

Rodne dimenzije konzumacije alkohola u Međimurskoj županiji

Kralj, Karin

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:382278>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-11**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Karin Kralj

**Rodne dimenzije konzumacije alkohola u
Međimurskoj županiji**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023. godine



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCILOGIJU

Karin Kralj

Rodne dimenzije konzumacije alkohola u Međimurskoj županiji

DIPLOMSKI RAD

mentor: doc. dr. sc. Erik Brezovec

Zagreb, 2023. godine

SAŽETAK

Tema ovog diplomskog rada su rodne dimenzije konzumacije alkohola u Međimurskoj županiji. Ovim se istraživanjem konzumaciji alkohola pristupa kao svojevrsnom ritualiziranom društvenom fenomenu prožetom značenjem koji uspostavlja određene oblike društvene solidarnosti. Sociologija i sociološka istraživanja alkohola doprinose razumijevanju ukorijenjenosti konzumacije alkohola u svakodnevni život te načina na koji se rade potencijalne razlike kod konzumacije alkohola od strane osoba muškog i ženskog roda. Osnovni cilj ovog diplomskog rada bio je istražiti iskustva i značenje roda pri definiranju pristupa konzumaciji alkohola na području Međimurja. Konzumacija alkohola je sveprisutni fenomen koji okružuje brojna okupljanja i slavlja pa se ovim radom nastojao napraviti uvid u promišljanja stanovnika Međimurja o povezanosti konzumacije alkohola i roda. Zanima nas kako ljudi gledaju na sam čin konzumacije alkohola i na koji način (ako uopće) ono doprinosi stvaranju određenog identiteta kod muškaraca i kod žena. Provodilo se dvanaest dubinskih intervjua jednakog broja muško/ženskih ispitanika mlađe (18-30 godina), srednje (30-50 godina) i starije (50- 70 godina) životne dobi. Nakon provođenja istraživanja utvrdilo se da alkohol i njegova konzumacija ima veliku važnost u svakodnevnom životu stanovnika Međimurske županije na više načina i prema više kriterija od kojih je jedan i rodno uvjetovan.

ključne riječi: alkohol, konzumacija, rod, kultura, društvo, Međimurje, sociologija, kultura pijenja, rodna uvjetovanost

ABSTRACT

The subject of this master's thesis is the gender dimensions of alcohol consumption in Međimurje County. This research approaches alcohol consumption as a ritualized social phenomenon infused with meaning that establishes specific forms of social solidarity. Sociology and sociological studies of alcohol contribute to understanding the embeddedness of alcohol consumption in everyday life and the ways in which potential differences in alcohol consumption between individuals of male and female genders are constructed. The fundamental aim of this master's thesis was to explore the experiences and the significance of gender in defining approaches to alcohol consumption in the Međimurje region. Alcohol consumption is a ubiquitous phenomenon that surrounds numerous gatherings and celebrations, thus this work sought to gain insights into the perceptions of Međimurje residents regarding the connection between alcohol consumption and gender. We are interested in how individuals perceive the act of alcohol consumption itself and in what ways (if at all) it contributes to the creation of specific identities among men and women. Twelve in-depth interviews were conducted with an equal number of male and female participants from younger (18-30 years), middle-aged (30-50 years), and older (50-70 years) age groups. After conducting the research, it was determined that alcohol and its consumption hold significant importance in the daily lives of Međimurje County residents in multiple ways and according to various criteria, one of which is gender.

Keywords: alcohol, consumption, gender, culture, society, Međimurje, sociology, drinking culture, gender conditioning

SADRŽAJ

SADRŽAJ

1.	UVOD	1
2.	KRATAK POVIJESNI PREGLED KONZUMACIJE ALKOHOLA	2
2.1.	POVIJEST PROIZVODNJE ALKOHOLA U HRVATSKOJ.....	4
3.	PRODAJA I PROMOCIJA ALKOHOLA.....	5
4.	SOCIOLOGIJA KONZUMACIJE ALKOHOLA	7
5.	ROD – pojmovno razlikovanje roda i spola	11
6.	ALKOHOL I ROD	16
7.	KULTURA PIJENJA.....	20
8.	CILJ ISTRAŽIVANJA	22
9.	METODA I PODACI.....	23
10.	REZULTATI	24
10.1.	ALKOHOL U SVAKODNEVNOM ŽIVOTU.....	25
10.2.	RAZLIKE U KONZUMACIJI ALKOHOLA.....	30
11.	RASPRAVA.....	37
12.	ZAKLJUČAK	39
13.	LITERATURA	40

1. UVOD

Važnost ovog diplomskog rada se može vidjeti u sveobuhvatnosti fenomena alkohola kao takvog. Alkohol je svi poznata društvena pojava koja se može proučavati i analizirati iz mnogih stajališta (sociologija, medicina, psihologija, psihijatrija, ekonomija...). U mnogim je društvima alkohol ne samo prisutan i dopušten nego i, do određene mjere, poželjan. Upravo iz tog razloga je sociologija ključna za dublje razumijevanje konzumacije alkohola. Sociološka analiza omogućava dublji uvid u dinamiku kulture pijenja i objašnjava kontekst društva u kojem se alkohol konzumira. Konzumacija alkohola može služiti kao posrednik između pojedinca i društva jer omogućava povezanost temeljenu u određenoj situaciji (Brezovec, 2021:1-2). Ovim se diplomskim radom nastoji razumjeti povezanost značenja roda i konzumacije alkohola kao društvenog fenomena. Analiza konzumacije alkohola iz perspektive znanosti često se fokusira na njezin medicinski vid patologije. U tom kontekstu, istraživanja koja se bave razumijevanjem konzumacije alkohola često se provode kako bi se dublje razumio alkoholizam. Takva istraživanja obično su usmjerena prema unaprijed definiranim pojmovima i često zanemaruju integrirajući karakter konzumacije alkohola unutar specifičnih društava ili situacija. Iz tog se razloga sociološka analiza mora odmaknuti od definiranja alkohola kao „problematičnog“ i okrenuti se prema proučavanju društvenog aspekta pijenja.

Osim analize svakodnevnog iskustva alkohola kao društvene činjenice, bitno je analizirati i rodne dimenzije konzumacije alkohola. U hrvatskoj komunikacijskoj praksi se pojmovi roda i spola često ne odvajaju dovoljno na temelju svog značenja. Dok je spol biološka odrednica, rod je društveno-kulturalni koncept kojim se definira, tj. pridaje određeno značenje razlikama među spolovima (Pojmovnik rodne terminologije, 2007). On nema univerzalno značenje jer se ono razlikuje između različitih društava i kultura. Rod se smatra društvenom tvorevinom jer ga čine one osobine i karakteristike koje čovjek dobiva kroz odgoj i utjecaj kulture u kojoj živi. Njega čini predodžba koju netko ima o osobi, o njegovoj ili njezinoj ulozi u društvu (Rupčić, 2018, 172).

2. KRATAK POVIJESNI PREGLED KONZUMACIJE ALKOHOLA

Izrada i pijenje alkoholnih pića je izrazito star oblik društvenog ponašanja. Počeci se grubo vuku čak prije otprilike 45 000 godina kad je čovjek fermentacijom naučio proizvoditi alkohol koji je i sam konzumirao. Radilo se o fermentaciji šećera u medu čime se dobivao alkohol ponajviše korišten u svrhe obreda i slavlja. Ispijanje alkohola se uvijek povezivalo s uvjetima u kojima je čovjek živio, društvom kojeg je bio dio. Pijenje alkohola je ponajprije bilo u prehrambene svrhe jer je alkohol bio izvor dodatnih kalorija. Osim prehrambene uloge, alkohol je služio i kao lijek za svaku tegobu. Kako je vrijeme prolazilo tako se i uloga alkohola mijenjala iz prehrambene i „medicinske“ u terapijsku. Alkohol je ljudima omogućio ljepšu i ugodniju okolinu što je barem privremeno olakšalo suočavanje s nelagodnom stvarnošću. Alkohol je omogućio stvaranje određene doze društvenosti među ljudima, tj. oformljivanje kulture (Hudolin, 1986:288).

Ep o Gilgamešu primjer je literaturne znamenitosti u kojoj se jasno vidi važnost konzumacije piva u stvaranju društvene kohezije te prihvatanja od strane drugih. Ep govori o junačkim djelima i dogodovštinama kralja Gilgameša i njegovog pomoćnika Enkidu-a. O Gilgamešovom pomoćniku je na I. pločici zapisano:

*Enkidu, što u brdima bijaše rođen,
s gazelama se travom hrani,
s marvom na pojilu pije,
i isto kao živini godi voda srcu njegov.*

Osim iznad citiranog spominje se još i: *Ne zna Enkidu, kako se jede kruh, piti pivo on ne zna.*

Enkidu se ne smatra civiliziranom osobom jer mu godi voda, a ne zna piti pivo, tj. ne zna što znači biti dio društva u kojem živi. On postaje čovjekom tek kad prihvati konzumaciju alkohola kao odrednicu društvenosti i kulture.

*Bludnica otvori svoja usta
i govori Enkiduu:
Jedi kruh, Enkidu,
to priliči životu!
I pij pivo, kao što je običaj na Zemlji!*

Enkidu se, tek nakon što se napije piva, smatra uključenim u društvo jer je ispijanje alkohola opće prihvaćena i poželjna činjenica drevnih civilizacija (Heršak i Adžija, 2013; 26).

U suvremenije doba, rješavanjem problema gladi i unaprjeđenjem medicine, ne možemo više ulogu alkohola smatrati kao prehrambenu, medicinsku ili terapijsku. Danas postoje prikladniji i bolji načini za razrješavanje tegoba s kojima se ljudi susreću pa se na konzumaciju alkohola više ne gleda iz takvog stajališta (Hudolin, 1986:288).

U 16. se stoljeću počelo intenzivnije govoriti o štetnim i smrtnim posljedicama alkohola, ali unatoč tome se potrošnja alkohola nije smanjila. Na ljude koji su se borili s alkoholizmom gledalo se kao na manje vrijedne. Unatoč tome, bolešću se konzumacija alkohola tek počela smatrati početkom 18. stoljeća, a kroz dvadeseto stoljeće se na problem alkoholizma gledalo kao na zdravstveni problem. Mjere suzbijanja problema izazvanih pijenjem alkohola pratile su napredak u društvu, znanstveni, tehnološki i društveni, pa su tako postale dijelom kulture društva u kojem su se javile. Prolaskom vremena i integracijom alkohola u različite kulture čovječanstva sigurno se može reći da su se pojavili novi običaji i rituali koji se vežu uz konzumaciju alkohola (Bušić, 2023:7-8).

2.1. POVIJEST PROIZVODNJE ALKOHOLA U HRVATSKOJ

Osim nekolicine arheoloških radova o dijelovima proizvodnje i konzumacije alkohola kroz prošlost, ne postoji velik broj cjelovitih opisa kulture proizvodnje ili korištenja alkohola u Hrvatskoj. Najviše se zna o vinu, tj. grčkim i rimskim običajima koje povezujemo uz konzumaciju i korištenje vina. Želimir Bašić u svojoj knjizi *Voda života: povijest proizvodnje alkoholnih pića* nastoji pridonijeti podizanju kulture pijenja kroz upoznavanje povijesti proizvodnje alkohola. Samu proizvodnju smješta u kontekst društva kako bi fenomen mogao dalje biti istraživao od strane etnologa i kulturnih antropologa. Bašić napominje kako je proces destilacije došao iz Španjolske u Hrvatsku za vrijeme srednjeg vijeka, a u našim ju je krajevima raširio poznati alkemičar i liječnik u Puli i Trogiru u 14. stoljeću. Osim gradskih ljekarni, na početku 16. stoljeća dominikanci u Zadru destiliraju pojedine poljodjelske kulture. Kroz 18. stoljeće se razvijaju kućne destilerije, a već početkom sljedećeg stoljeća nastaju prve tvornice alkoholnih pića u Dubrovniku, Splitu i Šibeniku što označava početak masovne proizvodnje alkohola na našim područjima. Kroz 20. stoljeće osnivaju se brojne tvornice alkohola diljem Hrvatske što omogućava slobodniju konzumaciju i lakšu nabavu. Dolazi do napretka u razvoju proizvodnje alkoholnih pića na području Jugoslavije (Bukovčan, 2008:198-200).

3. PRODAJA I PROMOCIJA ALKOHOLA

Marketing alkohola vidljiv je na velikom broju društvenih mreža i ima sposobnost doprijeti do velike mase ljudi, potencijalnih konzumenata. Oglašavanje kao oblik konzumacijskog procesa ima za svrhu utjecati na djelovanje i ponašanje u obliku promjene mišljenja i poticanja interesa (Nikolić, 2021:23) . Oglašavanje možemo definirati kao *svako očitovanje u bilo kojem obliku koje netko daje u okviru obavljanja svoje poslovne djelatnosti, odnosno u okviru obavljanja djelatnosti slobodnog zanimanja, koje je usmjereno na promidžbu s namjerom pospješivanja prodaje proizvoda ili usluga, uključujući nekretnine, prava i obveze*.¹ Ono se kroz povijest počelo razvijati usporedno s razvojem tiskara i povećanjem njihovih sposobnosti tiskanja. Promoviranje alkohola je zbog opće prihvaćenosti umjerene konzumacije kao društveno poželjne pojave dugo bilo dijelom „uobičajenih“ oglasa poput svih ostalih. Za razliku od cigareta, pretjerivanje u alkoholu od nekada se počelo povezivati sa štetnim i negativnim posljedicama na zdravlje ljudi. (Bulajić, 2023). Razvojem se društvenih medija počelo širiti i oglašavanje koje uključuje različite sponzorske promotivne aktivnosti na kulturnim, sportskim i glazbenim događanjima.

Kao mjera regulacije postoji u Republici Hrvatskoj *Zakon o zdravstvenoj ispravnosti i zdravstvenom nadzoru nad namirnicama i predmetima opće uporabe* (NN 60/1992) čiji Članak 13 navodi: *Zabranjeno je reklamiranje alkoholnih pića, duhana i duhanskih prerađevina putem tiska, sredstava javnog priopćavanja, svih oblika reklame na javnim mjestima, objektima i sredstvima saobraćaja preko knjiga, časopisa, kalendara i odjevnih predmeta i preko naljepnica, plakata i letaka ako su te naljepnice, plakati i leci odvojeni od ambalaže alkoholnih pića, odnosno duhana i duhanskih prerađevina*.² Proizvođači alkoholnih pića na različite načine koriste mogućnost oglašavanja svojih proizvoda unatoč potencijalnoj štetnosti za konzumente. Različitim metodama poput specifično dizajnirane ambalaže alkoholnih pića koja je prepoznatljiva i cilja određene skupine ljudi, pružanjem sponzorstva mnogim sportašima i poznatim osobama, surogat oglašavanjem... Alkoholna se pića oglašavaju putem medija na raznim sportskim događanjima, emisijama i filmovima za koje se zna da je gledanost velika. Jedan od najčešće zapaženih primjera za oglašavanje alkoholnih pića su nogometne utakmice

¹ Zakon o nedopuštenom oglašavanju (NN 43/2009)

² Zakon o zdravstvenoj ispravnosti i zdravstvenom nadzoru nad namirnicama i predmetima opće uporabe (NN 60/1992)

(Nikolić, 2021:18-19). Određeni brendovi alkohol povezuju s točno određenim demografskim skupinama. Neka su pića postala „ženska“, dok se druga povezuju s muškarcima.

Marketing alkoholnih proizvoda oblikuje razumijevanje rodni uloga i odnosa te prenosi poruke o rodnoj dimenziji konzumacije alkohola. U suvremeno doba, zapažene su promjene u načinu na koji su žene predstavljene i „obrađene“ u marketinškim kampanjama, uključujući i one koje se odnose na alkohol. To odražava evoluirajuće društveno, političko i regulatorno okruženje, u kojem se sve više naglašava problem rodne neravnopravnosti i štetnih posljedica rodni stereotipa. Atkinson i sur. (2022.) u svojem istraživanju³ o oglašavanju alkohola na medijskim platformama Facebook i Instagram donose bitne zaključke o marketinškim strategijama današnjih reklama, tj. načinima na koje brendovi ciljaju i uključuju žene u konzumaciju alkohola. Slične strategije koriste se za analiziranje žena i muškaraca, ali sadržaj je izrazito usmjeren prema određenom spolu. Usredotočujući se na ženski sadržaj, primjetno je da brendovi reflektiraju i ponavljaju važne aspekte ženskog identiteta i svakodnevnog života kako bi promovirali konzumaciju alkohola i potaknuli interakciju i zajedničko stvaranje sadržaja među potrošačima. Promatran je kontinuitet i promjena u strategijama ciljanja i prikazivanja žena u marketingu alkohola, pri čemu su prisutni i tradicionalni i novi feministički obrasci ženskosti, zajedno s dokazima o privlačenju raznolike publike putem interaktivnih prikaza. Konzumacija alkohola prikazana je kao ključni sastojak različitih društvenih uloga koje žene obavljaju u suvremenom društvu i povezana je sa svim aspektima njihovog svakodnevnog života. Žene su prikazane kako konzumiraju alkohol s muškarcima, uključujući javne prostore, sugerirajući da prisutnost žena u nekadašnjim muškim okruženjima potvrđuje rodnu ravnopravnost. Nasuprot prikazima muškaraca, istaknuta je važnost prijateljstva među ženama na načine koji odražavaju post-feminističke i feminističke vrijednosti, poput davanja prednosti prijateljstvu pred romantičnim vezama i sestrinstvu, kako bi se konzumacija alkohola prikazala kao bitna i normalizirana komponenta svakodnevnog druženja žena i kao oblik ženskog povezivanja. Ovakav prikaz odražava stvarne životne situacije žena, budući da "izlasci s prijateljicama", "večeri kod kuće" i "priprema prije izlaska" pružaju priliku ženama da zajedno sudjeluju u ženskim aktivnostima s ciljem izgradnje "ženskih" identiteta koji su važni za njihovo zajedničko zadovoljstvo i povezanost (Atkinson i sur. 2022: 1-12).

³ 'Pretty in Pink' and 'Girl Power': An analysis of the targeting and representation of women in alcohol brand marketing on Facebook and Instagram - Atkinson i sur. (2022)

4. SOCIOLOGIJA KONZUMACIJE ALKOHOLA

Konzumacija alkohola je sveobuhvatni sociološki fenomen i kao takav se nastoji istraživati. On se ostvaruje u društvu i postaje dijelom njega kroz vrijednosti i stvorene norme. Sociološka analiza nudi kritički osvrt na društvene aspekte konzumacije alkohola. Veliki dio istraživanja alkohola i njegove konzumacije fokusira se na prekomjerno pijenje i pojavu alkoholizma. Na alkohol se gleda kao na izvor rizika koji pretvara osobu u devijantnog člana društva. Jedan od početnih pristupa konzumaciji alkohola unutar sociologije kao znanosti bila je studija o samoubojstvu koju je razvio Emile Durkheim. On razmatra hipotezu o povezanosti stope zlouporabe alkoholnih pića i stope samoubojstva u određenim društvima. Zaključak do kojeg je svojim istraživanjem došao je da signifikantna povezanost ne postoji. Iako jedan od prvih pristupa alkoholu unutar sociologije, odnosio se samo na devijantno pijenje u obliku alkoholizma i njegove povezanosti sa samoubojstvom što znači da konzumacija alkohola nije bila u neposrednom interesu istraživanja.

Konzumacija alkohola se nije smatrala bitnom sociološkom temom kad govorimo o radovima i istraživanjima drugih klasičnih sociologa poput Webera, Tocquevillea, Marxa i Simmela. Oni su osnovnom zadaćom sociologije smatrali razumijevanje načela društvenog života i strukture koja ga opisuje. Alkohol i njegova konzumacija te ostali slični fenomeni koji se javljaju u svakodnevici pojedinaca i društva, nisu bili bitni za uspostavljanje sociologije kao znanosti. Unatoč tome što se konzumacija alkohola nije istraživala direktno, radovi klasičnih sociologa omogućili su detaljno proučavanje fenomena u suvremenije doba (Brezovec, 2022:215-216).

Prvi za kojeg je konzumacija alkohola predstavljala bitan sociološki fenomen bio je Selden Bacon (1943.). Smatrao je da sociologija kao znanost mora istražiti povezanost alkohola i njegov utjecaj na društveni život. Pri proučavanju konzumacije alkohola fokus je trebao biti na kulturi, društvenim normama i obrascima pijenja. Njegovim se radovima zagreblo ispod površine, ali sociologija konzumacije alkohola i dalje je ostala u okovima alkoholizma, tj. negativnih posljedica i karakteristika koje je ekscesivna konzumacija imala na pojedinca i društvo (Freed, 2010 prema Brezovec 2022). Iako je fokus bio na alkoholizmu, a ne na svakodnevnom „društveno funkcionalnom“ pijenju, Bacon i drugi sociolozi onog vremena uočili su ritualnu dimenziju u konzumaciji alkohola. Uvidjeli su da alkohol ima poveznicu s društvenošću i da bi mogao utjecati na odvijanje i izgled određenih situacija. Mnoga su istraživanja pokazala i potvrdila veliku važnost konzumacije alkohola, ali i dalje nije postojala

sveobuhvatna teorijska osnova kako bi se fenomen razumio u potpunosti (Brezovec 2022:215-217).

Kako bi se obuhvatili svi *aspekti društvenosti* konzumacije alkohola Freed (2010) je odredio tri temeljne sociološke istraživačke perspektive.

Prva je sociokulturna perspektiva koja se usredotočuje na kulturu kad se nastoji odrediti način odnošenja prema konzumaciji alkohola. Temelji se na vrijednostima i normama koje utječu na društvo i posljedično na korištenje alkohola. Promjene u kulturi, tj. različite dimenzije znanja u različitim društvima mijenjaju ono što možemo nazvati kulturom pijenja. Druga perspektiva je socio-ekološka kroz koju se analiziraju načini na koje socijalno učenje i dominantni obrasci znanja mogu utjecati na upotrebu alkohola. U istraživanju o uporabi droga koje je proveo Andrew Weil (1972.) možemo uočiti bitan značaj socioloških radova za znanstveno utemeljeno bavljenje odnosom društva i alkohola. Weil je definirao dvije varijable koje imaju ključnu ulogu kod promatranja korištenja opijata; *set* i *setting*. Dok se *set* odnosi na iskustva konzumacije i osobnost pojedinca, *setting* uključuje tj. odnosi se fizičku okolinu i kontekst u kojem se supstanca konzumira. Upravo je *setting* taj koji opisuje pravi situacijski okvir konzumacije, kako droga tako i alkohola. Kad definiramo *setting* kao varijablu u konzumaciji alkohola možemo fenomenu pristupiti sveobuhvatnije. Freed iz spomenutih razloga definira socio-ekološku perspektivu kao nužnu fazu u sociološkom istraživanju alkohola. Treća i posljednja sociološka perspektiva koju je definirao Freed je ideološka. Kroz ideološku perspektivu se nastoje definirati i vidjeti načini formiranja određenog diskursa o alkoholu i njegovoj konzumaciji u različitim društvima. Cilj je vidjeti kako se definira alkohol kao sveobuhvatna pojava. Smatra li se on poželjnom ili nepoželjnom osobinom ovisi o društvenom sustavu znanju koje se formira na temelju strukture moći. Kao primjer se može uzeti alkoholizam na koji se može gledati kao bolest, kao stil života ili kao nešto potpuno treće što je definirano normama i vrijednostima određenog društva. (Brezovec 2021:13)

Sociologija konzumacije alkohola nosi sa sobom određene probleme i izazove. Prvi problem koji možemo uočiti je fokus na alkoholizam, tj. glavna tema mnogih istraživanja je pretjerano pijenje, dok umjereno, rekreativno konzumiranje alkohola pada u drugi plan sociologije kao znanosti. Društveni aspekt konzumacije alkohola nije temeljni cilj proučavanja nego se koristi samo kako bi se bolje moglo proučiti i shvatiti ovisničko ponašanje. Društveni kontekst pijenja je samo jedna od stepenica koja vodi boljem uvidu za istraživanje drugog fenomena. Drugi izazov leži u činjenici da se sociologija konzumacije alkohola previše oslanja na metodologiju i empirijske podatke. Razumijevanje društvenih aspekata konzumacije

alkohola često se ne promatra iz teorijske perspektive, već isključivo kroz prizmu empirijskih saznanja. U sociološkim istraživanjima veza između društva i konzumacije alkohola, empirijski podaci često stoje izolirani, bez odgovarajuće teorijske obrade same konzumacije. Unatoč obilju empirijskih podataka, metodičkih razrada i prezentiranih rezultata, istraživanjima nedostaje teorijske podloge. Slično tome, većina istraživanja koja se bave društvenim aspektima konzumacije alkohola problematiziraju konzumaciju alkohola u odnosu na druge društvene pojave i/ili probleme, ali često bez odgovarajuće teorijske pozadine ili zaključka (Brezovec, 2022:215)

Noviji pristupi unutar sociologije konzumacije alkohola koji ističu važnost teorijske osnove u definiranju društvenih aspekata fenomena, čak i kad postoje, ne uspijevaju pružiti jasnu epistemološku osnovu s koje bi trebalo krenuti sociološko istraživanje konzumacije alkohola. Iz toga proizlazi treći izazov. Empirijski rad sociologa u istraživanju konzumacije alkohola često ostaje u sjeni stručnjaka i disciplina koje se intenzivno bave alkoholom, i teorijski i empirijski. Kao takva, sociologija postaje popratna i pomoćna disciplina za stručnjake koji se bave liječenjem, metodama liječenja, rehabilitacijom i resocijalizacijom alkoholičara. Bez jasne epistemološke podloge na kojoj bi sociološko istraživanje konzumacije alkohola trebalo počivati, sociologija i njezino istraživanje konzumacije alkohola ne mogu biti neovisni o drugim disciplinama. To je treći izazov s kojim se suočava sociologija konzumacije alkohola. Druge discipline daju znanstveni i praktični smisao toj sociološkoj spoznaji. Zato ne iznenađuje činjenica da teme vezane uz konzumaciju alkohola nisu ušle u takozvani "mainstream" posebnih sociologija unutar same sociološke zajednice. S obzirom na dosadašnji način istraživanja alkohola u okvirima sociologije, može se dobiti dojam da je sociologija doista prateća znanstvena disciplina koja sama po sebi ne može rasvijetliti ključna pitanja koja bi trebala istražiti u vezi s konzumacijom alkohola, a to su odnosi između društva i samog fenomena, bez obzira na njegovu funkcionalnost ili disfunkcionalnost (u medicini). Stoga radovi koji istražuju odnos između društva i konzumacije alkohola često bivaju odbačeni od strane relevantnih socioloških časopisa, bilo zbog nedostatka odgovarajućeg sociološkog pristupa ili čak zbog toga što teme nisu jasno i točno sociološki usmjerene (Brezovec 2022:219-220).

Kroz rad *Sociology of Alcohol Consumption – In Search of a Theory* (Brezovec 2022) se nastoji pružiti paradigmatški i epistemološki okvir za razvoj sociološke teorije konzumacije alkohola. Ističe se odbacivanje pristupa koji se fokusira na probleme unutar sociološkog razmatranja fenomena kako bi se obuhvatile društvene dimenzije konzumacije i značenja

alkohola, a ne samo alkoholizam ili prekomjerno pijenje. Konzumacija alkohola je usko povezana s društvom koje mu daje svrhu i značenje. Uvelike ovisi o konkretnoj situaciji u kojoj se odvija pa je treba promatrati unutar interpretativne sociologije ili sociologije svakodnevnog života. Sociologija konzumacije alkohola obuhvaća mikro i makro razinu, pa je važno odrediti teorijsko-metodološke principe za daljnji razvoj teorije konzumacije alkohola kao društvenog konstrukta. Predlaže se sinteza principa metodološkog individualizma i metodološkog situacionizma koja predstavlja dvostupanjski epistemološki pristup konzumaciji alkohola. Iako ih definiraju relativno slični paradigmatički temelji, metodološki individualizam i metodološki situacionizam imaju jasne razlike. Razlikuju se po tome što se situacionizam usredotočuje na situaciju, dok se individualizam usredotočuje na individualni odgovor na tu situaciju. Situacionizam se više usredotočuje na društvene pravilnosti u obliku vrijednosti i normi koje pojedinac mora razumjeti kako bi sudjelovao u društvu. Individualizam prihvata društvenost i pravilnost situacije, ali fokusira se na to kako pojedinci racionaliziraju vlastite i tuđe postupke. Moglo bi se zaključiti da je individualizam produžetak situacionizma. Prije analize odnosa društva i konzumacije alkohola, važno je razmotriti situacijske determinante konzumacije alkohola i započeti analizu individualnih oblika konzumacije te značenje koje se pridaje (način racionalizacije situacije). Sociolog se bavi detaljima konzumacije alkohola u različitim situacijama i istražuje interakcije unutar tih okvira. Metodološki situacionizam i individualizam ključni su za razumijevanje interakcija i strukturalnih aspekata konzumacije alkohola u društvu.

5. ROD – pojmovno razlikovanje roda i spola

Koncept roda se odnosi na društvene razlike između žena i muškaraca, razlike koje su naučene, koje se mijenjaju s vremenom i koje imaju širok raspon varijacija unutar jedne kulture i između kultura. (Pojmovnik rodne terminologije, 2007).

Hasanagić (2012:42) opisuje spol kao koncept koji se temelji na društvenoj klasifikaciji bioloških karakteristika utemeljenih na genitalijama, reproduktivnim organima i funkcijama, rezultirajući podjelom na ženski i muški spol. Drugim riječima, spol se gradi na osnovi anatomske i fiziološke karakteristike i postoje samo dvije vrijednosti. Autorica ističe da tijela žena i muškaraca imaju različite uloge u procesu reprodukcije te se razlikuju u svemu i svugdje bez obzira na različite životne prilike, socijalni status, etničko ili rasno porijeklo. No, važno je napomenuti da hormoni i spolni organi koji određuju biološki ženski i muški spol ne bi trebali biti presudni u utvrđivanju uloga žena i muškaraca u društvu.

Rod ima širu definiciju od spola koji se oslanja isključivo na biološke razlike. Rod podrazumijeva društveno oblikovanje biološkog spola žena i muškaraca. Promatra se kao društveni konstrukt i definicija koja je kulturološki specifična te se bazira na kompleksu očekivanja povezanih sa socijalnim ulogama koje imaju žene i muškarci, kako u privatnom tako i javnom životu. Drugim riječima, rod nije ograničena definicija ženskosti i muškosti, već se odnosi i na društveno konstruirane relacije između spolova (Lithander 2000 prema Hasanagić 2012). Hasanagić (2012) zaključuje da društvo i očekivanja koja društvo ima oblikuju obrasce ponašanja i djelovanja koji se obično povezuju s tipično muškim i tipično ženskim. Rod je naučena društvena uloga i kategorija koja je podložna promjeni. Ideje i očekivanja vezana uz rodno, kao što su ponašanje, razmišljanje i oblačenje, su naučeni i stečeni obrasci koji se mogu usvojiti u različitim okruženjima poput obitelji, škole, pod utjecajem medija, religijskih i kulturnih ideologija. Ovdje je važno napomenuti da, iako se osobe rađaju sa ženskim ili muškim spolom, sam spol nije isključiv faktor koji oblikuje njihove rodne uloge.

Pojam roda proizašao je iz feminističkih pokreta sedamdesetih godina prošlog stoljeća u SAD-u i nove epistemologije s ciljem razotkrivanja patrijarhalnih elemenata u pravnim normama i kulturnim obrascima koji su podržavali, i još uvijek podržavaju, nejednak položaj žena u odnosu na muškarce. Službeno je uveden u upotrebu od strane Svjetske zdravstvene

organizacije (WHO) tijekom osamdesetih godina⁴. Koncept roda koristi se dakle kako bi ispravio pravne i kulturne obrasce te tako suzbio diskriminirajuće elemente koji potiču neravnopravnost žena i stvaraju dojam njihove podčinjenosti naspram muškarca u društvu. U Ustavu Republike Hrvatske, pojam spola koristi se kad se odnosi na identitet osobe, dok se izričito ne spominje pojam roda. Na temelju članka 3. Ustava Republike Hrvatske⁵ možemo zaključiti da Ustav priznaje spolni identitet, ali ne i rodni jer se naglašava ravnopravnost spolova kao osnovno polazište tumačenja Ustava. (Rupčić 2018:173-175).

Candace West i Don Zimmerman predstavili su koncept *doing gender* u članku istog naslova 1987. godine. To je bio prvi put da su artikulirali etnometodološku perspektivu stvaranja i potvrđivanja rodne nejednakosti između muškaraca i žena u zapadnom društvu. Njihova analiza obuhvaća proučavanje društveno upravljanih postignuća svih aspekata života koji se tretiraju kao objektivni i nepromjenjivi. Zaključuju da nije riječ o strogom skupu kriterija koji se primjenjuju kako bi se uspostavila sigurnost da je netko muškarac ili žena, već o primjeni "ako-može" testa. Ako se netko može smatrati članom odgovarajuće kategorije, tada bi ga trebalo kategorizirati prema tome. Na temelju toga su opisali proces kojim se konstruira, stvara i potvrđuje kategorizacija spola putem koncepta "obavljanje roda" (*doing gender*). Izazvali su prevladavajuću kulturnu perspektivu koja tvrdi da su muški i ženski spolovi prirodno definirane kategorije koje proizlaze iz međusobno isključivih reproduktivnih funkcija, što rezultira različitim psihološkim i ponašajnim sklonostima. Suprotno tim shvaćanjima, predlažu često zanemarene razlike između spola, kategorije spola i roda. Spol je određen primjenom društveno dogovorenih bioloških kriterija za klasificiranje osoba kao ženske ili muške. Kriteriji za klasifikaciju mogu biti genitalije pri rođenju ili kromosomska tipizacija prije rođenja, i ne moraju nužno biti usklađeni međusobno. Smještaj u kategoriju spola postiže se primjenom kriterija spola, ali u svakodnevnom životu kategorizacija se uspostavlja i održava putem društveno zahtijevanih identifikacijskih izraza koji proklamiraju članstvo u jednoj ili drugoj kategoriji. Nasuprot tome, rod je aktivnost upravljanja situiranim ponašanjem u svjetlu normativnih shvaćanja stavova i aktivnosti prikladnih za svoju kategoriju spola. Rodne aktivnosti proizlaze iz i podržavaju tvrdnje o članstvu u kategoriji spola. Njihova analiza

⁴ Pojam roda odnosi se na društveno konstruirane karakteristike žena, muškaraca, djevojčica i dječaka. To uključuje norme, ponašanja i uloge povezane s biti ženom, muškarcem, djevojčicom ili dječakom, kao i međusobni odnosi. Kao društvena konstrukcija, rod varira od društva do društva i može se mijenjati tijekom vremena (WHO definicija roda dostupna na: https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1)

⁵ Sloboda, jednakost, nacionalna ravnopravnost i ravnopravnost spolova, mirotvorstvo, socijalna pravda, poštivanje prava čovjeka, nepovredivost vlasništva, očuvanje prirode i čovjekova okoliša, vladavina prava i demokratski višestranački sustav najviše su vrednote ustavnog poretka Republike Hrvatske i temelj za tumačenje Ustava. (Ustav RH dostupan na: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>)

razdvajanja između spola, kategorizacije spola i roda označila je rod kao društveno situiranu kreaciju. Tako su istaknuli da se rod ne može više promatrati kao društvena "varijabla" ili individualna "karakteristika", već kao društveno situirano postignuće.

Interakcije između žena i muškaraca koje se odvijaju unutar određenog kulturno-povijesnog konteksta dovode do pretpostavke da društvo znatno utječe na oblikovanje razmišljanja, osjećaja i ponašanja žena i muškaraca. Kao rezultat toga, rodne uloge i rodna pravila su naučena ponašanja koja se formiraju i usvajaju unutar okruženja u kojem se osoba ženskog ili muškog spola socijalizira. Proučavajući rodne uloge i normativna očekivanja koja s njima povezujemo, moguće je dobiti puno informacija o muško-ženskim odnosima unutar nekog društva, te o njihovom statusu, obvezama, pravima i mogućnostima koje imaju u određenom kontekstu. Rodne uloge se jednostavno mogu opisati kao skup očekivanja o ponašanju žena i muškaraca (Myers 1993 prema Hasanagić), no zapravo obuhvaćaju različite komponente koje nisu ograničene na binarni koncept maskuliniteta i feminiteta. Svako društvo na sebi svojstven način utvrđuje društvene norme za rodne uloge koje, zatim, snažno utječu na rodne identitete koje pojedinci razvijaju tijekom procesa socijalizacije. Rodni identitet je ključni koncept koji pojedinac stječe u vezi s pripadnošću ženskom ili muškom rodu, a većina ljudi ga izvodi iz biološkog spola osobe. Konkretno, u patrijarhalnim i manje razvijenim društvima postoje samo dva temeljna tipa rodnih uloga – muške i ženske – te se obično veća važnost pridaje ulogama jednog roda, često muškog. No, s napretkom društva dolazi do šire palete varijacija tih osnovnih, binarnih rodnih uloga, pa više nije uobičajeno ograničavati se samo na ženski i muški spol u ženskom i muškom rodu, niti se rodni identiteti lako mogu svesti na te pojmove. Naime, neki ljudi se rađaju bez jasno izraženih spolnih karakteristika (inter-seksualne osobe), dok cijele skupine ljudi različito definiraju svoje rodne identitete (transrodne osobe). Zbog toga danas često govorimo o postojanju trećeg spola ili koristimo opći izraz "transrodne osobe" kako bismo ukazali na različite načine izražavanja rodno-spolnih identiteta koji se razlikuju od tradicionalnih normi. Međutim, ne smijemo zaboraviti da rano označavanje pripadnosti biološkom spolu ima snažan utjecaj na psihološki razvoj osobe i označava početak procesa oblikovanja rodnog tipiziranja, u kojem se usvajaju preferencije, vještine, osobine ličnosti, ponašanja i samo-svijesti koje određeno društvo smatra prikladnima za određeni spol (Bem 1985, Marušić 1994 prema Hasanagić 2012). U skladu s tim, podjela rodnih uloga između žena i muškaraca na temelju postojanja prevladavajuća dva spola još uvijek je prisutna i u modernim društvima (Hasanagić 2012:43-45).

Haralambos i Holborn (2002) ukazuju na čestu distinkciju između spola i roda, koju mnogi autori, kao što je američki psihoanalitičar Stoller, koriste kao osnovu analize. Stoller (1968) naglašava da se osoba na temelju tjelesnih obilježja može jasno kategorizirati kao muškarac ili žena. Misli se na kako vanjske tako i unutarnje karakteristike, organe koji proizvode spolne stanice, hormone i sekundarna spolna obilježja. Zbog ovih razlika, žene i muškarci imaju specifične karakteristike u određenim područjima; primjerice, žene su sposobne za rađanje djece, dok muškarci nisu. Tjelesne razlike također pridonose razlikama u snazi i mišićnoj masi, gdje su muškarci obično snažniji. Često se smatra da su biološke razlike odgovorne za razlike u ponašanju žena i muškaraca te za različite uloge koje obavljaju u društvu. Stoller dodaje kako je rod koncept koji ima psihološke i kulturne implikacije. Termin "muški" i "ženski" su odgovarajući termini za rod, a oni se mogu potpuno neovisno odnositi prema (biološkom) spolu (Haralambos i Holborn 2002:128). Drugim riječima, nečije ponašanje na "ženski" ili "muški" način nije predefinirano po spolu. Ne postoji nužnost da žene budu isključivo nježne i brižne, niti da muškarci budu isključivo jaki, agresivni i natjecateljski nastrojeni.

Sociolozi poput Ann Oakley (1972), kako navode Haralambos i Holborn (2012), proširuju ovu analizu tvrdnjom da društvene uloge žena, kao što su kućanica i majka, nisu isključivo rezultat biološkog spola, već se mogu definirati kao propisane društvene uloge. Stoller i Oakley navode kako upravo kultura nekog društva određuje svojstveno ponašanje spolova. Stavovi se naravno razlikuju, ali mnogi sociolozi, posebno oni feministički usmjereni, podržavaju ovaj pogled. Rasprostranjeno društveno shvaćanje je da je "prirodno" da muškarci i žene pokazuju različito ponašanje, što je stajalište koje podržava niz sociologa i psihologa (Haralambos i Holborn, 2002). Britanski sociolog Giddens (2007) također naglašava važnost razlikovanja između spola i roda. Spol definira fiziološke i anatomske razlike koje određuju ženska i muška tijela, dok rod obuhvaća psihološke, kulturološke i društvene razlike. Rod je društveno konstruiran na osnovu pojmova muškosti i ženskosti, jer razlike među spolovima nisu isključivo biološke.

Ljudi uče ponašanje za koje se od njih očekuje da usvoje kao muškarci ili žene unutar svog društvenog okruženja. Ovo ponašanje ne izvire iz unaprijed određenih prirodnih karakteristika. Bez obzira na potencijalne biološke razlike između muškaraca i žena, najveći utjecaj na oblikovanje njihovog ponašanja dolazi od kulture društva u kojem žive. Iako biološke tendencije mogu sugerirati različite obrasce ponašanja među spolovima, društveni faktori imaju moć nadvladati te tendencije, tvrde Haralambos i Holborn (2002). Drugim riječima, **rodne**

uloge predstavljaju očekivanja i norme koja su povezana s ponašanjem muškaraca i žena unutar određenog društva (kulturnog okruženja). Društvo određuje kakvo ponašanje se očekuje od muškaraca i žena. S promjenama u društvu, mijenjaju se i rodne uloge. Da bismo bolje razumjeli rodne razlike u društvu, važno je proučiti proces rodne socijalizacije kako bismo prepoznali razliku između biološkog spola i društvenog roda - "rođenjem imamo spol, a rod se razvija" (Giddens, 2007 prema Gregurić 2018). Kroz proces socijalizacije, dijete usvaja specifične društvene norme, vrijednosti i obrasce ponašanja koji se smatraju prikladnima za njihov spol, što rezultira stvaranjem društveno konstruirane kategorije roda (Popović, 2011:31).

6. ALKOHOL I ROD

Jedna od rodni razlika u ljudskom društvenom ponašanju izražava se kroz rodne razlike u konzumaciji alkohola. U europskoj povijesti, kao i u tradicijama mnogih drugih predindustrijskih društava, primjećuju se različita razdoblja u kojima se te rodne razlike mijenjaju ili ostaju postojane. Tri razloga koje Wilsnack, Wilsnack i Obot (2005 prema Bušić 2022:8) navode pružaju bolje razumijevanje konzumacije alkohola i njenih posljedica, potičući dublje razmatranje društvenih i kulturalnih utjecaja na rodne razlike između žena i muškaraca. Prvi razlog ističe veću vjerojatnost da će muškarci konzumirati alkohol u većim količinama, što može rezultirati većim problemima. Drugi značajan faktor je kulturološko određenje nekih rodno specifičnih razlika. Kroz konzumaciju alkohola i njenih učinaka, društva su oblikovala, simbolizirala i regulirala rodne uloge. Treći aspekt naglašava kako netočne pretpostavke o muškoj i ženskoj konzumaciji alkohola mogu imati nepovoljan utjecaj na društveni način identifikacije i kontrole problema uzrokovanih alkoholom. Na primjer, ako društvo podržava muškarce koji se opijaju jer se smatra da time manifestiraju svoju muževnost, tretirajući alkohol kao normalan ili prihvatljiv izraz njihove muškosti, može doći do minimiziranja problema izazvanih alkoholom. Suprotno spomenutom, problemi žena mogu biti zanemareni ili umanjeni zbog pretpostavke da one manje konzumiraju alkohol. Međutim, kada se ženska pretjerana konzumacija alkohola prepozna kao zloupotreba ili ovisnost, društvena reakcija može prijeći iz ravnodušnosti u osudu, što može rezultirati primjenom različitih sankcija i kazni kako bi se takvo ponašanje ispravilo ili suzbilo. Dublje razumijevanje rodno uvjetovanih stereotipa vezanih uz konzumaciju alkohola ključno je kako bi se smanjili negativni utjecaji tih stereotipa na tretman i prevenciju problema uzrokovanih alkoholom (Bušić 2022:9).

Različita su se istraživanja trudila pronaći društveno-strukturalna i kulturološka objašnjenja za velike međukulturne varijacije u opsegu rodni razlika u obrascima konzumacije alkohola. Četiri su kategorije potencijalnih sociokulturnih razloga za očuvanje razlika u obrascima pijenja između muškaraca i žena bile predložene: seksualno ponašanje, preuzimanje rizika, moć i odgovornost. Kad se govori o seksualnom ponašanju, muškarci i žene mogu imati motivaciju za konzumaciju alkohola ako očekuju da će im alkohol poboljšati seksualnu izvedbu i užitak, ili im na neki način omogućiti lakše uključivanje u seksualnu aktivnost. Takva očekivanja mogu imati snažniji utjecaj na muškarce nego na žene, iako je ova usporedba napravljena temeljem američkih studenata. Strah od toga da će alkohol potaknuti žene na veću seksualnu aktivnost, smanjiti njihovu selektivnost ili povećati otvorenost, doveo je do razvoja

politika usmjerenih na suzbijanje ili smanjenje konzumacije alkohola među ženama, kao i pojačavanje društvenog osuđivanja kako bi se reguliralo seksualno ponašanje. Osim spomenutog, strah od rizika ili ranjivosti prema muškoj seksualnoj agresiji može motivirati neke žene da ograniče svoju konzumaciju alkohola. Drugi kategorijski pristup sugerira da muškarci konzumiraju više alkohola jer su generalno skloniji preuzimanju rizika od žena. Rodne razlike u sklonosti i motiviranosti prema riziku mogu imati različite izvore, kao što su želja za izražavanjem muškosti umjesto ženstvenosti, ili češće viđenje rizika kao uzbudljivog među muškarcima u usporedbi sa ženama. Konkretno, konzumiranje alkohola, osobito u značajnijim količinama, može ne samo predstavljati oblik preuzimanja rizika, već i kemijski olakšati muškarcima da se upuste u druge rizične aktivnosti koje bi žene, s druge strane, rijetko prihvatile. Ova sklonost preuzimanju rizika često je izražena u kasnoj adolescenciji i ranoj odrasloj dobi, prije nego što muškarci preuzmu uloge supružnika i roditelja, ili među muškarcima čija muškost može biti ugrožena u drugim aspektima njihovog života. Često formulirane hipoteze koje nastoje objasniti rodne razlike u konzumaciji alkohola sugeriraju da konzumacija alkohola pojačava percepciju muške nadmoći nad ženama. Konzumacija alkohola simbolizira moć. Muška dominacija i muškost manifestiraju se kroz pijenje u društvu drugih muškaraca te sposobnost konzumiranja većih količina alkohola bez konkretno vidljivih posljedica. Suvremene promjene u obrascima pijenja, posebno povećanje konzumacije alkohola kod žena, ponekad se interpretiraju kao sposobnost žena da preuzmu tradicionalno muške uloge. No, činjenica je da ovakvo objašnjenje nije bilo dovoljno za žene da započnu konzumaciju alkohola na način na koji to čine muškarci. Nadalje, alkohol može povećati osjećaj moći nad drugima, olakšavajući određeno agresivno ponašanje, pri čemu se ovakva dinamika često jasnije manifestira kod muškaraca nego kod žena. Četvrti teorijski pristup istražuje kako konzumacija alkohola može različito utjecati na društvene obveze muškaraca i žena. S jedne strane, postoji veća vjerojatnost da će muškarci piti kako bi od sebe maknuli određene odgovornosti poput onih u kućanstvu ili možda iskazali otpornost prema spomenutim obavezama. Suprotno, veće društvene obveze (posebno u kućanstvu i briga o djeci) mogu ograničiti žensko pijenje alkohola. Razlog tome može biti to što bi konzumiranje moglo narušiti žensku ulogu ili moguća činjenica da su žene, koje obavljaju više uloga, pod strožim društvenim nadzorom. Važno je napomenuti da ova dinamika varira ovisno o kulturi i obrascima konzumiranja alkohola, te se njezini učinci mogu suzbiti posljedicama koje proizlaze iz kombinacije obiteljskih i radnih uloga koje žene obnašaju (Wilsnack, Wilsnack i Obot, 2005 prema Bušić 2022:9-10).

Kroz desetljeća, tradicionalni pogledi i kulturna očekivanja nametali su umjerenost u pijenju ženama, rezervirajući alkohol za posebne prilike, što je donekle štitilo žene od prekomjernog opijanja s jedne strane, dok ih je s druge strane ograničavalo ili otežavalo put prema liječenju mogućeg alkoholizma. U patrijarhalnim društvima, muškarcima se toleriralo pijenje i opijanje, dok se ženama nije pružala podrška ni za konzumaciju alkohola ni za njegovo zloupotrebljavanje (Labaš 2016 prema Bušić 2022:10).

Kad govorimo o konzumaciji alkohola možemo zaključiti kako pojam roda preuzima bitniju ulogu, tj. prednost u odnosu na spol. Oba pojma mogu implicirati neki odnos prema konzumaciji alkohola, razlike u načinima konzumacije alkohola između muškaraca i žena više su posljedica društveno-kulturnih utjecaja nego bioloških čimbenika. Dakle, manja ili veća konzumacija alkohola kod muškaraca i žena u suvremenim društvima nije inherentna biološka karakteristika, nego je oblikovana specifičnim kulturnim obrascima, vrijednostima i normama koje definiraju pristupe konzumaciji alkohola i kod žena i kod muškaraca. Na globalnoj je razini provedeno puno istraživanja s fokusom na rodnu uvjetovanost konzumacije alkohola, ali to nije slučaj u Republici Hrvatskoj. Wilsnack i njihovi suradnici (2000. prema Brezovec, 2021.) su proveli međunarodno istraživanje u deset zemalja kako bi istražili povezanost između roda i konzumacije alkohola. Ispitali su razlike u tipičnom i pretjeranom konzumiranju alkohola, apstinenciju, jutarnje pijenje te probleme unutar obitelji koje je moguće povezati uz alkohol. Rezultati istraživanja su pokazali da, unatoč većem uključivanju žena, društveni i kulturni obrasci te vrijednosti i norme povezane s konzumacijom alkohola nisu značajno promijenjeni. Potvrđeno je da i dalje postoje statistički prepoznatljive razlike na temelju roda i to svim kategorijama koje su se istraživale. Konzumacija alkohola kod žena se događa, ali opća percepcija te konzumacije unutar njihovog okruženja bitno se razlikuje u usporedbi s muškarcima. Pijenje i opijanje i dalje zadržava svoje asocijacije s muškom kulturom i slobodom. Ove razlike u percepciji muškog i ženskog pijenja daju prostor latentnim dimenzijama konzumacije alkohola koje mogu povećati stupanj dominantnosti kod muškaraca s jedne strane, ili težiti prema slobodi i emancipaciji kod žena s druge strane.

Iako i danas postoji takozvani "mačoizam" u konzumaciji alkohola prisutan je u manje izraženom obliku. Kada govorimo o pojmu mačoizma i povezanosti s alkoholom možemo spomenuti istraživanja koja provode Lemle i Mashkind (1989. prema Brezovec 2021:45). Oni povezuju mačoizam s vožnjom u alkoholiziranom stanju kao način izražavanja muškosti i hrabrosti. Suprotno navedenom, razina konzumacije alkohola može biti povezana s određenom razinom emancipacije žena, gdje učestalija i veća konzumacija simbolizira neovisnost i slobodu

od kulturnih normi koje više pogoduju muškarcima kad gledamo na konzumaciju alkohola. Rezultati istraživanja koje su provodili Bloomfield i sur. (2006) pokazali su statistički bitne razlike u navikama i načinima konzumacije alkohola na temelju roda. Kod muškaraca nije primijećena statistički značajna razlika u intenzitetu konzumacije u odnosu na razinu obrazovanja, dok se kod žena takva razlika pojavila. Žene s višim stupnjem obrazovanja češće konzumiraju veće količine alkohola u usporedbi sa ženama s nižim stupnjem obrazovanja (Brezovec 2021:46).

7. KULTURA PIJENJA

Kultura pijenja obuhvaća norme, vrijednosti i navike povezane s konzumacijom alkohola te se stoga smatra ključnim konceptom za razumijevanje etiologije alkohola i alkoholizma. Ovaj pojam sagledava kulturu u najširem smislu, kao temeljni okvir koji pojedinac koristi za organizaciju svog svakodnevnog života. Kultura, u ovom kontekstu, označava proces oblikovanja čovjeka u društveno prihvatljivo biće. Kroz ovu perspektivu, konzumacija alkohola postaje odraz procesa socijalizacije svakog pojedinca. Važno je naglasiti da ovaj proces oblikovanja stavova prema alkoholu nije uniforman, već se sastoji od raznolikih obrazaca koji često suprotstavljaju jedan drugome. Drugim riječima, kultura pijenja ovisi o situacijama i načinima na koje pojedinac reagira na njih te je duboko utemeljena u habitusu⁶ svakog pojedinca u okviru specifičnog društvenog konteksta (Brezovec 2022:220-221). Kroz habitus percipiramo i prosuđujemo naše preferencije te na temelju toga djelujemo u socijalnom prostoru (Maštruko, 2017: 274)

U različitim literaturama su predstavljene raznovrsne tipologije kulturnog stava prema konzumaciji alkohola, ali u kontekstu Europe je vjerojatno najčešće korištena i podjela na "vlažna" (wet) i "suha" (dry) društva. Kulture koje se svrstavaju u vlažni tip obilježene su slabom tradicijom umjerenosti, povećanom konzumacijom, niskom razinom apstinencije, čestim pretjeranim opijanjem, kao i značajnim problemima uzrokovanim kroničnim opijanjem, dok je razina trovanja alkoholom niska. S druge strane, tradicionalne suhe kulture odlikuju se snažnom tradicijom umjerenosti, nižim volumenom pijenja, visokom stopom apstinencije, rijetkošću opijanja, niskom razinom problema vezanih uz kronično opijanje te visokom stopom trovanja alkoholom. Vlažne zemlje predstavljaju mediteranske zemlje, a suhima se mogu nazvati nordijske zemlje. Tradicionalno je gledajući bilo poznato da sjeverne zemlje prije biraju žestoka pića, a mediteranske vino, ali u skladu s ostalim promjenama u današnje vrijeme došlo je do javljanja novijih preferencija prema vrsti alkohola. Na temelju prije spomenutih rezultata GENACIS⁷ istraživanja uvedena su tri bitna elementa kulture pijenja. Prvi element je uključenost u konzumaciju alkohola u smislu učestalosti pijenja, drugi se odnosi na općenitu

⁶ Za Bourdieua, habitus je simbolički strukturiran set dispozicija koji pojedinca, kroz običajne norme, okreće prema institucionalnim pravilima. To je mjesto borbe između institucijskih pravila i izuma novih praksi, ali i mjesto ideološke interpelacije i time poprište dominacije kroz pounutrenje hegemonijskih normi (Protrka 2006:943 dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/18503>)

⁷ Gender, Alcohol and Culture: An International Study

količinu koja se konzumira u određenoj situaciji i zadnji element kulture pijenja su razlike u izboru alkoholnih pića tj. koliko se često pojavljuje neki određeni alkohol. Rezultati istraživanja nagađaju da muškarci između 40 i 250 % više nego žene. Varijablom dobi vidljivo je da se povezanost konzumacije alkohola i dobi pojedinca razlikuje između muškaraca i žena u različitim regijama i društvima. U sjevernijim se zemljama nije vidjela značajnija razlika, ali u drugim zemljama je uočeno povećanje konzumacije alkohola sa starenjem. Spomenuto možemo objasniti vrstom kulture pijenja. Zemlje „mokrog“ pijenja zadržavaju starije obrasce konzumacije alkohola gdje stariji piju više u odnosu na mlade (Mäkelä i sur., 2006).

8. CILJ ISTRAŽIVANJA

Osnovni cilj ovog diplomskog rada je istražiti iskustva i značenje roda pri definiranju pristupa konzumaciji alkohola. Ovaj se rad ne osvrće na negativne posljedice koje konzumacija alkohola može imati na um i tijelo ljudi, već se na njega gleda kao na društvenu činjenicu. Ovim se istraživanjem konzumaciji alkohola pristupa kao svojevrsnom ritualiziranom društvenom fenomenu prožetom značenjem koji uspostavlja određene oblike društvene solidarnosti. Sociologija i sociološka istraživanja alkohola doprinose razumijevanju ukorijenjenosti konzumacije alkohola u svakodnevni život te načina na koji se rade potencijalne razlike kod konzumacije alkohola od strane osoba muškog i ženskog roda. Dakle, alkohol je sveprisutni fenomen koji okružuje brojna okupljanja i slavlja pa se ovim radom nastoji napraviti uvid u promišljanja stanovnika Međimurja o povezanosti konzumacije alkohola i roda. **Zanima nas kako ljudi gledaju na sam čin konzumacije alkohola i na koji način (ako uopće) ono doprinosi stvaranju određenog identiteta kod muškaraca i kod žena.**

9. METODA I PODACI

U ovom istraživanju provodilo se kvalitativno fenomenološko istraživanje s ciljem opisivanja značenja i povezanosti roda te konzumacije alkohola kod stanovnika Međimurske županije. Istraživačka metoda je bila fenomenološka tehnika dubinskog intervjua s prigodnim tipom uzorkovanja. Provodilo se dvanaest dubinskih intervjua muško/ženskih ispitanika mlađe (18-30 godina), srednje (30-50 godina) i starije (50- 70 godina) životne dobi. Osim razlike u životnoj dobi, odabrao se jednak broj muških i ženskih sudionika u svakoj dobnoj kategoriji kako bi se fenomenu pristupilo što je bolje moguće. Od navedenih dvanaest pojedinaca, prva su četiri (jedan iz svake predviđene starosne grupe) bila birana namjerno putem elektronske pošte ili telefonskog poziva kojim su biti zamoljeni za sudjelovanje. Odabrani pojedinci su nakon toga sami predložili druge potencijalne sudionike koji bi bili voljni podijeliti svoje stavove i iskustva kroz intervju.

Predložak za intervju (dodan u privitak rada) sastojao se od tri dijela. Prvi dio je kraći i odnosio se na prikupljanje demografskih podataka sudionika istraživanja. U dugom se dijelu osvrnulo na opće poglede ispitanika na temu alkohola kao svakodnevno prisutne činjenice u Međimurskoj županiji. Pitanjima je bio cilj utvrditi kakvu ulogu alkohol ima u životima ispitanika te kako/ako smatraju da utječe na njih i njihovu okolinu. Treći dio intervjua temeljio se na utvrđivanju, tj. dobivanju uvida u način razmišljanja sudionika o potencijalnim rodnim razlikama kod konzumacije. Zanimalo nas je kako ljudi različitog spola i različitih dobnih skupina gledaju na muško/žensku konzumaciju i pristup alkoholu. Nastojalo se prikupiti i razumjeti iskustva i tumačenja ispitanika bez prethodnih pretpostavki o odgovorima.

Svim su sudionicima, prije provođenja intervjua, biti objašnjeni glavni ciljevi istraživanja te im je bilo omogućeno postavljanje pitanja vezanih uz istraživanje i osiguranje vlastite anonimnosti. Sudionicima je, kroz informirani pristanak, bio predstavljen način zaštite njihovih podataka i osobnog identiteta. Osim detaljnog objašnjenja ciljeva, naglasilo se da je svaki intervju sniman (audio) i da u svakom trenutku imaju mogućnost odustajanja od sudjelovanja bez ikakvih posljedica. Osim tehničkih opaski, svim se sudionicima dalo do znanja da ovom istraživanju nije cilj znati nečije navike konzumacije alkohola već samo vidjeti značenja koja pridaju rodu kao faktoru pri definiranju pristupa konzumaciji alkohola.

10. REZULTATI

	<i>SPOL</i>	<i>DOB</i>	<i>OBRAZOVANJE</i>	<i>MJESTO</i>
<i>Ispitanik A</i>	ž	18	završena srednja škola	selo
<i>ispitanik B</i>	ž	23	student	selo
<i>ispitanik C</i>	m	24	student	grad
<i>ispitanik D</i>	m	25	student	grad
<i>ispitanik E</i>	m	31	završen fakultet	grad
<i>ispitanik F</i>	ž	35	završen fakultet	selo
<i>ispitanik G</i>	ž	38	završen fakultet	selo
<i>ispitanik H</i>	m	48	završena srednja škola	selo
<i>ispitanik I</i>	ž	50	završena srednja škola	selo
<i>ispitanik J</i>	m	54	završen fakultet	selo
<i>ispitanik K</i>	ž	62	završen fakultet	grad
<i>ispitanik L</i>	m	68	završena srednja škola	grad

Tablica 1. Prikaz sudionika u intervjuu na temelju prikupljenih demografskih podataka

Intervjui su bili provođeni kroz srpanj i kolovoz 2023. godine i trajali su između 20 i 30 minuta (ovisno o sudionicima). Svi intervjui su provođeni uživo i nakon završetka su svim sudionicima bila zadana kodna imena zbog očuvanja identiteta. Nitko nije odustao od sudjelovanja u intervjuu i svi su dali odgovor na svako postavljeno pitanje.

Prvi set je prikupio podatke demografske prirode, a drugi set pitanja davao je uvid u svakodnevno iskustvo i viđenje alkohola kao društvene činjenice. Treći set pitanja bio je konkretno o rodnim dimenzijama konzumacije alkohola, tj. cilj je bio dobiti uvid u razmišljanja sudionika o potencijalnim razlikama između muškaraca i žena kada se govori o konzumaciji alkohola. Sudionici su odgovore davali s međimurskim narječjem pa sam ih zbog autentičnosti takvima i ostavila.

10.1. ALKOHOL U SVAKODNEVNOM ŽIVOTU

Intervju je započeo s namjerom da se utvrdi ukoliko sudionici konzumiraju alkohol. Za istraživanje nije bilo relevantno koliko netko od sudionika konzumira alkohol, nego samo ako konzumira i u kojim prilikama. Svi su odgovorili potvrdno i naveli da se alkohol uglavnom konzumira na feštama i okupljanjima, najviše dok su okruženi drugim ljudima. Zanimljivo je bilo zapažanje kako nijedna od sudionica nije navela kako voli popiti u sama dok M48 navodi kako mu *gemišt ili piva pašu bilo kad i bilo gdje*.

Konzumiram i to zato što mi se sviđa okus čašice vina ili pokoje pive u određenim situacijama. Najčešće prilikom nekih slavlja i izlazaka, fešti takoreći. (Ž23)

Da, konzumiram, najviše u druženjima s prijateljima i rodbinom jer imam veliku obitelj v kojoj većina članova voli malo popiti, no ponekad i malo više. (M31)

Konzumiram, prigodno, za vikende i rođendane.... (Ž38)

Da, konzumiran, dok je društvo, sama ne... (Ž62)

Nakon utvrđivanja prigoda konzumiranja alkohola utvrđen je razlog povremenog pijenja na što je većina sudionika odgovorila da piju jer ih to opušta i jer im je ukusno ili pak ponovno spominju kako konzumiraju alkohol kad se druže s prijateljima.

A zašto... uhhh... Mislim da je najlakše reći jer opusti ljude i pokrene zabavu. Nije onak must have, ali definitivno pomaže smanjiti tenzije na druženju. (Ž18)

Kao jedan od razloga konzumacije alkohola navelo se i gašenje žeđi za što generalno nije predviđen alkohol. Sudionici (Ž50 i M48) su jasno naveli da konzumiraju alkohol umjesto vode kad su žedni i da postoji puno situacija u kojima im alkohol odgovara više od bezalkoholnih opcija pića.

Kad i zakaj si spijem? Za opuštanje. U stresnim, radosnim i tužnim prigodama haha. Isto tako i zbog žeđi. (Ž50)

Za odžejati se, to najviše. Ali ovak možda za opuštanje i na druženjima i slavljinama (M48)

Pošto postoje razne prigode na kojima se konzumira alkohol, od običnih druženja do slavlja, rođendana i brojnih posebnih prigoda, Ž35 smatra da je stvorena određena *navika*

pijenja u Međimurju. Navodi da zna kako alkohol nije potreban za druženje i zabavu, no isto tako napominje da cipele nisu potrebne za hodanje, ali to ne znači da ne pomažu“. Jedan od sudionika spomenuo je i povremenu konzumaciju žestokog pića ujutro za dezinfekciju, kak bi moj deda reko (M24).

Iako se konzumacija alkohola spominje u mnogim prigodama, nekolicina sudionika napominje kako alkohol ne znači ništa u njihovom svakodnevnom životu jer ne piju svaki dan, ali pridaju alkoholu bitnu značajku kad se povezuje sa slavljima i zabavama.

Za svakodnevni život mi ne znači niš preveć jer ga ne pijem baš saki dan. Ali dok mi neko reče riječ „alkohol“ me odma asocira na zabavu, druženje, partijanje i frende. (Ž18)

Zanimljivo je kako svi sudionici starijih od 30 godina konzumaciju alkohola povezuje upravo s opuštanjem dok nijedan od mlađih sudionika ne spominje da ih opušta (Ž18 spominje da opušta druge ljude) nego isključivo povezuju alkohol uz prijatelje i okupljanja.

Za svakodnevni život mi ne znači puno jer ga ne konzumiram svakodnevno, više ga povezujem s izlascima, društvom i dobrim provodom vikendom nakon napornog tjedna. (Ž23)

Pa ne predstavlja nešto bez čega ne bih mogao živjeti, ali ga rado konzumiram. (M24)

Volim, cijenim, u njima uživam i poštujem alkoholna pića kao takva zbog kulturološkog značaja za naše vinorodno područje, vrlo su mi zanimljivi i procesi kojima se alkoholna pića dobivaju, tehnologija i znanstvena pozadina samih procesa koji se odvijaju tijekom proizvodnje... (M25)

Pa mislim da ima alkohol malo veću ulogu v mojemu životu nek bi volio priznati, al to jer ne gledam na to kak nekaj loše ako je u granicama normale. Dok si spijem se lakše opustim i bolje sam volje. (M31)

Za odžejati se, to najviše. Ali ovak možda za opuštanje i na druženjima i slavljima. (M48)

Nekak se je lakše opustiti... M(68)

Jedanaest od dvanaest sudionika reklo je da okolina u kojoj žive generalno ne gleda loše na konzumaciju alkohola, ali uvijek postoje ljudi koji osuđuju određeno ponašanje, posebice ako je u pitanju velika količina konzumiranog alkohola. U ovom se slučaju događa da mlađi ispitanici bez ikakve sumnje smatraju kako nitko ne gleda loše na povremenu konzumaciju, dok stariji nisu sigurni u tolikoj mjeri. Odgovori ženskih sudionica su jednaki odgovorima muških sudionika i napominju kako je konzumacija alkohola prihvaćena ukoliko je u granicama normale. Često se spominje konzumacija previše velike količine alkohola, ali nitko od sudionika nije dao konkretnu definiciju „pretjeranog pijenja“. Ž23 napominje kako *mi svi Međimurci radi spijemo*.

Mislim da ak pak idemo na primjer nekšeg druženja, v mojoj okolini je puno normalnije poslužiti alkohol nego slučajno ga ne imati. Čak bi mogla reći da je i v selu najnormalnije i piti svakodnevno bez osuđivanja. Dok su to normalne količine i ne dojde do pretjerivanja nije nešt protiv čega bi se ljudi bunili. (Ž18)

Trenutno sam v takšaj letaj de sam okružena samo z mladom populacijom koja fala Bogu voli popiti. Tak da oni nemaju nikaj protiv alkohola, a i općenito si mi svi Međimurci radi spijemo. (Ž23)

Pa moja okolina ima natjecanje u kojem ta osoba koja na dan fešte bude najviše pijana bude pobjednik večeri. Tko skupi najviše pobjeda tokom godine, ukupni je pobjednik te za to dobije medalju. Stoga mogu reći da moja okolina smatra alkohol iskrom za dobru zabavu. (M25)

Tu de ja živim je alkohol prisutan sveposud i svaki dan. Mislim ka ne prejde dan de mi neko negde ne ponudi nekaj alkoholnoga za piti. Normalno da ima onih koji osuđuju opijanje pa čak i dok si spijem sam kakšu kupicu, ali mislim ka je općenito alkohol dobro prihvaćeni v krugovima v kojima se ja krećem. (M31)

V Međimurju mislim da je ljudima više-manje svejedno ko pije, a ko ne. Mislim neko bude i dalje okrenul glavu i komentiral, ali mislim da većina ljudi ne vidi nikakav problem v konzumaciji alkohola (Ž50)

Okolina uvijek gleda dvije strane, ako se popije previše onda te osuđuju, ali ako popiješ premalo onda se ti smiju. Na velike količine konzumiranog alkohola se ne može gledati pozitivno. (M54)

Kad su sudionici govorili o dobrim i poželjnim stranama alkohola navodili su razloge poput veselja, podizanja samopouzdanja, lakšeg ulaženja u komunikaciju s drugim ljudima.

Na zabavama je sto puta lakše zbližiti se s nekim ako je u miksu alkohol. Normalno ne pretjerivanje jer to onda vodi do neugodnosti, ali v umjerenim količinama pomaže već nek odmaže. (Ž18)

Da. Ako postoji nervoza, npr. ako je prvi spoj ili se netko teže opušta u društvu jer je sramežljiv, zašto ne popiti pokoje piće za opuštanje. (Ž23)

Kod M31 vidimo drugačiji motiv konzumacije alkohola nego što je bilo prije navedeno. On spominje konzumaciju alkohola kako bi se lakše pristupilo djevojkama koje su ga zanimale. Kod njega se javlja očekivanje kako će mu alkohol omogućiti potencijalno stupanje u seksualnu aktivnost.

Dosta novih ljudi sam upoznao dok sam si malo spil. Mislim neje da ne znam komunicirati trezan, al malo alkohola pomogne. Isto tak se zmislim dok smo van hodali. Ak mi se kakša cura dopadala je bilo puno lakše dojt do nje ak sam već imal kakšu pivu v sebi. (M31)

Naravno, za ljude koji nisu komunikativni, te se teško opuste u stranom društvu, alkohol im pomaže za lakšu komunikaciju. (M24)

Sudionik M48 smatra kako su samo djeca i starije žene članovi društva koji ne konzumiraju alkoholna pića. Alkohol može povećati osjećaj nadmoći nad drugima što se češće manifestira kod muškaraca jer se konzumacija alkohola tradicionalno može smatrati odrazom muškosti i muške dominacije nad ženama.

Tu pre nama nega fešte bez pijaće. Retko ko si ne spije, samo djeca i stariše ženske su na soku ili vodi. Većina nas je veseljakov dok si spijemo, bojša je fešta dok je alkohol blizu. (M48)

No kad je pitanje bilo preusmjereno na problematične strane konzumacije alkohola, svih trinaest sudionika imalo je jednaki odgovor. Konzumacija je problematična dok se pretvori u pretjerano i dnevno pijenje koje u znatnom broju slučajeva rezultira nasiljem i agresivnim ponašanjem. Nitko od sudionika ne spominje konkretno muško/ženske razlike u problematičnoj konzumaciji alkohola, ali spominju agresiju koju nakon dodatno postavljenog pitanja povezuju s muškarcima. Muškarci su generalno skloniji preuzimanju rizika od žena. Alkohol omogućava izražavanje muškosti i olakšava upuštanje u opasne situacije koje često rezultiraju agresijom.

Kak i puno ostalih stvari, v neumjerenim količinama, ekstremitetima dolazi do problema. Alkohol u umjerenim količinama zbližava ljude, ali nakon čaše preveć more fest pogoršati stvari. Muški koji preveć spijeju mogu biti nasilni ili agresivni, neugodni i problematični i osobe kojima nije poželjno biti u blizini. (Ž18)

Naravno da može. Mislim da problem kreće kad se netko sam počinje napijavati, u smislu svaki dan nakon posla sam doma u stanu ili u kafiću ili bilo gdje. Plus konzumacija može biti problematična kad se previše popije na nekim feštama npr. jer može doći i do svađa i do nerealnih problema. (Ž23)

Pa to baš na feštama ako neko spije preveć more biti neugodan ili dok se pijenje prejde v alkoholizam. Mislim i ja spijem preveć bi se moglo reći, ali morem bez alkohola, znam postati. Problem je dok neko ne zna de je granica ajmo reći normalnoga. Jedno je spiti si pivo dok dojdem z posla, a drugo je nit se ne trezniti i sam dale piti. (M48)

Ako je alkohola previše onda se ide u krajnosti, neko je sretan i veseli, a neko agresivan. Zato je toliko tučnjava na feštama (Ž50)

V dosta primjera postane problem dok prejde v previše – čega je previše nije ni s kruhom dobro (Ž62)

Popularan odgovor na pitanje kad je alkohol dozvoljeno konzumirati, a kad ne je bio da se ne smije piti ukoliko se vozi. Od 6 sudionika koji su spomenuli vožnju, njih petero je isto tako reklo da sami krše to pravilo. Jedino je najstariji sudionik istraživanja rekao da nikad ne konzumira alkohol ukoliko zna da će kasnije voziti (*bitno mi je da ostanem trezan dok se ide*

doma s fešte autom (M68)). Kroz odgovore na pitanje o dozvoli konzumiranja alkohola i muškarci i žene preuzimaju rizik tako što voze pod utjecajem alkohola. Ne dolazi do izraza razlika na temelju roda i mislim da je to svojstveno Međimurju u kojem je transport i njegova mogućnost u svako doba dana izrazito bitna.

Nemam rad citati crne kronike v novinama de je velik broj slučajeva tragedija upravo zbog alkohola takda mislim ka bi se definitivno moralo više paziti ka se ne pije dok se vozi. Sam ka to nažalost tu pre nama v Međimurju ne funkcionira baš. Većina ljudi si spiye i onda vozi, čak misliju ka voziju bolje. (M31)

A to je malo trik pitanje, svi pijemo i vozimo (Ž35)

Osim možda ako sam baš daleko ili u Sloveniji nebu pila i vozila, a tu doma da. (Ž38)

Pa nije baš dobro voziti i piti, ali nisam ja kriva kaj se krši ovo pravilo. Moram doći z jednoga mjesta na drugo. (Ž50)

Zabranjeno je piti i voziti, ali živimo u malom selu pa nemamo taxi. (M54)

10.2. RAZLIKE U KONZUMACIJI ALKOHOLA

Konkretno osvrtnje na razlike u konzumaciji alkohola kod muškaraca i žena ukazuje da razlike postoje i to upravo u povezivanju pijenja mačoizmom i iskazivanjem muške nadmoći nad ženama. Više je prihvaćeno da muškarci piju više i kontinuiranije dok se žene više kontroliraju kad je u pitanju konzumacija alkohola. Iako su prije odgovori ukazivali na zaključak da okolina ne gleda negativno na prisutnost alkohola, sad kad je uvedena kategorija roda, rezultati su drugačiji. Javljaju se dupli standardi gdje je muškarcima lakše konzumirati alkohol nego ženama. Ženske uloge u društvu ne poklapaju se s konzumacijom alkohola, tj. njezine društvene obaveze ograničavaju mogućnost slobodne konzumacije alkohola pa tako Ž18 navodi: *ne znam dal bi moja okolina gledala žensku osobu normalno ako bi došla v kafić i naručila pivu, sama, za opuštanje. Dok gledano z druge strane, apsolutno je normalno da to muški napravi. Uuu, je, mislim da je i količina koju osoba može popiti isto jako popraćena. Ak nekši muški spiye 7 pivi je prava muškarčina i dobro se drži, dok je za ženu već to smatrano pretjerivanjem i navlačenjem.*

Tu kod nas v Međimurju, a i mislim da v celi Hrvatski većinama bole pijeju muški nego žene. Druga stvar kaj bi rekla je da muški moreju količinski više spiti. A tretja stvar je kaj živimo v takšemu kraju de su ljudi još dosta konzervativni pa je bole prihvaćeno ako muški sedi v krčmi i pije jer ženski se to ne šika. (Ž23)

Vjerujem da postoji statistička razlika u broju osoba ovisnih o alkoholu na temelju spola, pri čemu po mom mišljenju prevladavaju muškarci. Nadalje, uspoređujući sa muškarcima, vjerujem kako su žene u više slučajeva te koje će lakše kontrolirati unos alkohola primjerice na društvenim događajima i zabavama. (M25)

Postoje, mislim da muškarci više spijeju, no ustvari bar oko mene ljudi s kojima se družim mislim ka muški pijemo već. (M31)

Muški više delaju pa si i već spijeju, zmućeni se rad odžejam. (M48)

Sve sudionice su rekle da smatraju kako muškarci piju više, dok su se kod muških sudionika odgovori malo razlikovali. Mlađi sudionici složili su se s prevladavanjem muškog pijenja u odnosu na žene, dok su dva najstarija muška sudionika dala nešto drugačiji odgovor:

Svi konzumiraju s čaša ili flaša. Mislim da to nema veze s muškarcima i ženama nego ovisi o individui, rod i spol nemaju s tim nikakve veze. (M54)

Nekad su žene pile malo, muškarci su bili oni koji su uvijek ispraznili čaše, danas žene piju više i javnije. (M68)

Kao razlog zašto muškarci piju više navela se tradicija i kultura, način odrastanja s uvriježenim normama i vrijednostima koje su žene stavljale u drugi plan naspram muškaraca kojima je bilo dozvoljeno puno više. Uz žene se povezuje uloga domaćice i majke, a muškarac je taj koji fizički više radi i popije.

Jer je više normalizirano. Žena koja bi došla pit u kafić bi dobila prreviše komentara i kritika od muškaraca koji rade isto. Žene općenito više dobivaju kritike od muškaraca pa dolazi do komentara i kad dolazi do teme alkohola.... (Ž18)

Pa mislim da tu ima dosta stvari koje bi bilo moguće nabrojiti. Jedna stvar je možda to jer se doma muškarci ne moraju toliko brigati oko kuće, djece itd. kao na primjer žene. Oni nakon posla odu v krčmu i pijeju dok žena nakon posla još mora doma kuhati, pospremati i djecu paziti. Druga stvar bi rekla da je puno muškaraca samaca i onda nemaju kam drugam nego v krčmu. Dosta muških nema prijatelje kao što imaju ženske koje se pojadaju jedna drugoj, pa onda odu v krčmu i ubijaju tugu i samoću u alkoholu. (Ž23)

Mislim da zbog toga jer je u povijesti muškarac imao više autoriteta i smio ga je ranije konzumirati. I tako je ostalo do danas, da muškarci više piju. (M25)

Jedan od razloga leži u društvenim dogmama prema kojima je na neki način uvriježeno kako se ženama ne doliči toliko uživati u alkoholu i na to se gleda kao nešto nepoželjno, osobno vjerujem kak su te dogme zastarjele i suvisle. (M25)

Nekako je to kroz povijest postalo normalno, muškarci mogu piti svaki dan bez problema. (Ž38)

Opće je prihvaćeno da muški piju više. Postoji društvena norma da su žene doma, ali to mislim kod oženjenih, a ne kod mladih –kod mladih čak djevojke piju više. (Ž62)

Dva najstarija muška sudionika su jedini koji nisu direktno izrekli da smatraju kako muškarci piju više od žena nego su naveli razloge koji bi mogli u neku ruku opravdati spomenutu statistiku:

Statistički izgleda kao da muškarci piju više jer su za najviše nasilja prijavljeni muškarci u alkoholiziranom stanju, a isto tako je i više vozača muškaraca pa je tako i više nesreća nego kod žena. (M54)

Ne piju nužno više, nego velik broj njih ima vinograde u Međimurju pa ako dođu do vikendice odmah troje susjeda dođe s gemištom. (M68)

Na pitanje o reakcijama na viđenje pijane žene, odgovori su bili veoma slični. Napominje se ili da nije lijepo vidjeti nikoga previše pijanog ili kako se žensko pijenje

normaliziralo u Međimurju. Opet se napominje i osuđuje prekomjerno pijančevanje oba roda. Iako je konzumiranje alkohola od strane muškaraca tolerirano više nego pijenje žena, pretjerano konzumiranje se osuđuje bez obzira na rodnu pripadnost.

Mislim da je u Međimurju žena koja može popit, a da se ne napije ko stoka, cijenjena hahaha. Mislim da je ljudima simpatično kad je takva situacija i takva žena jer generalno većina žena nije pa ako žena bez problema popije pivu, zabavi se, opusti se sve na pristojan način, mislim da je to u Međimurju sasvim u redu. (Ž23)

Pa ne gledaju je previše drugačije. Moja iskustva su da i žena i muškarac mogu podjednako popiti. (M24)

Znal sam čuti vise puta komentare kao: „vidi kak joj ne paše to ka se opija“ i nekaj tome slično, ali ako se ne pretjera ne vidim nikaj problematično v tome ka si žene spijeju. Cak sam prvi v redu ka im natočim novu čašu. (M31)

Manje ženski pije i možda su ljudi manje naučeni videti ih pijane pa je onda bole čudno. Nekak je odnavek bilo ka muški pijeju, a žene ne. Jee, neje lepo videti pijanu ženu, ali niti muškoga koji se ubi v alkoholu neje. (M48)

Kako tko, ne znam kako ljudi gledaju na mene, ja ne mogu nikome suditi ako i sama pijem. Problem je jedino kad netko zanemari određene funkcije koje mora imati, bez obzira na muško ili žensko. (Ž50)

Ne uvijek svi, ali mislim da se žensko pijenje normaliziralo u Međimurju. (M54)

Prema sudionicima intervjua, razlozi zbog kojih ljudi piju mogu biti različiti, ali prevladava odgovor koji implementira da je muškarca prirodnije vidjeti kako pije nego ženu. Dvije sudionice i jedan sudionik smatraju da žene više piju u sigurnosti vlastitog doma, udaljene od očiju javnosti: *ne izgleda lijepo ako dođem u kafić i naručim pivo (Ž62)*. U odgovorima na ovo pitanje jasno je vidljiva moć rodnih uloga koje žene obnašaju. Muškarcima je dopušteno slobodnije i bezbrižnije ponašanje. Naravno to ne znači da se razlozi konzumiranja alkohola fundamentalno razlikuju, nego govori o tome kako se situacije u kojima se pije prezentiraju

drugačije za muškarce i drugačije za žene. Na slično pitanje *zašto žene konzumiraju alkohol* svi odgovori su bili jednaki – opuštanje, utjeha i druženje.

Umm, čula sam da je i biološki predodređeno da muškarci mogu više popiti, ali to definitivno nije jedini faktor. Sama povijest odnosa muškarca i žene je stvorilo razlike koje se vide i kod konzumacije alkohola. Postoje i dalje predrasude da bi žene morale biti doma i ponašati se „damski“ dok muškarci mogu raditi što žele. S tim razmišljanjima se stvaraju i razlike. (Ž18)

Najvažniji razlog bi bio što se još uvijek smatra da ženama nije mjesto u kavanama. (M24)

Potreba da se ženske osobe same sebe prikažu kao pristojne i dolične, s ciljem stvaranja što bolje slike o sebi. Smatram da su to gluposti i da bi svatko trebao uživati u alkoholu do mjere do koje želi on sam, a ne do mjere koja bi odgovarala zahtjevima društva i slike osobe kakvom se želite prikazati. Također, vjerujem kako je, u usporedbi sa muškom populacijom, većem broju žena alkohol manje ukusan, stoga ga i manje konzumiraju. (M25)

Pa možda nekše uloge (pokazuje navodnike dok govori riječ uloge) koje imamo svi. Oduvijek sam vidio muške u svojoj obitelji kak sediju za stolom i pijeju dok su žene z djecom ili u kuhinji. Mislim to je bilo nekad. Sad je drugačije, sam je pitanje koliko se toga od nekad preneslo na današnje vrijeme. Ovisi od osobe do osobe, ali možda žene nisu toliko slobodne piti koliko su muškarci. (M31)

Isti su razlozi i motivi zakaj ljudi pijeju, ali muškarcima je to puno više dopušteno, moreju bilo kad i bilo gdje. (Ž50)

Svi piju da pobjegnu od problem. no ajd. muški pijeju kad odu od doma, a žene dok su same doma. (M54)

Prema niže navedenim odgovorima je moguće vidjeti kako mlađi sudionici ne rade razliku kad vide pijanog muškarca i kad vide pijanu ženu, a kako odgovor daju sve stariji sudionici tako je moguće vidjeti razilaženje stavova i diferenciranje između konzumacije

alkohola na temelju rodne dimenzije. Značajan faktor upravo kod konzumacije alkohola je kulturološko određenje rodno specifičnih razlika. Obrasci i vrijednosti koje se zadržavaju kroz povijest oblikuju način razmišljanja starije populacije. U današnje vrijeme je zbog modernizacije načina razmišljanja puno lakše razbiti stereotipe i predrasude utemeljenje na rodnim ulogama.

Ako je netko malo ili malo jače pijan, al zabavan opušten, dal muško dal žensko, sve pet, fino, top, ne vidim problem. (Ž23)

Meni je svejedno, pomoći ću i muškarcu i ženi ako su tak pijani da ne znaju za sebe. (M24)

Žene ipak smatram nježnijim spolom haha pa me možda malo zaboli vidjeti pijanu ženu, ali mislim baš ono mortus pijanu. Ak vidim ka je neka žena popila malo više i ka se zabavlja nemam nikakav problem stim, ali ako je prešlo svaku mjeru onda mislim ka joj se trebalo pomoći. Dok se muški napije sam bu se i streznil sam haha. (M31)

Muškarce se hvali za nešto za što se ženu kudi. Kad muškarac popije puno je kul, a žena je problem. (Ž38)

Na pijanog muškarca gledam tolerantnije jer sam tako naučena, smešno mi je vidjeti muškarce pijane, dok je ženu koja je pijana vidjeti neobično. (Ž62)

Na pitanje o postojanju razlike i podjele pića na muška i ženska, dobiveno je najviše različitih odgovora, ali oni koji razliku navode kao stvarnu smatraju da su slađa pića za žene, a jača žestoka pića za muškarce (M24, M31, M48, M68), dok se ostali ne slažu ili osobno ne misle tako, ali vide da je situacija u društvu sklona pravljenju spomenute razlike. Žene se smatra nježnijim spolom što se može zaključiti po klasifikaciji pića, ali i po činjenici da se smatra kako pijanoj ženi treba pomoći, a pijanom muškarcu ne.

Ženama su određeni likeri i slabija pića – zašto? jer su im muški tako odredili. Žene su podređene. Mislim da to postoji kod nas u Međimurju, ali u svijetu više ne. (Ž50)

Mislim da više nema, žene isto uživaju u gemištima. (Ž35)

Ne znam, ne bas onak strogo definirano jer poznam žene koje piju jakšu pijaću od mene, ali isto tak znam da neke žene više voliju slatka pića dok muški ona malo bole jaka. Mislim da žene ne delaju razliku između muške i ženske pijaće nego možda su muškarci ti koji neka pića kak npr. likere smatraju ženskom pijaćom (navodnici). (M31)

Za kraj intervjua se nastojalo zaokružiti cijelu temu i potaknuti ispitanike na razmišljanje, tj. usporedbu nekadašnje konzumiranja alkohola u opreci s današnjom. Pitanje je glasil: „Vidite li promjenu u trendovima konzumacije alkohola nekad i danas?“ – Svi su sudionici spomenuli da žene u današnje vrijeme piju više nego nekad, javnije i slobodnije. Naglašavaju finansijsku neovisnost kao jedan od razloga te napredak društva u smjeru ravnopravnosti rodova. Opuštenije se pristupa konzumaciji alkohola tako što se ženu generalno biše ne osuđuje za konzumaciju alkohola.

Po pričama, možda su nekad žene manje konzumirale alkohol nego mi danas, tipa bake. Smatram kako se u generaciji naših roditelja to već mijenjalo i mislim da su žene i muškarci pili podjednako ili barem prilično slično, a kod nas danas nema puno razlike. (Ž23)

Moja mama nikad nije pila, dok si tata voli popiti. Zmislim se dok sam mali bil i pomagat tatiju u vinogradu pa su mu došli pajdaši na gumišt. U vinogradu ne uvijek pilo, smešno bi bilo da se neje haha. Mislim da je taj dio ostal i danas. Druženja po vikendicama se i dalje događaju. Jedina razlika je kaj to nisu samo muška društva nego se i žene pridružuju i spijeju. Takda je, vidi se promjena, žene u današnje vrijeme definitivno pijeju više, tj. ne, više žena pije jer je postalo čistam normalno. (M31)

Žene više piju nego nekad, ravnopravnije su i neovisnije. (Ž35)

Nekad su žene bile doma i nisu imale vlastit novac, sad je drugačije. (Ž50)

11. RASPRAVA

Konzumacija alkohola je, prema predviđanjima, prisutna kod svih sudionika istraživanja što djelomično vežemo uz metodu izbora uzorka (metoda snježne grude), ali i mjesto na kojem se istraživanje provodilo. Međimurska je županija vinorodni kraj što posljedično stvara društveni kontekst u kojem je konzumacija alkohola u potpunosti normalizirana. Alkohol se više ne konzumira samo dok se ukaže prilika za to, nego više skoro ne postoji situacija u kojoj određeno alkoholno piće nije na stolu. Prema prije navedenim odgovorima možemo vidjeti kako je pijenje prešlo u naviku stanovnika i koristi kao medij za opuštanje i odmor. Alkohol je prisutan na svim slavljinama i okupljanjima, ali i u privatnosti doma. Možda kao način za gašenje žeđi, a isto tako i kao „nagrada“ nakon obavljenog posla. Svi sudionici jasno vuku granicu kad govore o pretjeranoj konzumaciji i problemima koje donosi, ali i dalje krše pravila koja zabranjuju vožnju u alkoholiziranom stanju (39% sudionika od ukupnog broja i 83% od onih koji su spomenuli da se ne smije voziti nakon konzumiranja alkohola).

Istraživanja koja su se provodila kroz nekoliko desetljeća s temom rodno obilježenih stavova i načina ponašanja između partnera ukazuju na to da je došlo vrijeme propitkivanja tradicionalnih normi, obrazaca ponašanja i tipičnih rodnih uloga. Ulaskom na tržište rada, žene prividno razbijaju okove tradicionalnih uloga koje su se vezale uz njim (briga za obitelj, domaćinstvo). U stvarnosti one nisu slobodnije nego moraju balansirati nove poslovne i stare obiteljske uloge (Bartolac i sur. 2011:177-178). Tang i Tang (2001) navode kako su korijeni toliko društveno utemeljeni i rodne uloge žena toliko internalizirane da one i dalje osjećaju potrebu i dužnost skrbiti o obitelji i kućanstvu bez obzira na njihov uspjeh na poslovnoj sceni. Ovakav način razmišljanja možemo nazvati prelaznim i on predstavlja stav između tradicije i egalitarnosti (Hochschild 1989., prema Šikić-Mićanović, 2001.). Kod žene se može javiti konflikt kad ona nastoji zadovoljiti i poslovne i obiteljske potrebe, preuzimajući na sebe neophodnu odgovornost za pravilno funkcioniranje i kuće i obitelji (Coltrane, 2000). U današnje se vrijeme od žena očekuje da zadovoljavaju i pravilno provode sve vrste uloga koje su na njima. Došli smo u vrijeme gdje se naglašava sve ravnopravniji odnos muškaraca i žena, ali takva je ravnopravnost u nekim slučajevima i dalje samo prividna ili samo djelomično realizirana (Aronson i sur., 2005.). Spomenuto možemo uočiti i u provedenom istraživanju na kojem se temelji ovaj rad. Žene koje piju su i dalje djelomično stigmatizirane i na njihovo se potencijalno opijanje gleda kao na sramotno i neprilično ponašanje u većoj mjeri nego je to

slučaj kod muškaraca. Muškarci se U Međimurju generalno više bave poslovima izvan kuće i obitelji što im daje više slobode i vremena za rekreativnu konzumaciju alkohola.

Unatoč i dalje prisutnim i ograničavajućim rodnim ulogama, kod mlađih generacija (osobito onih koji nemaju svoje supružnike i djecu) moglo bi se naslutiti da u Međimurju vlada svojevrsni matrijarhat, barem do neke mjere, u odnosu na druga društva. Konzumacija alkohola kod mlađih žena je u velikom broju slučajeva prihvaćena i u potpunosti normalizirana. Unatoč životu na selu, mlađe se generacije odmiču od ukorijenjenih obrazaca razmišljanja starijih ljudi po pitanju rodne stigmatizacije i diskriminacije kod konzumacije alkohola. Smanjenje restriktivnog ponašanja i djelovanja pojedinaca prema ženama koje piju rezultiralo je porastom broja žena koje povremeno konzumiraju alkohol. Raspodjela rodni uloga nije nestala i dalje se održava pa se tu javlja potreba za daljnjim istraživanjima koja bi analizirala odnos koji mlade žene imaju prema ulogama koje se od njih kroz život očekuju.

Zapažanje vrijedno spomena koje se manifestiralo kroz provedeno istraživanje je razlika u stavovima i razmišljanjima između mlađih i starijih generacija. Varijabla dobi se često koristi u analizama konzumacije alkohola. Primjer istraživanja takvog tipa je studija koju su proveli Mooney i suradnici na Sveučilištu u Washingtonu 1987. godine. U istraživanju su sudjelovali studenti u dobi od 16 do 45 godina. Rezultati istraživanja ukazuju na značajnost varijable dobi u analizi intenziteta konzumacije alkohola, no značajnost ovisi o spolu ispitanika. Točnije rečeno, analiza rezultata ukazuje na statistički značajnu negativnu vezu između dobi i konzumacije alkohola kod žena, dok ista veza nije statistički značajna kod muškaraca. (Mooney i sur., 1987 prema Brezovec 2021:48). Drugim riječima, starije žene konzumiraju manje alkohola u usporedbi s mlađim ženama, dok takva veza ne postoji kod muškaraca. Stariji su sudionici istraživanja skeptičnije gledali na konzumaciju alkohola kod žena, dok mlađi nisu radili distinkcije na temelju muško/ženskog pijenja – iako nisu zanemarivali društveni kontekst u kojem žive i u kojem je opće prisutno određeno mišljenje temeljeno na godinama čuvanja starih obrazaca ponašanja. Osim liberalnijeg pogleda na rodnu uvjetovanost konzumaciju alkohola, mlađi sudionici konzumiraju alkohol kao odraz njihove društvenosti i zbog potencijale interakcije s drugim ljudima. Za starije je druženje bio manje važan faktor, više se naglašavalo opuštanje uz umjereno konzumiranje alkohola.

12. ZAKLJUČAK

Glavni cilj ovog istraživanja je bilo dobiti uvid kako ljudi gledaju na sam čin konzumacije alkohola i na koji način (ako uopće) ona doprinosi stvaranju određenog identiteta kod muškaraca i kod žena. Možemo zaključiti da alkohol predstavlja važan dio identiteta ljudi u Međimurju upravo zbog svoje duboke ukorijenjenosti u tradiciju i kulturu društva. Alkohol je društvena činjenica s različitim funkcijama koje se temelje na situacijama u kojima se pojedinci nalaze. Drugim riječima, konzumacija alkohola je neodvojiva od društvenog konteksta. Upotreba alkohola događa se unutar društvenih interakcija i podliježe normativnim i vrijednosnim ograničenjima koja variraju ovisno o društvenom okruženju.

Alkohol je sveprisutni fenomen koji okružuje brojna okupljanja i slavlja pa se ovim radom nastojao napraviti uvid u promišljanja stanovnika Međimurja o povezanosti konzumacije alkohola i roda, Rod predstavlja jednu od varijabli u analizi konzumacije alkohola, ali nije presudan i sveobuhvatan. Stajališta o rodnoj uvjetovanosti razlikuju se na temelju dobi i spola sudionika. Mlađi sudionici istraživanja otvorenijeg su stava pristupili iznošenju svojih mišljenja od onih iz starijih generacija. Mladi uviđaju nejednakosti koje i dalje postoje u konzumaciji alkohola na temelju rodne uvjetovanosti, ali smatraju da osobno ne pridonose jačanju tih obrazaca razmišljanja. Vođeni dugom kulturom i tradicijom, stariji se teže odvajaju od povezivanja roda i konzumacije alkohola. Ženske su rodne uloge i u današnje vrijeme prisutne, tj. čak i proširene. žene su od uloge majke i kućanice preuzele i poslovne uloge van svog doma.. Činjenica da su financijski neovisne o muškarcima im omogućava potencijalno slobodniju konzumaciju alkohola, ali pijenje je kod muškaraca i dalje češća pojava. Razlog tome je smanjena odgovornost muškaraca upravo kod preuzimanja društvenih uloga. Međimurje je županija koja obiluje alkoholom i njegovom proizvodnjom pa se sukladno s razvojem društva normalizira i žensko sudjelovanje u kulturi pijenja, ali možemo zaključiti kako je konzumacija alkohola i dalje rodno uvjetovana, ali s pomakom prema naprijed.

13. LITERATURA

Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2005). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Mate.

dostupno na:

https://www.academia.edu/44451900/E_Aronson_T_D_Wilson_R_M_Akert_Socijalna_psihologija

Atkinson A.M., Meadows B.R., Emslie C., Lyons A, Sumnall H.R. (2022.) *'Pretty in Pink' and 'Girl Power': An analysis of the targeting and representation of women in alcohol brand marketing on Facebook and Instagram*; International Journal of Drug Policy 101; 1-12;

dostupno na: <https://movendi.ngo/wp-content/uploads/2021/12/1-s2.0-S0955395921004655-main.pdf>

Bartolac, A., Kamenov, Ž., Petrak, O. (2011) *Rodne razlike u obiteljskim ulogama, zadovoljstvu i doživljaju pravednosti s obzirom na tradicionalnost stava* – izvorni znanstveni rad; Rev. soc. polit., god. 18, br. 2, str. 175-194, Zagreb 2011. dostupno na:

<https://hrcak.srce.hr/file/105679>

Bušić, M. (2022) *Rodni aspekti konzumacije alkohola* – završni rad; Fakultet hrvatskih studija, Sveučilište u Zagrebu dostupno na:

[file:///C:/Users/User/Downloads/rodni_aspekti_konzumacije_alkohola_busic_1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/rodni_aspekti_konzumacije_alkohola_busic_1%20(1).pdf)

Bulajić M. (2023) *Marketing alkohola i alkoholizam mladih*; MEDIX, GOD. 16 BR. 89/90; osvrt, dostupno na: <https://www.medix.hr/marketing-alkohola-i-alkoholizam-mladih>

Bukovčan, T. (2008) *Želimir Bašić: VODA ŽIVOTA: POVIJEST PROIZVODNJE ALKOHOLNIH PIĆA*; Etnol. trib. 31, Vol. 38, 2008., str. 173-200, dostupno na:

<https://hrcak.srce.hr/file/57780>

Brezovec, E. (2022) *Sociology of Alcohol Consumption – In Search of a Theory*. Revija za sociologiju | Croatian Sociological Review 52 (2022), 2: 213–237; dostupno na:

<https://hrcak.srce.hr/284064>

Brezovec, E. (2021). *Dimenzije društvene uključenosti i isključenosti konzumacije alkohola u Krapinsko-zagorskoj županiji* (Disertacija). dostupno na:

<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:845681>

Coltrane, S. (2000). *Research on household la-bour: Modelling and measuring the social embeddedness of routine family work*; Journal of Marriage & Family, 62(4), 1208-1233
dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1741-3737.2000.01208.x>

Haralambos, M. i Holborn, M. (2002). *Sociologija: Teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing

Hasanagić J. (2012): *Spol, rod, rodne uloge, spolni identitet i seksualna orijentacija*; Čitanka LGBT ljudskih prava, 2. dopunjeno izdanje, Sarajevski otvoreni centar/Fondacija Heinrich Böll, 42-46. dostupno na
https://ba.boell.org/sites/default/files/citanka_lgbt_ljudskih_prava.pdf

Heršak, E., Adžija, M. (2013). *SVETA PIĆA - od medovine do čaja*. Zagreb: TIM Press

Hudolin, V. (1986.) *Ovisnost mladih o alkoholu*, Bogoslovska smotra; VOL. 56 No. 3-4,
dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/54530>

Gregurić, M. (2018): *Spol i rod, diplomski rad* – Kineziološki fakultet, Sveučilište u zagrebu
dostupno na:
<https://repozitorij.kif.unizg.hr/islandora/object/kif%3A674/datastream/PDF/view>

Mäkelä, P., Gmel, G., Grittner, U., Kuendig, H., Kuntsche, S., Bloomfield, K., & Room, R. (2006) *Drinking patterns and their gender differences in Europe*; Alcohol and Alcoholism, 41(1), 18-118.

Maštruko, Nina (2017) *Distinktivni ukus u modnom polju*; Tvrdja, br. 1–2, 2017. dostupno na:
https://bib.irb.hr/datoteka/974832.ZBORNIK_PDF_Teorija_i_kultura_mode.pdf

Nikolić M. (2021.) *Marketing alkoholnih pića i cigareta kao štetnih proizvoda*; završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 18-23, dostupno na:
[file:///C:/Users/User/Downloads/marketing_alkoholnih_pica_i_cigareta_kao_stetnih_proizvoda_maja_nikolic_1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/marketing_alkoholnih_pica_i_cigareta_kao_stetnih_proizvoda_maja_nikolic_1%20(1).pdf)

Pojmovnik rodne terminologije, prema standardima Europske unije (2007); Biblioteka ONA; Ured za ravnopravnost spolova Vlade RH: *Rod* (72) dostupno na:
https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/preuzimanje/bibliotekaona/Publikacija_Pmvnik%20rodne%20terminologije%20prema%20standardima%20Europske%20unije.pdf

Popović M. (2011). *Feminizam, rod i kontruiranje rodnog identiteta*; Sociološka luča V/2.
Dostupno na

<http://www.socioloskaluca.ac.me/PDF16/Popovic,%20M.,%20Feminizam,%20rod%20i%20konstituisanje%20rodnog%20identiteta.pdf>

Protrka, M (2006) *Tijelo –habitus-hexis: Pierre Bourdieu i mogućnost intervencije u strukturi polja*, izvorni članak, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, FILOZOFSKA ISTRAŽIVANJA 104 God. 26 (2006) Sv. 4 (941–951) dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/18503>

Rupčić D. (2018) *Značenje pojma rod i njegova primjena u hrvatskom pravnom poretku*, Crkva u svijetu, Vol. 53 No. 2, izvorni znanstveni članak (169-194), dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/300169>

Šikić-Mićanović, L. (2001). *Some conceptualisations and meanings of domestic labour*; Društvena istraživanja, 10(4-5),731-766 dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/31316>

Tang, T. N., Tang, C. S. (2001). *Gender role internalization, multiple roles and Chinese women's mental health*; Psychology of Women Quarterly, 25(3), 181-196.

Ustav Republike Hrvatske: članak 3., pročišćeni tekst dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>

West, & Zimmerman, D. (1987) *Doing Gender*. Gender and Society 1(2): 125 51 dostupno na: https://www.gla.ac.uk/0t4/crcees/files/summerschool/readings/WestZimmerman_1987_DoingGender.pdf

World Health Organisation: *Gender and health* dostupno na: https://www.who.int/healthtopics/gender#tab=tab_1

PRILOG RADU

VODIČ- dubinski intervju

„Rodne dimenzije konzumacije alkohola u Međimurskoj županiji“

datum, vrijeme, mjesto intervjuiranja _____

šifra sudionika _____

Poštovani, zahvaljujem Vam na odvajanju vremenu kako bi sudjelovali u ovom intervjuu. Ja sam Karin Kralj i studentica sam diplomskog studija sociologije na Fakultetu hrvatskih studija. Provodim istraživanje u svrhu dobivanja uvida i razmišljanja rodni dimenzija konzumacije alkohola na području Međimurske županije, ali i pisanja diplomskog rada.

Uvod: rješavanje pitanja informiranog pristanka. Uručiti formular i snimiti njegov/njezin pristanak.

I. Općenita pitanja o sudionicima intervjua

1. Kojeg ste spola?
2. Koliko imate godina (dob sudionika u navršenim godinama)?
3. U kojem dijelu Međimurske županije dolazite? (selo ili grad?)
4. Koja je vaša razina obrazovanja?

II. Svakodnevno iskustvo i viđenje alkohola kao društvene činjenice

1. Konzumirate li alkohol – u kojim prilikama i zašto? Ukoliko je odgovor ne, zašto ne?
2. Što alkohol znači za Vaš svakodnevni život? S čime ga povezujete?
3. Kako vaša okolina gleda na prisutnost alkohola i njegovu konzumaciju?
4. Postoje li, prema vašem mišljenju, situacije u kojima je konzumacija alkohola poželjna jer omogućava stvaranje bliskosti među ljudima?
5. Koja je društvena funkcija konzumacije alkohola po Vama? Kakva su Vaša iskustva?
6. Što mislite, zašto se alkohol veže uz zabave i fešte?
7. Može li konzumacija alkohola biti problematična? Kada i zašto tako mislite?
8. Kada je alkohol dozvoljeno konzumirati, a kada nije? Kakva su Vaša iskustva?

III. Rodne dimenzije konzumacije alkohola

1. Postoje li razlike u konzumaciji alkohola kod muškaraca i žena? Koje su?
2. Zašto alkohol više piju muškarci?
3. Kako u Međimurju ljudi gledaju na ženu koja pije? Kakva su Vaša iskustva?
4. Koji bi po Vama bili razlozi razlika u konzumaciji kod muškaraca i žena?
5. Zašto žene piju alkohol?
6. Kako gledate na pijanog muškarca, a kako na pijanu ženu?
7. Postoje li i koja su muška, a koja ženska pića? Zašto?
8. Vidite li promjenu u trendovima konzumacije alkohola nekad i danas? (prema pričama roditelja, baka, djedova - ukoliko se radi o mlađim sudionicima)

Kraj intervjua:

1. Imate li kakvih pitanja za mene?

Zahvaljujem Vam za sudjelovanje u istraživanju. Ukoliko vas zanimaju rezultati istraživanja nakon finalizacije diplomskog rada možete me kontaktirati na broj 0995040065 ili e-mail adresu kvakkvak65@gmail.com