

существует насущная потребность изучения данного феномена, т.к. без помощи и поддержки, ощущения успеха и гордости деятельность таких детей как бы парализуется, или застывает, появляется ощущение бесполезности, что может повлиять самым отрицательным образом на формирование личности на следующем этапе. Своевременная диагностика и лечение симптомов этого синдрома служит превентивной мерой для снижения детской и подростковой преступности.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Альтхерр, П. Гиперактивные дети: коррекция психомоторного развития: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / П. Альтхерр, Л. Берг, Вёльфль и др. // Под ред. М. Пассольта; Пер. с нем. В.Т. Алтухова; Науч. ред. рус. текста Н.М. Назарова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 160с.

2. Брызгунов, И.П. Непоседливый ребенок, или все о гиперактивных детях / И.П. Брызгунов, Е.В. Касатикова. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2001. – 96 с.

УДК 159.9:61

Гребень Н.Ф.

МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ У РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ БЕЛАРУСОВ

ИУО «Белорусский институт правоведения», г. Минск,

Республика Беларусь

Научный руководитель: канд. психол. наук, доцент Агеенкова Е.К.

В данной работе проведено исследование мотивации потребления алкоголя в двух возрастных группах: представителей юношеского и зрелого возрастов. Исследование строилось на основании теоретических разработок и методики «МПА» В.Ю. Завьялова. В ходе анализа полученных данных вычленяются ведущие мотивы потребления алкоголя и их различия в представленных группах.

Алкоголь занимает, и это надо признать прямо, весьма значимое место в современном образе жизни людей. Каждому образованному человеку известно, что он обладает множеством отрицательных качеств, что это типичное наркотическое вещество, к которому привыкают так, как привыкают к курению табака, морфию и другим наркотикам. Тем не менее, потребление спиртных напитков – неотъемлемая часть жизни большинства людей. Об этом свидетельствуют различные статистические исследования.

Так, за последние 25 лет этот показатель в мире вырос вдвое в соотношении количества потребляемых литров на душу населения в год (СМИ).

Потребность в алкоголе прямо не входит в число естественных жизненных потребностей человека, как, например, потребность в кислороде, пище. Она проявляется потому что общество, во-первых, производит данный продукт, и, во-вторых, «воспроизводит» обычаи, формы, привычки и предрассудки, связанные с его потреблением. Следовательно, потребление спиртных напитков является частью культуры, в частности, так называемой, питейной культуры людей. Сегодня на нашу культуру, в том числе и питейную, «накладывают» свой массивный отпечаток культуры западно-европейская и американская. Высока вероятность того, что влияние других культур может привести изменения и в структуру мотивации потребления алкоголя наших сограждан. Наиболее восприимчивыми к такого рода влияниям, на наш взгляд, представители юношеского возраста, которые в этот период обретают самостоятельность в плане удовлетворения своих потребностей.

Целью данной работы является изучение мотивации потребления алкоголя в двух поколениях здоровых людей (не страдающих алкогольной зависимостью): представителей юношеского (дети) и зрелого (родители) возрастов.

Материал и методы.

Для исследования мотивации потребления спиртных напитков был применен опросник «МПА», разработанный В.Ю. Завьяловым, который выделил три базовые триады мотивов: социально-психологические, личностные и патологические [1]. В исследовании принимали участие студенты младших курсов, чей возраст не превышает 20 лет, и лица зрелого возраста, реальные или потенциальные родители двадцатилетних. Всего было протестировано 62 человека. Трех обследованных мы исключили из выборки, т.к. ими были даны все отрицательные ответы. В результате: первая группа, в которую вошли студенты вузов, составила 30 человек, чей средний возраст составил 18..59, а вторая – 29 человек, средний возраст которых равен 45..31. Распределение по полу в первой группе – 15 юношей и 15 девушек, во второй 14 мужчин и 15 женщин.

Результаты и обсуждение

На основании полученных данных было установлено, что общий показатель «мотивационного напряжения» примерно одинаков в двух исследуемых группах. В первой он составил 38,43, а во второй 38,76. Это говорит о том, что значимость алкоголя как некой потребности, несущей в себе определенную направленность, в жизни студентов и их родителей практически одинаковая. Спиртные напитки востребованы представителями юношеского возраста в незначительно меньшей степени по сравнению с лицами взрослого возраста.

Некоторые различия были выявлены в структуре мотивации по обозначенным автором методики мотивам и группам мотивов (см. табл. 1.)

Таблица 1 – Распределение показателя «мотивационного напряжения» по отдельным мотивам и группам мотивов

Мотивы	Лица юношеского возраста	Лица зрелого возраста
Социально-психологические мотивы		
Традиционные	8,52	8,74
Субмиссивные	4,56	5,47
Псевдокультурные	8,38	7,13
Общий показатель по группе	21,46	21,34
Психологические мотивы		
Гедонистические	6,46	5,87
Атарактические	4,47	4,75
Гиперактивации	3,12	2,78
Общий показатель по группе	14,05	13,4
Патологические мотивы		
Похмельные	0,82	1,29
Аддиктивные	1,07	0,67
Самоповреждения	1,08	0,84
Общий показатель по группе	2,97	2,8

Наиболее выражены среди представителей юношеского и зрелого возрастов мотивы социально психологической триады, общие показатели которых практически одинаковые. Лидируют среди них в одной и второй группе традиционные мотивы, которые обусловлены традициями, привычками, существующими в обществе. Однако имеются различия между отдельными мотивами этой триады. Так, для юношей и девушек более значимыми оказались псевдокультурные мотивы потребления алкоголя, свидетельствующие о их стремлении приспособивать свой личный опыт к «алкогольным ценностям» социальной микросреды, в которой они функционируют. Вероятно, это связано с возрастными особенностями юношеского возраста, для которого очень важна потребность быть принятым в ту или иную социальную группу, иметь дружеские и интимные отношения. В тоже время у представителей второй группы несколько более выражены субмиссивные мотивы, заключающиеся в подчинении давлению других людей или референтной группы в плане приема алкоголя. Подобные результаты были получены и в исследовании А.А. Сердюка на жителях города Харькова. Автор также подчеркивает, что лица юношеского возраста больше ориентированы в плане приема алкоголя на следование нормам и правилам некой социальной микрогруппы, ее псевдокультуре [2].

Несколько более значимыми оказались мотивы психологической триады у юношей и девушек. Из них наибольшие отличия наблюдаются по группе гедонистических мотивов, которые больше свойственны представителям первой группы. Молодые люди по сравнению со старшим поколением в

большей степени стремятся получать от действия алкоголя физическое и психологическое удовольствие, «психологический комфорт», алкогольную эйфорию. Атарактические мотивы и мотивы гиперактивации поведения имеют несущественные различия между группами. Мотивы патологической триады имеют наименьшую выраженность у потребителей обоих возрастов и незначительные различия.

Таким образом, нами было установлено, что ведущими мотивами, определяющими алкогольное поведение представителей юношеского и зрелого возрастов, являются, так называемые, традиционные мотивы. Причем, в среде юношей и девушек еще и псевдокультурные мотивы. Получается, что культурологический фактор сегодня, по-прежнему, остается главенствующим в мотивации потребления алкоголя белорусами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Завьялов, В.Ю. Психологические аспекты формирования алкогольной зависимости / В.Ю. Завьялов. – Новосибирск, 1988. – 232 с.

2. Сердюк, А.А. Структура мотивации потребления алкоголя в различных возрастных группах харьковчан / А.А. Сердюк // Проблемы экстремальной психіатрії: Матеріали науково-практичної конференції «Платоновські читання». – Харків, 2000. – С. 83–84.

УДК 316.6

Гукасян Е.М.

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

УО «Военная академия Республики Беларусь», г. Минск,

Республика Беларусь

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент Сутович Е.И.

В приведенных тезисах рассматривается вопрос организации командной работы. Описываются преимущества командной работы и условия формирования эффективной деятельности людей. Определяются сложности, возникающие при формировании команды учащейся молодежи.

Известная басня И.А. Крылова «Лебедь, Рак и Щука» является примером того, что совместная работа не всегда приводит к положительному результату. Героев басни нельзя считать командой. К возможным причинам можно отнести:

- разобщенность в способах и видении выполнения работы;
- незнание характерных свойств друг друга;