

**Мульована Л.І.**

*аспірант,*

*Чернігівський національний технологічний університет*

## **МЕТОДИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВТРУЧАННЯ У РОБОТІ З УЧАСНИКАМИ АНТИТЕРОРИСТИЧНОЇ ОПЕРАЦІЇ**

Будь-який спеціаліст, який має справу з людьми і прагне вплинути на них, у тому числі соціальний працівник, має орієнтуватися в питаннях мотивації, уміти аналізувати й активізувати спонукальні фактори, здатні спрямувати поведінку людини в бажаному напрямі.

Метою даної роботи є аналіз проблеми мотивації загалом та мотиваційного інтерв'ювання, зокрема, як методу психологічного втручання.

Об'єктом дослідження виступає проблема мотивації в аспекті соціальної роботи з учасниками антитерористичної операції.

Поняття «мотив» означає спонукання до діяльності, спонукальну причину дій і вчинків, тобто те, що примушує людину до дій. Суб'єкта можуть спонукати до певної діяльності різні мотиви: інтерес до змісту та процесу діяльності, почуття обов'язку перед суспільством, прагнення до самоствердження тощо.

Якщо суб'єкт прагне до реалізації певної діяльності, то є підстави стверджувати, що у нього є мотивація.

Отже, мотивація – це сукупність спонукальних факторів, які визначають активність особистості; це всі мотиви, потреби, стимули, ситуативні чинники, які спонукають поведінку людини.

Мотиви є відносно стійкими рисами особистості.

Однак мотивація – це не лише мотиви, а й ситуативні фактори, тобто вплив різних людей, специфіка діяльності й ситуації тощо. Ситуативні фактори є досить динамічними, мінливими, що створює значні можливості впливу на них і на активність у цілому.

Певним мотивом, або навіть сукупністю мотивів, мотивація діяльності не вичерпується. Таким чином, мотивація – це сукупність усіх факторів, як особистісних, так і ситуативних, які спонукають людину до активності та забезпечують успіх у діяльності.

Людину до діяльності спонукає зазвичай не один, а кілька мотивів. Кожен із них має різну спонукальну силу. Найбільше практичне значення мають наступні мотиви: мотив самоствердження; мотив ідентифікації з іншою людиною; мотив

влади; процесуально-змістові мотиви; мотив саморозвитку; мотив досягнення; просоціальні мотиви; негативна мотивація.

Мотиваційне інтерв'ювання – це особлива техніка консультування, в якій консультант стає помічником в процесі змін і виражає схвалення клієнта. Ця техніка була розроблена як короткостроковий, заснований на ухваленні клієнта і уникаючий суперечок і переконань спосіб допомоги людині в зміні своєї поведінки.

Мотиваційне інтерв'ювання об'єднує найефективніші і в той же час простіші прийоми ведення бесіди (питання, слухання, підведення підсумків і підтримка), використання яких визначається основними принципами і задачами методу. Коли прийоми використовуються відповідно принципів і направлені на досягнення конкретних задач, які поставлені на кожному етапі роботи, це називається стратегією. Використовуючи одну за іншою різні стратегії, можна підвести клієнта до ухвалення рішення про його поведінку.

Мотиваційне інтерв'ювання можна визначити як розмову, що продовжується, про зміни, спрямовану особливим стилем роботи консультанта так, що основна роль в цій розмові відводиться клієнту. Консультант заохочує клієнта говорити про сумніви і перешкоди, про свою мотивацію до змін, для того, щоб прийняти рішення з приводу своєї поведінки.

Суть мотиваційного інтерв'ювання вперше була описана Вільямом Міллером в 1983 році. Основні положення методу детальніше були описані В. Міллером і С. Роллніком у 1991 році [1].

В результаті аналізу можливих причин безуспішності традиційного консультування з питань залежностей Міллер дійшов висновку, що саме надання порад, агресивне протистояння клієнту та пряме переконання і є основними причинами виникнення опору, що розглядається багатьма фахівцями як основний бар'єр на шляху до змін клієнта.

Таким чином, В. Міллер і С. Роллнік сформулювали і описали підхід мотиваційного інтерв'ювання як альтернативу існуючим підходам в консультуванні. Пізніше цей метод став базою для розвитку інших альтернативних напрямів у консультуванні, таких як, наприклад, теорія збільшення мотивації, коротке мотиваційне інтерв'ювання, коротке втручання.

Інші підходи до мотивування клієнта на зміни допускають можливість, а іноді навіть наполягають на застосуванні

примушення, переконання, доведення і протистояння з клієнтом і використання зовнішніх обставин.

Пряме переконання, протистояння і суперечка в мотиваційному інтерв'юванні не застосовуються.

Мотиваційне інтерв'ювання обмежується підведенням клієнта до ухвалення рішення без вказівки йому, що робити далі.

Найважливіше поняття в мотиваційному інтерв'юванні – це вибір. Дуже важливо завжди давати людині зрозуміти, що, незважаючи на допомогу з боку консультанта, саме він відповідає за ухвалення власних рішень – відповідальність за рішення змінитися і за здійснення змін повністю лежить на ньому самому [2].

Отже, ми дійшли висновку про особливе значення концепції мотивації для поглиблень уявлень в межах теорій цілепокладання (Швалб Ю.М.) та потребнісно-ціннісних конструктів (Циба В.Т.). Йдеться про застосування характеристик різних видів мотивів та особливостей ієрархічної будови мотивів до інтерпретації девіантної поведінки та можливостей соціального втручання.

Серед найбільш змістовних методик психологічного втручання у вітчизняній соціальній роботі застосовується метод мотиваційного інтерв'ювання.

Методика мотиваційного інтерв'ювання зберігає популярність і широке розповсюдження в світі при роботі з людьми з різними видами залежностей і багатьма іншими поведінковими проблемами. Суть методу і основні прийоми прості. Це робить мотиваційне інтерв'ювання доступним для використання різними фахівцями: соціальними працівниками, психологами, наркологами, психотерапевтами, медичними фахівцями середньої ланки, педагогами, вихователями, а також іншими професіоналами і волонтерами.

Таким чином, тематика використання мотиваційних концепцій є досить цікавою, актуальною, такою, що може в подальшому розвиватись як важливий напрямок застосування загальнопсихологічних знань в роботі соціальних працівників та практичних психологів з учасниками антитерористичної операції.

### **Список використаних джерел:**

1. Miller W.R, Rollnick S. Motivational interviewing: Preparing people for change (2nd ed.). – New York: Guilford Press, 2002. – 428 p.

2. Мотивационное интервьюирование лиц, употребляющих инъекционные наркотики (пособие для социальных работников программ профилактики ВИЧ/СПИД). – Киев, 2004. – 108 с.

3. Балашова Т.Н. Применение техник мотивационного интервью в работе с пациентами, имеющими алкогольные проблемы / Т.Н. Балашова, Л. Собелл. // Обозрение психиатрии и медицинской психологии им. В.М. Бехтерева. – 2007. – № 1. – С. 4-6. Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=9526796>

**Яцина О.Ф.**

*кандидат педагогических наук, доцент,  
Ужгородський національний університет*

### **САМОРЕФЕРЕНТНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ДИСКУРСИВНИЙ КОНСТРУКТ ПРАКТИКИ ТА КОНСТИТУЮВАННЯ СЕБЕ**

На переконання З. Баумана, «ідентичність» стає призмою, через яку розглядаються, оцінюються і вивчаються чимало важливих рис сучасного життя» [1, с. 176]. Сучасне суспільство характеризується наявністю таких ознак постмодерну, як децентрація, фрагментарність, релятивізм соціальної нормативності, дискурсивність, втрачання однозначності точки зору та набуття мозаїчності й поліфонічності, множинності, плюральності ідей, дій, практик. У такому гетерогенному і фрагментарному світі індивід стоїть перед проблемою вибору/конструювання практики конституювання себе. Ідентичність людини формується у складній взаємодії з існуючим соціумом, соціальними інститутами, соціокультурним простором, зрештою, з іншими людьми, коли вступає в економічні, суспільні, сімейні відносини, і зазнає змін відносно процесів трансформації соціального буття як вияву індивідуальності та є своєрідною відповіддю на їх рефлексивне осмислення.

Певна річ, що в зміненій соціальній реальності, де старі соціальні норми втрачають/втратили свою безумовну актуальність, перестають/перестали бути релевантними, індивід, осмислюючи своє існування, шукає відповіді на виклики часу, конструюючи власне нові ідентичності. «Навіть такі звично стабільні