застолий с выпивкой, 16,6% – делали это редко и 3,3% – не имеют такого опыта.

Вопрос «Случались ли с вами неприятные последствия, связанные с употреблением спиртных напитков?» выявил следующее. У 65% студентов имеется опыт неприятных последствий, связанных с употреблением спиртных напитков, у 32,5% – такого опыта нет и 2,5% – затруднились дать ответ на данный вопрос. Также 66,7% зрелых белорусов признают, что имели неприятные последствия, связанные с употреблением спиртных напитков, 3,3% – затруднились ответить и 20% – ответили отрицательно.

На вопрос «Ваше личное отношение к употреблению спиртного?» было получено следующее распределение ответов: 7,5% студентов считают, что лучше не пить совсем, 12,5% – уверены в безвредности нечастых выпивок, 32,5% – полагают, что следует пить, соблюдая чувство меры, 47,5% думают, что для здорового человека алкоголь безвреден. При этом 10% белорусов зрелого возраста считают, что лучше не пить совсем, 16,6% – уверены в безвредности нечастых выпивок, 43,3% – полагают, что следует пить, соблюдая чувство меры, 23,3% думают, что иногда позволительно немного выпить, 23,3% респондентов ответили, что для здорового человека алкоголь безвреден.

На вопрос «Способны ли вы к самоконтролю в состоянии алкогольного опьянения?» 77,5% юношей и девушек ответили, что они способны к самоконтролю в состоянии алкогольного опьянения, 7,5% – не способны и 15% – затруднились ответить на данный вопрос. В то время как 70% взрослых потребителей спиртных напитков считают, что способны к самоконтролю в состоянии алкогольного опьянения, 13,3% – ответили, что не способны, и 16,6% – затруднились ответить на данный вопрос.

На вопрос «Какое количество денег вы тратите на приобретение алкоголя в месяц (в среднем)?» 17,5% молодых людей считают, что тратят достаточно много денег на приобретение спиртных напитков, 67,5% – мало и 15% – не тратят совсем. Во второй выборке 13,3% респондентов считают, что тратят много денег на приобретение алкоголя, 36,7% – ответили, что достаточно много, 46,7% – думают, что тратят мало денег и 13,3% – сочли, что не тратят совсем.

На вопрос «Знаете ли вы свою норму?» 95% юношей и девушек полагают, что знают свою норму алкоголя, 5% – нет. И среди лиц зрелого возраста 83,4% полагают, что знают свою норму алкоголя, 16,6% – ответили, что не знают.

На вопрос «Трезвость общества – это иллюзия или реальность?» 80% студентов считают, что трезвое общество – это иллюзия, 20% полагают, что это реальность. И только 63,3% представителей зрелого возраста считают, что трезвое общество – это иллюзия, 36,7% полагают, что это реальность.

Таким образом, на основании проделанной работы можно обозначить следующие выводы:

1. Ведущими мотивами, определяющими алкогольное поведение белорусов, являются социально-психологические мотивы. Выявленный уровень

мотивационного напряжения соответствует верхним границам нормы. Значимые возрастные различия в структуре мотивации потребления алкоголя установлены по таким мотивам, как традиционные, похмельные и мотивы самоповреждения. Юноши и девушки больше, чем представители зрелого возраста, потребляя алкоголь, следуют традиционным, культурно обусловленным мотивам, в то же время такие мотивы патологической триады, как похмельные и самоповреждения, наиболее характерны для лиц зрелого возраста.

2. Различия в культуре потребления алкоголя между лицами позднего юношеского и зрелого возрастов касаются возраста первого знакомства с алкогольными напитками, алкогольных предпочтений и в целом отношения к алкоголю. У юношей и девушек наблюдается более ранний возраст первого употребления спиртных напитков, предпочтение пива и шампанского, и несколько незрелое отношение к алкоголю (выбор утверждений: «алкоголь – это зло», «для здорового человека алкоголь безвреден»). Представители зрелого возраста предпочитают сухие вина и коньяк и относятся к спиртосодержащим напиткам более реалистично (выбор утверждений: «алкоголь – не зло», «следует пить, соблюдая чувство меры»).
3. Данные исследования показывают, что алкоголь входит в жизнь человека как культурное явление, для многих впоследствии он становится личностной потребностью и ресурсом, снимающим психическое напряжение, а для некоторых – объектом зависимого поведения. Существующая в нашей стране культура потребления спиртных напитков, на наш взгляд, способствует формированию обозначенных форм отношения с алкоголем. Профилактика же злоупотребления алкоголем должна быть направлена на повышение общего культурного уровня населения, как за счет улучшения материального, так и духовного благополучия.

Литература

1. Барановский, Н. А. Пьянство как социальная проблема и стратегия антиалкогольной политики в Беларуси / Н. А. Барановский // Социология. – 2006. – №2. – С. 75–81.
2. Ковалев, В. И. Мотивы поведения и деятельности / В. И. Ковалев. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
3. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб : Питер., 2000. – 720 с.
4. Шичко, Г. А. В помощь пьющим, пожелавшим стать трезвенниками / Г. А. Шичко // Экология и жизнь. – 2008. – № 12. – С. 77–81.
5. Сердюк, А. А. Структура мотивации потребления алкоголя в различных возрастных группах харьковчан // Проблеми екстремальної психіатрії: Матеріали наук.-практ. конф. «Платоновські читання». – Харків, 2000. – С. 83–84.

-
6. Еникеева, Д. Д. Книга для пьющего человека / Д. Д. Еникеева. – Донецк : Сталкер, 1998. – 400 с.
 7. Куликов, Л. В. Психогигиена личности: вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики / Л. В. Куликов. – СПб : Питер, 2004. – 464 с.
 8. Заиграев, Г. Г. Общество и алкоголь / Г. Г. Заиграев. – М. : НИИ МВД РФ, 1992. – 196 с.
 9. Завьялов, В. Ю. Мотивация потребления алкоголя у больных алкоголизмом и здоровых / В. Ю. Завьялов // Психол. журн. – 1986. – Т. 7, №5. – С. 28–37.
 10. Завьялов, В. Ю. Психологические аспекты формирования алкогольной зависимости / Ю. В. Завьялов. – Новосибирск : Наука, 1988. – 195 с.
-

Григорьева И.В., Кралько А.А., Ладо А.В.
Республиканский научно-практический центр психического здоровья,
Минск, Беларусь

Фильмотерапия в процессе реадaptации лиц, находящихся в лечебно-трудовых профилакториях

Введение

В настоящее время в Республике Беларусь одним из инструментов для медико-социальной реадaptации граждан с синдромом зависимости от алкоголя, находящихся в лечебно-трудовых профилакториях (ЛТП), может служить фильмотерапия (кинетренинг) – современный метод групповой психокоррекции с использованием кино, объединяющий искусство и психологию в действенный инструмент самопознания и личностного роста. Результативность данного метода подтверждена рядом исследований. Так, по данным Карповой Н.Л. и Шувикова А.И. (2006), Березина С.В. (2008, 2010), кинотренинг может использоваться как метод, способствующий преодолению алкогольной анозогнозии и повышению приверженности к терапии и труду [1, 2].

Применение фильмотерапии в комплексной медицинской реабилитации является тем компонентом, который способствует оптимизации реабилитационного процесса, повышению мотивации на лечение и улучшает комплаентные отношения со специалистами.

Включение фильмотерапии способно расширить комплекс мер в медико-социальной реадaptации по отношению к лицам, находящимся в условиях ЛТП, для оптимизации реабилитационного процесса с использованием внутрличностных ресурсов пациентов.