

Мотивационное интервью как форма профилактического воздействия при отрицании проблемы у несовершеннолетних, склонных к злоупотреблению алкоголем

Детков Д.В.

Директор медицинского центра «Елизар-мед»,
к.м.н., врач психиатр-нарколог высшей
категории

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ РАННЕГО АЛКОГОЛИЗМА

1. Высокая распространённость
2. Недостаточное понимание патогенетических механизмов
3. Невысокая эффективность имеющихся программ профилактики, лечения и реабилитации



Причины высокой заболеваемости юношеским алкоголизмом:

• Социально-психологические причины:

- экономическая нестабильность
- стрессовые ситуации
- снижение значимости института семьи, неполные семьи, ситуация развода
- бездуховность, размытость нравственных ориентиров
- недостаток детских досуговых организаций
- распространенность питейных традиций
- доступность и реклама алкоголя и др.

• Медико-биологические причины:

- увеличение количества детей с церебральной резидуально-органической недостаточностью, умственной отсталостью, расстройствами личности, аффективными нарушениями
- генетические факторы
- позднее обращение за медпомощью
- отсутствие института принудительного лечения

Определение, тезаурус раннего алкоголизма

Под ранней алкоголизацией, т.е. злоупотреблением алкоголем без признаков зависимости, понимают знакомство с опьяняющими дозами алкоголя в возрасте до 16 лет с регулярным употреблением опьяняющих доз алкоголя в более старшем возрасте (А.Е. Личко, 1983).

Степень злоупотребления оценивают по частоте алкоголизации, количеству выпитого, а также возникающим вследствие этого социально-психологическим проблемам (Б.С. Братусь, П.И. Сидоров, 1984).

Ранний алкоголизм включает формирование признаков 1 стадии и более тяжелые стадии развития болезни в возрасте до 18 лет (Ю.П. Сиволап, 2012).

Мотивация употребления алкоголя

В качестве **первой мотивации** чаще всего выступают «**реакция имитации**» и «**реакция группирования**» со сверстниками» (А.Е. Личко, 1983). Предметом подражания становятся выпивки других членов группы, семьи, старших, отдельных «значимых» сверстников, кумиров подростковой субкультуры, а также скрытая пропаганда алкоголя средствами массовой информации посредством телевидения и IT-технологий.

Реакция группирования со сверстниками дает себя знать фактором конформности с группой – желания быть «как все», стремлением, чтобы признали «своим». Таким образом, выбирается не алкоголь, а компания сверстников (П.И. Сидоров, 2005).

В пьющую компанию тянет подростков, жаждущих вырваться из под опеки старших в силу **реакции эмансипации** (А.Е. Личко, 1983, В.Т. Кондрашенко, 1988).

Мотивация употребления алкоголя (2)

В качестве значимого фактора рассматривается **любопытство** – желание познать неизведанное, пережить необычно веселое настроение (А.Е. Личко, 1983, В.Т. Кондрашенко, 1988).

У подростков имеются определенные убеждения в отношении самих себя и окружающего мира. Эти убеждения настолько определяют их мышление, что они не сомневаются в их истинности. Убеждения формируются на основании получаемых сообщений из социального окружения, а также на основании личного, пусть и небольшого жизненного опыта. Если эти убеждения вступают в противоречие с реальностью, то подросток может испытывать сильный стресс. Примерами таких убеждений являются следующие: «я всегда должна быть на высоте», «я всегда должна добиваться успеха во всем». Ожидания подростка в отношении того, как себя будет чувствовать в результате приема алкоголя, также влияют на

Мотивация употребления алкоголя (3)

Постепенно все более проявляется действие новых факторов – желание поднять настроение, облегчить контакты со сверстниками, особенно эмоциональные, «не переживать», т.е. не думать о неудачах и неприятностях, не страшиться предстоящих трудностей (И.Ф. Обросов, В.Д. Свистунов).

Смена мотивов происходит в зависимости от возраста подростков:

1. До 12 лет – подражание членам семьи,
2. В 13-14 лет – «протест семье и старшим»,
3. В 14-15 лет - выступает реакция эмансипации и имитации поведения сверстников,
4. В 15-16 лет – начинают играть роль питейные традиции.