

Alkoholio vartojimas: socialinis ir aplinkos kontekstas bei vyriškosios lyties tapatumas

VYLIUS LEONAVIČIUS

Vytauto Didžiojo universitetas

ALMANĖ PAKRIJAUSKAITĖ

Vytauto Didžiojo universitetas

Santrauka. Šiuolaikinėje visuomenėje alkoholio vartojimas yra viena iš kultūros dalių, siejama su malonumo bei streso ir nerimo mažinimo jausmu, tačiau kartu ir nepageidaujama žalingo elgesio forma, sukianti daugelį neigiamų padarinių (ligas, nelaimingus atsitikimus, smurtą, nusikalstamumą, riziką sveikatai ir pan.). Dėl šių priežasčių alkoholio vartojimas moksliniame diskurse tiriamas įvairiais aspektais. Šiame straipsnyje pristatomas Wardo (2011) socialinio ir aplinkos konteksto modelis (SAKM), kuris remiasi plačiai paplitusia socialinių normų teorija. SAKM leidžia nustatyti aplinkos poveikį alkoholio vartojimui ir socialinėms normoms. Socialinės normos išskiriamos į du tipus: privalomąsias normas (elgesio priimtinumą tam tikroje grupėje) ir aprašomąsias normas (tam tikrai grupei būdingas elgesys). SAKM įvairių aplinkos veiksnių įtaka atskleidžiama remiantis keturiais aspektais: fiziniu-geografiniu, laiko, socialiniu ir asmeniniu-istoriniu, kurie veikia vienu metu. Į SAKM nesunkiai gali būti integruojami ir kiti aspektai: religingumas, socialinis ir ekonominis statusas, individo socialinės lyties tapatumo formavimasis. Todėl šiuo straipsniu siekiama dar labiau praplėsti socialinių normų prieigą, įtraukiant asmens tapatumo veiksni. Asmens tapatumui, ypač vyrų, alkoholio vartojimas gali būti esminė jo dalis. Šio straipsnio tikslas – remiantis SAKM ir vyriškosios tapatybės teorinėmis priegomis, konstruoti teorinį modelį, kuris leistų atskleisti išsamesnį požiūrį įvairiais aplinkos bei vyriškojo tapatumo aspektais.

Reikšminiai žodžiai: socialinio ir aplinkos konteksto modelis, socialinės normos, vyriškoji tapatybė, alkoholio vartojimas.

Įvadas

Moderniosiose visuomenėse alkoholio vartojimas beveik išimtinai siejamas su hedonistiniais motyvais ir yra kultūros dalis (t. y. egzistuoja kultūrinės alkoholio vartojimo normos, bet tuo pat metu alkoholio vartojimas vis labiau tampa nepageidaujamu ir ribojamu modernių visuomenių kultūros

reiškiniu). Sąlygiškai galima skirti saikingą alkoholio vartojimą (*moderate alcohol consumption*)¹, kuris suteikia malonumą ir yra būdas mažinti stresą bei nerimą (Ritchie, Roser 2018; Hames 2012), bei žalingą, besaikį vartojimą (*excessive drinking*)², kuris yra susijęs su daugeliu neigiamų padarinių, tokių kaip ligos, rizika sveikatai, nelaimingi atsitikimai, smurtas, savižudybės, nusikalstamumas, kelių eismo įvykiai ir priklausomybė nuo alkoholio (Ritchie, Roser 2018; OECD/EU 2016; Vincke, Vyncke 2017). Lietuvoje daug diskutuojama apie tai, kaip mažinti alkoholio vartojimą, pasitelkiamos įvairios priemonės: draudžiama alkoholio reklama žiniasklaidoje, apribojamas alkoholio įsigijimo laikas, amžius (draudimai įsigaliojo nuo 2018 m. sausio 1 d.), ribojamas alkoholio kiekis kraujyje vairuojant (iki 0,4 promilės), atitinkamai didinamos baudmės už vairavimą išgėrus, šeimos gydytojai sveikatos priežiūroje įstaigose turi teisę siūlyti pacientams atlikti alkoholio vartojimo testus, leidžiančius anksčiau identifikuoti žalingą alkoholio vartojimą ir/ ar riziką priklausomybei. Griežti draudimai paliečia patį individą, jo alkoholio vartojimo normas ir visuomenės kultūrinės alkoholio vartojimo normas.

Trečdalis visų mirčių Rytų Europoje (Lietuvoje, Ukrainoje, Baltarusijoje, Rusijoje) siejamos su alkoholio vartojimu. Statistiniai duomenys atskleidžia alkoholio problemos mastą, ypač paveikiantį vyrus. Remiantis naujausiais Lietuvos higienos instituto duomenimis, 2017 m. vidutinė gyvenimo trukmė buvo: vyrų – 70,7 m., moterų – 80,38 m.; 2016 m. vyrų – 69,49 m., moterų – 80 m. Mirtingumo rodikliai, susiję su mirtimis dėl alkoholio vartojimo, atskleidžia, jog Lietuvos vyrų mirtingumas gerokai didesnis nei moterų: alkoholinė kepenų liga 2017 m. (miesto gyv.) – 100 tūkst. gyventojų teko 13,3 mirusių vyrų, 4,8 – mirusių moterų; atsitiktinis apsinuodijimas alkoholiu: vyrų – 11,5, moterų – 2,5 (Higienos institutas 2018). Grigorievo ir kt. (2015) atliktas tyrimas apie vyrų mirtingumo, susijusio su alkoholio vartojimu, priežastis (kepenų cirozė, alkoholinė kepenų liga ir apsinuodijimas alkoholiu) Lietuvoje ir Baltarusijoje atskleidė, jog didžiausias vyrų mirtingumas apima Lietuvos regionus, besiribojančius su Baltarusijos siena ir šiaurės vakarinę šalies dalį. Mirtingumas nuo kepenų cirozės ir alkoholinės kepenų ligos labiau paplitęs šiaurės vakariniuose Lietuvos regionuose.

Alkoholio vartojimas vis dar išlieka svarbiu lyčių gėrimo dinamikos statistikos veiksniu. Socialiniuose moksluose lyčiai apibūdinti vartojamos dvi sąvokos: biologinė lytis (*sex*) ir socialinė lytis (*gender*). Ši sąvoka apibūdina,

- 1 Saikingas alkoholio vartojimas apibrėžiamas kaip vartojimas, kuris nekelia problemų geriančiam asmeniui ir aplinkai (Tamutienė 2014).
- 2 Besaikis vartojimas gali būti epizodinis arba įprastinis. Epizodinis besaikis alkoholio vartojimas – trumpi alkoholio vartojimo priepuoliai, tačiau besikartojantys bent kelis kartus per metus. Įprastinis – reguliarus vartojimas. Šis vartojimas kenkia individo sveikatai ir veikia individo socializaciją (*Ibid.*).

kaip visuomenė nustato ir naudoja socialinės lyties kategorijas, tai yra kultūriniai vyrų ir moterų vaidmenys, individų supratimas apie jų tapatybę, lyties įvaizdžiai (kaip individai save pateikia). Sociologijoje analizuojama, kaip įvairūs socialinės lyties aspektai daro įtaką tapatybei ir socialinei praktikai (Zevallos 2014). Nors šiuolaikiniame pasaulyje individai gali turėti daug tapatybių, socialinės lyties tapatumas gali būti vienas svarbiausių formuojant savęs vertinimo standartus (Wharton 2012). Socialinė lytis turi didelę įtaką su sveikata susijusiai elgsenai – tradicinės vyriškumo formos susijusios su blogesnėmis sveikatos pasekmėmis. Socialinės elgsenos, kurios įprastai vertinamos kaip vyriškos arba ne, apima ir elgesį, susijusį su lyčių stereotipais (apmokamas darbas, namų ruošos darbai), tačiau lygiai taip pat apima ir su sveikata susijusį elgesį. Su sveikata susijęs elgesys, kaip ir kitos socialinės praktikos, kuriomis užsiima vyrai, demonstruoja jų vyriškumą. Alkoholio vartojimas priskiriamas su sveikata susijusiai elgsenai. Dalis jaunų vyrų alkoholio vartojimą sieja su vyriškumu, jų siekis būti vyriškiems gali turėti įtakos jų alkoholio vartojimo elgsenai (Courtenay 2000; Visser, Smith 2007). Lyčių skirtumai rodo, jog visose šalyse vyrai linkę labiau vartoti alkoholį nei moterys (Ritchie, Roser 2018; Lietuvos statistikos departamentas 2018). Vyrų alkoholio vartojimo modeliai gana dažnai siejami su įsitikinimais apie vyriškumą, alkoholio vartojimą traktuojant kaip vieną vyriškosios tapatybės dalių (Visser, Smith 2007; Hinote, Webber 2012). Sociologiniu požiūriu vyriškumas siejamas ir su socialiniais ryšiais, ir su kūnu, nes žodis „vyras“ reiškia suaugusį asmenį su vyro kūnu (Tereškinas 2004). Vyrų tapatybė yra formuojama specifinių galios santykių kontekste: vyriškumas atsiranda sąveikaujant socialinėms ir psichinėms jėgoms, populiariose reprezentacijos formose, politinėse ideologijose, kasdienėse praktikose (Connell 2005). Vyrų studijose vartojamas terminas „hegemoninis vyriškumas“ apibrėžia tam tikrą vyrų grupę, dominuojančią ir palaikančią galios pozicijas, pateisinančią patriarchytą (Tereškinas 2011; Connell 2005). Tokį vyriškumą dažniausiai apibūdina heteroseksualumas, ekonominė nepriklausomybė, gebėjimas išlaikyti savo šeimą, fizinė galia, buvimas racionaliam, emocijų užslopinimas, dėmesys seksualumui ir priešingas elgesys moteriškumui (Connell 1995).

Moksliniame diskurse, diskutuojant apie alkoholio vartojimą ir siekį sumažinti šią problemą, daugelis mokslininkų pristato socialinių normų teoriją ir ją pagrįstas intervencijas (Cialdini et al. 1991; Wechsler, Nelson et al. 2003; Berkowitz 2005; Prentice 2007; Brauer, Chaurand 2010; Glassman et al. 2016; Perkins, Craig 2006). Socialinės normos turi didelę reikšmę ir lemia individo elgesį. Socialinių normų tyrėjai išskiria du tipus: privalomasias ir aprašomasias socialines normas bei jų poveikį individų sprendimų priėmimui.

Lietuvoje alkoholio vartojimas ir tapatybės³ yra tyrinėjami skirtingose mokslo srityse ir įvairiomis perspektyvomis: asmens tapatumas ir priklausomybė nuo alkoholio (Jasiukevičiūtė 2013), nuo alkoholio priklausomų asmenų savęs vertinimo ypatumai sveikstant (Cigaitė et al. 2010), priklausomų nuo alkoholio asmenų savo ligos suvokimas besigydam detoksikacijos skyriuje (Diršienė, Zajančkauskaitė-Staskevičienė 2010). Alkoholio vartojimo tyrimuose, taikant socialinių normų teoriją, analizuoti normatyviniai įsitikinimai (Kučienė 2010), socialinių normų poveikis jaunimo alkoholio vartojimo įpročiams (Tamutienė, Visockytė 2009), socialinių normų teorija pagrįstų intervencijų poveikis alkoholio vartojimui (Kravčenko, Šeibokaitė 2018). Tačiau nėra tyrinėtas ryšys tarp vyro socialinės tapatybės ir socialinio bei aplinkos konteksto modelio (SAKM), siejant su alkoholio vartojimu.

Socialinių normų prieiga alkoholio vartojimo tyrimuose praplečiama SAKM. SAKM leidžia tyrinėti aplinkos poveikį alkoholio vartojimo socialinėms normoms. Jo pagrindas yra socialinių normų perspektyva, kuri plačiai naudojama, ypač aiškinant alkoholio vartojimą tarp moksleivių ir studentų (Borsari, Carey 2003; Ward 2011). Šiame straipsnyje siekiama dar labiau praplėsti socialinių normų prieigą, įtraukiant ir asmens tapatybės veiksnį. Straipsnio objektas – socialinio ir aplinkos konteksto bei vyriškojo tapatumo įtaka alkoholio vartojimui. Tikslas – remiantis B. Wardo (2011) socialinio ir aplinkos konteksto modeliu bei vyriškosios tapatybės teorinėmis priegomis konstruoti teorinį modelį, kuris bus taikomas analizuojant vyrų alkoholio vartojimo modelius ir leis atskleisti išsamesnį požiūrį įvairiais aplinkos bei vyriškojo tapatumo aspektais. Straipsnyje pirmiausia apžvelgiami SAKM modelis, paskui religingumo, socialinio ir ekonominio statuso, lyties tapatybės perspektyvos, pristatomas teorinis modelis, jungiantis SAKM modelį su lyties konstruktui.

1. Alkoholio vartojimo ir socialinių normų aplinkos poveikis

Sociologas Brianas W. Wardas (2011) savo tyrime „Alkoholio vartojimo ir socialinių normų aplinkos poveikio nustatymas: socialinio ir aplinkos konteksto modelis“ taiko socialinių normų koncepciją. Teigiama, kad, siekiant suprasti alkoholio vartojimo elgseną, per paskutinius tris dešimtmečius socialinių normų koncepcija tapo dominuojanti. Mokslininkai siekia aprašyti socialines normas ir atskleisti jų kilmę (Wechsler, Nelson et al. 2003). Pasak Berkowitzo (2005), socialinių normų teorija apibūdina situacijas,

3 Straipsnyje terminai *tapatybė*, *tapatumas* ir *identitetas* bus vartojami sinonimiškai.

kuriose individas klaidingai suvokia bendraamžių ir kitų individų požiūrį ir/ar elgesį, kurie, jo manymu, yra skirtingi nuo jo paties, nors iš tikrųjų taip nėra. Šis reiškinys apibrėžiamas kaip „plurialistinis nežinojimas“ (*pluralistic ignorance*)⁴ (tai yra vienas iš klaidingų įsitikinimų (*misperceptions*) tipų). Socialinės normos yra vienas iš svarbiausių individo elgesio veiksnių (Cialdini et al. 1991). Šios normos yra naudingos, nes padeda individui nuspręsti, kaip elgtis dviprasmiškose situacijose, bei padeda labiau nuspėti kitų reakcijas (Brauer, Chaurand 2010). Glassmanas et al. (2016) ir Perkinas, Craigas (2006) savo tyrimuose apie studentų alkoholio vartojimą ypatingą dėmesį skyrė alkoholio vartojimo elgsenai koreguoti, remdamiesi socialinių normų teorija. Socialinio ir aplinkos konteksto modelis apima keturis aspektus, iš kurių kiekvienas atlieka svarbią aplinkos įtakos funkciją alkoholio vartojimui ir socialinėms normoms, veikdami vienu metu ir priklausydami vienas nuo kito:

1. Fizinis / geografinis aspektas. Apibrėžiamas kaip konkreti aplinkos fizinė erdvė ir geografinė padėtis. Teigiama, kad visi alkoholio vartojimo požiūriai ir elgesys, jų kūrimas ir atnaujinimas egzistuoja tam tikroje fiziniėje erdvėje ir geografinėje padėtyje. Kaip pavyzdį autorius pateikia barus, alines, kurie asocijuojasi su didesniu alkoholio vartojimu. Kalbant apie alkoholio vartojimo kontekstą, svarbu atkreipti dėmesį ne tik į viešąsias erdves ir konkrečias visiems prieinamas vietas, bet ir privačias erdves, t. y. namų aplinką, kuri gali skatinti individą vartoti alkoholį, kai norima atsiriboti nuo kitų žmonių.

2. Laiko aspektas. Socialinės aplinkos konteksto modelyje galimi įvairūs laiko apraiškos matmenys, darantys įtaką alkoholio vartojimui:

- konkretus laikas – savaitės dienos, paros laikas, pavyzdžiui, savaitgaliai, vakarai po darbo;
- tam tikras laikas tam tikroje aplinkoje, pavyzdžiui, individo dvidešimt pirmasis gimtadienis (pilnametystė);
- ilgesni laikotarpiai, trunkantys mėnesius arba metus, pavyzdžiui, asmens kasavaitinis anoniminių alkoholikų susirinkimų lankymas, trunkantis mėnesius ar metus, siekiant taikyti naują alkoholio abstinencijos normą.

3. Socialinis aspektas. Apima socialines sąveikas tam tikroje aplinkoje. Šiuo aspektu atsižvelgiama į aplinkai būdingas charakteristikas, darančias įtaką aplinkos socialumui. Apibrėždamas socialinę alkoholio vartojimo

4 „Psichologijos terminų žodyne“ (1993) terminas „plurialistinis nežinojimas“ apibrėžiamas kaip elgesio situacija, kurioje daugumos ar visų grupės narių elgesys neatitinka deklaruojamų tai grupei svarbių nuostatų (Augs et al. 1993). *Pluralistic ignorance* apibūnama kaip „būklė, kai kiekvienas grupės narys yra įsitikinęs, kad jis suvokia savitai, nors realiai dauguma ar visi suvokia vienodai“ (*Oxford dictionaries*). Prieiga per internetą: https://en.oxforddictionaries.com/definition/pluralistic_ignorance.

konteksto dalį, Wardas remiasi empiriniais tyrimais, kurie rodo, kad, pavyzdžiui, studentų gyvenimo būdas: gyvenamoji vieta, esanti šalia studentų miestelio, individų tarpusavio santykiai su kitais kambario / buto gyventojais, jų tarpusavio gyvenimo kartu susitarimai (taisyklės) – visa tai gali turėti reikšmingą poveikį kuriant aplinką, kuri palengvina sąveiką ir vėliau sukuria socialines normas bei daro įtaką sunkiam epizodiniam girtavimui (*heavy episodic drinking*). Pasak Wardo (2011), ši socialinė konteksto dalis yra ypač svarbi, nagrinėjant santykį tarp aplinkos, socialinių normų ir alkoholio vartojimo. Atliekant vyrų alkoholio vartojimo tyrimus, analizuojamas ir socialinės lyties bei jos tapatybės vaidmuo, nes šie asmens parametrai yra ypač svarbūs socialinės sąveikos metu. Tapatybė susiformuoja ir yra palaikoma per sąveikas su kitais. Tačiau socialinė sąveika reikalauja lyčių (*sex*) socialinio kategorizavimo, nes asmens kaip vyro ar moters identifikavimas palengvina socialinę sąveiką ir patvirtina šio kategorizavimo galią socialiniame gyvenime (Wharton 2012; Ridgeway 1997).

4. Asmeninis-istorinis aspektas. SAKM sutelkiamas dėmesys į individo asmeninę istoriją ir jo santykį su aplinka bei individo istorijos indėlių formuojant pačią aplinką. Pavyzdžiui, skyrybos ar šeimos nario mirtis socialinio ir aplinkos konteksto modelyje laikomi asmeninio-istorinio aspekto dalimis. Wardas (2011) teigia, kad kita asmeninės istorijos reikšmė yra gyvenimo pokyčiai ir jų vaidmuo alkoholį vartojančio individo elgesiui ir jo socialinėms normoms. Kiekvienas individas tam tikroje aplinkoje turi savo asmeninę biografiją, kuri buvo paveikta anksčiau įvykių įvykių ir vėliau paveiks kitus įvykius ateityje.

Pasak Wardo (2011), SAKM atskleidžia, jog visi minėti keturi aspektai egzistuoja vienu metu bet kurioje aplinkoje. Visi aspektai yra susiję tarpusavyje: alkoholio vartojimas vyksta konkrečioje fizinėje / geografinėje vietoje, konkrečiu laiku (paros laikas, savaitės diena, individo gyvenimo etapas). Šie aspektai neatsiejami nuo socialinės dimensijos – socialinės individo sąveikos su aplinka, kurioje egzistuoja tam tikros socialinės normos (pavyzdžiui, draugų kompanija, kurie bendrauja tik vartodami alkoholį, o toks bendravimo būdas toje grupėje yra norma). Asmeninė-istorinė dimensija šiame SAKM kontekste yra labiau orientuota į individą ir jo biografiją: šeiminei padėtį, asmeninę patirtį, išgyvenimus, kurie gali daryti įtaką jo alkoholio vartojimo normoms.

Wardas (2011) SAKM kūrė remdamasis socialinių normų požiūriu, nes jis analizuoja individų grupės alkoholio vartojimo nuomones, požiūrius, elgseną ir jų įtaką asmens alkoholio vartojimui. Socialinės normos turi didelę reikšmę alkoholio vartojimo elgsenai, ypač paaugliams ir jauniems suaugusiesiems (Borsari, Carey 2003; Ward 2011). Socialinių normų teorinį pagrindą, pasak Berkowitzo (2005) bei Perkinso (2003), sudaro trys

pagrindiniai principai: individai yra linkę pervertinti aplinkinių alkoholio vartojimą (t. y. individai mano, kad aplinkiniai dažniau ir daugiau arba mažiau negu jie suvartoja alkoholio); aplinkinių alkoholio pervertinimas siejamas su paties individo intensyvesniu vartojimu (t. y. kuo labiau individai pervertina aplinkinių alkoholio vartojimą, tuo daugiau patys suvartoja); klaidingų normatyvinių įsitikinimų (*normative misperceptions*) koregavimas turėtų sumažinti alkoholio vartojimą (t. y. siekiant sumažinti alkoholio vartojimo paplitimą tam tikroje grupėje, reikia mažinti neatitikimą tarp įsivaizduojamos ir realios elgesio normos). Išskiriami du specifiniai socialinių normų tipai, kurie taip pat siejami ir su alkoholi vartojančių individų elgsena (Borsari, Carey 2003). Pirmasis tipas – privalomosios normos (*injunctive norms*)⁵, Wardo (2011) apibrėžiamos kaip apimančios nuostatas, nuomonę ir požiūrį apie alkoholio vartojimą. Cialdini et al. (1991) jas vadina privalėjimo normomis (*the norms of „ought“*), kurios apibūdina moraliai priimtino ir nepriimtino elgesio taisykles, nuostatas ir įsitikinimus. Šios normos padeda individui nuspręsti, kokiai socialinei elgsenai daugelis žmonių pritaria ar nepritaria. Borsari, Carey (2003) teigia, kad privalomosios normos reguliuoja individo elgseną suteikdamos aiškias ribas, kokia elgsena yra skatintina ar baustina. Privalomosios normos apima visuomenės moralines nuostatas, vertybes, visuomeninius standartus, tradicijas, taisykles, įstatymus, susitarimus ir kita (Borsari, Carey 2003; Brauer, Chaurand 2010). Antrasis tipas – aprašomosios normos (*descriptive norms*), pasak Wardo (2011), apima individo elgseną ir alkoholio vartojimo modelius. Šios normos kitų mokslininkų apibrėžiamos kaip nurodančios elgesį, kuris yra būdingas tam tikrai grupei, t. y. ką iš tikrųjų daro tos grupės nariai (Cialdini et al. 1991), bei daugiausia grindžiamos kitų asmenų stebėjimu, kaip jie šiuo atveju vartoja alkoholi tam tikrose situacijoje („esamos“ normos (*the norms of „is“*)) (Borsari, Carey 2003). Individas, remdamasis šiomis normomis, gali planuoti ir realizuoti savo tikslus, realiai įvertinti vienų ar kitų veiksmų pasekmes ir naudą (Borsari, Carey 2003). Pasak Wardo (2011), norint suvokti socialinių normų daromą įtaką alkoholio vartojimui, svarbu suprasti, kad šios normos priklauso nuo socialinių sąveikų egzistavimo.

Wardas (2011) SAKM taiko pristatydamas vyrų krikbolo (komandinis žaidimas, futbolo ir beisbolo mišinys – aut. past.) lygos pavyzdį. Alkoholio vartojimas ir su juo susijusios socialinės normos yra pagrindinis suaugusių vyrų krikbolo elementas. Į krikbolo lygą priimami tik pilnametystės

5 Terminas *injunctive norms* šiame straipsnyje verčiamas kaip „privalomosios normos“ remiantis Cialdini et al. (1991) apibrėžimu *prescriptive norms* (liet. k. privalomas), kuris vartojamas sinonimiškai. Lietuvių mokslininkai apibrėžia kaip „įsakomosios normos“ (Kravčenko, Šeibokaitė 2018; Tamutienė, Visockytė 2009), „privalomosios normos“ (Poškus 2014).

sulaukę vyrai, prieš kiekvienas oficialias rungtynes žaidėjai turi susitikti bare ar alinėje, išgerti. Žaidimo metu leidžiamas alkoholio vartojimas. Kikbolas žaidžiamas viešose erdvėse (parkuose, stadionuose), konkreti vieta pasirenkama atsižvelgiant į patogų susisiekimą (atstumą nuo gyvenamosios vietos, viešojo transporto infrastruktūrą). Žaidimas vyksta konkrečiomis savaitės dienomis, dažniausiai trečiadieniais ir ketvirtadieniais, nes dalyvių amžius yra nuo 20-ies iki 30-ies metų ir daugelis žaidėjų yra studijuojantys arba neseniai pabaigę studijas, vedę, tačiau neturintys vaikų. Pasak Wardo (2011), kiekvienas socialinio ir aplinkos konteksto modelio aspektas turi unikalią funkciją, nustatant įvairius aplinkos poveikio būdus, susijusius su alkoholio vartojimu ir suaugusiųjų kikbolo žaidėjų socialinėmis normomis. SAKM keturiomis dimensijomis apibūdina veikėjų sąveikos situaciją, kuri yra palanki alkoholio vartojimo socializacijai. Toks modelis gali būti ne tik taikomas įvairiose socialinėse aplinkose alkoholio vartojimui tirti, bet gali būti papildomas kitomis dimensijomis: religija, lyties ar etnine tapatybėmis, socialiniu ir ekonominiu statusu ir t. t.

2. Religija, socialinis bei ekonominis statusas ir SAKM

Wardas kartu su Gryczynskiu (2012) taikė tą patį socialinių normų požiūrį, kuriame išskiriami du tipai, darantys įtaką alkoholio vartojimo elgsenai (Borsari, Carey 2003). Gryczynskis ir Wardas tyrė religingumo, sunkaus gėrimo (*heavy alcohol use*) ir socialinių normų sąveiką tarp JAV paauglių. Pasak mokslininkų, ypač paauglių alkoholio vartojimas dideliais kiekiais siejamas su daugeliu neigiamų pasekmių: vairavimu išgėrus, netinkamu elgesiu mokykloje, didelės rizikos seksualiniu elgesiu. Todėl įvairiais tyrimais siekiama nustatyti kintamuosius, galinčius sumažinti paauglių alkoholio vartojimo dideliais kiekiais riziką. Vienas iš kintamųjų, nustatytas Gryczynskio ir Wardo (2012), yra religingumas, kuris netiesiogiai apsaugo paauglius nuo rizikingo alkoholio vartojimo. Pasak Smitho (2003), religingumas yra sudėtingas reiškinys paauglių gyvenimuose, pasireiškiantis įvairiais socialiniais tinklais. Religinėse bendruomenėse sunkus alkoholio vartojimas dažniausiai yra nepriimtinas ir smerktinas elgesys. Toks elgesys sietinas su privalomosiomis normomis. Netiesioginį religingumo poveikį jaunimui sunku detalizuoti, nes jis pasireiškia per referentines grupes (draugai, artimieji, tėvai). Gryczynskis ir Wardas teigia, kad tyrimai, orientuoti į alkoholio vartojimą, konkrečiai nustatė, jog tėvystės auklėjimo stilius, socialinė parama, asmeninis požiūris į alkoholio vartojimą, kitų žmonių pritarimas gali veikti kaip netiesioginiai būdai, per kuriuos religingumas gali paveikti alkoholio vartojimą.

Tyrėjai, remdamiesi netiesioginio mokymosi tinklaveikos (*vicarious learning*⁶ *networks*) teorine perspektyva, kėlė hipotezę, kad sunkaus gėrimo elgsenai religingumo poveikis pasireiškia netiesiogiai per pagrindinių referentinių grupių alkoholio nevartojimo normas socialiniame tinkle (artimi draugai, tėvai). Šiuo atveju alkoholio nevartojimo norma yra aprašomoji, tai reiškia, kad alkoholio nevartojimas yra būdingas elgsenai šiai grupei. Referentinių grupių normų palaikymas buvo vienas pagrindinių religingumo ir alkoholio santykio mechanizmų. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog tėvų, artimų draugų, bendraamžių religingumo ir neleistinos alkoholio vartojimo normos (*nonpermissive drinking norms*) (privalomosios normos) turėjo apsauginę funkciją, susijusią su paauglių girtavimu. Pasak Gryczynskio ir Wardo (2012), netiesioginio mokymosi procesas yra natūrali individo būseną, per kurią socialinės normos yra perduodamos ir įtvirtinamos. Šio proceso metu, kaip teigia Bandura (1969), nuolatinis mokymasis vyksta stebint, bendraujant bei sąveikaujant su kitais.

Kitas aspektas, leidžiantis praplėsti SAKM ir susieti su fizine-geografinė dimensija, – socialinių kategorijų tyrimas, atliktas Jarvineno et al. (2014), kurie analizuoja skirtingą alkoholio vartojimą, susijusį su individų socialiniais ir ekonominiais statusais vidutinio dydžio Danijos kompanijoje. Mokslininkų tyrimo tikslas – atskleisti, jog už išoriškos danų homogeniškos⁷ alkoholio vartojimo kultūros egzistuoja vos pastebimas klasių modelis, siejantis tam tikrus aukšto socialinio statuso ir kitus žemesnio socialinio statuso alkoholio vartojimo stilius. Jarvineno et al. (2014) teigimu, alkoholis individui (net esant santykinai aukštam vartojimo lygiui) gali būti naudingas siekiant karjeros ir gaunant socialines išmokas. Autoriai savo tyrimu parodo, jog jų įvardijamas „socialiai sėkmingas“ alkoholio vartojimas yra labiau vyriška socialinė praktika, nuo kurios moterys yra atskirtos ir/arba pačios save atskiria. Hinote'is ir Webberis (2012), kalbėdami apie darbininkų klasę, teigia, kad vyrams alkoholio vartojimas yra svarbi darbininko (darbuotojo) tapatumo dalis bei svarbus aspektas, kuris apibūdina juos pačius ir atskiria nuo „kitų“ (moterų ar/ir bedarbių). Pasak Jarvineno et al. (2014), tyrimai atskleidžia, kad alkoholio vartojimo dažnis siejamas su pajamomis ir išsilavinimu, o alkoholio vartojimas dideliais kiekiais (*heavy drinking*) dažniau pasireiškia žemesnio socialinio ir ekonominio statuso grupėse. Tyrėjai rėmėsi Bourdieu (1984), kuris teigė, kad vartojimas yra komunikacijos,

6 Netiesioginio mokymosi (*vicarious learning*) pagrindinė idėja ta, kad žmonės gali mokytis, suteikiant jiems galimybę naudotis kitų mokymosi patirtimi (Cox, Pang 2007). Kitaip tariant, tai reiškia, kad „individas gali mokytis be tiesioginio sustiprinimo stebėdamas kitų elgseną ir pasekmes, su kuriomis jie susiduria“ (Gryczynski, Ward 2011, 40).

7 Jarvinenas et al. (2014), remdamiesi jau atliktais tyrimais, tvirtina, jog danų alkoholio kultūra yra homogeniška dėl mažesnių socialinių ir ekonominių statusų skirtumų vartojant alkoholį, lyginant su kitomis šalimis.

iššifravimo (*deciphering*) ir dekodavimo (*decoding*) veiksmas, kuris, iš vienos pusės, reiškia, kad vartotojas įsisavina kodus, susijusius su jo socialine grupe, iš kitos pusės, prisideda prie skirtumų kūrimo tarp skirtingų grupių. Jarvinenas et al. (2014) pasirinktą įmonę analizavo kaip statuso erdvę, įsitvirtinusią didesniame ekonominiame visuomenės lauke. Remdamiesi P. Bourdieu, autoriai pristatė šiuos kapitalus: ekonominį, kuris analizuojamas remiantis atlyginimo dydžiu, būsto verte, gyvenamąja vietoje; kultūrinį – analizuojamas remiantis išsilavinimu (ir partnerio); simbolinį – remiantis tėvų užimtumu ir gyvenamąja vaikystės vieta; socialinį – remiantis užimama pozicija įmonėje. Taip pat analizavo pasirinktas reikšmes: alkoholio vartojimo dažnį, kiekį, rūšį. Tyrime atsiskleidė, jog analizuojamoje įmonėje socialinių ir ekonominių statusų ir alkoholio vartojimo dažnio skirtumai, suvartoti alkoholio vienetai per savaitę ir girtuokliavimas (*binge drinking*) yra gana nedideli. Tačiau yra modelis, rodantis, kad alkoholio vartojimo dažnis didėja, didėjant socialiniam statusui, o savaitinis alkoholio vartojimas yra tik šiek tiek didesnis žemesnio statuso grupėse. Tai reiškia, jog individo skirtingas alkoholio vartojimo modelio pasirinkimas yra savo statuso reproduktivumas, pavyzdžiui, asmens vartojamas tam tikros rūšies alkoholis atspindi jo socialinį bei ekonominį statusą. Jei asmuo renkasi alkoholio rūšį, vartojamą aukštesnio socialinio ir ekonominio statuso žmonių, jis keičia savo statusą.

3. Alkoholi vartojančio individo tapatumai

Lietuvoje asmens tapatumo ir su alkoholio vartojimu susijusių tyrimų nėra daug, tyrinėjami tam tikri aspektai, susiję su tapatumo tema: nuo alkoholio priklausomų asmenų savęs vertinimo ypatumai sveikstant (Cigaitė ir kt. 2010), priklausomų nuo alkoholio asmenų savo ligos suvokimas besigydančiam detoksikacijos skyriuje (Diršienė, Zajančkauskaitė-Staskevičienė 2010). Priklausomo nuo alkoholio asmens tapatumo tema nagrinėjama Jasiukevičiūtės (2013) tyrime, remiantis biografiniais pasakojimais, atskleidžiant nuo alkoholio priklausomų asmenų tapatumo konstravimo ypatumus priklausomybės vystymosi pradžioje ir progresuojant ligai. Tačiau šiuose tyrimuose neišskirtas būtent vyriškosios lyties asmenų tapatumas, siejant jį su alkoholio vartojimu.

Rosselis ir Pape (2016) savo straipsnyje provokuojamai klausia: kas turi vyno tapatumą?⁸ (*Who has a wine-identity? Consumption practices between distinction and democratization*). Šiuo atveju vyno vartojimas siejamas su savęs suvokimu per vartojimą ir vartotojišką elgesį. Mokslininkai

8 Vyno tapatumas – „Vyno vartojimo reikšmė asmeniniam tapatumui kurti ir patvirtinti <...>“ (Rossel, Pape 2016, 621)

išskiria keletą priežasčių, kodėl jų tyrimui vyno vartojimas ypač tinka kaip empirinis objektas: 1) vynas kaip produktas vertinamas pagal estetinius ir simbolinius kriterijus, todėl vyno vartojimas, pasak autorių, gali būti labai svarbus individo tapatybės formavimuisi; 2) nuo XIX amžiaus Vokietijoje vynas siejamas su vidurine ir aukštesniąja socialinėmis klasėmis. Autoriai, remdamiesi vartotojų tyrimais ir sociologinėmis Baumano, Becko ir Giddenso teorijomis, teigia, kad individo kasdieniai įprasti sprendimai, ką jam reikia pirkti ir suvartoti, yra pagrįsti individo emocijomis ir normomis. Šios emocijos ir normos yra svarbios asmens tapatybei pagrįsti. Baumanas, Beckas ir Giddensas, pasak autorių, išvelgia individualizacijos procesus ir atsisakymą nuo tradicinių socialinių ir struktūrinių bei konkrečios aplinkos saitų. Baumano, Becko bei Giddenso šiuolaikinės visuomenės teorijose vartojimas priklauso nuo socialinės tapatybės, pagrįstos priklausymu tam tikroms socialinėms kategorijoms ar socialinei ir ekonominei padėčiai. Pasak Giddenso, šiuolaikinėse visuomenėse „asmens tapatumas tampa refleksyviai organizuojamas siekis“ (Giddens 2000, 14). Giddenso (2000, 107) teigimu, gyvenimo stilius atlieka pagrindinę funkciją išlaikant savęs sampratą (*self-concept*). Žmonės apibrėžia, kas jie yra, kokį gyvenimo būdą praktikuoja kasdienio gyvenimo sprendimais, kurių daugelis yra susiję su vartojimu (Giddens 2000). Panašų požiūrį pateikia Baumanas (2011, 108): „Vartotojų visuomenės nariai patys yra vartojimo prekės, ir būtent buvimas vartojimo prekėmis paverčia juos *bona fide*⁹ (liet. *tikrais, patikimais*) visuomenės nariais.“ Rosselio ir Pape (2016) tikslas – ištirti, ar vartotojai mano, kad vyno vartojimas yra svarbus jų tapatybei ir ar vyno vartojimas yra susijęs su nesaugumo jausmu. Teigiama, kad vartotojai, priimdami sprendimus, turi „grįžti į save“ ir taip tampa savireflektuojančiais veikėjais. Sprendimą priimantiems vartotojams savirefleksija gali sukelti stresą ir nesaugumo jausmą. Tyrimu siekiama atskleisti individualistinio vartojimo kuriamų ir instituciškai suformuotų tapatybių skirtumus. Mokslininkai tyrė vartotojų tapatybės paplitimą ir su juo susijusį nepasitikėjimo jausmą¹⁰, priklausymą socialinėms kategorijoms ir socialinei-ekonominei padėčiai, gyvenimo būdo ir socialinių tinklų svarbą vartojimui.

Rosselis ir Pape (2016) atliko empirinį vyno vartojimo tyrimą Vokietijoje, daugiausia dėmesio skirdami vyno tapatumui ir jo sąsajai su nepasitikėjimo jausmu. Autoriai kėlė tris klausimus: „1. Ar vyno vartojimas yra apskritai tapatybės kūrimo ar nepasitikėjimo jausmo šaltinis? 2. Kaip

9 Lot. *geru pasitikėjimu*, t. y. pasitikėdamas, visai atvirai, sąžiningai, be jokio kėslo (Bauman 2011, 270).

10 Rosselis, Pape (2016) vartoja terminą *feelings of insecurity*, reiškiantį *nesaugumo jausmą* arba *nepasitikėjimą / pasitikėjimo trūkumą (lack of confidence)* (Oxford dictionaries. Prieiga per internetą: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/insecurity>).

stipriai sociokultūriniai veiksniai (socialinės kategorijos, socialinė ir ekonominė padėtis), socialiniai tinklai ir gyvenimo būdas veikia „vyno tapatybę“ ir nepasitikėjimo jausmą? 3. Ar gyvenimo būdas ir socialiniai tinklai yra individualizuoti socialiniai reiškiniai ar jie yra gerokai paveikti socialinių ir struktūrinių veiksnių (kaip socialinės kategorijos ar socialinė-ekonominė padėtis)?“ (Rossel, Pape 2016, 621). Vyno vartojimo reikšmė individualaus tapatumo nustatymui ir patvirtinimui (vyno tapatybei) buvo apžvelgta keliant tris klausimus: pirmiausia, respondentų buvo klausama, ar jie daug laisvo laiko leido vartodami vyną; antra, ar kiti asmenys laikė juos vyno ekspertais; trečia, ar jie tikisi, kad jų draugai ir pažįstami domėsis vynu. Šių klausimų tikslas – apžvelgti vyno svarbą žmogaus gyvenime, asmens įvaizdį kitų akyse ir nustatyti susidomėjimo vynu reikšmę. Respondentų nepasitikėjimo jausmui įvardyti buvo klausama: pirma, ar asmuo jausdavosi nepatogiai ir nesmagiai, jei tam tikra proga į svečius atsinešdavo netinkamą vyną; antra, kaip svarbu nupirkti tinkamą vyno butelį konkrečiai progai; trečia, ar pateikiamas vyno butelis leidžia daryti išvadą apie asmenį. Šie klausimai yra būdas išmatuoti nepasitikėjimo jausmą situacijose, kurios yra viešos ir kur vynas turi svarbią reikšmę.

Tyrimas atskleidė, kad maža žmonių dalis vyno vartojimą laiko jų individualaus tapatumo dalimi ir jie yra labiau linkę vartoti vyną dažniau ir labiau įsitraukę, ypač kai trūksta pasitikėjimo savimi. Pasak autorių, vis dėlto daugumai vartotojų vynas yra tik paprasta vartojimo prekė ir ji nėra svarbi tam tikros tapatybės kūrimo ir išsaugojimo dalis.

Wardo (2011) SAKM atskleidžia aplinkos poveikį alkoholio vartojimui ir socialinėms normoms, tačiau nekalba apie asmens (šiuo atveju vyrų) socialinės lyties tapatybės santykį su alkoholio vartojimu. Socialiniame ir aplinkos kontekste, analizuojant individo alkoholio vartojimą, asmens socialinės lyties tapatybė turi didelę reikšmę jo paties socialinėms normoms, pasirinkimams ir sprendimų priėmimams. SAKM galima papildyti Visseriu, Smithu (2007), kurie kalba apie alkoholio vartojimą ir vyrų tapatumą. Autoriai tyrė jaunų vyrų alkoholio vartojimo modelius, susijusius su jų įsitikinimais apie vyriškumą, ir alkoholio vartojimo kaip vyriškumo tapatybės svarbą. Tyrimas atskleidė įvairius ryšius tarp vyriškumo ir alkoholio vartojimo. Kai kurie tyrimo dalyviai manė, kad alkoholio vartojimas yra vyriškumo ženklas ir atitinkamai elgėsi. Pasak Visserio, Smitho (2007), demografiniai, socialiniai, asmeninio požiūrio kintamieji daro įtaką alkoholio vartojimo elgsenai. Autoriai teigia, kad etniškai ir kultūriškai skirtingose visuomenėse svarbu atkreipti dėmesį į tai, kaip sąveikauja individualūs, bendraminčių, religiniai, kultūriniai veiksniai, kurie gali daryti įtaką vyrų alkoholio vartojimui. Socialinė lytis, pasak autorių, yra kita potencialiai svarbi tyrimo dalis, kuri gali būti konceptualizuojama tiek individualiu, tiek

socialiniu lygmenimis. Pasak Connell, Messerschmidt (2005), vyriškumas paliečia visus socialinio gyvenimo aspektus ir gali būti analizuojamas šiais lygmenimis: mikrolygmeniu (sąveika), mezolygmeniu (institucijos), makrolygmeniu (valstybė, kultūra bei ideologija). Pasak Visserio, Smitho (2007), tyrimai, nagrinėjantys biologinės lyties skirtumus alkoholio vartojimo elgsenoje, negali nustatyti, ar socialinis vyriškumas daro įtaką vieniems vyrams jų besaikiam (*excessive drinking*) alkoholio vartojimui, o kitiems – ne. Autorių nuomone, socialinė lytis turi didelę įtaką su sveikata susijusiai elgsenai. Pasak Courtenay (2000), su sveikata susiję įsitikinimai ir elgsena gali būti suprantami kaip lyties konstravimo arba pateikimo reikšmės. Vyrauja nuomonė, kad tradicinės vyriškumo formos, siejamos su galia, kontrole, šeimos maitintojo vaidmeniu, yra susijusios su blogesnės sveikatos pasekmėmis. Vyrams alkoholio vartojimas dideliais kiekiais (*heavy drinking*) / girtuokliavimas (*binge drinking*) yra būdas išreikšti idealizuotą vyriškumą teigiant, jog jie yra aukščiau moterų bei taip patvirtina savo priklausomybę darbo klasės archetipui (Hinote, Webber 2012). Visseris, Smithas (2007) teigia, kad nors ir egzistuoja įvairūs vyriškumo diskursai, daugelis vyrų pritaria ir siekia hegemoninio vyriškumo (Visser, Smith 2007, cit. Connell 1987; 1995), kuriam būdingi fizinis ir emocinis tvirtumas, rizika, grobuoniškas heteroseksualumas, šeimos maitintojo vaidmuo ir pan. Connell (1987), kalbėdama apie hegemoninį vyriškumą, teigia, kad socialinės lyties supratimas leidžia analizuoti asmenines sąveikas, socialinę struktūrą ir kultūrą. Pasak Visserio ir Smitho (2007) alternatyvos nepripažįstamos, todėl bet kokia kita nei hegemoninio vyriškumo forma yra iš karto pripažįstama kaip nevyriška. Visseris ir Smithas (2007) teigė, kad jauni vyrai siekia būti vyriški, o vyriškumą dauguma siejo su alkoholio vartojimu. Toks požiūris jauniems vyrams gali daryti įtaką jų alkoholio vartojimo elgsenai. Visseris, Smithas (2007) atskleidė tris pagrindines temas, susijusias su alkoholio vartojimu ir vyriškumu. Viena iš temų – „alkoholio vartojimo sulyginimas su vyriškumu“ – apibūdina vyrų alkoholio vartojimo modelių ir vyriškumo sulyginimą: alaus gėrimas, gebėjimas išgerti daug alkoholio. Kita atsiskleidusi tema – „vyriškiosios kompetencijos perdavimas“ – nagrinėja alkoholio vartojimo būdus, susietus su kitomis „vyriškomis“ sritimis (pvz., sportas, heteroseksualumas, finansinė sėkmė). Trečioji tema – „jokio ryšio tarp vyriškumo ir alkoholio vartojimo“ – skiriasi nuo kitų temų. Ši tema sutelkia dėmesį į kitas vyriškumo charakteristikas (pvz., racionalumą, individualumą, principingumą). Kiekviena tema kilo iš subjektyvių respondentų patirčių. Kai kurie tyrimo dalyviai vyrai atmetė asociacijas tarp vyriškumo ir alkoholio vartojimo, vietoje to akcentavo stiprų vyriškumą, kuriam būdingi racionalumas, sveikata, principingumas, laisvos mintys ir pasipriešinimas socialiniam spaudimui (Visser, Smith 2007, 609).

Cameronas (2004) straipsnyje „Geriančiųjų tapatybių keitimas“ dalijasi Marcia Russell ir kolegų (1998) atliktais tyrimais, kurie apėmė tūkstančius respondentų nuo 50 iki 80 metų amžiaus. Russell respondentų prašė retrospektyviai rašyti dienoraščius apie pasikeitimus gyvenime (koledžo, darbo keitimas ir pan.) nuo mokyklos lankymo iki šeimos kūrimo. Ji klausė savo respondentų, ką jie geria, kokiomis dienomis ir kokiu laiku. Didžiulis tyrimas atskleidė, jog jauni vyrai, palyginti su kito amžiaus vyrais, per mėnesį suvartoja kur kas daugiau alkoholio. Kadangi Russell turėjo detalius dienoraščius, ji galėjo išvystyti alkoholio vartojimo modelius nuo vėlyvosios paauglystės iki senatvės – kaip alkoholio vartojimas keitėsi gyvenimui einant (kaip individai „mokėsi“ vartoti alkoholį, kokį alkoholį vartoti, kada vartoti). Russell, naudodama klasterinę analizę, išskyrė grupes pagal įvairius alkoholio vartojimo modelius. Viena didžiausių grupių apima individus, alkoholį pradėjusius vartoti paauglystės viduryje (apie 14–15 m.) ir vartojusius tolimesniame savo gyvenime. Iš šios grupės išskiriami du pogrupiai: vieną grupę apima individai, atsisakę alkoholio apie savo 30-uosius gyvenimo metus, kitą – apie 40-uosius savo gyvenimo metus tapusius abstinentalais. Kita didelė grupė apima paauglystėje visiškai nevartojusius alkoholio. Iš šios grupės išskiriami taip pat du pogrupiai: viename iš jų individai apie 35-uosius gyvenimo metus pradėję vartoti alkoholį, kitame – apie 50-uosius gyvenimo metus pradėję vartoti alkoholį. Alkoholio atsisakymas vyresniame amžiuje, lygiai taip pat ir jo vartojimo pradžia yra nulemti socialinių priežasčių (tam tikri gyvenimo įvykiai, pvz., karjeros aukštumos pasiekimas, sukrečiantys gyvenimo įvykiai), todėl Cameronas (2004), analizuodamas konkrečius atvejus (dviejų vyrų gyvenimo istorijas, kuriuose alkoholio vartojimo pradžia buvo paauglystėje; vienas vyras tęsė alkoholio vartojimą, kitas, apie 40 metų, staiga atsisakė alkoholio ir tapo abstinentalas) suklasifikavo ir išskyrė tris alkoholio problemos nustatymo lygius: intymūs tarpasmeniniai santykiai, asmens socialinė terpė (*person's social matrix*), visuomenė kaip visuma. Kiekvienas lygmuo paveikia alkoholio problemos atsiradimą ir identifikavimą bei veikia tarpusavyje. Intymus tarpasmeninis lygmuo apima konfliktus, patenkintus arba ne poreikius, socialinės tapatybės nebuvimą. Asmens socialinės terpės lygmuo apima alkoholio vartojimo stiliaus ir girtavimo stiprinimą, problemas būklės pagrindimą. Visuomenės kaip visumos lygmuo apima sveikatos problemas, vairavimą išgėrus, viešumą, matomumą, alkoholio vartojimą ir netvarkingumą, darbo vietos identifikavimą. Cameronas (2004) pateikia pavyzdį: stiprus vyro alkoholio vartojimas santykiuose su žmona kelia įtampą, konfliktus. Intymiu tarpasmeniniu lygmeniu situaciniai konfliktuoja, žmonos poreikiai nėra patenkinti, ji jaučiasi nelaiminga dėl vyro išgėrinėjimų. Antru lygmeniu (asmens socialinės terpės lygmuo) atsiranda prieštarų nuomonių rinkinys: vyro draugai, su kuriais geria,

laiko jį savu ir skatina alkoholio vartojimo elgseną, žmonos motina teigia, jog žentas turi rimtų problemų su alkoholiu. Tačiau vyras, pasirenka draugų „pusę“ ir nesėkmingai bando į alkoholio vartojimo procesą įtraukti savo žmoną. Trečiasis lygmuo priklauso nuo geriančiojo tolimesnių pasirinkimų: arba asmuo atsisakys alkoholio, arba tai tęsis ir turės pasekmių. Siekiant aiškiai suprasti individo situaciją, Cameronas (2004)¹¹ siūlo atkreipti dėmesį į individo tapatumo formavimosi ciklą, vykstantį ratu. Tapatumo formavimosi ciklas prasideda nuo kitų sau priskirtų tapatumo aspektų: vertybių, vaidmenų, kalbėjimo manieros, elgesio būdų. Kitas ciklo etapas įvyksta, kai šie aspektai pritaikomi sau pačiam ir tampa asmeniniu tapatumu (*private identity*). Tuomet kai kuriais atvejais, kaip teigia Cameronas (2004), individas tokią „asmenybę“ išbandys viešumoje. Visas individo tapatumo formavimosi ciklas baigiamas, kai visuomenė priima viešai paskelbiamas asmens tapatybės išraiškas. Tačiau norint taikyti šį individo tapatumo formavimosi ciklą tyrimams reikalinga išsami informacija apie individo gyvenimo detales.

Gregory-Smith ir Manika (2017) savo ilgalaikiame tyrime tyrė, kaip vartotojai pateisina alkoholio vartojimą, atskirdami¹² ar integruodami įvairias savo alkoholio vartojimo tapatybes (*drinking identity*)¹³ (apibūdinant savo alkoholio vartojimo elgseną ir mastą, kurie yra bendros asmens tapatybės dalys). Alkoholio vartojimas, pasak Gregory-Smith ir Manika (2017), išskyrus patologinius atvejus kaip alkoholizmas, yra dažniausiai laikomas socialiniu aktyvumu ir nusistovėjusia socializacijos praktika.

Gregory-Smith ir Manika (2017) tyrime buvo apklaustas 31 respondentas po du kartus. Po pirmųjų interviu tyrimo dalyviai lygino savo alkoholio vartojimo suvokimą 14-os dienų alkoholio stebėjimo programėle (*online alcohol tracker*), kurioje tyrimo dalyviai žymėjo alkoholio vartojimo dažnį, kiekį, rūšį. Priklausomai nuo pateiktų asmeninių duomenų, kiekvieną kartą tyrimo dalyvis gaudavo išvadą apie jų alkoholio vartojimą bei susijusias rekomendacijas dėl alkoholio vartojimo. Kai kurie respondentai teigė, jog „naujai suvokia“ savo alkoholio vartojimo tapatybę po naudojimosi alkoholio stebėjimo programėle, kurios analizė vertinama kaip prieštaraujanti ankstesnei asmens vartojimo tapatybei. Tačiau dalis respondentų

11 Autorius remiasi Jannes (2002) adaptuota iš Rom Harre schema.

12 Atskyrimas (*compartmentalisation*), pasak Gregory-Smith ir Manika (2017) (cit. Showers 1992, 1036), yra „tendencija susisteminti į atskiras teigiamas ir neigiamas žinias apie savimonę (*the self*), vienodai vertinant kategorijas (savęs aspektus (*self-aspects*))“.

13 „Alkoholio vartojimo tapatybė“, pasak Gregory-Smith ir Manika (2017), apibrėžiama kaip alkoholio svarba savimonei. Autorės šį terminą vartoja apibūdinamos bendrą vartotojų suvokimą apie alkoholio vartojimo elgsę ir modelius įvairiuose kontekstuose, t. y. kaip individai apibūdina savąją „alkoholio vartojimo tapatybę“: ar tai yra centrinė ar periferinė jų bendros tapatybės (*overall identity (self)*) dalis.

po naudojimosi programėle neigė gautus alkoholio vartojimo rezultatus ir toliau rodė suskaidytą tapatybę, pagrįstą įvairiomis socialinėmis tapatybėmis, vaidmenimis ir atsakomybėmis. Tyrimas atskleidė, kad geriančiojo tapatybės nuolat keičiasi ir kuriamos atsižvelgiant į kontekstą ir socialinę sąveiką, kad vartotojai racionalizuoja savo alkoholio vartojimo tapatumą ir kad alkoholio vartojimo tapatybių atskyrimo ar integravimo tendencijos daro įtaką vartotojų sveikatai, lyginant su nesveiko alkoholio vartojimo modeliais. Kaip ir autorės tikėjosi, dauguma tyrimo dalyvių nepakankamai įvertino savo alkoholio vartojimą ir kylančias sveikatos rizikas dėl alkoholio vartojimo geriant daugiau, nei rekomenduojama. Tyrimo dalyviams alkoholio vartojimas buvo pagrindinis bendravimo aspektas, o kai kuriems dalyviams – esminis psichologinės gerovės komponentas. Tyrime atsiskleidė, kad alkoholio vartojimo tapatybės ir kitos tapatybės buvo suskirstytos pagal įvairius socialinius vaidmenis, atsakomybes.

4. Diskusija ir apibendrinimas

Alkoholio vartojimas yra ypač ambivalentiška šiuolaikinės visuomenės kultūros dalis. Viena vertus, alkoholio vartojimas yra legalus, kita vertus, kiekvienoje visuomenėje alkoholio vartojimas yra visokeriopai ribojamas dėl didelės ligų, nelaimingų atsitikimų, savižudybių, žmogžudysčių ir t. t. rizikų. Todėl alkoholio vartojimas tiriamas įvairiais aspektais. Alkoholio vartojimo tyrimuose gana populiarus yra SAKM, nes leidžia nustatyti aplinkos poveikį alkoholio vartojimui bei papildyti plačiai taikomą socialinių normų teoriją, nes tai yra SAKM pagrindas. Anot Wardo (2011), socialinės normos yra svarbios priimant sprendimus, ar vartoti alkoholį, suvartojamo alkoholio kiekiui ir alkoholio vartojimo priežastims išsiaiškinti. Tam, kad atsirastų šios normos, turi egzistuoti tam tikra aplinka. Todėl ypač svarbu, kad mokslininkai ir praktikai, analizuojantys alkoholio vartojimą, atkreiptų dėmesį į aplinkos poveikio daromą įtaką šiam požiūriui ir elgsenai.

Svarbu pažymėti, kad SAKM tyrimuose gali būti pritaikomas įvairiai, nes visi keturi socialinės aplinkos aspektai veikia vienu metu – visa tai atskleidžia situacijos kontekstą. Remiantis SAKM galima analizuoti įvairias organizacijas, žmonių grupes ar pavienius individus. Wardo sukurtas SAKM orientuotas į alkoholio vartojimo ir socialinių normų formavimąsi. Šiuo atveju dėl SAKM detalios atskleidžiamų konkrečių vienu metu veikiančių aspektų gali būti atskleidžiamos socialinės normos, ištiriant realius alkoholio vartojimo rodiklius ir vartojimo priimtinumą tam tikroje grupėje. Wardas pritaikė savo sukurtą SAKM konkrečiai vyrų sporto šakai (kikbolas – aut. past.), atskleisdamas konkrečios bendruomenės alkoholio

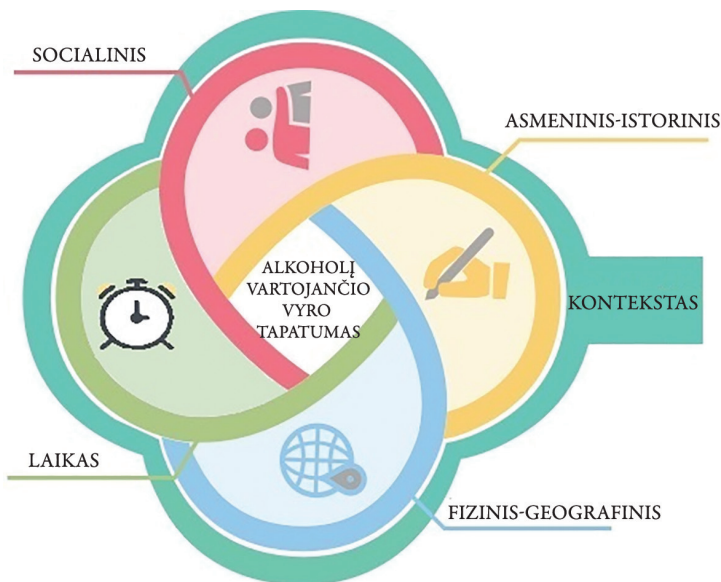
vartojimo kultūrą, socialinių normų svarbą, aplinkos kontekstą. Tačiau, analizuojant vyrų alkoholio vartojimą, svarbūs patys veikėjai, t. y. geriantys vyrai ir moterys. Alkoholio vartojimas siejamas su asmens tapatybe, todėl, papildant Wardo socialinio ir aplinkos konteksto modelį, pristatomi įvairūs tyrimai, veikiantys alkoholio vartojimą ir socialines normas: religingumo daroma įtaka alkoholio vartojimui (Ward, Gryczynski 2012), socialinio ir ekonominio statuso svarba (Jarvinen et al. 2014), individo (vyro) tapatumo formavimasis (Visser, Smith 2007; Rossel, Pape 2016; Cameron, 2004; Gregory-Smith, Manika 2017).

SAKM gali būti derinamas su religingumo dimensija, traktuojant ją kaip sudėtinę asmens tapatybės formavimosi dalį bei remiantis socialinių normų požiūriu. Remiantis tuo, religija turi tiesioginę arba netiesioginę reikšmę socialinėms normoms. Tiesiogiai religingumas daro įtaką alkoholio vartojimui per patį individą ir jo santykį su religine bendruomene, kuriai priklauso. Netiesioginė religingumo reikšmė veikia per referentines grupes (artimus draugus, šeimos narius). Galima teigti, kad artimųjų religingumo ir neleistinos alkoholio vartojimo normos gali daryti įtaką individui ir jo alkoholio vartojimo elgsenai. Tačiau referentinių grupių įtaka, tikėtina, labiau jaučiama jaunesnio amžiaus individams. Žvelgiant iš suaugusių vyrų perspektyvos ir kaip jie suvokia save, religingumo vaidmuo alkoholio vartojimo elgsenai priklausys tik nuo paties individo požiūrio ir pripažįstamų religingumo normų. Kitas aspektas, galintis papildyti SAKM, yra socialinių ir ekonominių statusų skirtumai vartojant alkoholį. Tam tikrą socialinį bei ekonominį statusą turintis individas atitinkamai gali, prisitaikydamas prie egzistuojančių socialinių alkoholio vartojimo normų, rinktis, kurioje konkrečioje fizinėje / geografinėje vietoje vartos alkoholį, taip pat kuriuo metu, kokią dieną ir kokioje kompanijoje. Socialinis ir ekonominis statusas nulemia ir kokią alkoholio rūšį individas vartos. Tačiau, keičiantis socialiniam ir ekonominiam statusui, tikėtina, keisis ir individo alkoholio vartojimo elgsena tuo atveju, jei individas priims tas socialinio bei ekonominio statuso alkoholio vartojimo normas. SAKM vieną iš aspektų – laiko dimensiją – galima papildyti remiantis Russell et al. (1998) atlikto retrospektyvaus tyrimo apie alkoholio vartojimo modelius nuo alkoholio vartojimo pradžios paauglystėje iki suaugystės. Wardo laiko dimensija apima konkretų laiką: paros metą, savaitės dieną, konkretų įvykį individo gyvenime, kai vartojamas alkoholis. Russell et al. (1998) analizuoja individo gyvenimo tarpsnius ir alkoholio vartojimo modelius (kuriuo gyvenimo tarpsniu kokį ir kiek individas vartojo alkoholio). Analizuojant konkrečias grupes, pvz., individus, kurie alkoholį pradėjo vartoti paauglystėje ir apie 30-uosius gyvenimo metus atsisakė alkoholio vartojimo, arba priešingą grupę – paauglystėje nevartojusius alkoholio, tačiau apie 50-uosius gyvenimo metus pradėjusius vartoti

alkoholį, galime sujungti su Wardo laiko dimensija ir detaliau analizuoti alkoholio vartojimo modelius.

Alkoholio vartojimas turi didelę reikšmę individo tapatumui kurti ir patvirtinti. Ypač vyrams alkoholio vartojimas gali būti jų esminė tapatumo dalis. Siejant alkoholio vartojimą su socialine lytimi, šiuo atveju vyriškumu, gali atsiskleisti skirtingi ryšiai tarp vyriškumo ir alkoholio vartojimo. Remiantis Visserio ir Smitho (2007) tyrimu, dalis tyrimo dalyvių vyrų vyriškumą siejo su alkoholio vartojimu, teigdami, kad alkoholį vartoti yra vyriška, t. y. alkoholio vartojimas siejamas su hegemoniniu vyriškumu. Tačiau kita dalis alkoholio vartojimo nepriskyrė savo vyriškajai tapatybei, labiau išreikšdami kitas su vyriškumu susijusias asociacijas: racionalumą, sveikatą, tvirtos nuomonės turėjimą, pasipriešinimą visuomenės spaudimui ir pan. Atkreipiant dėmesį į Visserio ir Smitho (2007) tyrimą, svarbu paminėti, kad socialinių normų prieiga remiasi klaidingu įsivaizdavimu apie kitų individų alkoholio vartojimą, todėl šia prasme gali būti tiriamas įsivaizduojamas ryšys tarp alkoholio vartojimo ir vyriškumo tapatybės.

Siekiant SAKM susieti su lyties tapatybės konstruktu, svarbu atskleisti jungiamąją sąsają (1 pav.).



1 PAV. SOCIALINIO IR APLINKOS KONTEKSTO MODELIO IR ALKOHOLĮ VARTOJANČIO VYRO TAPATUMO SĄSAJA (AUTORIŲ APIBENDRINIMAS)

Vyriškosios lyties tapatumas alkoholio vartojimo kontekste visą dėmesį sutelkia į individą, jo tapatumo formavimąsi, alkoholio vartojimo normų daromą įtaką. SAKM leidžia atskleisti kontekstą, kuriame veikia individas. Teoriniame modelyje alkoholį vartojantis vyras yra centre: kaip jis save suvokia alkoholio vartojimo kontekste, kaip jis vertina, kaip suvokia alkoholio daromą įtaką jo paties sveikatai, kas jam yra vyriškumas ir kaip jis siejasi / nesisieja su alkoholio vartojimu. SAKM aspektai atskleidžia visuomenei matomą kontekstą, kurį galima aiškiai įvardyti: tai konkreti fizinė-geografinė vieta, kur vartojamas alkoholis, konkretus laikas ir individo gyvenimo tarpsnis vartojant alkoholį. Socialinis aspektas nusako sąveiką su kitais individais, aplinka, įvardija socialines normas (alkoholio vartojimas kaip norma). Asmeninis-istorinis aspektas nusako individo patirtį, biografijos etapus, kurie turi įtakos alkoholio vartojimui. Ši sąsaja padeda atskleisti individo (šiuo atveju, vyro) alkoholio vartojimo modelius. Todėl teorinis modelis, kuriame socialinis ir aplinkos kontekstas sujungiamas su vyriškosios lyties tapatumu, atskleidžia galimybes išsamiau analizuoti vyrų alkoholio vartojimo modelius ir nustatyti skirtingus vyriškumo ir alkoholio vartojimo sąsajų tipus. Teorinis modelis empiriniuose tyrimuose gali padėti atsakyti į keliamus klausimus: kurie SAKM aspektai individui turi didžiausią daromą įtaką alkoholio vartojimo normoms ir tapatumo formavimuisi, kaip socialinės normos keičiasi priklausomai nuo besikeičiančių SAKM aspektų, kaip vyras vertina savo alkoholio vartojimą, kaip jis vertina vyriškumą ir alkoholio vartojimą, kaip aplinkos aspektai veikia tiesiogiai / netiesiogiai alkoholio vartojimą ir socialines normas.

Literatūra

- Augis, R., Kočiūnas, R., Abraitienė, B. 1993. *Psichologijos terminų žodynas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla.
- Bandura, A. 1969. *Principles of Behavior Modification*. New York, NY: Rinehart & Winston.
- Bauman, Z. 2011. *Vartojamas gyvenimas*. Vilnius: Apostrofa.
- Berkowitz, A. D. 2005. *An Overview of the Social Norms Approach. Changing the Culture of College Drinking: A Socially Situated Health Communication Campaign*. In *Changing the Culture of College Drinking: A Socially Situated Prevention Campaign*, ed. L. Lederman, 193–214. New York: Hampton Press.
- Borsari, B., Carey, K. B. 2003. “Descriptive and Injunctive Norms in College Drinking: A Meta-analytic Integration.” *Studies on Alcohol* 64 (3): 331–341.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.

- Brauer, M., Chaurand, N. 2010. „Descriptive Norms, Prescriptive Norms, and Social Control: An Intercultural Comparison of People’s Reactions to Uncivil Behaviors.“ *European Journal of Social Psychology* 40 (3): 490–499.
- Cameron, D. 2004. “Reshaping Drinkers’ Identities? Addiction and Life Course.” *Nordic Council for Alcohol and Drug Research* 44: 173–185.
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., Reno, R. R. 1990. “A Focus Theory of Normative Conduct: A Theoretical Refinement and Reevaluation of the Role of Norms in Human Behavior.” *Advances in Experimental Social Psychology* 24: 201–234.
- Cigaitė, D., Diršienė, J., Zajančauskaitė-Staskevičienė, L. 2010. „Nuo alkoholio priklausomų asmenų savęs vertinimas ir jo kaita sveikstant“. *Tarptautinis psichologijos žurnalas: biopsichosocialinis požiūris* 6: 41–55.
- Connell, R. 2005. *Masculinities*. 2nd ed. Berkeley: University of California Press.
- Connell, R. W. 1987. *Gender and Power: Society, the Person, and Sexual Politics*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Connell, R. W., Messerschmidt, J. 2005. „Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept.“ *Gender and Society* 19: 829–859.
- Courtenay, W. 2000. “Constructions of Masculinity and their Influence on Men’s Well-being: A Theory of Gender and Health.” *Social Science and Medicine* 50: 1385–1401.
- Cox, R., Pang, J. 2007. “Vicarious Learning and (Virtual) Case-Based Teaching in Health Science Education.” *Twentieth IEEE International Symposium on Computer-Based Medical Systems (CBMS’07)*.
- de Visser, R. O., Smith, J. A. 2007. „Alcohol consumption and masculine identity among young men.“ *Psychology and Health* 22 (5): 595–614.
- Diršienė, J., Zajančauskaitė-Staskevičienė, L. 2010. „Priklausomų nuo alkoholio asmenų savo ligos suvokimo ir sveikatos kontrolės lokuso ypatumai“. *Psichologija* 41: 84–95.
- Foster, D. W., Neighbors, C. 2013. “Self-consciousness as a Moderator of the Effect of Social Drinking Motives on Alcohol Use.” *Addictive Behaviors* 38 (4): 1996–2002.
- Giddens, A. 2000. *Modernybė ir asmens tapatumas*. Vilnius: Pradai.
- Glassman, T. J., Kruger, J. S., Deakins, B. A., Paprzycki, P., Blavos, P. P., Hutzelman, E. N. et al. 2016. “Abstinence, Social Norms, and Drink Responsibly Messages: A Comparison Study.” *Alcohol and Drug Education* 60 (2): 72–90.
- Goffman, E. 1963. *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Goffman, E. 1967. *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Garden City, NY: Doubleday.
- Gregory-Smith, D., Manika, D. 2017. “Consumers’ identities and compartmentalisation tendencies in alcohol consumption.” *Marketing Management* 33: 11–12, 942–972.
- Grigoriev, P., Jasilionis, D., Shkolnikov, V. M., Mesle, F., Vallin, J. 2015. “Spatial Variation of Male Alcohol-related Mortality in Belarus and Lithuania.” *European Journal of Public Health* 26 (1): 95–101.

- Gryczynski, J., Ward, B. W. 2011. "Social Norms and the Relationship between Cigarette Use and Religiosity Among Adolescents in the United States." *Health Education and Behavior* 38 (1): 39–48.
- Gryczynski J., Ward, B. W. 2012. "Religiosity, Heavy Alcohol Use, and Vicarious Learning Networks among Adolescents in the United States." *Health Education and Behavior* 39 (3): 341–351.
- Hames, G. 2012. *Alcohol in World History*. New York: Routledge.
- Hammarberg, A., Oster, C., Nehlin, C. 2017. "Drinking motives of adult patients seeking treatment for problematic alcohol use." *Journal of Addictive Diseases* 36 (2): 127–135.
- Higienos instituto Sveikatos informacijos centras. 2018. *Mirties priežastys 2017*. Vilnius.
- Hinote, B. P., Webber, G. R. 2012. "Drinking toward Manhood: Masculinity and Alcohol in the Former USSR." *Men and Masculinities* 15 (2): 292–310.
- Jarvinen, M., Houman Ellergaard, C., Grau Larsen, A. 2014. "Drinking successfully: Alcohol consumption, taste and social status." *Consumer Culture* 14 (3): 384–405.
- Jasiukevičiūtė, T. 2013. „Priklausomybės nuo alkoholio progresavimas ir asmens tapatumas biografiniuose pasakojimuose: nuo tapatumo valdymo iki „alkoholinės beprotybės“. *Visuomenės sveikata* 3 (62): 76–86.
- Kanny, D., Liu, Y., Brewer, R. D., Garvin, W., Balluz, L. 2010. "Vital signs: Binge drinking among high school students and adults – United States, 2009." *Morbidity and Mortality Weekly Report* 59: 1–6.
- Kravčenko, K., Šeibokaitė, L. 2018. „Socialinių normų teorija pagrįstų intervencijų poveikis alkoholio vartojimui: aprašomųjų normų vaidmuo. Literatūros apžvalga“. *Visuomenės sveikata* 3 (82): 9–15.
- Kučienė, V. 2010. *Paauglių normatyvinių įsitikinimų apie alkoholio ir tabako vartojimą bei alkoholio ir tabako vartojimo sąsajos*. Magistro tezė. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
- Lee, C. K., Stein, K. F., Corte, C. 2018. "Effects of drinker self-schema on drinking- and smoking-related information processing and behaviors." *Substance Abuse* 39 (1): 32–38.
- Lietuvos statistikos departamentas. 2018. *Alkoholio ir tabako vartojimas ir padariniai 2017 m.* Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?eventId=176119> [žiūrėta 2018 09 15].
- OECD/EU 2016. *Health at a Glance: Europe 2016 – State of Health in the EU Cycle*. Paris: OECD Publishing. Prieiga per internetą: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264265592-en> [žiūrėta 2018 09 15].
- Oxford dictionaries*. Prieiga per internetą: https://en.oxforddictionaries.com/definition/pluralistic_ignorance ir <https://en.oxforddictionaries.com/definition/insecurity> [žiūrėta 2018 09 20].
- Peele, S., Grant, M. 1999. *Alcohol and pleasure: A health perspective*. Philadelphia, PA: Brunner/Mazel.
- Perkins, H. W. 2003. *The Emergence and Evolution of the Social Norms Approach to*

- Perkins, H. W., Craig, D. W. 2006. „A Successful Social Norms Campaign to Reduce Alcohol Misuse Among College Student-Athletes“. *Journal of studies on alcohol* 67 (6): 880–889.
- Poškus, M. S. 2014. „Klausimų eiliškumo efektai vertinant privalomasias ir apsakomasias socialines normas“. *Socialinių mokslų studijos* 6(3): 521–524.
- Prentice, D. A. 2007. „Pluralistic Ignorance.“ In *Encyclopedia of Social Psychology*, ed. R. F. Baumeister, K. D. Vohs, 674. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- RARHA SEAS (Reducing Alcohol Related Harm), 2016. *Standartizuotas Europos alkoholio tyrimas 2016*. Prieiga per internetą: <https://ntakd.lrv.lt/uploads/ntakd/documents/files/Comparative%20monitoring%20of%20alcohol%20epidemiology%20across%20the%20EU.pdf> [žiūrėta 2018 09 06].
- Ridgeway, C. L. 1997. „Interaction and the Conservation of Gender Inequality: Considering Employment.“ *American Sociological Review* 62 (2): 218–235.
- Ritchie, H., Roser, M. 2018. *Alcohol consumption*. Prieiga per internetą: <https://ourworldindata.org/alcohol-consumption> [žiūrėta 2018 09 06].
- Romo, L. K., Dinsmore, D. R., Connolly, T. L., Davis, C. N. 2015. „An Examination of How Professionals Who Abstain from Alcohol Communicatively Negotiate Their Non-drinking Identity.“ *Journal of Applied Communication Research* 43 (1): 91–111.
- Rossel, J., Pape, S. 2016. „Who had a wine-identity? Consumption practices between distinction and democratization“. *Journal of Consumer Culture* 16 (2): 614–632.
- Russell, M., Peirce, R. S., Vana, J. E., Nochanjski, T. H., Carosella, A. M., Muti, P., Freudenheim, J., Trevisan, M. 1998. „Relations Among Alcohol Consumption Measures Derived from the Cognitive Lifetime Drinking History.“ *Drug and Alcohol Review* 17 (4): 377–387.
- Smith, C. 2003. „Religious Participation and Network Closure among American Adolescents.“ *Journal for the Scientific Study of Religion* 42: 259–267.
- Tamutienė, I., Visockytė, E. 2009. „Kauno bendrojo lavinimo mokyklų mokinių požiūrio atotrūkis vertinant savo ir kitų alkoholio vartojimą“. *Filosofija. Sociologija* 20 (4): 365–374.
- Tamutienė, I. 2014. „Alkoholio vartojimo ir priklausomybės nuo alkoholio sąvokų apibrėžties problematika: socialinės dimensijos įtraukties aspektas“. *Kultūra ir visuomenė. Socialinių tyrimų žurnalas* 5 (2): 178–201.
- Tarptautinių žodžių žodynas*. 2013. Vilnius, 342.
- Tereškinas, A. 2004. „Tarp norminio ir subordinuoto vyriškumo formų: vyrai, jų seksualumas ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje“. *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 3: 28–38.
- Tereškinas, A. 2011. *Vyrų pasaulis: vyrai ir žaizdos vyriškumas Lietuvoje*. Vilnius: Baltos lankos.
- Trinks, A., Festin, K., Bendtsen, P., Nilsen, P. 2009. „Alcohol consumption and motivation to reduce drinking among emergency care patients in Sweden.“ *International Journal of Injury Control and Safety Promotion* 16 (3): 133–141.

- Vincke, E., Vyncke, P. 2017. "Does Alcohol Catch the Eye? Investigating Young Adult's Attention to Alcohol Consumption." *Evolutionary Psychology* 15 (3): 1–13.
- Ward, B. W. 2011. "Identifying Environmental Effects on Alcohol Use and Social Norms: The Socio-environmental Context Model." *Journal of Human Behavior in the Social Environment* 21 (5): 502–520.
- Wechsler, H., Nelson, T. F., Lee, J. E., Seibring, M., Lewis, C., Keeling, R. P. 2003. "Perception and reality: A national evaluation of social norms marketing interventions to reduce college students' heavy alcohol use." *Journal of Studies on Alcohol* 64 (4): 484–494.
- Wharton, A. S. 2012. *The Sociology of Gender – An Introduction to Theory and Research*. UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Zevallos, Z. 2014. *Sociology of Gender, the Other Sociologist*. Prieiga per internetą: <https://othersociologist.com/sociology-of-gender/> [žiūrėta 2018 10 10].

Gauta 2018 11 18

Priimta 2019 03 10

VYLIUS LEONAVIČIUS, ALMANĖ PAKRIJUSKAITĖ

Alcohol Consumption: Socio-environmental Context and Male Identity

Summary

In modern society, alcohol consumption is part of culture associated with a sense of pleasure, stress and anxiety, but at the same time an unwanted form of harmful behavior with many negative consequences (diseases, accidents, violence, crime, health risks, etc.). For these reasons, the use of alcohol in scientific discourse is studied in various ways. This paper introduces to the Socio-environmental Context Model (SECM) (Ward 2011), which is based on the widely used Theory of Social Norms. SECM allows identifying the environmental impact of alcohol consumption and social norms related to it. Social norms are distinguished into two types: injunctive norms (acceptance of behavior in a particular group) and descriptive norms (behavior specific to a particular group). The influence of the various environmental factors identified by SECM is revealed in four dimensions: physical-geographical, temporal, social and personal-historical, which interacts simultaneously. Other aspects of religion, social and economic status, and the formation of an individual's gender identity can be easily integrated into SECM. Therefore, this paper aims to further expand approach to social norms by including a personal identity factor. Personal identity, especially for men, can be an essential part of alcohol consumption. The purpose of this paper is to construct a theoretical model based on SECM and the theoretical

approaches of male identity, which would allow revealing a more comprehensive approach through various aspects of the environment and male identity.

Keywords: socio-environmental context model, social norms, identity of male gender, alcohol consumption.