

Vilniaus universiteto
Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedra

Reda Žilionytė

Tarptautinės komunikacijos magistro studijų programos studentė

**PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ KOMUNIKACIJA: TARPTAUTINĖS
TENDENCIJOS IR PRAKTIKA LIETUVOJE**

Magistro darbas

Vadovas doc. dr. Vilija Gudonienė

Vilnius, 2010

Bakalauro / Magistro darbo lydraštis

<i>Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
<p style="text-align: center;">_____ Reda Žilionytė _____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)</p> <p>_____ Priklausomybės ligų komunikacija: tarptautinės tendencijos ir praktika Lietuvoje _____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)</p> <p>_____ Communication of Addictions Prevention and Treatment: International Tendencies and Lithuanian Practice _____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)</p>	
<p>Patvirtinu, kad bakalauro / magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</p> <p style="text-align: right;">_____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<p>Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</p> <p style="text-align: right;">_____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<i>Pildo bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
<p>Bakalauro / magistro baigiamąjį darbą ginti _____ leidžiu _____ (įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)</p> <p>_____ (data) _____ (bakalauro / magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
<p>Bakalauro / magistro baigiamasis darbas įregistruotas</p> <p>_____ (instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)</p> <p>_____ 2010 05 04 _____ (data) (instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)</p>	
<i>Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas</i>	
<p>Recenzentu skiriu _____ (recenzento vardas, pavardė)</p> <p>_____ (data) _____ (instituto/ katedros vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo recenzentas</i>	
<p>Darbą recenzuoti gavau. _____ (data) _____ (recenzento parašas)</p>	

Reda Žilionytė

Ži 44 Priklausomybės ligų komunikacija: tarptautinės tendencijos ir praktika Lietuvoje: magistro darbas / Reda Žilionytė ; mokslinis vadovas doc. dr. Vilija Gudonienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2010. – 101, [2] lap. : lent. – Mašindr. – Santr. angl. – Bibliogr.: lap. 64-67 (45 pavad.),

UDK indeksas 316.772: 613.8 (043.3)

Reikšminiai žodžiai: sveikatos komunikacija, priklausomybės ligos, alkoholizmo prevencija, visuomenės informavimo kampanijos, internetiniai tinklalapiai, kultūriniai skirtumai.

Magistro **darbo objektas** – priklausomybės ligų komunikacija. **Darbo tikslas** – išnagrinėti priklausomybės ligų komunikacijos specifiką ir jos realizavimo ypatybes skirtingose šalyse. **Uždaviniai:** aptarti sveikatos komunikacijos specifiką; nustatyti priklausomybės ligų komunikacijos problematiką; išnagrinėti komunikacijos organizavimo priklausomybės ligų atveju principus; ištirti priklausomybės ligų komunikacijos specifiką, nustatyti tarptautines tendencijas ir realizavimo principus Lietuvoje.

Išanalizavus mokslinę literatūrą ir tyrimus komunikacijos srityje, taikant analogijos, kontent analizės ir dokumentų analizės metodus priklausomybės ligų komunikacijos analizėje analizėje, prieita prie išvados, kad vis svarbesniu veiksniumi mažinant susirinkimą priklausomybės ligomis tampa sveikatos komunikacija.

Analizuojant sveikatos komunikacijos tyrimus, pastebėta netiesioginio žiniasklaidos poveikio reikšmė. Įsigilinus į įvairių pasaulio šalių priklausomybės ligų komunikacijos ypatybes, nustatyti reikšmingi jos organizavimo ir įgyvendinimo principai. Naudojant kontent analizės metodą, atliktas kiekybinis ir kokybinis tyrimas. Jo metu buvo atrinkti ir tiriami Lietuvos ir Jungtinių Amerikos Valstijų internetiniai tinklalapiai alkoholizmo tematika. Analizuojant ir apibendrinant surinktą medžiagą, pastebėta, kad šių šalių priklausomybės ligų komunikacija yra skirtingai įgyvendinama ir kad tai labiausiai siejasi su skirtingomis kultūrinėmis dimensijomis. Prieita prie išvados, kad Lietuvoje priklausomybės ligų komunikacija vykdoma daug abstraktesniu lygmeniu negu Jungtinėse Amerikos Valstijose. Remiantis atlikta analize, magistro darbe pateikti šeši pasiūlymai, kaip patobulinti Lietuvoje vykdomą priklausomybės ligų komunikaciją.

Darbas gali būti naudingas tarpkultūrinės komunikacijos specialistams, studentams, įstaigoms, dirbančioms priklausomybės ligų prevencijos srityje ir kitiems teoretikams bei praktikams, nes jame numatoma galimybė darbą plėtoti, į analizę įtraukiant daugiau skirtingų valstybių. Be to, atsižvelgiant į tyrimo rezultatus ir išvadas, numatoma tyrimo metu nustatytų problemų gilesnė analizė.

TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. SVEIKATOS KOMUNIKACIJOS SPECIFIKA.....	8
1.1. Sveikatos komunikacijos samprata	8
1.2. Sveikatos komunikacijos kontekstai	11
2. PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ KOMUNIKACIJOS PROBLEMATIKA.....	15
2.1. Priklausomybės ligų gydymo ištakos.....	15
2.2. Priklausomybės ligų ir jų komunikacijos specifika.....	16
2.2.1. Institucinė alkoholizmo prevencijos santvarka Lietuvoje	17
2.2.2. Alkoholizmo prevencijos priemonės.....	21
3. KOMUNIKACIJOS ORGANIZAVIMAS PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ ATVEJU.....	25
3.1. Kultūrinių skirtumų reikšmė, organizuojant prevencines priemones sergantiems priklausomybės ligomis	30
3.2. Komunikacijos reikšmė priklausomybės ligų prevencijos atveju	35
3.3. Priklausomybės ligų komunikacijos realizavimas: internetinių tinklalapių kūrimas	40
4. PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ KOMUNIKACIJOS SPECIFIKA SKIRTINGOSE ŠALYSE.....	42
4.1. Tyrimo metodologija.....	42
4.2. Tyrimo eiga ir duomenų analizė.....	44
4.3. Tyrimo išvados.....	59
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI.....	62
SUMMARY	64
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	65
PRIEDAI.....	69
1 PRIEDAS. TYRIMO KATEGORIJŲ MEDIS	69
2 PRIEDAS. INTERNETINIŲ TINKLALAPIŲ PAGAL JŲ KŪRĖJUS KATEGORIJŲ ANALIZĖ	77
3 PRIEDAS. KATEGORIJŲ PASISKIRSTYMAS TARP JAV IR LIETUVIŠKŲ TINKLALAPIŲ.....	97

ĮVADAS

Komunikacijos svarba tiek viešajame administravime, tiek privačiame sektoriuje auga. Valstybių politikoje yra sukurta institucinė sistema, kuri atsakinga už vienos iš svarbiausių žmogaus teisių – teisės būti sveikam ir darbingam – įgyvendinimą, formuojant sveikatos ir socialinę politiką, ją įgyvendinant ir prižiūrint. Ši sistema į savo veiklą turi įtraukti visus, kam ji skirta. Tačiau visuomenės tyrimai rodo, kad egzistuoja aukštas netolerancijos tam tikroms socialinėms grupėms lygis. Tarp problematiškiausių integracijos į visuomenę grupių yra priklausomybės ligomis sergančių žmonių grupė. Manoma, kad viena iš pagrindinių to priežasčių – netinkamai vykdoma priklausomybės ligų komunikacija.

Darbo aktualumas. Priklausomybės ligų komunikacija daro įtaką sveikatos apsaugos sferai, naujoms sąveikoms, vykstančiomis tarp visų tuo suinteresuotųjų: pagrindinių už sveikatos apsaugą atsakingų institucijų, sveikatos apsaugos specialistų, pacientų, šeimos narių, darbdavių, bendradarbių, švietimo įstaigų atstovų, kaimynų, specialistų, moksleivių, studentų, vairuotojų. Vienais komunikacijos kanalais pasiekiamas didesnis suinteresuotųjų skaičius, kitais – komunikacija vyksta tarp dviejų ar vieno asmens. Sutinkama, kad komunikacija negali pakeisti individo įpročių, tačiau turi nemažą netiesioginę įtaką, be to, taikoma su socialinių veiksnių ugdymo ir asmenybės formavimo metodais, gali pasiekti reikšmingų pokyčių. Tačiau nors priklausomybės ligų komunikacijos organizavimo principai yra panašūs visame pasaulyje, pastebimi reikšmingi jos įgyvendinimo skirtumai.

Darbo problema – priklausomybės ligų komunikacijos specifika ir jos realizavimo ypatybės skirtingose šalyse.

Darbo naujumas: priklausomybės ligų komunikacijos specifikos ir jos realizavimo ypatybių skirtingose šalyse analizė nebuvo atlikta. Todėl manoma, kad šis darbas gali būti naudingas: išsiaiškinus ir palyginus kultūrinius priklausomybės ligų komunikacijos skirtumus ir nustatčius jų specifiką, galima spręsti apie komunikacinių veiksnių tobulinimo ir pritaikymo galimybes Lietuvoje.

Magistro darbo tema mokslo darbų nėra, tačiau apie priklausomybės ligas, jų gydymą, komunikavimą, kultūrinės ypatybės rašo psichologas Stanton Peele. Jo darbuose vyrauja ne tik moksliniai ligos kilmės samprotavimai, bet ir pateikiami pastebėjimai, išvados iš bendravimo su asmenimis, turinčiais priklausomybę alkoholiui, narkotikams. Taip pat mokslininkas rašo apie savo patirtį, įgytą tyrinėjant įvairių kultūrų priklausomybes.

Darbe nagrinėjama **prielaida**, kad priklausomybės ligų komunikacijos specifika ir jos realizavimo ypatybės skiriasi priklausomai nuo šalies.

Darbo **objektas** – priklausomybės ligų komunikacija.

Darbo tikslas – išnagrinėti priklausomybės ligų komunikacijos specifiką ir jos realizavimo ypatybes skirtingose šalyse.

Uždaviniai:

1. Aptarti sveikatos komunikacijos specifiką;
2. Nustatyti priklausomybės ligų komunikacijos problematiką;
3. Išnagrinėti komunikacijos organizavimo priklausomybės ligų atveju principus;
4. Ištirti priklausomybės ligų komunikacijos specifiką, nustatyti tarptautines tendencijas ir realizavimo principus Lietuvoje.

Darbo **metodai**: nagrinėjamai temai atskleisti naudojama mokslinės literatūros ir tyrimų komunikacijos srityje statistikos apžvalga, analogija, kontent analizė, dokumentų analizė.

Pirmoje dalyje aptariama sveikatos komunikacija kaip viena iš komunikacijos sričių, įgaunanti vis didesnę svarbą. *Antroje* nagrinėjama priklausomybės ligų specifika, lyginant su kitomis ligomis. Nustatoma priklausomybės ligų komunikacijos specifika. *Trečioje* dalyje nagrinėjami priklausomybės ligų komunikacijos organizavimo principai. Aptariama tokio tipo komunikacijos skirtumai tarp skirtingų kultūrų. *Ketvirtoje* dalyje atliekamas priklausomybės ligų komunikacijos specifikos tyrimas ir nustatomi tarptautiniai skirtumai. Darbas pabaigiamas *išvadomis ir rekomendacijomis* apie priklausomybės ligų komunikacijos tobulinimo galimybes.

Manoma, kad magistro darbas turės **teorinę ir praktinę reikšmę**, nes jame numatoma galimybė darbą plėtoti, į analizę įtraukiant daugiau skirtingų valstybių. Be to, atsižvelgiant į tyrimo rezultatus ir išvadas, numatoma tyrimo metu nustatytų problemų gilesnė analizė. Darbas gali būti naudingas tarpkultūrinės komunikacijos specialistams, studentams, įstaigoms, dirbančioms priklausomybės ligų srityje.

1. SVEIKATOS KOMUNIKACIJOS SPECIFIKA

Perkopus dvidešimtąjį dešimtmetį, visuomenės **teisė į informaciją** tampa vis reikšmingesnė. Ji reguliuojama svarbiausiais šalių teisiniais aktais. Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnis teigia, kad „Žmogui neturi būti kliudoma ieškoti, gauti ir skleisti informaciją bei idėjas. Laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu, jei tai būtina apsaugoti žmogaus sveikatai, garbei ir orumui, privačiam gyvenimui, dorovei ar ginti konstitucinei santvarkai. Pilietytis turi teisę įstatymo nustatyta tvarka gauti valstybės įstaigų turimą informaciją apie jį.“ [19] **Informacija** laikoma pagrindiniu žinių visuomenės variklius. Komunikacijos reikalingumas yra akivaizdus įvairiose gyvenimo sferose. Medicinos mokslo tyrinėtojai nustatė, jog socialiai izoliuota populiacija pasižymi aukštesniais sergamumo rodikliais bei didesniu mirtingumu, todėl akivaizdu, jog komunikacija yra nepaprastai svarbi žmogaus gerovei. Žmogui būdingas identiškumo poreikis, o komunikacijos procese suvokiama, kas esama. [22] Todėl šiame skyriuje apžvelgiama nauja, tačiau vis didesnę reikšmę sveikatinimo veiklai įgaunanti komunikacinė sritis – sveikatos komunikacija ir aptariama su jos taikymu susijusi specifika.

1.1. Sveikatos komunikacijos samprata

Teisė gauti informaciją siejama su daugeliu visuomenės sričių: tai gali būti teisė gauti informaciją apie svarbius valstybei įvykius, priimtus teisės aktus ir kt. O pastaruoju metu vis didesnę svarbą įgauna teisė gauti sąžiningą ir visavertę informaciją apie sveikatą.

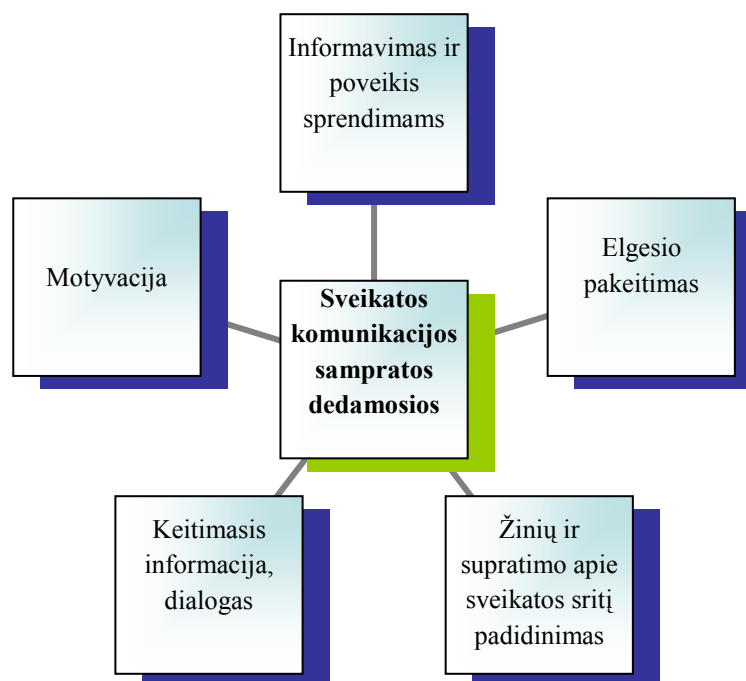
Pagrindinės sveikatos blogėjimo Rytų Europoje ypatybės bei priežastys skiriasi nuo Vakarų Europos ir gali būti apibendrintos kaip žmogaus, jo gyvenimo ir sveikatos nuvertinimas. Sveikata vis dar nėra vertybė ir tai liudija stebėtina Rytų Europos žmonių tolerancija rūkymui, alkoholiui, neracionaliai mitybai. <...>

1986 metais Otavoje įvykusioje Sveikatos stiprinimo konferencijoje buvo priimti sveikatos stiprinimo principai, dabar žinomi kaip Otavos chartija. Šiame dokumente teigiama, kad sveikatos stiprinimas turėtų tapti viena iš prioritetinių vyriausybių ir politikų veiklos kryptių. Būtina kurti ekologiškai švarią aplinką, svarbu į sveikatos stiprinimą įtraukti bendruomenę, medikams reikėtų tobulinti individualias sveikatos stiprinimo žinias ir įgūdžius, nuolat teikti pacientams informaciją, padėti suprasti sveikos gyvensenos principus ir išvengti ligų.

Europos Bendrija prioritetinėmis laiko šias sritis: alkoholio ir tabako kontrolę, AIDS ir kitų užkrečiamų ligų profilaktiką, sveikatos informaciją, sveikatos mokymą. Išvardytų tikslų galima siekti keliomis kryptimis. Tai visuomenės informavimas per žiniasklaidą, specialūs leidiniai, renginiai, kt. [23] Toks disponavimas informacija vadinama sveikatos komunikacija.

Sveikatos komunikacija - tai komunikacijos strategijų teorinė ir praktinė veikla, kuria siekiama informuoti ir paveikti individų ir visuomenės sprendimus, susijusius su sveikata. [26] Sveikatos komunikacijoje, kitaip negu kitose sferose, ypatingai pabrėžiama dvipusio ryšio svarba. Jis turi būtų visiems prieinamas ir kurti apibusių supratimo ir pritarimo supratimą tarp sveikatos komunikaciją vykdančių asmenų, institucijų ir tikslinių grupių. Taip pat sveikatos komunikacijoje svarbu pasirinkti tinkamą komunikacijos kanalą (pavyzdžiui, spauda, televizija, renginiai ir t.t.). Komunikacija nuo tada, kai žmonės pradėjo kalbėti, naudojama keistis informacija. Iš čia kyla ir pagrindinis sveikatos komunikacijos tikslas – keistis informacija, susijusia su sveikata. Išnagrinėjus įvairius sveikatos komunikacijos apibrėžimus, galima išskirti šias pagrindines sveikatos komunikacijos sąvokas dedamąsias (žr. 1 pav.):

1 paveikslas. Sveikatos komunikacijos sampratos dedamosios [35]



Informacija ir poveikis sprendimams laikomas svarbiausia sveikatos komunikacijos funkcija, nes naudojant informaciją, yra veikiamas žmonių supratimas. Kuo daugiau jos suteikiama, tuo daugiau alternatyvų turi tikslinė grupė ir gali lengviau priimti sprendimus.

Sveikatos komunikacijos dėka žmonės **motyvuojami** atkreipti dėmesį į aktualias temas, problemas. Tai gali būti prevencinės kampanijos, sveikatos priežiūros politika ir visa kt., kas gali juos paskatinti keisti elgesį.

Sveikatos komunikacija **siekia padidinti žmonių žinias ir supratimą apie sveikatos sritį**. Sveikatos komunikacijos specialistams svarbu pagerinti sveikatos srities įvaizdį visuomenėje. Supratimas ir žinios yra pagrindas greitesniam visuomenės vystymuisi.

Keitimas informacija, dialogas yra svarbus abipusiam ryšiui palaikyti, nustatyti žmonių poreikiams, patikrinti, kaip ir kiek jie supranta pateiktą informaciją. [35]

Dar vienas veiksnys, lemiantis sveikatos komunikacijos specifiškumą, yra **labai platus jos taikymas**. Tarkime, ji gali būti adresuota didelei auditorijai (pavyzdžiui, visoms moterims) arba labai specifinei (pavyzdžiui, juodaodėms 40 metų ir vyresnio amžiaus mažo miestelio moterims, kurios dažnai lankosi bažnyčioje, bet niekada neatliko mamogramos tyrimo). Taip pat sveikatos komunikacija gali būti paremta vienu intervencijos kintamuoju (pavyzdžiui, skaitiniai apie metimą rūkyti) arba kompleksiniais intervencijos kintamaisiais (pavyzdžiui, minėti skaitiniai apie metimą rūkyti, švietimas apie galimybę pagimdyti priklausomybę rūkymui turintį kūdikį ir kt.).

Sveikatos komunikacija apima **komunikacijos strategijų studijavimą ir praktinį pritaikymą**, siekiant informuoti ir daryti įtaką individo ir bendruomenės sprendimams, stiprinant sveikatą. Dėl sudėtingų šiuolaikinių informacijos ir komunikacijos procesų įtakos sveikatos apsaugos sferai, valdymui, naujoms sąveikoms vykstančiomis tarp: 1. pagrindinių už sveikatos apsaugą atsakingų institucijų bei, 2. tarp sveikatos apsaugos specialistų/institucijų ir pacientų plačiąja prasme, t.y. visuomenės, sveikatos komunikacija vis labiau pripažįstama kaip būtina sudedamoji pastangų, siekiant pagerinti asmens ir visuomenės sveikatą, dalis. Kadangi šio tipo komunikacija jungia bendravimo ir sveikatos sferas, ji gali prisidėti prie sveikatos stiprinimo. [29] **Sveikatos stiprinimas apima tris sritis**: ligų profilaktiką (visuotinė imunizacija, profilaktiniai patikrinimai), sveikatos saugą (darbo saugos taisyklės, vandentiekio vandens fluoravimas ir kt.) bei sveikatos mokymą. Tai gali būti svarbu įvairiose situacijose, įskaitant [29]:

1. sveikatos priežiūros specialisto-paciento santykius;
2. asmenų poveikį ieškant ir naudojantis informacija apie sveikatą;
3. asmenų prisijungimą prie klinikinių rekomendacijų ir schemų;
4. visuomenės sveikatos pranešimų ir kampanijų kūrimą;
5. asmens ir visuomenės sveikatos rizikos informacijos sklaidą;
6. sveikatos, žiniasklaidos ir kultūros įvaizdžio kūrimą plačiąja prasme;

7. vartotojų švietimą apie tai, kaip patekti į visuomenės sveikatos ir sveikatos priežiūros sistemas;
8. telesveikatos („telehealth“) programų kūrimą. Tai sveikatos paslaugų ir informacijos teikimas per telekomunikacines priemones.

Sveikatos stiprinimo sritis priklauso nuo jos intencijos. Ligų profilaktika ir sveikatos sauga rūpinamasi jau ne pirmą amžių. Sveikatos mokymas yra dar gana nauja sritis, atsiradusi tik XX a. antroje pusėje. Tačiau dėl vis didėjančio gyvenimo tempo, atsirandančio poreikio iš anksto pasirūpinti savo sveikata, jis įgyja vis didesnę populiarumą, yra neatsiejamas nuo efektyvios ir tinkamai suplanuotos sveikatos komunikacijos. Iš aukščiau pateiktos informacijos matyti, kad sveikatos komunikacijoje svarbiausia yra keitimasis informacija, kuris veikia tikslinių grupių nuostatas, motyvuoja keisti elgesį, didina supratimą ne tik apie save, bet ir likusią visuomenės dalį. Taip pat svarbu pabrėžti, kad efektyvi sveikatos komunikacija būna tik tuomet, kai ji atsakingai planuojama, vykdymas yra nuolat vertinamas. Tam turi būti identifikuota problema, parengta tinkama situacijos analizė, nustatyti tikslinės grupės poreikiai, svarbiausios charakteristikos. Pabrėžiama, kad problema turi būti patvirtinta ir tikslinės grupės. Tam dažnai naudojami visuomenės nuomonių tyrimai. Sveikatos komunikacijoje naudojamas komandinio darbo principas, t.y. į tam tikrą kampaniją įsitraukia ne tik, tarkime, ne pelno siekiančios organizacijos, bet ir sveikatos specialistai, vietinė valdžia, visuomenės grupės ar atskiri nariai. Suderinta jų veikla, pasižyminti kūrybiškumu, lankstumu, tinkamai parinkti kanalai, išsilavinimą atitinkanti informacija turi daug didesnę galimybę pasiekti tikslines grupes.

1.2. Sveikatos komunikacijos kontekstai

Be pirmame skyrelyje aprašyto plataus sveikatos komunikacijos taikymo, veiksmingos komunikacijos sveikatos srityje specifiškumas yra ir tas, kad ji orientuota į tikslines grupes kaip tokia, kuri **gali padėti didinti informuotumą apie pavojų sveikatai, teikia motyvacijos ir įgūdžių, reikalingų siekiant sumažinti šią riziką, padėti žmonėms gauti paramą iš kitų žmonių, surasti panašių situacijų ir paveikti arba sustiprinti požiūrius.** Sveikatos komunikacija taip pat gali padidinti tinkamų ir mažinti netinkamų **sveikatos paslaugų paklausą.** Ji gali pateikti informaciją, kuri padėtų renkantis, pavyzdžiui, sveikatos apsaugos planus, paslaugų teikėjų ir gydymo būdą. Visuomenei sveikatos pranešimas gali būti naudojamas siekiant **daryti poveikį jos darbotvarkei,** pasisakant už politiką ir programas, skatinant teigiamus socialinius, ekonominius ir fizinės aplinkos

pokyčius, gerinant visuomenės sveikatos ir sveikatos priežiūros įstaigų paslaugas bei kuriant socialines normas. Todėl galima teigti, kad sveikatos komunikacijos praktika **per keletą kontekstų** prisideda prie visuomenės sveikatos gerinimo ir ligų prevencijos. Pirma, tai **tarpasmeninių ir grupinių sąveikų tobulinimas klinikinėse situacijose** (pavyzdžiui, sveikatos paslaugų teikėjo-pacientų, paslaugų teikėjo-paslaugų teikėjo ir tarp sveikatos priežiūros narių komandos), nes per sveikatos apsaugos specialistus ir pacientus mokoma efektyvaus bendravimo įgūdžių. Rezultatas geresnis tada, kai visos šalys yra pajėgios palaikyti bendravimą. Tačiau veiksmingas konsultavimo ir ligonių mokymas, siekiant elgesio pasikeitimų, iš sveikatos priežiūros paslaugų teikėjų reikalauja [29]:

- turėti gerus bendravimo įgūdžius;
- taikyti naujus vadovavimo stilius, personalo vadybą;
- keisti personalo nuostatas;
- naujų organizacijos, personalo žinių ir komunikacinių kompetencijų;
- paslaugų kokybės valdymo;
- efektyvios komunikacijos ir informacijos vadybos taikymo.

Kita sritis yra **sveikatos informacija arba visuomenės švietimo kampanijos**, kuriomis siekiama pakeisti socialinę aplinką, skatinant sveiką gyvenimą ir atitinkamą elgesio keitimą, kurti supratimą, keisti požiūrį. **Sveikatos komunikacijos kampanijos**, teikdamos sveikatos pranešimus, tradiciškai remiasi **masine komunikacija** (pvz., pranešimai skelbimų lentose, radijuje ir televizijoje). Kai kurios kampanijos integruoja žiniasklaidos ir bendruomenines programas. Daug kampanijų naudoja socialinės rinkodaros metodus. Šio būdo specifika yra ta, kad sveikatos pranešimais yra pasiekama didelė auditorija, jis vertinamas kaip toks, kuris geriausiai išryškina problemą. [29] Sveikatos komunikacija yra specifiška ir tuo, kad į ją **įsitraukia tiek valstybinės, tiek privačios institucijos**. Tarkime, Lietuvoje į sveikatos komunikaciją įsitraukia Sveikatos apsaugos ministerija, Valstybinė ligonių kasa, Teritorinės ligonių kasos, poliklinikos, ligoninės, privačios klinikos, komercinės įstaigos, pacientai, ligoniai, ligonių artimieji ir kt. Dalyvių skaičius priklauso nuo to, į ką orientuota sveikatos komunikacija (į sergančius, potencialius ligonius, ligonių šeimos narius ir t.t.). Vis auganti sveikatos komunikacijos reikšmė sąlygojo tai, kad ji naudojama tiek **privačiame, tie viešajame** sektoriuose ir tapo sveikatos švietimo, socialinio marketingo, elgesio ir socialinių teorijų disciplina, jos mokosi studijuojantieji psichologiją, sociologiją, antropologiją. Kadangi valdžios sprendimai liečia daugiau žmonių gerovę, komunikacija viešajame sektoriuje dažnai yra svarbesnė ir sudėtingesnė negu privačiame sektoriuje [10, p. 416-417]. Privačiame sektoriuje sveikatos komunikacijos strategijos yra naudojamos marketingo kontekste, kurio sėkmė apibūdinama 4P (product, price, place, and

promotion): produktas, kaina, vieta, rėmimas. [35] Tinkamas jų derinimas duoda planuotą sėkmę (tarkime, tam tikro vaisto platinimas). Viešajame sektoriuje sveikatos komunikacija skirta informacijai apie sveikatos politikų sprendimus, jų palaikymui, teigiamos nuomonės formavimui ir t.t. Šiame sektoriuje ji apibūdinama kaip padedanti sukurti ir palaikyti valstybės ir visuomenės tarpusavio priėmimo bei bendradarbiavimo kanalus; nustatanti ir pabrėžianti valstybės išsipareigojimus visuomenei; palaikanti grįžtamąjį ryšį; padedanti jausti ir įvertinti permainas. Tai yra planingos pastangos daryti įtaką viešajai nuomonei gera veikla ir įvaizdžiu, pagrįstos abiem pusėms priimtiniu bendravimu [10, p. 416-417]. Viešajame sektoriuje vis plačiau vykdomos ligų prevencijos, sveikatos priežiūros kampanijos, sveikatos kokybės gerinimo kampanijos. Taigi jeigu anksčiau viešojo sveikatos komunikacijos sektoriaus funkcijos išimtinai buvo siejamos tik su teigiamu informacijos apie politikų vykdomą darbą skleidimą, dabar vis dažniau akcentuojama švietėjiška, prevencinė veikla.

Sveikatos komunikacijoje **gali veikti nuo dviejų dalyvių**. Pagal tai, kiek veikėjų dalyvauja procese, sveikatos komunikacija yra skirstoma į: [35]

- **Tarpasmeninę komunikaciją.** Naudojami tarpasmeniniai kanalai (vienas-su-vienu; vieno ir grupės ir kt.), paremta aktyviu klausymusi, socialinėmis ir elgesio teorijomis. Tarpasmeninės komunikacijos pavyzdys – gydytojo ir paciento bendravimas.
- **Viešuosius ryšius.** Paremta masinės komunikacijos ir kitų priemonių naudojimu, kurios padeda nušviesti aktualią problemą ar skatina politikus imtis veiksmų dėl tam tikros situacijos.
- **Visuomenės mobilizaciją.** Naudojant keletą komunikacijos kanalų, siekiama įtraukti visuomenės lyderius, kad problema ir į jos sprendimą nukreipti veiksmai greičiau pasiektų tikslinę auditoriją.
- **Profesionalią medikų komunikaciją.** Jie pateikia naujausią informaciją apie sveikatos politiką, pasikeitimus, gydymo metodus, geros praktikos pavyzdžius, vysto naujus gydymo konceptus ir standartus.
- **„Klientų“ komunikaciją.** Ji – svarbiausia kitų sveikatos komunikacijos sričių sudedamoji dalis ir skatina sąjungų kūrimąsi, oponentų numatymą ir laiku priimamus veiksmus, santykių palaikymą su kitomis sveikatos organizacijomis ir tarpininkais.

Šiame darbe nagrinėjama sveikatos komunikacija su priklausomybės ligomis sergančiais asmenimis. Komunikacija priklausomybės ligų atveju gali turėti daugybę formų, tačiau populiariausiomis laikomos tarpasmeninė komunikacija ir viešieji ryšiai. Pirmoji vyksta tarp dviejų žmonių nuolat visame pasaulyje. Viešuosiuose ryšiuose veikia daug dalyvių, todėl komunikacijai reikia

atidaus planavimo, vykdymo, vertinimo, kitaip tariant, jai turi būti specialiai ruošiamasi. **Priklausomybės ligų komunikacijos ypatybė**, palyginti su kitų ligų komunikacija yra ta, kad visuomenėje priklausomybės ligos yra tarsi demonizuojamos, t.y. žmonės į tokius ligonius žiūri įtariai, smerkia, laiko nepakankamai rimta problema, kuriai spręsti reikia skirti pinigų. Visuomenėje dėl informacijos trūkumo ir klaidingo jos interpretavimo vis dar vyrauja neigiamas požiūris į alkoholizmu, narkomanija sergančius asmenis. Todėl ši sritis reikalauja ypatingo už sveikatos gerinimą atsakingų institucijų dėmesio: lygiagrečiai su informacija, nukreipta į priklausomybės ligų gydymą, turi būti mokama visuomenė priimti šią problemą kaip tokią, kuri sumažės tik bendrų pastangų dėka. Plačiau priklausomybės ligų specifika aptariama antrame skyriuje.

Apibendrinant sveikatos komunikacijos specifiką, tikslinga pabrėžti, kad tai įvairiomis disciplinomis paremta sritis, kurios tikslas – pasiekti reikiamą auditoriją ir suteikti kuo daugiau informacijos, kuri paveiktų, motyvuotų tikslines grupes, skatintų paremti sveikatos komunikacijos veikėjų (individų, bendruomenių, sveikatos specialistų, politikų, ne pelno siekiančių organizacijų) veiksmus, taip siekiant sveikesnės visuomenės. Sveikatos komunikacijos specifiką lemia platus jos taikymas, susijęs su visuomenės sveikatos gerinimu, dalyvių įvairove. Priklausant nuo problemos, sveikatos komunikacija gali vykti tarp dviejų individų ar būti masinė, taip pat gali būti organizuojama valstybinių ar privačių institucijų lygmeniu. Sveikatos komunikacija gali būti nuolatinė, periodinė ar vienkartinė. Naudojama efektyviai, gali pasiekti trumpalaikio ar ilgalaikio efekto, formuoti visuomenės pažiūras, nuostatas, rodyti jos išsivystymo lygį. Šalis, kurioje priklausomybės ligos yra daugumos individų suvokiamos kaip problema, gali laikyti save išsivysčiusia.

2. PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ KOMUNIKACIJOS PROBLEMATIKA

Priklausomybė – tai tokia būklė, kai organizmas įsitraukia į priverstinį elgesį, net kai susiduriama su negatyviais padariniais. Šis elgesys yra sustiprinamas arba lydymas malonumo. Pagrindinė priklausomybės savybė – priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo kontrolės sumažėjimas. Priklausomybė yra laikoma galvos smegenų **liga**. [17] Lietuvoje supratimas apie būtinybę gydyti priklausomybės ligomis sergančius asmenis atsirado dar XX a. viduryje, tačiau jo gydymas iki šiol yra problematiškas. Už tai atsakingos institucijos daugiau dėmesio skiria narkomanijos prevencijos ir jos gydymo programų komunikavimui, alkoholizmą palikdamos visuomenės teismui. Visuomenė neigiamai žiūri į priklausomus nuo alkoholio žmones ir netiki jų gydymo sėkme. Jie smerkiami ir laikomi silpnavaliais. Alkoholizmui mažinti nepalanki ir esama sveikatos politika: šiai priklausomybei gydyti nekompensuojamas nė vienas medikamentas. Prie nenoro spręsti problemas prisideda ir dar galiojantys narkologinės įskaitos fragmentai. [45] Šiame skyriuje apžvelgiama priklausomybės ligų problematika apskritai ir išskiriama alkoholizmo prevencijos ir jo gydymo specifika kaip tokia, kuriai turi būti skiriamas didesnis tiek valdžios, tiek pačios visuomenės dėmesys.

2.1. Priklausomybės ligų gydymo ištakos

Iki nepriklausomybės atgavimo 1990 m. priklausomybių gydymas Lietuvoje buvo labai ribotas. XX amžiaus septinto dešimtmečio pradžioje piktnaudžiavimas alkoholiu buvo tapęs rimta ne tik socialine, bet ir ekonomine problema Sovietų Sąjungoje (toliau – SSRS). Kremlius, siekdamas suvaldyti situaciją, 1976 m. visoje SSRS teritorijoje įsteigė narkologinę tarnybą – narkologinių įstaigų tinklą. Šios įstaigos turėjo kontroliuoti, ar stebimi asmenys negirtauja, o jeigu girtauja, nukreipti juos stacionariam gydymui iki 4 mėnesių. Gydymo metu buvo siekiama išugdyti pasibjaurėjimą alkoholiniais gėrimais. Jeigu asmenys ir toliau nereagavo į perspėjimo signalus ir pažeidinėjo „režimą“, buvo siunčiami į Gydymo ir darbo profilaktoriumą, kuriame buvo izoliuojami 2 metams, jiems skiriama „darbo terapija“. „Uždarymas“ priverstiniam gydymui į Gydymo ir darbo profilaktoriumą buvo didžiausia sankcija vengiantiems savanoriškai gydytis. Tuo metu socialinių reiškinių faktas buvo ignoruojamas teigiant, kad tokia problema apskritai neegzistuoja. Žlugus SSRS, nebeliko narkologinių dispanserių, priverstinio gydymo, Gydymo ir darbo profilaktoriumo. Narkologinė

tarnyba suiro. Pacientai šiose įstaigose liovėsi lankytis, todėl jų vadovai susidūrė su įstaigų išlikimo ir tolesnio funkcionavimo problema: kuomet nebeliko prievartos mechanizmo, reikėjo pradėti orientuotis į pacientus ir pritaikyti įstaigas naujo laikmečio poreikiams. Susiklosčiusi situacija sudarė palankias sąlygas pokyčiams ir naujovėms priklausomybių gydymo srityje ir apskritai visoje priklausomybių politikoje. Atsivėrus sienoms, padidėjo informacijos prieinamumas, atsirado daugiau galimybių susipažinti su pasaulyje taikomomis priklausomybių ir susijusių problemų prevencijos ir kontrolės priemonėmis, išvažiuojamųjų pažintinių vizitų metu specialistai galėjo pasisemti geros patirties iš kitų šalių ir pradėti vystyti paslaugas priklausomybėmis sergantiems asmenims Lietuvoje. Be to, tvirtinantis demokratiniam procesams šalyje stiprėjo ir pilietinė visuomenė: priklausomybės ligomis sergančiųjų ir jų artimųjų bendruomenės ėmė aktyviau kalbėti apie savo poreikius, reikalauti tinkamiau atstovauti jų interesams ir užtikrinti Konstitucijoje numatytas teises į medicinos ir socialinę pagalbą. [25] Tačiau, tarkime, „alkoholizmą, kaip ligą, medicina pradėjo pripažinti tada, kada buvo suprasta, jog niekas nepradeda gerti tam, kad taptų alkoholiku. Ši liga - tai organizme vykstančių procesų, kurių ligonis nesugeba kontroliuoti, pasekmė.“ [3]

2.2. Priklausomybės ligų ir jų komunikacijos specifika

Lietuvoje priklausomybės ligų gydymas yra vykdomas, remiantis „Priklausomybės ligų gydymo ir reabilitacijos standartais“ patvirtintais 2002 metais. Pirminiame sveikatos priežiūros lygyje priklausomybės ligų priežiūrą atlieka psichikos sveikatos centrai. Stacionarus priklausomybių gydymas vykdomas priklausomybės ligų centruose, kurių Lietuvoje yra penki.

Nors institucinė priklausomybės ligų gydymo santvarka per trisdešimt metų stipriai pasikeitė, tačiau istorinė patirtis vis dar nėra išnykusi žmonių sąmonėje, **priklausomybės ligos vis dar nėra vertinamos kaip lygiavertės širdies ar kvėpavimo takų sutrikimams**. Tarkime, kampanija „Galiu gyventi“, skirta narkomanijos lygiui mažinimui, parodė tokias priklausomybės ligų komunikacijos problemas: [25]

1. visuomenė ir atskiros jos grupės (politikai, žiniasklaida) turi per mažai informacijos ir žinių apie žalos mažinimą ir priklausomų nuo narkotikų asmenų gydymą apskritai;
2. žalos mažinimas yra labai specifinė ir sudėtinga tema, kurią išmano tik specialistai, – reikia paprastinti komunikaciją apie žalos mažinimą visuomenei;
3. žmonės tiki populistiniais argumentais;

4. *šalyje yra per mažai apmokytų žalos mažinimo specialistų ir gynejų;*
5. *net ir tos organizacijos, kurios remia žalos mažinimo programas, nediršta viešai išsakyti savo pozicijos;*
6. *pažeidžiamų grupių organizacijos yra per silpnos, kad galėtų apginti savo interesus.*

Tenka pastebėti, kad palaipsniui kinta priklausomybės, kaip fizinės ligos, samprata. Dabar priklausomybės ligos reiškia kur kas daugiau, apima didesnę medicinines, psichologines, socialines problemas. Sunku pasakyti kuri iš jų turėtų būti pirmoji, kuri - paskutinė. Gydytojas vienas yra nepajėgus išspręsti šio problemų komplekso, kaip to negali atlikti tik psichologas ar psichoterapeutas, pacientas ir jo šeima. Tai sudėtinga problema, kuri turi būti sprendžiama kompleksiškai. [5]

Matyti, kad Lietuvoje reikalingas aktyvesnis visuomenės ir jos atskirų grupių švietimas apie priklausomybės ligas. Jis turi būti pateikiamas paprasta visiems suprantama forma. Taip pat reikalingas pačių specialistų švietimas ir skatinimas aktyviai dalyvauti diskusijoje, susijusiose su priklausomybės ligų gydymu, pažeidžiamų grupių organizacijų veiklos skatinimas.

Be to, priklausomybės ligų komunikavimo ypatybė yra ta, kad ji neatsiejama nuo dviejų interesų grupių – **sergančiųjų ir jų šeimoms narių**. Taigi komunikuojant reikia atkreipti dėmesį į pranešimo turinį. Visi šie tikslai gerai realizuojami per pirmame skyriuje minėtas sveikatos komunikacijos kampanijas. Viena, jos pritraukia daugiau finansinių išteklių, nes pateikiamos kaip reikalingos dideliame individų skaičiui. Kita, jų metu įtraukiamas kompleksas priemonių, kanalų, todėl šis būdas įgauna masinį pavidalą, prasiveržia į įvairias gyvenimo sritis. Tačiau Lietuvoje priklausomybės ligų komunikacija aktyviau vykdoma sergamumui narkomanija, rūkymo įpročiams mažinti. O **alkoholizmo problemas nėra aktyviai komunikuojamos**, nors problema yra: „dėl alkoholio vartojimo Lietuva kasmet netenka apie 4,5 mlrd. litų. Dėl girtavimų patiriami nuostoliai 5 kartus didesni už gaunamas pajamas už parduotą alkoholį.“ [12]

2.2.1. Institucinė alkoholizmo prevencijos santvarka Lietuvoje

Europoje kas dešimto žmogaus mirties priežastis - alkoholis, ir tai daug daugiau nei kituose žemynuose. Kanados mokslininkai teigia, kad pasaulio mastu vienam gyventojui per savaitę tenka 6,2 litro gryno etilo spirito. Vienam europiečiui gerokai daugiau - 11,9 litro, o Šiaurės Amerikos gyventojui - 9,4 litro. Rusijoje jo sunaudojama daugiausia – 18 litrų (žr. 1 lentelę). [28] Eurobarometro tyrimai apie Europos Sąjungos (toliau - ES) šalių gyventojų požiūrį į alkoholį parodė, 2006 m. tik 14 proc. Lietuvos gyventojų (nuo 15 metų) prisipažino visiškai negėrę per pastaruosius metus. Mažiau nevartojusių alkoholio tarp 25 ES šalių buvo tik Švedijoje (12 proc.), Nyderlanduose (10 proc.) ir Danijoje (7 proc.). Daugiausia nevartojusių alkoholio yra Italijoje - net 40 proc. apklaustųjų. [42] Tai dar kartą įrodo didelį šios problemos mastą Lietuvoje.

1 lentelė. Valstybei/žemynui tenkantis absoliutaus alkoholio kiekis 2008 m. (sudaryta autoriaus pagal 28 šaltinį)

Valstybė/žemynas	Tenka absoliutaus (100%) alkoholio, litrais
Kanada	6,2
Europa	11,9
Šiaurės Amerika	9,4
Rusija	18

Tokia problema skatina ieškoti efektyvių jos sprendimo būdų. Bene efektyviausia ir perspektyviausia kovos su pasaulinėmis gėrimo tendencijomis priemone laikomas alkoholio kainų didinimas, nes tai apribotų alkoholio prieinamumą. Taip pat siūloma riboti alkoholinių gėrimų reklamą. Lietuvoje veikia šios priemonės. Tačiau su jomis lygiagrečiai turi būti teikiama pagalba jau sergantiems asmenims ir jų artimiesiems, ugdomas sveikas gyvenimo būdas.

Tenka pripažinti, kad alkoholizmo problema, palyginus su narkotikais, visuomenėje nesulaukia reikiamo dėmesio. Neatsitiktinai Lietuvoje blaivybė nei tarp suaugusių, nei tarp vaikų nėra populiarūs. Alkoholio vartojimas tapo tam tikra norma, mada tarp moksleivių bei studentų.

Pagrindinė už alkoholizmo prevenciją atsakinga institucija Lietuvoje yra Seimo Narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos komisija – nuolatinė Seimo komisija, sudaroma Seimo kadencijos laikotarpiui Seimo statuto nustatyta tvarka. „Pagrindinis ilgalaikis komisijos tikslas – užtikrinti valstybės interesus sudarant palankias sąlygas įgyvendinti valstybės narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos, narkotikų ir alkoholio kontrolės politiką. Šio tikslo Komisija siekia atsižvelgdama į esamą narkomanijos ir alkoholizmo Lietuvoje situaciją, išskirdama prioritetines narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos, narkotikų bei alkoholio kontrolės kryptis ir nuosekliai

įgyvendindama priemones, didinančias narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos Lietuvoje veiksmingumą.“ [20] Tačiau tai, kad komisijos darbas yra pertraukiamas (nariai keičiasi su kiekvienais Seimo rinkimais), neužtikrinamas nuolatinis problemos sprendimas. Naujiems nariams reikia laiko įsigilinti jau padarytus darbus, taip pat gali skirtis požiūris į problemos sprendimo metodus, priemones, todėl darbas pradamas iš naujo. Be to, dauguma šios institucijos projektų siejasi su narkomanijos prevencija.

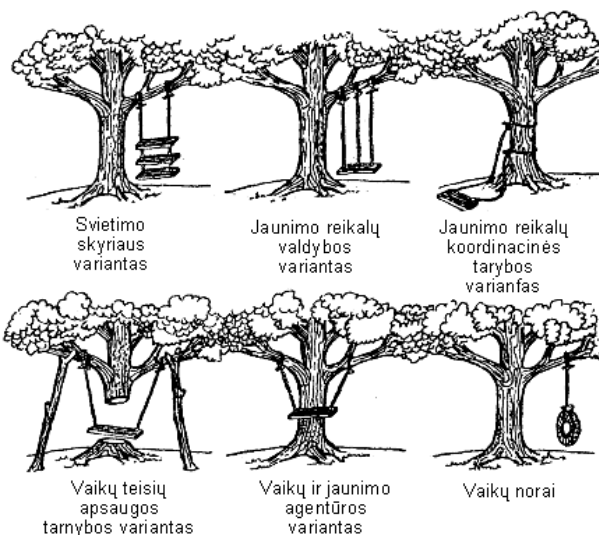
Su alkoholizmu aktyviau kovoja ne pelno siekianti **Lietuvos priklausomybės ligų reabilitacijos bendruomenių asociacija**. Tačiau šalyje vieningos sistemos nėra. Ištyrus tiesioginę pagalbą teikiančias institucijas, rasta 5 priklausomybės ligų centrai, 10 priklausomybės ligų reabilitacijos bendruomenių, 2 dienos centrai, vieni adaptacijos namai, 2 anoniminę pagalbą telefonu teikiančios organizacijos, 121 Anoniminių alkoholikų grupių Lietuvoje bei lietuvių grupės užsienyje – po 4 Airijoje ir Anglijoje, viena Jungtinėse Amerikos Valstijose (toliau – JAV), pagalbą teikia psichinės sveikatos centrai bei specializuoti skyriai, privačios klinikos, privačia praktika užsiimantys narkologai, psichoterapeutai. Taigi organizacijų, teikiančių tiesioginę pagalbą, yra visoje Lietuvoje. Tačiau specialistų narkologų yra tik 38. Šie žmonės turėtų būti arčiausiai sergančių ir jų šeimos narių, nes jų darbas siejasi su nuolatiniu bendravimu. Tačiau **akivaizdu, kad toks specialistų skaičius yra per mažas**. Tai, kad **Lietuvoje neegzistuoja efektyvi pagalbos nuo alkoholio priklausomiems asmenims sistema**, parodė atliktas „Pagalbos asmenims, sergantiems priklausomybės nuo alkoholio ligomis, priemonės ir sistema Lietuvoje tyrimas“. Jo metu nustatyta, kad šiandien yra susiformavęs nevisiškai teisingas požiūris į priklausomybę nuo alkoholio, kadangi didesnis dėmesys skiriamas medicininiais, bet ne socialiniais šios problemos aspektams. „Šiandien teikiama pagalba sergantiems asmenims neužtikrina paslaugų perimamumo ir pagalbos tęstinumo, ir tai sukuria užburtą ratą. Po gydymo ir trumpalaikės reabilitacijos asmuo dažnai „iškrenta“ iš sistemos, nes tolesnė reabilitacija ir socialinė integracija nevyksta – grįžęs į buvusią socialinę terpę, asmuo neretai vėl pradeda vartoti alkoholį.“ [44] Kita problema - **žmonių, kurie žalingai vartoja alkoholį arba jau turi nuo jo priklausomybę, nenoras gydytis**. Lėtinės alkoholizmo ligos vienas požymių yra ir tai, kad pats ligonis neigia priklausomybę. Todėl ir motyvaciją gydytis jam labai sunku atrasti. Priklausomybę nuo alkoholio turintys žmonės neretai **baiminasi pagalbos kreiptis į valstybines sveikatos priežiūros įstaigas**, nes žino, jog bus įtraukti į įskaitą. O dėl to ateityje problemiška įsigyti šaunamąjį ginklą ar vairuotojo pažymėjimą. Tokia sistema atbaido daugelį net ir turinčiųjų

motyvaciją gydytis. Problemų nuo priklausomybės besigydantiems žmonėms kelia ir tai, kad **nedarbingumo pažymėjimuose būna nurodyta, kokioje sveikatos priežiūros įstaigoje jie yra gydęsi.** [42]

Tai, kad Lietuvoje nėra vienos pagrindinės institucijos, kuri užsiimtų prevencinių programų rengimu, neretai veikia neigiamai, ypač rengiant jaunimo alkoholio vartojimo mažinimo programas (žr. 2 pav.):

2 paveikslas. Skirtingų institucijų rengiamos jaunimo alkoholio vartojimo mažinimo programos

[41]



Kiekviena institucija jas įsivaizduoja skirtingai, nepakankamai įsiklausoma į pačių vaikų nuomonę apie alkoholio vartojimo problemą, todėl nėra veikama viena bendra ir teisinga kryptimi.

Sutinkama, kad alkoholizmą skatina reklama, kultūrinės tradicijos, liberali alkoholio politika (pavyzdžiui, Rusijoje alkoholis yra svarbiausia valstybės pajamų dalis, todėl visuomet visos pastangos kontroliuoti alkoholio gamybą ir sumažinti jo vartojimą nueina vėjais), alkoholio prieinamumas, pasiūla ir tai, kad reikia taikyti įvairias prevencines programas, siekiant mažinti alkoholio vartojimą. Jos turėtų prisidėti prie bendrakultūrinių, socialinių įgūdžių ir nuostatų formavimo. Tačiau visų pirma turi būti sukurta tvirta institucinė santvarka, kuri padėtų kurti ir įgyvendinti tinkamas alkoholizmo prevencijos priemones.

2.2.2. Alkoholizmo prevencijos priemonės

Kaip minėta, alkoholizmo gydymo efektyvumą padidintų metodų įvairovė, pačios visuomenės įsitraukimas į programų organizavimą ir įgyvendinimą ir, svarbiausia, vieningas atsakingų institucijų susitelkimas bendram darbui. Ypatingai svarbu ankstyvame amžiuje numatyti ir taikyti prevencines alkoholio vartojimo priemones, o sergantiems - nustatyti, kokioje priklausomybės raidos stadijoje asmuo yra. Nuo to priklauso, kokios pagalbos jam reikia. Vieną iš populiariausių priklausomybės raidos ir sveikimo stadijų teoriją pateikė Shaffer ir Jones. [36, p. 254-255] Išskyrę šešias stadijas, autoriai pateikė galimos pagalbos bei gydymo metodų gaires (žr. 2 lentelę).

2 lentelė. Priklausomybės ligų galima pagalba ir gydymas pagal ligos stadijas [36, p. 254-255]

Stadijos	Galima pagalba, gydymas
1. (Galimas) priklausomybės pasirodymas	Pirminė prevencija (švietimo ir informacinės programos, socialinio atsparumo ugdymas)
2. Pozityvios pasekmės	Antrinė prevencija (švietimas, konsultavimas, socialinio atsparumo ugdymas)
3. Negatyvios pasekmės	Tretinė prevencija (konsultavimas, psichoterapija, savipagalbos grupės)
4. Persilaužimas	Stacionarinė ir ambulatorinė pagalba (detoksifikacija, 12 žingsnių, savipagalba)
5. Aktyvus nutraukimas	Reabilitacinės programos, ambulatorinė pagalba (konsultavimas, pakaitinis gydymas, 12 žingsnių, savipagalba)
6. Atkryčio prevencija	Ambulatorinė pagalba, 12 žingsnių, savipagalba, reabilitacija

Iš pateiktos lentelės matyti, kad stadijoms augant, reikia vis stipresnių prevencinių priemonių. Norint ligos apskritai išvengti, reikia daugiausia dėmesio skirti pirmai stadijai, todėl šiame darbe ji aptariama plačiau. Priklausomybės alkoholiui galima neįgyti, jei dar vaikystėje

teisingai parengiama ir vykdoma pirminė prevencija. Anot Čižauskaitės, išskirtinos penkios pagrindinės pirminės prevencijos strategijos (žr. 3 pav.):

3 paveikslas. Pirminės alkoholizmo prevencijos strategijos (sudaryta autoriaus pagal 11 šaltinį)



Informacijos sklaida. Šios strategijos tikslas – suteikti žinių apie alkoholį, jų poveikį ir vartojimo pasekmes; formuoti antialkoholines nuostatas. Tačiau neteisingai pateikta informacija apie psichotropines medžiagas ir jų vartojimą gali duoti neigiamų rezultatų. Švietimą psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo klausimais siūloma pradėti kuo ankstesniame amžiuje. Prevencijos tikslai, taikomos priemonės, metodai labai priklauso nuo amžiaus – suvokimo, atminties, mąstymo ypatumų, interesų. Tarkime, 6-9 metų vaikams turi būti aiškinama, kuo skiriasi maisto, vaistų ir narkotikų poveikis; kokios yra pagrindinės vaistų vartojimo taisyklės; kodėl vaikams draudžiama vartoti alkoholį ir narkotikus. O 16-18 metų paaugliams turi būti siekiama paaiškinti apie alkoholizmą ir narkomaniją kaip apie ligas; apie svaigiųjų medžiagų poveikį kūdikio besilaukiančioms moterims; apie įstatymus, kovą su alkoholizmu, narkomanija. Dar vyresniems

žmonėms reikia svaresnių argumentų apie alkoholio poveikį ir žalą, geriausiai pateikti konkrečių pavyzdžių, nuotraukų. [11]

Atsakingo elgesio ugdymas. Tikslas – sustiprinti savivertę, mokyti priimti atsakingus sprendimus, ugdyti tarpasmeninį bendravimą. Tai ypatingai svarbu paauglystės metu, kai žmogus dar nėra galutinai susiformavęs, ieško savęs kaip asmenybės, blaškosi. Tada didžiausia rizika pradėti vartoti alkoholį, susidėjus su netinkama kompanija. Todėl šiame etape labai svarbus tėvų auklėjimas. Tėvai turėtų atsakingai paaiškinti, kokios neteisingo vaiko elgesio pasekmės, priminti, kaip juo pasitikima ir tikima, kad jis priims teisingus suaugusio žmogaus sprendimus. [11]

Alternatyvos. Tikslas – sustiprinti savivertę, pateikti psichotropinių medžiagų vartojimo alternatyvas, sumažinti nuobodulio ir atstūmimo jausmą. Nustatyta, kad alkoholizmui svarbūs tokie charakterio bruožai kaip uždarumas, egocentrizmas, nekantrumas, pernelyg didelis pasitikėjimas savimi, kt. Dažniau šia liga suserga melancholikai ir cholerikai. Neigiamą įtaką turi nedarbas, neužtikrintumas savo ateitimi, prasta materialinė padėtis. Todėl žmogus, kuris neteko darbo, turi būti skatinamas išmokti naujo amato, imtis įdomios veiklos. [11]

Pasipriešinimo įgūdžiai. Tikslas – supažindinti su socialinio spaudimo įtaka alkoholio vartojimui, ugdyti pasipriešinimo įgūdžius, atsparumą socialiniam spaudimui. Šis etapas siejasi su atsakingo elgesio ugdymu. Ypatingai paaugliams turi būti aiškinama, kokios galimos pasekmės, pasidavus kitų spaudimui. Turi būti įrodinėjama, kad tik tas, kuris geba palyginti ir įvertinti skirtingų pasirinkimų padarinius, gali pasirinkti efektyviausią sprendimą. [11]

Gyvensenos (asmeninės ir socialinės) įgūdžių ugdymas. Tikslas – ugdyti sprendimų priėmimo, bendravimo, kritinio mąstymo ir kitus įgūdžius. Ugdant gyvensenos įgūdžius ugdomi ir bendrieji gebėjimai: asmeniniai, socialiniai, komunikaciniai ir kt. [11]

Alkoholio bei narkotinių medžiagų vartojimo prevencijai ypač reikšmingi tokie gyvenimo įgūdžiai, kurie yra susiję su asmens elgesiu ir gebėjimu efektyviai įveikti stresus, įtampą ar vidinį bei išorinį spaudimą. Tai įgūdžiai, lemiantys asmens psichosocialinę kompetenciją – gebėjimą sumaniai susidoroti su sunkumais, išlaikant gerą psichinę būseną ir rodant savo gebėjimus prisitaikyti bei pozityviai elgtis su kitais savo aplinkoje ir kultūroje. Asmens psichosocialinės kompetencijos didinimas – tai gyvensenos įgūdžių ugdymas, kai šį ugdymą remia tinkama aplinka šeimoje ir bendruomenėje.

Kiekvienoje šių strategijų taikomi įvairūs metodai (didaktinės instrukcijos, diskusijos, garso ir vaizdo medžiaga, grupiniai užsiėmimai, įgūdžių ugdymas), tačiau dominuojantys

metodai skirtingi. Gyvensenos įgūdžių ugdymas yra plačiausia ir svarbiausia alkoholizmo prevencijos sritis. Šioje strategijoje įgūdžiai gali būti ugdomi daugiausia skirtingų būdų, pradedant nuo tarpasmeninės komunikacijos, baigiant tam tikros organizacijos antialkoholizmo kampanija. Tai gali būti trumpalaikis įvykis arba visą gyvenimą trunkantis procesas (pavyzdžiui, anoniminių alkoholikų grupių forumai apie alkoholizmo žalą). Lietuvoje nebuvo tirtas įvairių metodų, priemonių, taikomų alkoholizmui mažinti, efektyvumas. Laikoma, kad taikomų metodų mastas priklauso nuo to, ką norima paveikti.

Apibendrinant priklausomybės ligų komunikacijos problematiką, reikia paminėti, kad didžiausia problema Lietuvoje visų pirma siejasi su bendražmogiškosiomis vertybėmis. Vaikystėje per mažai kalbama apie jo žalą, todėl paaugliui neretai atrodo, kad tai normalus laisvalaikio leidimo būdas. Problema yra ir pačioje visuomenėje: vyrauja vis dar stereotipinis požiūris į šias alkoholizmo programas ir apskritai neigiama nuostata pažeidžiamų visuomenės grupių atžvilgiu. Priklausomi nuo alkoholio asmenys yra stigmatizuojami, priklausomybė vis dar dažnai suvokiama ir laikoma moraliniu nukrypimu, o ne liga. Taip pat problema yra ir politikos formavime: Lietuvoje veikia tik 38 narkologai, pripažįstami tikraisiais ligos sprendimo specialistais. Pačios gydymo įstaigos vis dar nenoriai dirba su alkoholizmu sergančiais pacientais – dažnai nepasiūlo visų galimų gydymo metodų. Be to, jam gydyti nėra pakankamai skiriama lėšų, programų subordinacija yra paini: dėl nesančios vieningos alkoholizmo prevencijos programos sudarančios ir įgyvendinančios sistemos, kiekviena su tuo susijusi institucija įsivaizduoja jas savaip ir bando įgyvendinti. Tai klaidina visuomenę. Todėl tikslinga įvertinti jau buvusių programų efektyvumą ir paskirti vieną pagrindinę instituciją, kuri būtų atsakinga už efektyvų visuomenės sveikatinimo programų sudarymą, darbų paskirstymą, įgyvendinimą ir vertinimą.

3. KOMUNIKACIJOS ORGANIZAVIMAS PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ ATVEJU

Veiksmingų priemonių, visiškai užkertančių kelią žalingiems įpročiams, nėra. Kiekvienoje šalyje ar kultūroje priklausomybės ligomis sergama nepaisant daugiau ar mažiau veiksmingų pastangų stabdyti narkotikų, alkoholio, cigarečių prekybą ir vartojimą. Žalos priemonių sistemos siekiai – mažinti ne tik vartojimą, bet ir žalą visuomenės sveikatai, susijusiai su narkotikų, cigarečių, alkoholio vartojimu, užkirsti kelią plisti infekcijoms (ŽIV/AIDS, hepatitams B, C, širdies, kraujagyslių, plaučių ligoms ir kt.), sumažinti nuo priklausomybės ligų mirties atvejų riziką bei narkotikų, alkoholio, cigarečių vartojimo pasekmes asmenims ir bendruomenėms, taip pat – nusikalstamumą ir skurdą.

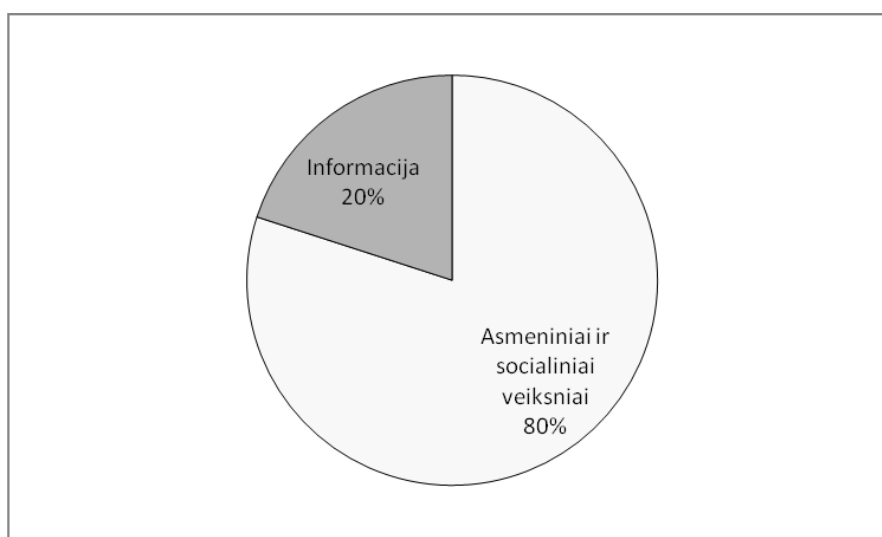
Ir nors vieningos bendros sistemos, kaip sumažinti priklausomybės ligų sergamumą, nėra, vis ieškoma įvairių būdų, kurie bent jau neleistų priklausomybės ligų lygiui augti. Pastebimos tam tikros tendencijos, gydant ir organizuojant ligų, susijusių su alkoholio, narkotikų vartojimu ir lošimu, prevenciją. Būtina **trumpalaikė intervencija**, turint omenyje didelį priklausomybės ligų paplitimą. Motyvacijos didinimas, priklausomai nuo jos lygio, naudojamas trumpalaikės intervencijos ir visapusiškesnės terapijos metu. Psichologinė ir farmacinė vadyba tampa taip pat svarbia dalimi mažinant susirgimą priklausomybės ligomis. Be to, didelę naudą turi artimas ir sisteminis specialistų ir anoniminių alkoholikų bei kitų savipagalbos grupių bendradarbiavimas. **Ilgu laikotarpiu** priklausomybės ligų prevencija susideda iš tokių priemonių kaip mokesčių didinimas, prieinamumo

ribojimas, amžiaus limitų nustatymas, reklamos ribojimas, vairavimo apsvaigus prevencijos veiksmų organizavimas.

Vien tik trumpalaikė ar ilgalaikė intervencija neužtikrina maksimalaus rezultato. Svarbu jas derinti. Tarkime, efektyvios mokyklose organizuojamos prevencijos naudoja interaktyvias programas ir mokymus (pavyzdžiui, lavina narkotikų, alkoholio, cigarečių atsisakymo įgūžius, moko atsipalaidavimo ir savarankiškų sprendimų priėmimo būdų). Šeimos lygiu prevencija susideda iš atitinkamų šeimos atvejų nagrinėjimų bei iš reikalavimų laikytis taisyklių, nuoseklių ir pastovių šeimos disciplinos ir šeimos konfliktų sprendimo mokymų. Specialus dėmesys skiriamas vaikams, kurių tėvai yra priklausomi nuo narkotikų ar alkoholio. Šie vaikai mokomi atsispirti alkoholiui ir kitoms priklausomybę sukeliančioms medžiagoms. [27] Prie viso to turi būti nuolat stebima, kaip priklausomybės ligas sukeliančių medžiagų vartojimas kinta dėl kainos, prieinamumo ar kt. veiksnių.

Tiek trumpuoju, tiek ilguoju laikotarpiu, siekiant sumažinti sergamumą priklausomybės ligomis, pasitelkiamos įvairios **komunikacinės priemonės**, nes „tyrimų duomenimis, apie 20 proc. veiksmingos narkomanijos prevencijos priklauso nuo informacijos (turima omenyje ne tik žiniasklaida, bet ir medikų, psichologų ir kt. darbuotojų teikiama informacija), o 80 proc. – nuo socialinių veiksnių (bendraamžiai, priimtose elgesio normos) ir asmenybės (emociniai įgūdžiai, temperamentas).“ (žr. 4 pav.) [4]

4 paveikslas. Efektyvios prevencijos dedamosios



Prevenicinė veikla susideda iš trijų lygių: pirminės, antrinės ir tretinės. *Pirminės prevencijos tikslas yra apsaugoti dar nepradėjusius vartoti psichoaktyviųjų medžiagų asmenis ir tokiu būdu*

sumažinti naujų vartotojų gausėjimą. Pirminė prevencija apima priemones, kuriomis siekiama užkirsti kelią socialinės rizikos veiksniams ir narkotikų vartojimui: diegiama sveikos gyvensenos samprata, ugdomas atsparumas neigiamiems reiškiniams dar prieš susiduriant su jais.

Antrinės prevencijos tikslas yra ankstyvoji intervencija, kuria siekiama sumažinti narkotikų vartojimo pasekmes ir keisti rizikingą elgseną. Antrinė prevencijos esmė – nustatyti ankstyvą, dar neturintį klinikinės išraiškos ligą ar sveikatos sutrikimą.

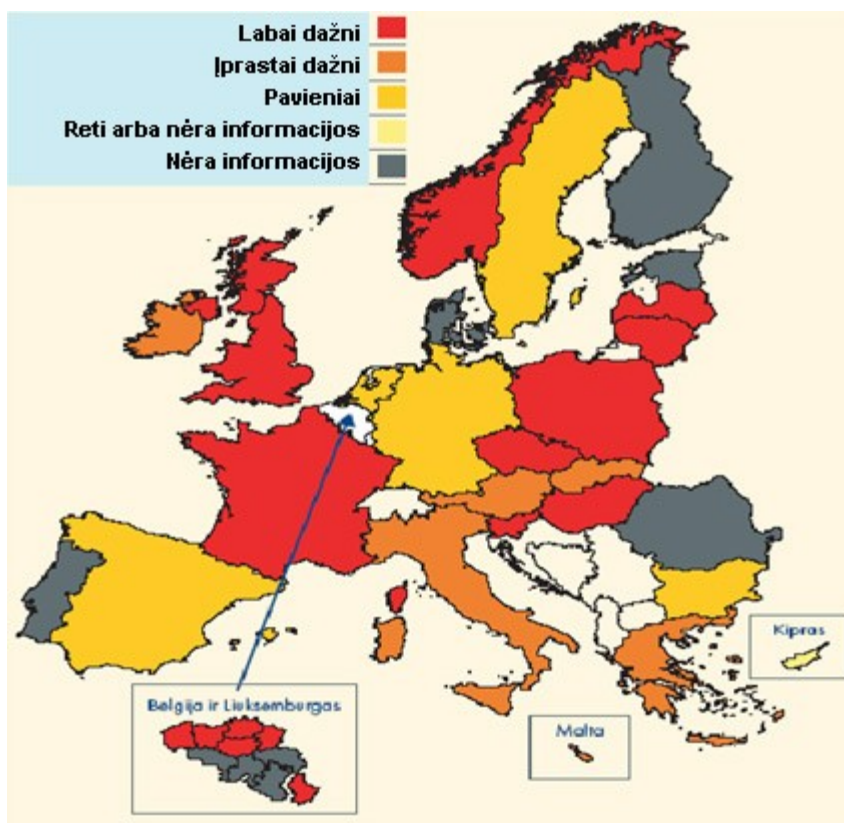
Tretinės prevencijos tikslas – palengvinti vartojančiųjų narkotikus ligos simptomus. Tretinę prevencija galima apibūdinti kaip atkryčio prevenciją arba ligos, pasireiškiančios akivaizdžiais klinikiniais simptomais ar elgsenos sutrikimais, padarinių sveikatai mažinimą. [24]

Visuose šiuose lygiuose komunikacija įgyja vis kitą formą. Jei pirmame daugiau vyrauja žiniasklaidos teikiama informacija, trečiame lieka daugiausia ligonio komunikacija su specialistais.

Svarbiausia ir daugiausia dėmesio reikalaujanti yra pirminė prevencija, nes ją tinkamai vykdant, galima anksčiau laiko užkirsti kelią priklausomybės ligoms atsirasti. Pirminė prevencija skirstoma į tris klases – bendrąją, atrankinę ir tikslią.

Bendroji prevencija paprastai yra taikoma jauno amžiaus žmonių grupėms ir orientuojama į visus gyventojus (visą šalį, vietos bendruomenę, mokyklą, rajoną ar gyvenvietę), siekiant užkirsti kelią narkotikų vartojimui. Derinamas informavimas apie narkotines medžiagas su elgsenos bei mąstymo formavimo metodais. Didžiausia vaidmenį vaidina mokyklos, dar tik formuojančios asmenybę. Vis daugiau šalių pradeda vykdyti, plėtoja arba planuoja taikyti struktūriškesnes prevencijos programas (Danijoje vykdoma pirmoji įgyvendinama mokyklose gyvenimo įgūdžių programa, panaši programa plėtojama Vokietijoje, Prancūzija ir Italija yra tai įtraukusios į nacionalines strategijas) (žr. 5 pav.). Pavyzdžiui, 2003 m. bendrosios prevencijos programos buvo įgyvendinamos 60 proc. Lenkijos mokyklų.

5 paveikslas. Atvejai, kai mokyklose naudojamos prevencijos priemonės [24]



Atrankinė prevencija taikoma naktinių klubų lankytojams, „gatvės vaikams“, nepilnamečiams, įrašytiems į policijos profilaktikos įskaitą, vaikams, gyvenantiems vaikų globos įstaigose, vaikams, kurių abu tėvai ar vienas iš tėvų yra priklausomi nuo narkotikų, nelankantiems mokyklos bei blogai besimokantiems vaikams. [24]

Tikslinės prevencijos priemonės taikomos ankstyviesiems probleminiams narkotikų vartotojams, kurie dažniausiai juos vartoja pramogaudami, savaitgaliais, bei eksperimentuotojams, bandžiusiems vartoti narkotines ir (ar) psichotropines medžiagas vieną ar keletą kartų gyvenime eksperimento tikslais. [24]

Daugelyje ES narių informacijos teikimas ir toliau užima svarbiausią vietą narkomanijos prevencijoje. Tačiau narkotikų vartojimo prevencija, grindžiama vien švietimu sveikatos srityje, tik iš dalies veikia pažintinius procesus, be to, joje dažnai trūksta konkrečių elgsenos ir socialinės sąveikos ugdymo komponentų. Tačiau tradiciniai narkomanijos prevencijos metodai yra gana populiarūs dėl keleto priežasčių. Viena jų – prielaida, kad informavimas apie narkotikus ir jų keliamą grėsmę veikia kaip bauginamoji priemonė. Antra yra nuomonė, kad mokant jaunimą priimti pagrįstus informacija sprendimus ir pasirinkti gyvenimo kryptį, pažintiniai įgūdžiai yra svarbesni už elgsenos ugdymo metodiką. Tokios metodikos šalininkai mano, kad geriausias metodas – teikti jaunimui informaciją, kuri padėtų formuoti jo pažintinius įgūdžius. Visgi minėtieji socialiniai veiksniai (kaimynai,

bendraamžių grupės, elgsenos normos) ir asmeniniai veiksniai (temperamentas, akademiniai ir emociniai įgūdžiai) daro didesnę įtaką požiūrio į sveikatą ir į narkotikų vartojimą formavimuisi, nei vien pažinimas. [24]

Priklausomybės ligų komunikacija, kaip minėta antrame skyriuje, ypatinga tuo, kad joje gali veikti įvairūs dalyviai bei jų kiekis gali būti labai skirtingas:

- **Šeima.** Artimųjų komunikavimas tiek su potencialiais ligoniais, tiek su sergančiais, gerina tarpusavio supratimą šeimoje, mažina atotrūkį nuo realybės ir suartina tėvus su vaikais, o tai – prevencijos pagrindas. Komunikacija turi prasidėti ir būti vykdoma kiekvienoje šeimoje.
- **Ugdymo institucijos.** Jų komunikacijos tikslas turėtų būti gyvenančios sveiką gyvenimo būdą, laisvos, kūrybingos, sąmoningos, atsakingos už save, savo pasirinkimus, numanančios savo poelgių pasekmes asmenybės ugdymas;
- **Specialistai.** Jų tikslas turėtų būti kuo išsamiau apšviesti apie galimas priklausomybę sukeliančių ligų vartojimo pasekmes bei nuolat palaikyti komunikaciją su ligoniu, šviečiant jį apie ligos eigą;
- **Teisėsauga.** Jos tikslas – informacijos apie galimas priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo sankcijas pateikimas;
- **Valstybinės institucijos.** Jų tikslas – komunikacijos būdu išsiaiškinti priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo priežastis, nustatyti problemines vietas ir organizuoti jų gerinimą;
- **Nevyriausybinių organizacijų.** Jų tikslas – visapusiškai pagalba esamiems ligoniams ir prevencinių priemonių rengimas potencialiems ligoniams;
- **Darbdaviai.** Jų tikslas – laiku išsiaiškinti priklausomybę turinčius darbuotojus ir nukreipti į specialistus bei kalbėti, dėl kokių priežasčių atsirado priklausomybė;
- **Verslo struktūros.** Jų tikslas – prisidėti prie sveikos gyvensenos propagavimo. Pavyzdys - projektas „Pramogos be narkotikų“, kuris skatino naktinius klubus prisijungti prie akcijos prieš narkotikus;
- **Žiniasklaida.** Jos priemonės visuomenėje sukelia vertingas diskusijas, iškelia nuomonių lyderius, kur ir šie formuoja likusios visuomenės dalies nuomonę. Todėl pagrindinis prevencijos programos bendradarbiavimo su žiniasklaida tikslas yra pakeisti visuomenės požiūrį į tam tikrą socialinę problemą bei žmonių elgseną, o ilgalaikės perspektyvos atžvilgiu – sukurti naujas socialines vertybes.

- **Pats sergantysis.** Jo komunikacijos tikslas susijęs su išgyvenimų išraiška, kuris paskatintų nepradėti arba liautis vartotojus psichotropines medžiagas.
- **Kt.**

Kaip dar vieną komunikacijos dalyvį galima išskirti visuomenę. Kad alkoholikas serga, t. y. aplinkinių pripažinimas liga, įvyksta kur kas anksčiau, negu jis pats tai prisipažįsta. Visuomenės informuotumas gali prisidėti prie ligonių pasveikimo. Taip pat ypatingai svarbi ligonio ir šeimos narių komunikacija. Alkoholikai sveiksta lankydami Anoniminių alkoholikų grupes, o artimiesiems yra „Al-Anon“ grupės. Čia renkasi geriančių žmonių artimieji ir pagal tarpusavio pagalbos principą veikiančiose grupėse mokosi gyventi visavertiškai šalia sergančiojo, su juo bendrauti. Pastebėta, jog tie alkoholikai, kurių artimieji lanko „Al-Anon“ grupes, greičiau patys pradeda ieškoti pagalbos, blaivėti, nes pastebi realius savo artimųjų elgesio, gyvenimo pokyčius. [16]

Taip pat galimos įvairios dalyvių bendradarbiavimo formos. Tarkime, į profesionalias narkomanijos prevencijos intervencijas siekiama įtraukti su jaunimu dirbančias socialines tarnybas. Siekdama panašių tikslų, Norvegija plėtoja mokyklų, vaiko apsaugos ir socialinių tarnybų bendradarbiavimą bei jų drausmines priemones. Greitojo vertinimo ir reagavimo metodai, t. y. greitas informacijos (statistinės medžiagos) rinkimas kartu su pokalbiais (klausimynai, pagrindinės grupės) ir (arba) problemų turinčių rajonų stebėjimu taikomi ne tik Norvegijos projektuose, bet ir Vokietijoje bei Nyderlanduose. [24]

Taigi komunikacijos reikšmė yra pripažįstama įvairiuose prevencijos lygiuose, įvairiomis formomis ir veikiant įvairiam dalyvių skaičiui. Pastebėta, kad priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo tendencijos bei su tuo susijusi komunikacija turi nemažai skirtumų įvairiose kultūrose. Todėl tai, kas tinka vienai šaliai gydant organizuojant priklausomybės ligų prevenciją, nebūtinai gali būti pritaikoma kitai. Plačiau apie kultūrinius skirtumus – 3.1. skyriuje.

3.1. Kultūrinių skirtumų reikšmė, organizuojant prevencines priemones sergantiems priklausomybės ligomis

Skirtinga istorinė patirtis, skirtingos klimato juostos bei skirtingas priklausomybės ligų pavojingumo visuomenei ir artimiesiems traktavimas lėmė skirtingus priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo įpročius bei priklausomybės ligų gydymą.

Įvairius atpalaiduojančius gėrimus žmonija vartoja nuo seno. Šumerai ir egiptiečiai gėrė alų. Viduržemio jūros tautos pastebėjo, jog iš surūgusių vaisių, ypač vynuogių, galima sunkti vyną. Anot

istorinių šaltinių, islamo pranašas Mahometas sirgo epilepsija ir vyno gerti negalėjo, todėl uždraudė ir visiems kitiems. Musulmonai priesaikų laužyti nedrįso, bet po kurio laiko išrado spiritą. Taip per tūkstančius metų alkoholiniai gėrimai tapo neatsiejama žmonijos kultūros dalimi. Viena iš didžiausių to priežasčių – ilgas ir **fiziškai sunkus darbas**. Tarkime, pramoninės XIX amžiaus Anglijos gamyklose darbo diena trukdavo 14-16 valandų, atlyginimas buvo mažas. Todėl neretai po sunkios darbo dienos žmonės atsipalaiduodavo gurkšnodami alkoholinius gėrimus. Visais laikais alkoholis buvo „pažemintųjų ir nuskriaustųjų“ paskutinė priebėga nuo nepakeliamo darbo ir pono patyčių. [18]

Dar vienas, kaip manoma, girtavimą skatinantis veiksnys yra **klimato juosta**. Pietuose, kur nuolat šviečia saulė, žmonės girtuokliauja mažiau. Kita situacija šiaurėje, t. y. Britų salose, Skandinavijoje, Baltijos šalyse ir Rusijoje. Čia žiema trunka maždaug 7 mėnesius per metus, o likusius 5 mėnesius šiaip šalta ir drėgna. Kad būtų apsirūpinta maistu ir malkomis, dirbti reikia 12-14 valandų per parą. Todėl šiaurėje dažniau negu pietuose griebiamasi butelio. Nesaikingas alkoholio vartojimas yra sena Rusijos ir kitų Šiaurės valstybių tradicija. Vis dėlto XX amžiaus pradžioje pamėginta uždrausti vartoti alkoholį: sausieji įstatymai priimti Suomijoje, Norvegijoje, JAV. Rusija alkoholį uždraudė stodama į karą 1914 metais. Tačiau karų metu buvo girtuokliaujama. Kitas bandymas kovoti su girtuokliavimu buvo Michailo Gorbačiovo antialkoholinės priemonės 1985-1988 metais. Visiškai vartoti alkoholį neuždraudė, bet degtinė pabrango tris kartus, kai kur buvo iškapoti vynuogynai. Tačiau žymių pasikeitimų taip pat nepasiekta. 2009 m. gale Dmitrijus Medvedevas pradėjo antialkoholinę kampaniją, tačiau kol kas statistikos apie sumažėjusį alkoholio vartojimą nėra. Kampanija nėra itin aktyvi - viena iš drastiškesnių priemonių, kurių imtasi alkoholizmui mažinti, yra degtinės pabranginimas apie du kartus. [18] Visgi į šią kampaniją žiūrima skeptiškai, nes problema yra per giliai įsišaknijusi ir tam tikroms struktūroms nebūtų naudinga smarkiai sumažinti alkoholį vartojančių žmonių kiekį: „iš degtinės monopolio Rusijos carai sukūrė imperiją, o komunizmo laikais iš to buvo išlaikomas karinis biudžetas, todėl degtinė ir neša šiai valstybei tokius pat nuostolius kaip karas.“ [28]

Tokius didelius alkoholio vartojimo mastus Rusijoje lemia ne tik klimato juosta, bet ir pati **gėrimo kultūra** (verslo atstovai derybas pradeda tik kartu su šeiminingais išgėrę po stikliuką degtinės). Priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo skirtumų pastebima ir kitose kultūrose. Pavyzdžiui, JAV atlikus etninių grupių apklausą apie alkoholio vartojimą, gauti tokie rodikliai: [32]

1. Grupės, kurių alkoholio vartojimo paplitimas yra didžiausias (italai), turi palyginti mažus priklausomybės nuo alkoholio vartojimo rodiklius.
2. Amerikoje tik 0.1 proc. alkoholį vartojančios populiacijos sudaro žydai.
3. Amerikos airiai 7 kartus labiau linkę į priklausomybę negu Amerikos italai.

4. 1933-1949 m. nei vienas iš Niujorko Kinijos miestelyje įvykdytų areštų nebuvo susijęs su girtuokliavimu viešojoje vietoje.
5. Amerikiečiai, kurių socioekonominis statusas yra aukštesnis, yra labiau linkę į alkoholio vartojimą, tačiau mažiau kelia visuomenei grėsmės negu tie, kurių socioekonominis statusas žemesnis.
6. Alkoholio vartojimas Amerikoje priklauso nuo regiono. Pietiniai ir kalnuoti regionai turi „sausas“ tradicijas, todėl ten didesnis abstinencijos lygis.
7. Mažiausiai anoniminių alkoholikų grupių yra tarp portugalų, daugiausia – tarp islandų.

Manoma, kad amerikiečių alkoholizmo tendencijos priklauso nuo **rasinių bei etninių skirtumų**. Natūrali atranka atskyrė tuos, kurie yra potencialūs alkoholikai ir turi ilgą alkoholizmo vartojimo istoriją, ir tuos, kurių alkoholio vartojimo lygis buvo ir yra mažesnis. Kantoniečiai kinai, gyvenantys JAV, nepalankiai žiūri į alkoholikus ir prašo galingų grupių sankcijų tiems, kas nekontroliuoja alkoholio vartojimo. Šita bendruomenė ypač netoleruoja savikontrolės praradimo vartojant alkoholį. Žydų ir Kinijos amerikiečiai turi mažiausiai problemų dėl alkoholio. Jie išsiskiria aukšta pasiekimų motyvacija, savikontrolės vertybėmis, jų bendruomenė nepritaria antivisuomeniniams veiksams. JAV, kaip ir visame pasaulyje, daugiau alkoholizmo atvejų yra pastebima tarp airių katalikų ir neprotestantiškų Rytų Europos grupių. Be to, Amerikos indėnų kultūros nepritaria kalvinizmo savikontrolės idėjoms ir susiduria su sunkiausiomis alkoholizmo problemomis, palyginti su kitomis JAV etninėmis grupėmis. Todėl Indijos aborigenų grupės intensyviai vartojo alkoholinius gėrimus ir taip yra iki šiol. [30] Viena iš labiausiai nuo priklausomybės alkoholiui žinomų bendruomenių yra šiaurės vakarų Ontarijaus Ojibwa. Šioje Indijos bendruomenėje smurtiniai užpuolimai ir savižudybės yra tiek paplitę, kad tik kas ketvirtas žmogus miršta natūralia mirtimi ar atsitiktinai. Per metus vienas trečdalis 5-14 metų vaikų paimami iš jų tėvų todėl, kad tėvai negali rūpintis vaikais, nes be perstojo geria. Šis kaimas buvo pavadintas „priverstinės migracijos, ekonominės priklausomybės, kultūrinio tapatumo praradimo ir socialinių tinklų žlugimo ciklu“, kurio savęs sunaikinimo pagrindu yra alkoholis. Genties žmonės tikėjo, kad alkoholizmas yra liga, kurios jie negali kontroliuoti. Vienas iš kaimo gyventojų paskelbė: „vienintelis dalykas, kurį aš žinau, yra tai, kad alkoholis yra stipresnė galia negu vaikų meilė.“ [31]

Laikoma, kad pasaulis suskirstytas į **dvi elgesio civilizacijas** pagal tai, kaip istoriškai susiklostė, kad jame vartojamos vienokios ar kitokios priklausomybę sukeliančios medžiagos. Tai įvyko visiškai uždraudus alkoholį Rytuose ir iškilus geležinei Otomanų imperijos uždangai, kuri stabdė „indiškų

kanapių“ eksportą į Vakarų (beje, opijus irgi ilgus metus buvo populiarus tik Rytų ir Pietryčių Azijoje). Alkoholis ir hašišas buvo laikomi atsipalaidavimo priemone, jie dirbtinai padidindavo gyvenimo džiaugsmą. Alkoholis ir hašišas buvo perduodami iš kartos į kartą kaip gyvenimo būdo stereotipai. Europiečio gyvenimui alkoholis turėjo didesnę bei stipresnę įtaką nei bažnyčia. Tai liudija ir „gėrimo įstaigų“ skaičius europiečių miestuose. Bažnyčių buvo ir yra kur kas mažiau. Alkoholio gėrimo ceremonijos bei papročiai lydi europietį visą gyvenimą. Alkoholis kelia nerimą, degina vidurius, pripildo žmogų energijos. Visa tai darė žmogų neramų. Dėl to buvo einama į kryžiaus žygius, ieškoma kelių į Indiją ir Ameriką. Visi europiečių užkariavimai, tarpusavio karai, kitų šalių kolonizavimai – alkoholinio nerimo pasekmė.

O musulmonai toleravo narkotikus, kurie teikė kitokią energiją – atpalaiduojančią, švelnią, žadinančią jausmus bei vaizduotę. Todėl ilgesnį laiką išlikti agresyvus musulmonų pasaulis nesugebėjo. Musulmonų religija tikintiesiems apskritai draudžia vartoti vynuogių produktus ir alkoholį. Žydai itin nepalankiai žiūri į elgesį išgėrus ir iš bendruomenės „pašalina” tuos, kas neatitinka jų elgesio standarto. Tačiau jie griebėsi kitokių narkotinių medžiagų. Išdžiovintų „indiškų kanapių“ arba iš jų pagamintos plastiškos riebios dervos, vadinamos hašišu, rūkymas afganų gentims, o vėliau ir visai Azijai, buvo pažįstamas daug seniau, negu iš Amerikos buvo atvežtas tabakas. O krikščionybė ne tik nedraudė vartoti vynuogių produktų, bet maldų metu vynas buvo vartojamas kaip šventas gėrimas. Europoje įsigalėjus rūkymui, Katalikų bažnyčia daugiau ar mažiau susitaikė su tabaku, laikė jį lengva nuodėme. [21]

Tačiau priklausomybę keliančių medžiagų naudojimo istorija nėra tiesiogiai proporcinga šiandieniniam tos šalies priklausomybės ligų lygiui. Tarkime, Kinijoje alkoholizmo istorija siekia 4000-5000 metų. Šalies kilmingieji per nacionalines ceremonijas vartojo ryžių vyną. Alkoholis buvo romantizuojamas, kinų literatūra alkoholį laikė grožio, kilmingumo simboliu. Nepaisant tokio alkoholio traktavimo, kinų medicinos literatūra labai anksti pradėjo kalbėti apie potencialias alkoholizmo problemas. Antikinėse medicinos knygose buvo pristatoma FAS (vaikų ligos, kurias sukelia alkoholio vartojimas motinos nėštumo metu) ir kiti galimi alkoholio vartojimo sukelti sutrikimai. [37]

Priklausomybę labiau sukelia patys **vartojimo įpročiai**. Visuomenėse, kuriose alkoholio vartojimas vertinamas priešingai (tokiose kaip Jungtinė Karalystė, JAV, Skandinavija, Australija), jis pateisinamas šventimu, tačiau nėra toleruojamas alkoholio vartojimas be jokios progos, skirtingai negu Italijoje, Ispanijoje ir Prancūzijoje, kur alkoholis yra neutralus kasdienio gyvenimo elementas. Tačiau pastarosiose šalyse jo vartojimas nesukelia tokių sunkių pasekmių aplinkiniams. Ten mažiau prarandama kontrolė negu kultūrose, kuriose vartojamas alus ir kuriose vyrauja temperamentingas

elgesys. [39] Tam pritaria ir Perring Ch. (2009): jis, apžvelgdamas Peele S. darbus, teigia, kad yra įrodymų apie kasdienes alkoholio vartojimo įpročius pietų Europos šalyse: tai sukelia mažesnę priklausomybę negu šiaurės šalims būdingas švenčių ar kitomis progomis gausus gėrimas. [33]

Tokie kultūriniai skirtumai lemia ir **skirtingą šalių alkoholio vartojimo prevencijos politiką**. Pavyzdžiui, Rusijoje, kur alkoholizmas yra labai išsisknijęs, neužtenka tik riboti alkoholio reklamą, kurti socialines reklamas. Norint sumažinti problemos mastą, turi būti imamasi drastiškų priemonių. Todėl D. Medvedevas pasiryžo branginti alkoholinius gėrimus daugiau negu du kartus. Tačiau ši priemonė taip pat kelia abejonių, nes alkoholiniai gėrimai gali būti intensyviau gaminami nelegaliai.

Valstybės narės (pvz., Airija, Liuksemburgas, Vengrija) , vykdydamos atrankinės prevencijos politiką, vis daugiau pastangų skiria konkrečioms etninėms grupėms. Pavyzdžiui, dėmesys etninėms grupėms yra svarbus prevencijos bruožas Vengrijoje, kur dėl čigonų bendruomenės socialinių ir kultūrinių ypatybių bei nepakankamai gerų gyvenimo sąlygų jai kyla didelis narkomanijos pavojus. Šioje šalyje nevyriausybinės organizacijos organizuoja čigonų mokymus pačios etninės grupės jėgomis, savitarpio pagalbos grupes, priežiūrą, įvairias prevencijos programas; tam tikros tarnybos teikia vadinamąsias žemo slenksčio paslaugas narkomanams. [24]

Kalbant apie narkotikų prevencinę komunikaciją, svarbu išskirti Vokietijos atvejį. Ši šalis – „narkotikų kontrabandos kryžkelė. Taip pat tai vienas iš žymesnių pasaulio narkotikų gamybos centrų. Narkomanų Vokietijoje daugėja.“ [43] Todėl priklausomybę turintiems asmenims ir jų artimiesiems neužtenka organizuoti komunikacijos kampanijas. Svarbu užtikrinti nuolatinį ir nepertraukiamą švietimą. „Vokiečiai vaikus su narkotikų žala pradeda supažindinti vaikų darželiuose ir pradinėse mokyklos klasėse. Valstybinės institucijos rengia pagrindines programas, rūpinasi jų įgyvendinimu, sutelkia įvairias struktūras konkrečiam darbui, - federalinė valdžia dažniausiai tik padeda.“ [43]

Kultūriniai skirtumai apsunkina ir gydytojų bei pacientų tarpusavio bendravimą. Tarkime, Etiopijos gyventojai labai nemėgsta atviros diskusijos apie medicinines problemas, tyrimų rezultatus, todėl tikisi, kad blogas naujienas praneš ne pats gydytojas, o jų artimieji. Kinai gydytojo kabinete gali pasakoti tik apie fizinius skausmus, o apie emocinę savijautą gali kalbėti tik gydytojui to paprašius. Jei žmogus nori kalbėti apie savo emocijas, tai turi būti išreikšta metaforomis. Pavyzdžiui, kinų visuomenė, kalbėdama apie nuovargį, tarsi rodo, kad ji yra beviltiška. Tokie komunikaciniai skirtumai apsunkina daugelio skirtingų kultūrų atstovų prieigą prie medicinos pagalbos. Tarkime, imigrantai, gyvenantys kaimo vietovėse, vengia ieškoti priklausomybės ar psichikos ligų specialistų pagalbos, nes jiems neprieinamos kai kurios medicinos paslaugos, taikytos jų kultūrinėse grupėse. [9]

Taigi siekiant išsiaiškinti konkrečios šalies priklausomybių prevencijos ypatumus, svarbu gerai įsigilinti į tos šalies kultūrinius elementus, priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo ypatumus bei tos šalies istoriją ir atsižvelgti į tai, kurioje klimato juostoje šalis yra. Įdomu tai, kad kasdienis alkoholio vartojimas, būdingas pietinėms šalims, nelemia didesnio polinkio į priklausomybę, kaip taip manyta ieškant literatūros apie kultūrinius priklausomybę sukeliančių medžiagų vartojimo skirtumus. Tai rodo, kad nėra vienos bendros taisyklės, kaip turi būti organizuojamas gydymas, artimųjų ir potencialių ligonių švietimas. Todėl kiekvienoje kultūroje veiksmai turėtų būti organizuojami individualiai, atsižvelgiant į jos specifiką.

3.2. Komunikacijos reikšmė priklausomybės ligų prevencijos atveju

Kaip minėta skyriaus pradžioje, asmeniniai bei socialiniai veiksniai ir pateikiama informacija yra priklausomybės ligų prevencijos pagrindas. Prie viso to galima pridėti ir kultūrinius veiksnius. Į juos reikia atsižvelgti, nagrinėjant priklausomybės ligų prevenciją, kurios pagrindas yra komunikacija. Socialiniai veiksniai iš dalies taip pat siejasi su komunikacija šeimoje, bendruomenėje. Todėl manoma, kad komunikacijos organizavimas sergant priklausomybės ligomis turi apimti tiek tarpasmeninės, tiek grupinės komunikacijos šeimoje, bendruomenėje naudojimą. Tiesa, tarkime, narkomanijos tema „informacijos šaltiniuose galima pastebėti neatsakingo ir neprofesionalaus požiūrio apraiškų. Klaidų daro net medikai, skaitantys paskaitas narkomanijos prevencijos klausimais. Su tuo susijusios vadinamojo „saugesnio“ narkotikų vartojimo tendencijos tarp jaunimo.“ [4] Be to, „kartais informacija apie pagalbą bei reabilitaciją formuoja neteisingą visuomenės supratimą, kad narkomanija – lengvai išgydoma liga (arba žalingas įprotis).“ [4] Todėl planuojant komunikacijos veiksmus, reikia gerai apsvarstyti, ar jie negali vienaip ar kitaip pakenkti, turi būti parengta gera komunikacijos programos strategija.

Tiek prie trumpalaikių, tiek prie ilgalaikių intervencijų priskiriama **komunikacijos kampanija** – tai veikla, kuria siekiama konkrečių su sveikatos gerinimu susijusių tikslų, ji skirta didelei auditorijai, turi laiko limitą ir susideda iš organizuotų komunikacinių veiksmų. Tai pastangos pakeisti elgesį į tokį, kokio reikalauja socialinės normos. Kad pasiektų maksimalią sėkmę, kampanijos derina žiniasklaidą ir kitus tarpasmeninius bei visuomeninius kanalus. [34] Sėkminga komunikacinė kampanija: [8]

1. Kampanijos pranešimais pateikia populiarią problemą;
2. Naudoja masinę žiniasklaidą padidinti supratimui, stimuliuoja tarpasmeninę komunikaciją, verbuoja kampanijos naujokus;

3. Per to paties amžiaus ar socialinio statuso tinklus kuria tarpasmeninę komunikaciją, o tai padeda pasiekti elgesio pasikeitimo;
4. Nustato šaltinių patikimumą;
5. Vykdo auditorijos rinkos tyrimus;
6. Pašalina kampanijas, kurios socialiai nutolusios nuo visuomenės;
7. Akcentuoja greitus teigiamus rezultatus kaip opoziciją paramos intervencijoms;
8. Auditoriją suskirsto į pogrupius ir nukreipia dėmesys specialiai į juos;
9. Žinutes siunčia palankiausiu metu ir pačiais efektyviausiais kanalais.

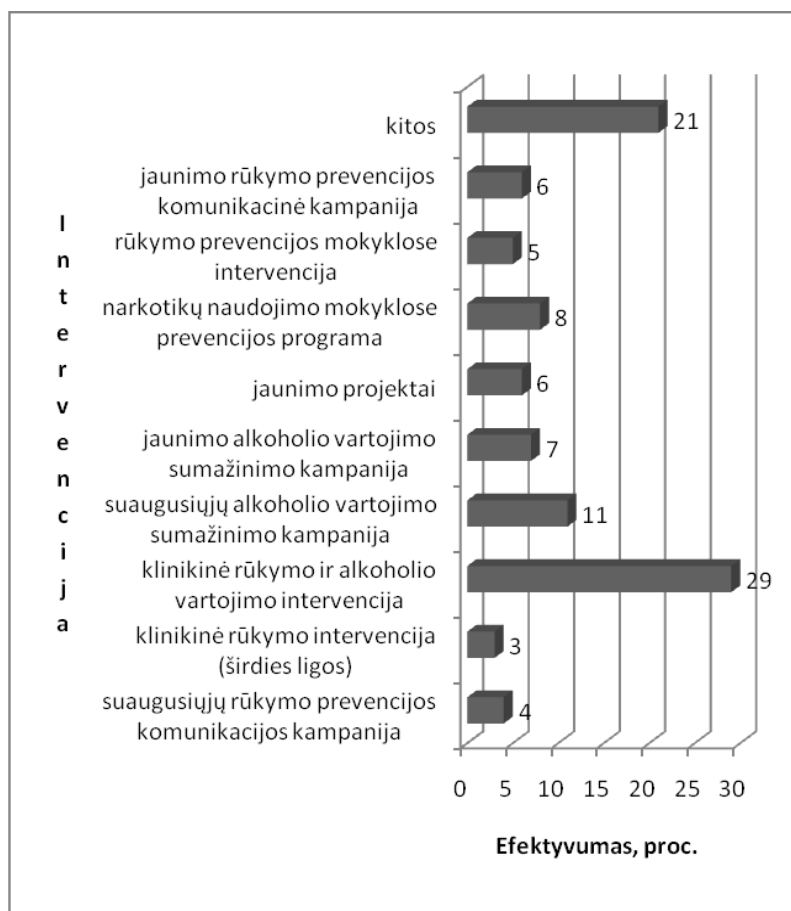
Be to, **sėkminga kampanija susideda iš asmeninės, tarpasmeninės, socialinių tinklų ir institucinės komunikacijos.** [8] Kampanijos gali būti skirstomos pagal tai, **į kokio elgesio pasikeitimą yra nukreiptos:** ar esamas elgesys yra priklausomybė, ar ne. Priklausomybės ligomis sergančių žmonių mąstymą ir požiūrį yra daug sunkiau pakeisti negu, tarkime, siekiant mažinti širdies ligų sergamumą, reikalauti nuolatinio vyresnių žmonių dėmesio kraujospūdžio dydžiui. Slopindamos priklausomybes, kampanijos siekia pakeisti individų požiūrius ir elgesį. Ši priemonė Vakarų kultūroje yra ypač populiari, Lietuvoje taip įgauna vis didesnę pagreitį. Alkoholizmo ir rūkymo prevencijos kampanijos pagal efektyvumą yra atitinkamai trečioje ir ketvirtoje vietose po saugos diržų ir burnos ligų kampanijų. Tačiau nustatyta, kad tarp visų tirtų iki 2004 m. Amerikoje vykdytų kampanijų efektyvumas, siekiant sumažinti sergamumą priklausomybės ligomis, sudaro 3-7 proc. (tirtos 2 suaugusiųjų alkoholizmo prevencijos kampanijos ir 13 rūkymo prevencijos kampanijų). [38, p. 72-90] (žr. 3 lentelę)

3 lentelė. Vidutinis kampanijų efektyvumo dydis pagal kampanijų tematiką (sudaryta autoriaus pagal 38 šaltinį, p. 72-90)

Kampanijos pavadinimas	Elgesio pasikeitimas, proc.	Kampanijų skaičius
Saugos diržų	15	5
Burnos ligų	14	1
Alkoholio vartojimo	7	2
Rūkymo	3	13
Širdies ligų	4	3
Momografijos	3	5
Seksualinio elgesio	6	2
Kitų	20	2

Tokie rezultatai rodo, kad priklausomybės ligų kampanijų planuotojai ir finansuotojai negali kelti tikslo pakeisti daugiau negu 20 proc. populiacijos elgesio, nes, kaip parodė tyrimas, daugiausia pasikeitė 15 proc. Ir tai buvo susiję ne su ligomis, o su blogais įpročiais, ką pakeisti yra lengviau ir kitomis priemonėmis (pavyzdžiui, taikant didesnes baudas). Žmonių sprendimai dėl žalingų įpročių yra paremti daugeliu faktorių, ne tik asmeninėmis žiniomis, gautomis iš masinės komunikacijos priemonių. Todėl taip pat masinės komunikacijos priemonės negali galutinai nustatyti žmogaus sąmonėje, kas yra blogai. Tačiau jos turi ir **netiesioginį poveikį**, kuris yra daug reikšmingesnis – veikdamos socialinį ir kultūrinį kontekstą, daro įtaką ir sprendimams, kurie šiuose kontekstuose yra priimami. Įrodyta, kad **netiesioginis žiniasklaidos poveikis** individo elgesiui yra didesnis negu masinių komunikacijos kampanijų. Be to, šiuo metu yra manoma, kad formalios ir neformalios institucijos, kurios supa priklausomybės liga sergantį individą, **įtikinėjimo būdu** turi daugiau galios veikti socialinį ir kultūrinį kontekstą, kuriame jis gyvena. Pagal šį požiūrį, individas nesiels netinkamai, jei žinos, kad už tai jam gali grėsti formalios (pavyzdžiui, patekimas į kalėjimą) ar neformalios (socialinės etiketės užlipdymas ar gėda) sankcijos. Be to, individas daug dažniau pasirinks tokį elgesį, kurį priima visuomenė. Dar daugiau, didesnė tikimybė, kad ligų bus išvengta arba sparčiau padedama sveikti, jei bus naudojama tiesioginė klinikinė intervencija, tai yra, su žmonėmis nuolat kalbama (žr. 6 pav.).

6 paveikslas. Priklausomybės ligų intervencijų efektyvumas [38, p. 72-90]



Iš paveikslo matyti, kad klinikinė rūkymo ir alkoholio vartojimo intervencija yra daugiau negu du kartus efektyvesnė negu suaugusiųjų alkoholio vartojimo sumažinimo kampanija. Tačiau kai norima pasiekti didelį skaičių žmonių, klinikinė intervencija yra daug brangesnis, sudėtingesnis būdas negu komunikacinė kampanija. [38, p. 72-90] Nepaisant to, net ir negalinčios pakeisti absoliučios daugumos sergančiųjų elgesio, kampanijos turi akivaizdžią naudą.

Taip pat ir su žiniasklaida: dažniausiai ji turi tik netiesioginį poveikį, tačiau komunikacija priklausomybės ligų atveju neatsiejama nuo **žiniasklaidos** - ji gali veikti socialinių institucijų funkcijas. Žiniasklaida yra pagrindinis informacijos ir žinių visuomenėje šaltinis, svarbus socialinės kontrolės tarpininkas, kultūros išreiškėjas, visuomenės nuomonės, socialinių problemų ir socialinių klaidų išsakymo lyderis. Šios funkcijos suteikia žiniasklaidai svarbiausią poziciją dalyvauti keičiant socialinį ir kultūrinį kontekstą, kuris gali paveikti individo elgesį. Tarkime, dvidešimtojo amžiaus pabaigoje atliktas 1978-1996 metais alkoholi vartojusių vairuotojų tyrimas parodė, kad didesnis žiniasklaidos dėmesys alkoholizmui lėmė didesnę ir politikų dėmesį šiai problemai. Išleisti papildomi teisės aktai kovai su šia problema (pavyzdžiui, nauja nuobaudų sistema) lėmė 51 proc. alkoholio vartojimo sumažėjimą. Tuo metu, kai buvo leidžiami įstatymai kovai su alkoholizmu, žiniasklaidos poveikis jam buvo sumažėjęs. Iki šio tyrimo žiniasklaidos netiesioginis poveikis nebuvo tirtas, po jo taip pat nebuvo

раста duomenų apie tokį tyrimo objektą, todėl sunku palyginti, ar kažkas pasikeitė. Tačiau paaiškėjo, kad žiniasklaida turi didesnę netiesioginę poveikį priklausomybės ligų mažinimui negu tiesioginę. [15, p. 429-447]

Sutinkama, kad nei žiniasklaida, nei komunikacinės kampanijos, nors ir turėdamos didelę įtaką žmonių nuomonės formavimui, vienos pačios negali pakeisti neteisingo elgesio. Šiuo metu pastebimas vis didėjantis įvairių **komunikacijos veiksnių kompleksiskumas**, pasireiškiantis bendradarbiavimo vystymu – jis padidina programos ar svarstomos problemos paramą, pasitelkiant verslo, ne pelno ar vyriausybinių organizacijas, jų patikimumą ir išteklius. [26] Galima išskirti verslo struktūras, kurios turi vis didesnę svorį organizuojant komunikacinius veiksmus. Joms dalyvaujant, lengviau pritraukiami pinigai. Todėl vis dažniau **marketingo priemonės** tampa efektyviu komunikacijos, sergant priklausomybės ligomis, pagrindu. Reklama, pardavimų skatinimas, viešieji ryšiai leidžia pasirinkti *teisingą* pranešimą, kuris nukreipiamas per *teisingą* žiniasklaidos priemonę *teisingai* tikslinei auditorijai, kad būtų *teisingai* pasiektas elgesio pasikeitimas. Kaip produktų marketingo atstovai, taip ir prevencijos marketingo atstovai gali marketingo principus naudoti, siekdami padidinti supratingumą, pateikti informaciją ir inicijuoti veiksmus. Sveikatinimo ir bendros žmonių gerovės rėmėjai, skirtingai nuo, tarkime, tabako kampanijų, geram rezultatui pasiekti gali panaudoti tyrimą, sumanumą ir tam skirti didesnes pajamas. Marketinge naudojamos šešios skirtingos prevencijos kategorijos: [13]

- **Informacijos skleidimas:** vienakryptė komunikacija iš šaltinio visuomenei;
- **Mokymas:** dvikryptė komunikacija tarp ugdytojo ir dalyvių;
- **Problemos atpažinimas ir priskyrimas:** strategijos, kurios atpažįsta problemą ir pakeičia jos kryptį (nukreipia veiksmus į problemą);
- **Bendruomenė besiremiantys procesai:** bendruomenės dalyvavimas siekiant sudaryti geresnę atmosferą ir suteikti efektyvesnes paslaugas;
- **Aplinkos procesas:** strategijos, kurios pakeičia rašytus ir nerašytus bendruomenės įstatymus, standartus ir požiūrius;
- **Alternatyvios veiklos:** individų galimybės užsiimti veiklomis, kuriose nenaudojamos žalingos medžiagos ir nepropaguojamas netinkamas elgesys.

Neretai šios kategorijos yra derinamos viena su kita, kad būtų pasiektas maksimalus rezultatas.

Apibendrinant galima teigti, kad komunikacija yra neatsiejama siekiant sumažinti sergamumą priklausomybės ligomis. Prasidėjusi šeimoje, ji perauga į mokyklų, universitetų lygmenį, vyksta tiek su specialistais, tiek su verslo struktūromis tarp įvairių socialinių sluoksnių, kultūrų. Lietuvoje dar nesukurta tokia sistema kaip Europos Sąjungoje, kur yra priimtina individualizuotos konsultacijos dėl

žalingų veiksmų poveikio, tarkime, per nėštumą koncepcija. Įrodyta, kad įtikinėjimas turi didesnę poveikį negu komunikacijos kampanijos, tačiau tarpasmeninei komunikacijai Lietuvoje skiriama mažai dėmesio. Kitame skyriuje aptariamas vienas iš veiksmingiausių interaktyvių būdų priklausomybės ligų sergamumo lygiui mažinti – internetiniai tinklalapiai.

3.3. Priklausomybės ligų komunikacijos realizavimas: internetinių tinklalapių kūrimas

Aukščiau pateikta medžiaga įrodo, kad priklausomybės ligų atveju labai svarbu gauti grįžtamąjį ryšį ir reikalingą pagalbą tiek iš artimųjų, tiek iš bendraminčių, tiek iš specialistų. Tačiau Lietuvoje tokio principo praktika dar nėra giliai įsitvirtinusi. Komunikacija daugiau vyksta viena kryptimi (dažnai paskaitų ar pamokų forma). Tarkime, 2009 metais Kauno miesto savivaldybės Visuomenės sveikatos biuro psichologė Rima Vaitkienė Kauno miesto profesinėse mokyklose konsultavo jaunas merginas apie alkoholio žalingą poveikį nėščiosioms. Akcija „Alkoholis ir nėštumas“ vyko visose Kauno miesto profesinėse mokyklose spalio 21 – 22 dienomis. [2] Tačiau kadangi konsultacijos, diskusijos vyko paskaitų forma, tai galėjo veikti mokinių atsakymus, pamąstymus. Efektyviau būtų, jei nustačius didesnę alkoholio suvartojimo kiekį konkrečioje mokykloje, joje psichologė galėtų pakalbėti su kiekviena mergina atskirai. Taip pat pačios už alkoholio prevenciją atsakingos įstaigos galėtų ištraukti į diskusiją interneto forumuose. Iš internete apžvelgtų diskusijų matyti, kad visuomenė suvokia alkoholio vartojimo nėštumo metu žalą, tačiau tuos pamąstymus reikėtų įtvirtinti pareiškiant kompetentingiems asmenims savo nuomonę. Matyti, kad suinteresuotiems žmonėms neužtenka vien tik lankstinukuose pateiktos informacijos – jie siekia grįžtamojo ryšio, todėl ieško bendraminčių forumuose. Tačiau dažniausiai atsakymus pateikia tiek pat kompetentingi asmenys kiek ir jos ieškančios. Taigi šiandieninė komunikacija negali būti dviprasmiškas ir vien tik šviečiamąją medžiagą pateikiantis kovos su priklausomybės ligomis būdas. Naudinga kurti internetinius puslapius, kuriuose vyktų tarpasmeninė komunikacija. Manoma, kad **internetiniai šaltiniai yra tarpasmeninės ir masinės komunikacijos pranašumus jungiantis kanalas**. Vyrauja požiūris, kad internetas turi daug teigiamų tarpasmeninės komunikacijos įtikinėjimo elementų. Tai leidžia jį laikyti pagrindinių elgesio mokslo teorijos ir sveikesnės gyvensenos principų šaltiniu. Žvelgiant plačiau, tai, kad internetas naudoja masinės komunikacijos kanalus, jam leidžia pasiekti dideles auditorijas. Todėl internetą paranku naudoti ir sveikatos specialistams, siekiantiems rasti intervenciją ir pagerinti visuomenės sveikatą. [7]

Dar vienas svarbus niuansas, kurį reikia įvertinti jau nutarus vykdyti priklausomybės ligų prevenciją, yra nuo jos tikslų priklausantys realizavimo būdai. Priklausomybės ligų komunikacijos specifika yra ta, kad siekiant maksimalaus ilgalaikio jos efekto, reikia jai skirti pakankamai daug laiko. Apie priklausomybės ligas kaip apie problemą turi būti nuolat primenama ir kalbama. Todėl šiuo atveju geriausia pasinaudoti užsienio šalyse vyraujančia praktika kurti internetinius puslapius. Alkoholizmo tematikos tinklalapių, kuriuose būtų nuolat atnaujinama medžiaga, vyktų tam tikras bendravimas, Lietuvoje yra labai nedaug. Sukurta keletas tinklalapių, kuriuose suteikiama informacijos apie gydymo įstaigas, nurodoma alkoholizmo žala. Tačiau tiek turinys, tiek grafika, tiek informacijos pateikimo būdas gerokai skiriasi nuo užsienio tinklalapių. Internetiniai tinklalapiai daugiau atlieka konsultavimo, švietėjišką funkciją. Nors aktyvios komunikacijos metu, pasitelkiant žiniasklaidą, galima imtis aktyvesnių veiksmų. Be to, internetiniai puslapiai turi didesnę privalumą negu, tarkime, aktyvi komunikacinė kampanija ir, siekiant ilgalaikio priklausomybės ligų komunikacinio efekto, manoma, svarbu atsižvelgti į internetinių tinklalapių privalumus: juose masinė komunikacija gali virsti tarpasmenine, kuri, kaip minėta, dažniausiai turi didesnę tiesioginį poveikį negu masinė komunikacija. Internetiniu tinklalapiu sunkiai galima pasiekti naujo elgesio, tačiau suteikiant reikiamą informaciją galima išvengti būsimo nepageidaujamo elgesio ar bent jau sumažinti dabartinį nepageidaujamą elgesį. Be to, jie turi ir netiesioginį poveikį: formuoja bendras skaitytojų nuostatas.

Apibendrinant komunikacijos organizavimo priklausomybės ligų atveju principus, tikslinga pabrėžti, kad apie 20 proc. veiksmingos prevencijos priklauso nuo informacijos. Tai reiškia, kad 20 proc. informacijos turi būti pateikta taip, kad ji duotų maksimalų efektą. Sutinkama, kad nei žiniasklaida, nei komunikacinės kampanijos vienos pačios negali pakeisti neteisingo elgesio. Todėl svarbu derinti trumpalaikę ir ilgalaikę intervenciją, remti įvairių komunikacijos veiksmų kompleksiskumą ir užtikrinti jų tęstinumą. Be to, organizuojant priklausomybės ligų komunikaciją, svarbu atkreipti dėmesį į kultūros, kuriai ji skirta, istorinę patirtį, klimato juostą bei priklausomybės ligų pavojingumo visuomenei ir artimiesiems traktavimą. Kultūriniai skirtumai lemia ir skirtingą šalių alkoholio vartojimo prevencijos politiką, gydytojų bei pacientų tarpusavio bendravimą. Šiuo metu kaip vienas iš pranašiškesnių tarpasmeninės ir masinės komunikacijos pranašumus jungiančių kanalų laikomi internetiniai tinklalapiai, turintys teigiamų tarpasmeninės komunikacijos įtikinėjimo elementų ir formuojantys bendras lankytojų nuostatas. Todėl jie vis dažniau naudojami sveikatos komunikacijos specialistų kaip priemonė, kuria užtikrinamas komunikacijos nenutrūkstamumas.

4. PRIKLAUSOMYBĖS LIGŲ KOMUNIKACIJOS SPECIFIKA SKIRTINGOSE ŠALYSE

Pasaulyje priklausomybės ligų komunikacija yra palyginti nauja, o Lietuvoje pradėta naudoti tik dvidešimtojo amžiaus gale. Viena iš pagrindinių jos tikslų tiesiogiai siejasi su svarbiausiomis žmogaus teisėmis – teise būti sveikam ir teise gauti visapuse informaciją – įgyvendinimu. Todėl visame pasaulyje priklausomybės ligų gydymas vis dažniau neatsiejamas nuo įvairių komunikacinių metodų naudojimo. Tačiau anksčiau pateiktos teorinės išvalgos rodo, kad skirtingose šalyse išryškėja sveikatos komunikacijos skirtumai. Siekiant tai pagrįsti, vykdomas tyrimas.

Tyrimo problema: kokie yra skirtingų šalių priklausomybės ligų komunikacijos skirtumai?

Tyrimo tikslas – ištirti priklausomybės ligų komunikacijos specifiką, nustatyti tarptautines tendencijas ir realizavimo principus Lietuvoje.

Uždaviniai:

1. Nustatyti, kokie yra pagrindiniai priklausomybės ligų komunikacijos elementai;
2. Nustatyti, kokie priklausomybės ligų komunikacijos elementai būdingi tiriamoms šalims;
3. Palyginti ir nustatyti priklausomybės ligų komunikacijos ypatybes skirtingose šalyse.

Tyrimo objektas – priklausomybės ligų komunikacija skirtingose šalyse.

Tyrimo hipotezė: Lietuvos praktika priklausomybės ligų komunikacijos sferoje skiriasi nuo tarptautinių tendencijų.

Tyrimo metodas – kontent analizė. Šis metodas yra vienintelis, kuris įgalina nagrinėti magistro darbo problemą, nes egzistuoja didelis medžiagos kiekis priklausomybės ligų komunikacijos tema, ir be kiekybinio suminio vertinimo neįmanoma šios medžiagos apibendrinti.

4.1. Tyrimo metodologija

Priklausomybės ligų komunikacijos skirtumai nagrinėjami turinio analizės metodu. Šis metodas pasirinktas atlikus teorinę priklausomybės ligų komunikacijos analizę. Turinio analizė – tai socialinės informacijos turinio kiekybinė analizė. Tai technika, leidžianti objektyviai ir sistemiškai išnagrinėjus teksto ypatybes, daryti patikimas išvadas. „Kontent analizės metodo esmė – išskirti dokumento tekste tam tikrus prasminius vienetus, tada skaičiuoti jų vartojimo dažnį, tirti įvairių teksto elementų ryšius tiek vieno su kitu, tiek su visa informacijos apimtimi.“ [40]

Tyrimo atranka. Priklausomybės ligų komunikaciniai skirtumai nagrinėjami lietuviškuose ir amerikietiškuose internetiniuose tinklalapiuose. Siekiant nustatyti, kuo Lietuvos priklausomybės ligų komunikacija skiriasi nuo tarptautinių tendencijų, tyrimui pasirinktos Jungtinės Amerikos Valstijos. Šios šalies pasirinkimą lemia keletas priežasčių:

1. JAV turi daug didesnę sveikatos komunikacijos patirtį negu Lietuva;
2. JAV yra multikultūrinė šalis;
3. JAV pasirinkimą lemia kalbos barjerai, kurie geriausiai komunikacinius skirtumus leidžia iširti nagrinėjant angliškus tinklalapius;
4. Skirtingos šių dviejų šalių kultūros: amerikiečiai nebijo neapibrėžtumo, yra labiau individualistai, labiau orientuojasi į santykius, jiems svarbu gyvenimo kokybė ir aplinka, žmonės, individualybė, vertina laisvalaikį, neapibrėžtai sprendžia problemas. [14]. Lietuva yra konservatyvesnė visų šių dalykų atžvilgiu. Todėl spėjama, kad ir komunikaciniai veiksmai turėtų būti vykdomi skirtingai šiose dviejose šalyse.

Internetinių tinklalapių pasirinkimą lemia tai, kad magistro darbo apimtis neleidžia nagrinėti visų kanalų, kuriais gali būti vykdoma priklausomybės ligų komunikacija. O internetiniai tinklalapiai, kaip jau minėta, yra pripažįstami kaip efektyvus ir vis labiau populiarėjantis komunikacijos kanalas, lemiantis nenutrūkstamą ir neriboto laiko komunikaciją. Taip pat jie sąlygoja atitinkamus komunikacijos efektus (problema plėtojama, apie ją kalbama ir pasibaigus akcijai/kampanijai ir kt.). Todėl manoma, kad internetinių tinklalapių analizė pateiks objektyvius duomenis apie priklausomybės ligų komunikacinius skirtumus. Priklausomybės ligų komunikacijos principams nustatyti pasirinkta viena iš priklausomybės ligų formų – alkoholizmas. Tai lėmė keletas priežasčių:

1. magistro darbo apimtis neleidžia nagrinėti visų priklausomybės ligų formų;
2. ši priklausomybė, kaip minima darbo teorijoje, yra palyginti neseniai pripažinta liga. Tai lemia sudėtingą jos gydymą: visuomenė nelaiko alkoholizmo rimtu sutrikimu, o greičiau silpnavališkumo išraiška. Be to, jaunimo tarpe alkoholizmas traktuojamas kaip savotiška mada;
3. išankstinis žvalgomas tyrimas parodė, kad skirtingose šalyse alkoholizmo komunikacija yra organizuojama skirtingai. Kad tuo būtų įsitikinta, nuspręsta atlikti gilesnį tyrimą.

Internetiniai tinklalapiai atrinkti pagal jų kūrėjus, laikant, kad tinklalapių turinys turėtų skirtis priklausomai nuo to, kas juos kūrė: privačios struktūros turėtų pateikti daugiau reklaminės informacijos (teigiami atsiliepimai, detalus gydymo proceso aprašymas ir kt.) negu valstybinės; vienam asmeniui

priklausantys internetiniai tinklalapiai turėtų pateikti subjektyvesnę ir įtikinamesnę informaciją negu organizacijai priklausantys; nevyriausybinų organizacijų tinklalapiai turinio ir dizaino prasme turėtų būti prasčiau parengti negu privačių organizacijų ir pan. Tyrimui atrinkta po vieną JAV ir Lietuvoje egzistuojančių tinklalapių pagal jų kūrėjus. T.y., jei Lietuvoje 10 tinklalapių priklauso valstybinėms institucijoms, buvo atrinktas vienas ir atitinkamai vienas JAV valstybinėms institucijoms priklausantis tinklapis.

Tyrimo imtis – 20 internetinių tinklalapių (10 lietuviškų ir 10 amerikietišku).

Tyrimo svarbiausias yra parengiamasis kontent analizės etapas, kurio metu numatoma tiksli taisyklių sistema. Numatomi šie esminiai **kontent analizės etapai**:

- Skaičiavimo vienetų (kategorijų) išskyrimas;
- Internetinių puslapių atrinkimas analizei;
- Kategorijos dažnio skaičiavimas (kategorijos pasireiškimas žymimas „1“);
- Kategorijos dažnio įvertinimas.

Tyrimo kategorijos parinktos pagal preliminarinius pilotinius internetinių tinklalapių tyrimus ir pagal darbe pateiktą teorinę sveikatos komunikacijos ir priklausomybės ligų medžiagą. Tinklalapiai dažniausiai skirstomi pagal jų temą (pagalba alkoholikui, patarimai alkoholiko šeimai ir kt.), tikslines grupes (šeimoms nariai, kaimynai, bendradarbiai ir kt.), naudojamas priemonės (pranešimai, diskusijos, forumai ir kt.), tikslą (pakeisti esamą elgesį, išvengti nepageidaujamo elgesio ir kt.) ir kt. Taigi siekiant iširti internetinius tinklalapius priklausomybės ligų tema, numatytos kategorijos, turinčios didžiausią svorį, nustatant tarptautinius skirtumus (žr. 1 priedą).

Kaip buvo išsiaiškinta darbo rašymo eigoje, toks tinklalapių alkoholizmo tema lyginimas Lietuvoje nebuvo atliktas. Todėl manoma, kad **tyrimas gali būti naudingas**: išsiaiškinus ir palyginus kultūrinius JAV ir Lietuvos internetinių tinklalapių skirtumus ir nustatčius jų specifiką, galima spręsti apie amerikietiško modulio komunikacinių veiksnių taikymo galimybes Lietuvoje. Taip pat yra tikimybė, kad šis darbas paskatins atlikti išsamesnius kitų šalių komunikacinių veiksnių tyrimus ir išsiaiškinti jų internetinių puslapių specifiką bei galimybes kurti analogus Lietuvoje.

4.2. Tyrimo eiga ir duomenų analizė

Internetinių tinklalapių paieška vyko 2010 m. kovo-balandžio mėn. Pastebėta, kad Lietuvoje internetiniuose tinklalapiuose alkoholizmo tema yra palyginti mažai komunikuojama. Dauguma jų priklauso nevyriausybinėms organizacijoms, anoniminių alkoholikų klubams, privačioms gydymo

įstaigoms. Tačiau tiriant tik tokio tipo internetinius tinklalapius, būtų gauti ne itin informatyvūs duomenys. Taigi nuspręsta atsirinkti kiek galima daugiau internetinių tinklalapių ir iš jų išrinkti visus, priklausančius skirtingiems savininkams. Paieška buvo vykdoma pagal žodžius „alkoholizmas“, „alkoholikas“, „priklausomybė“ bei kitas variacijas, kuriose yra vienas arba pora iš šių žodžių. Detalioje paieškoje suvedamas regionas – „Lietuva“. Paieškos rezultatai – 31.200 atitikmenys žodžiui „alkoholikas“, 71.800 - žodžiui „alkoholizmas“ ir 475.000 žodžiui „priklausomybė“. Visų tinklalapių peržiūrėti nebuvo fizinių galimybių, todėl dažniausiai buvo ieškoma iki 10 puslapio. Atmetus internetinius puslapius, kurių turinys arba ne visai atitiko alkoholizmo tematiką, arba puslapiai dubliavosi pagal savininką, kiekybinė turinio analizė atlikta likusiuose 10 internetinių tinklalapių: po vieną biudžetinės įstaigos, privačios gydymo įstaigos, privačios įmonės, savitarpio pagalbos struktūros, nevyriausybinių organizacijų, besidominčio problema, specializuotos įmonės, kitų organizacijų remiamų projektų, valdžios institucijos, žurnalisto.

Atrinkus lietuviškus internetinius tinklalapius, ieškota atitikmenų amerikietiškiems. Į paieškos sistemą buvo vedami raktiniai žodžiai „alcoholism“, „alcoholic“, „addiction“ ir kt., priklausomai nuo to, kokio tipo tinklalapio buvo ieškoma. Įvedus vieną iš pirmų dviejų žodžių ir pasirinkus regioną „Jungtinės Valstijos“, paieškos sistemoje pateikiama labai daug variantų: 8.420.000 – žodžiui „alcoholism“, 22.400.000 – žodžiui „alcoholic“ ir 47.900.00 – žodžiui „addiction“. Buvo apžvelgiami pirmieji, atsirandantys puslapio viršuje. Jei jie netikdavo, buvo ieškoma tarp žemiau pateiktų. Taip rasta 10 atitikmenų Lietuvos tinklalapiams (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Tyrime dalyvaujantys internetiniai tinklalapiai

Savininkas	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Iš valstybės lėšų išlaikoma gydymo ar mokymosi įstaiga	http://www.vplc.lt	http://www.caas.brown.edu/
Privati gydymo įstaiga	http://www.detox.lt/	http://www.promises.com/
Privati įmonė	http://www.ne-gerk.com/skaityti.php?330	https://www.bordergatewayprotocol.net/jon/media/because/

4 lentelės tęsinys kitame puslapyje

Savitarpio pagalbos struktūra	http://www.anonalko.puslapiai.lt/	http://www.aa.org/?Media=PlayFlash
Nevyriausybinių organizacijų	http://sugrizimas.lt/	http://www.ddad.org/
Besidomintys problema	http://dainius.org/?p=2292	http://christinestapleton.com/
Specializuota įmonė	http://www.testeriai.lt/	http://www.drugalcoholtestkits.com/
Kitų organizacijų remiami projektai	http://sveikata.su.lt/	http://www.youthinaction.org/about/projects/
Besidomintys problema	http://www.linaskaralius.lt/politika.html	http://www.freedomfromalcohol.com/blog/
Valdžios institucijos	http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=6271&p_k=1	http://www.underageddrinking.samhsa.gov/

Toliau internetiniai tinklalapiai tiriami ir aptariami atskirai, grupuojant po du pagal šalis: po vieną amerikietišką ir lietuvišką (žr. 2 priedą).

Apibendrinant tyrimo eigą, tikslinga pabrėžti, kad Lietuvos šiuolaikinėje internetinėje erdvėje galima rasti daug kartų mažesnius žodžius "alkoholizmas", "alkoholis", tačiau dauguma svetainių juos mini prabėgomis, visai negvildendamos klausimų, temų, tiesiog paminėdamos tai kaip vieną iš šių laikų problemų. Daugelis yra skirtos narkomanijos problemoms nagrinėti, ir alkoholizmas paminimas tik kaip viena iš priklausomybių dalių. Tos svetainės, kurios skirtos tik informacijai apie alkoholizmo gydymą, reabilitaciją, bendrą prevenciją, dažniausiai yra retai atnaujinamos, netinkamai suprogramuotos, turinčios prastą dizainą. Yra tik keletas (gal net pora) profesionalių svetainių, orientuotų į alkoholizmo tematiką. Tuo tarpu amerikietiškos svetainės daug investuoja į dizainą, alkoholizmo tema ypač aktuali tarp jaunimo. Svetainės kuria tiek nevyriausybines organizacijas, tiek valstybines institucijas. Itin populiarūs internetiniai dienoraščiai, kurių struktūra ir informacijos pateikimas kartais būna dar geresni negu tinklalapių. Alkoholis dažniausiai analizuojamas atskirai nuo narkomanijos problemų. Svetainės dažnai būna orientuotos į keletą tikslinių grupių, jomis siekiama grįžtamojo ryšio.

Tyrimo metu išsiaiškinta, kad Lietuvoje pagrindinės už alkoholio prevencijos politiką atsakingos institucijos neturi savo internetinio tinklalapio. Daugiausia tinklalapių turi nevyriausybinės organizacijos. Taip pat šalyje nėra internetinių dienoraščių, skirtų tik alkoholizmo tematikai. Kaip jau minėta, dažnai alkoholizmo tema yra vystoma kaip maža priklausomybės ligų dalis. Skirtingai negu Amerikoje, vykusių visuomenės informavimo kampanijos nėra tęsiamos internete. Jei dar yra likusių kampanijų puslapių, tai jose informacija nėra atnaujinama nuo kampanijos pabaigos, filmuota medžiaga nebėra aktyvi ir kt. Internetinių svetainių kokybė tarsi yra atspindys Lietuvos visuomenės požiūrio į alkoholizmo problematiką: alkoholizmas dažnai nelaikomas liga, problema, o traktuojamas kaip šeimos gėda, demonizuojamas.

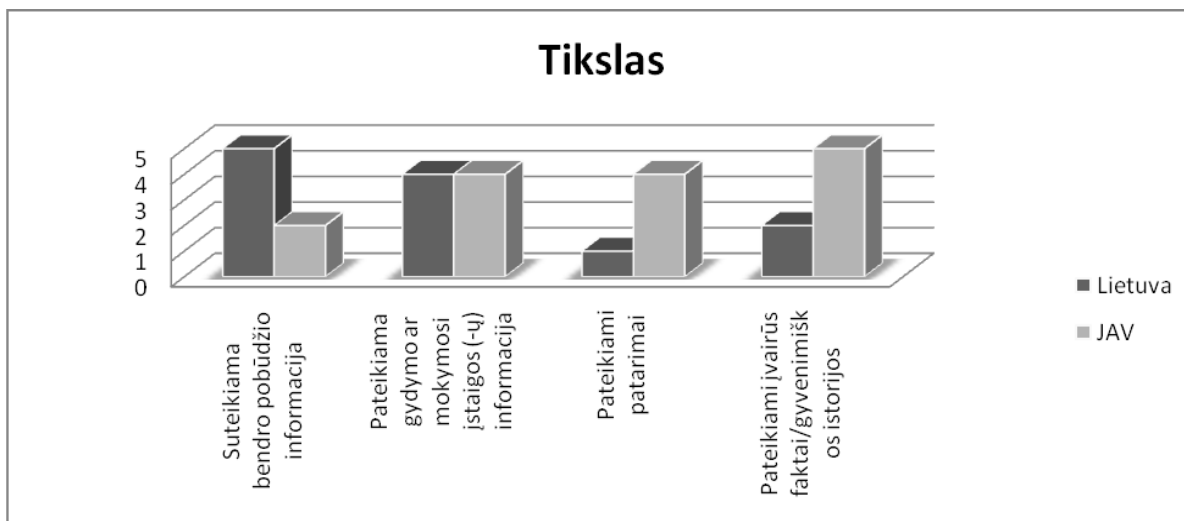
Tuo tarpu Amerikoje internetiniai tinklalapiai yra perpildyti informacijos. Vyrauja nevyriausybinių organizacijų, valdžios institucijų tinklalapiai, aktyviai pildomi internetiniai dienoraščiai. Tikslinga pabrėžti, jog valstybinių gydymo įstaigų informacija paieškos sistemoje ir kitose svetainėse nėra dažnai skelbiama. Todėl vykdant tyrimą, daugiausia laiko sugaišta ieškant biudžetinės gydymo įstaigos, kaip atitiktų Vilniaus priklausomybės ligų centrui. Amerikoje itin populiarūs privatūs rehabilitacijos centrai, kuriuose suteikiamos namų ar net geresnės sąlygos. Todėl šių įstaigų internetiniai tinklalapiai yra profesionaliai suprogramuoti, didelis dėmesys skiriamas dizainui. Taip pat dauguma prevencinių veiksnių nukreipta į jaunimą. Beveik visose nagrinėtose svetainėse yra užsimenama apie didelę problemos mastą tarp iki 21 metų amžiaus jaunimo. Jį daugiausia lemia tai, kad „2006 metų pabaigoje JAV Kongresas priėmė Blaivios tiesos apie nepilnamečių gėrimo prevenciją (STOP) įstatymą (The Sober Truth on Preventing Underage Drinking (STOP) Act)¹³“ [1] Pagal šį įstatymą įkurtas specialus komitetas, kuris kuruoja federalinių agentūrų veiklą, atsiskaito Kongresui dėl atlikto darbo, finansuojama nacionalinė žiniasklaidos kampanija suaugusiems, atliekami nepilnamečių gėrimo tyrimai ir pan. ES taip pat yra sukurta teisinė bazė jaunimo alkoholio vartojimo prevencijai: tai yra ES „strategija remti valstybes nares su tikslu mažinti alkoholio daromą žalą, parengtos Tarybos rekomendacijos 2001/458/EC dėl jaunų žmonių, iš esmės vaikų ir nepilnamečių alkoholio gėrimo (Council Recommendation 2001/458/EC of 5 June 2001 on the drinking of alcohol by young people, in particular children and adolescents (Official Journal L 161 of 16.06.2001)“ [1] Tačiau Lietuvoje apie ją daugiausia užsimenama alkoholio reklamos diskusijose.

Tyrimo pradžioje numatytų kategorijų pasireiškimas internetiniuose tinklalapiuose žymimas „1“. T.y., jei, pavyzdžiui, lietuviškos žurnalistui priklausančios svetainės tikslas yra bendro pobūdžio informacijos pateikimas, tai prie šios kategorijos įrašytas „1“. Kategorijų pasiskirstymas pateikiamas 3 priede.

Toliau pateikiamos detalesnės internetinių svetainių alkoholizmo tematika išvados, išskirstant pagal tyrimui parinktas kategorijas.

Tikslas. Daugiausia lietuviškų svetainių orientuotos į bendro pobūdžio bei gydymo/mokymosi įstaigos informacijos suteikimą, amerikietišku – į faktų ir gyvenimiškų istorijų bei patarimų pateikimą (žr. 7 pav.).

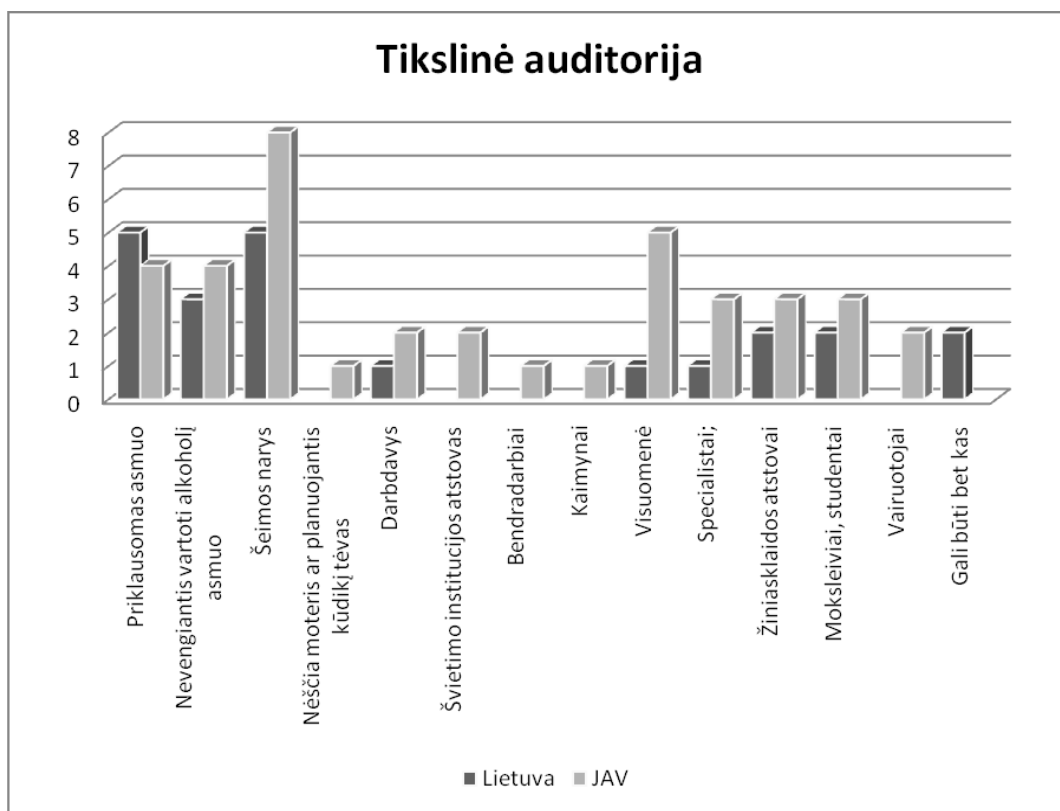
7 paveikslas. Tikslų kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Dauguma iš JAV svetainėse tirtų gyvenimiškų istorijų priklauso sergančiajam ar sirgusiajam, šie žmonės pateikia svetainėse patarimus, kaip nustoti vartoti alkoholį, į ką reikėtų kreiptis ir kt. Lietuviškose svetainėse labiau akcentuojama gydymosi įstaigų svarba, o amerikietiškosiose - individuali veikla ir patirtis, kuria tarsi pasakoma, kad kiekvienas turi teisę į asmeninį gyvenimą ir asmeninę nuomonę. Taip yra todėl, kad JAV gyventojai turi didesnę individualizmo laipsnį negu Lietuvos. JAV akcentuojama savarankiškumas, emocinė nepriklausomybė nuo organizacijų, individuali veikla ir pasiekimai. [14] O Lietuvoje individualizmo laipsnis yra mažesnis, didesnė emocinė individų priklausomybė nuo organizacijų ir institucijų. Tai yra tradicinės visuomenės bruožai. [6]

Tikslinė auditorija. Iš tirtų lietuviškų tinklalapių daugiausia orientuoti į šeimos narius ir priklausomus nuo alkoholio asmenis. Amerikietiškos svetainės labiausiai orientuotos į šeimos narius (žr. 8 pav.).

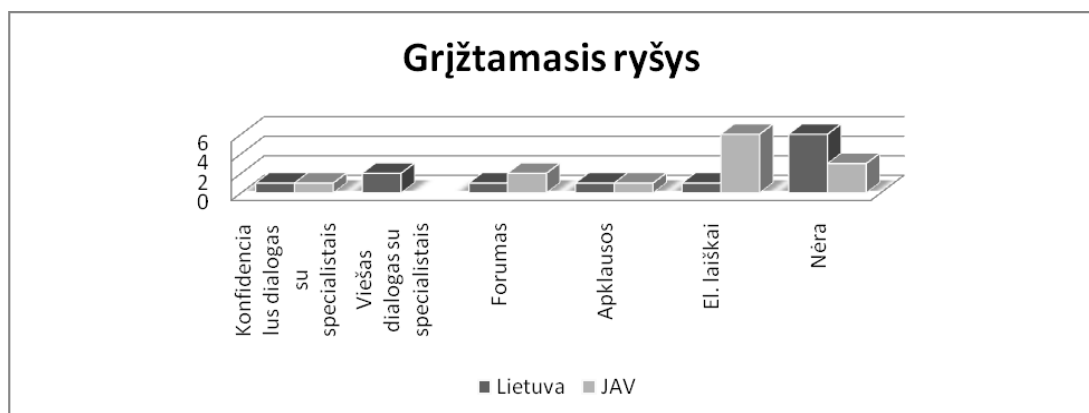
8 paveikslas. Tikslinės auditorijos kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Tyrimo rezultatai rodo, amerikietiškos svetainės netgi labiau orientuotos į šeimos narius negu į priklausomus asmenis. Tai reiškia, kad šeimos svarba yra didelė tiek ankstyvoje prevencijoje (vaikystėje, paauglystėje), tiek ligos atveju, tiek reabilituojantis. Tai yra akcentuojama daugumoje internetinių tinklalapių. Toks rūpinimasis artimiausiais žmonėmis ir „aš“ akcentavimas yra taip pat individualizmo išraiška. [14] Kaip jau minėta, Lietuva yra labiau kolektyvinė šalis, internetiniuose tinklalapiuose rečiau kalbama vienaskaitos pirmuoju asmeniu kaip kad tokia tendencija yra JAV. [6]

Grįžtamasis ryšys. Vienareikšmiškai Amerikos tinklalapiuose jis naudojamas dažniau negu Lietuviškuose (žr. 9 pav.).

9 paveikslas. Grįžtamojo ryšio kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



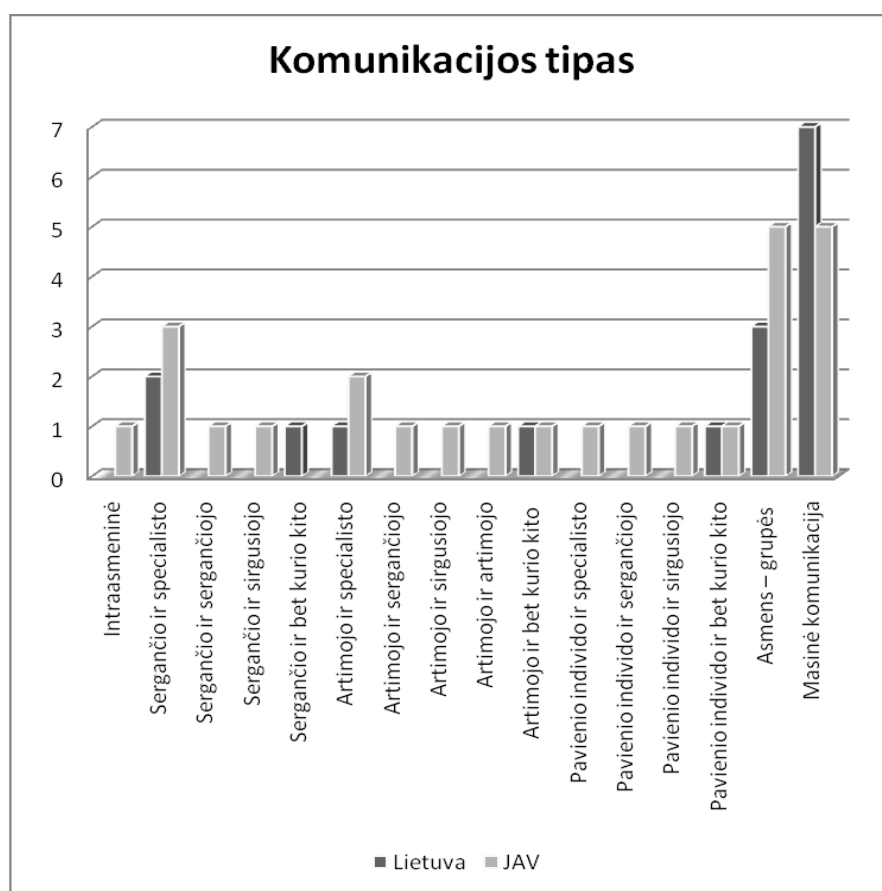
Daugumoje tirtų Lietuvos svetainių informacija tiesiog išdėstoma, nesiekiant tolimesnio komunikacijos plėtojimo. Tuo tarpu amerikietiškosiose svetainėse beveik visada yra galimybė tiesiogiai iš internetinio tinklalapio parašyti elektroninį laišką svetainės savininkui. Juo prašoma ne tik atsiliepimų, bet ir skatinama gilesnė temos plėtotė, t.y., skatinami kreiptis artimieji, sergantys, kad jie būtų nukreipti į atitinkamas pagalbos institucijas arba tiesiog išklaudyti. Taip pat JAV dažniau negu Lietuvoje komunikacija vystoma bendraminčių forumuose. Tokiu būdu lankytojas ne tik gali bendrauti su panašaus likimo žmonėmis, bet ir ilgiau yra išlaikomas svetainės lankytoju. Tai svarbu privačioms įstaigoms, kuriose reklamuojamos vienos ar kitos paslaugos. Tiesa, iš Lietuvoje tirtų internetinių tinklalapių dviejuose galima vystyti viešą dialogą su specialistais (klausiatsakome). Tačiau nei viename nėra skelbiamos klausimų datos. Taigi yra tikimybė, kad svetainėje tiesiog pateikti galimai dažniausiai užduodami klausimai, nes daugelis iš tirtų svetainių yra blogai prižiūrimos, neatnaujinamos jau keletą metų.

Taigi tokie rezultatai rodo, Amerikoje labiau negu Lietuvoje kiekvienas turi teisę į asmeninį gyvenimą ir asmeninę nuomonę. Tai daroma ne tik internetiniuose dienoraščiuose, kurie dažniausiai būna daug informatyvesni bei aktyviau pildomi negu lietuviški, bet ir kitų kurtuose tinklalapiuose. Juose pateikiami komentarai, prašoma pagalbos, išsakomi lūkesčiai ir kt. Lietuviškuose tinklalapiuose dažniausiai pateikiama „sausą“ informacija. Jei išsakoma nuomonė, nėra galimybės jai paprieštarauti, užvesti diskusiją. Amerikoje labiau negu Lietuvoje nebijoma užmezgti netiesioginius, iš pažiuos „betikslus“ santykius. Tai rodo, kad Amerika nebijo neapibrėžtų situacijų, t.y., nereikia turėti visos informacijos apie žmogų ar organizaciją, kad būtų galima su juo bendrauti. [14] Tuo tarpu Lietuvoje yra didesnis neapibrėžtumo vengimo laipsnis, dažnai vengiama betikslų santykių užmezgimo,

ypatingai tarp vyresnių žmonių. Taigi tyrimo grįžtamojo ryšio kategorija rodo, kad Lietuvoje yra mažesnis individualizmo laipsnis, tačiau didesnis neapibrėžtumo vengimo laipsnis. [6]

Komunikacijos tipas. Daugumoje iš tirtų svetainių pateikiama informacija plačiai visuomenei. Kai kuriose komunikuojama ir masei, ir yra galimybė komunikacijai išsivystyti tarp dviejų žmonių ar žmogaus ir organizacijos. Kalbant apie dvipusę komunikaciją, Lietuvoje ji dažniausia yra tarp žmogaus ir organizacijos bei tarp sergančiojo ir specialisto, tačiau tokių atvejų yra tik keturi iš visų tirtų. Tuo tarpu Amerikoje yra dažnesnis informacijos peraugimas iš masinės į tarpasmeninę. Komunikuoja asmuo ir organizacija, artimieji ir sergantieji su specialistais (žr. 10 pav.).

10 paveikslas. Komunikacijos tipo kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose

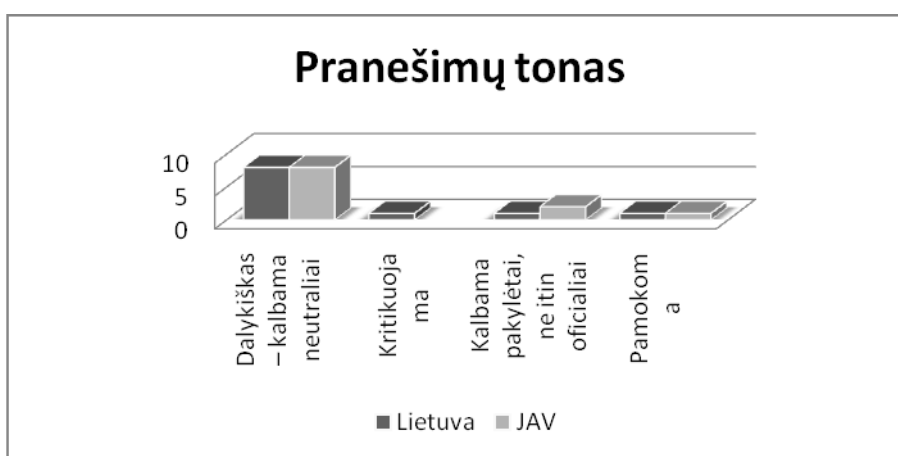


Tokie rezultatai patvirtina prieš tai minėtą faktą, kad Amerikoje labiau negu Lietuvoje nebijoma užmegzti santykių tarp nepažįstamų žmonių. Taip pat šioje šalyje labiau negu Lietuvoje nebijoma išreikšti kritikos ar pasitikslinti, jei informacija neatrodo iki galo žinoma. Be to, Amerikoje populiarus artimųjų bendravimas su sirgusiais, sergančiais, specialistais ar panašaus likimo žmonėmis. Tai rodo,

kad amerikiečiai labiau negu lietuviai artimojo ligos atveju ieško moralinio palaikymo, neužsidaro savyje. [14] Lietuvoje žmonės turi didesnę nerimą, imamasi tik žinomos veiklos, tikima, kad eiliniai piliečiai yra nekompetentingi. Tai patvirtina, kad šalyje yra didesnis neapibrėžtumo vengimas negu JAV. [6]

Pranešimų tonas. Daugumoje iš tirtų internetinių tinklalapių kalbama neutraliu tonu (žr. 11 pav.).

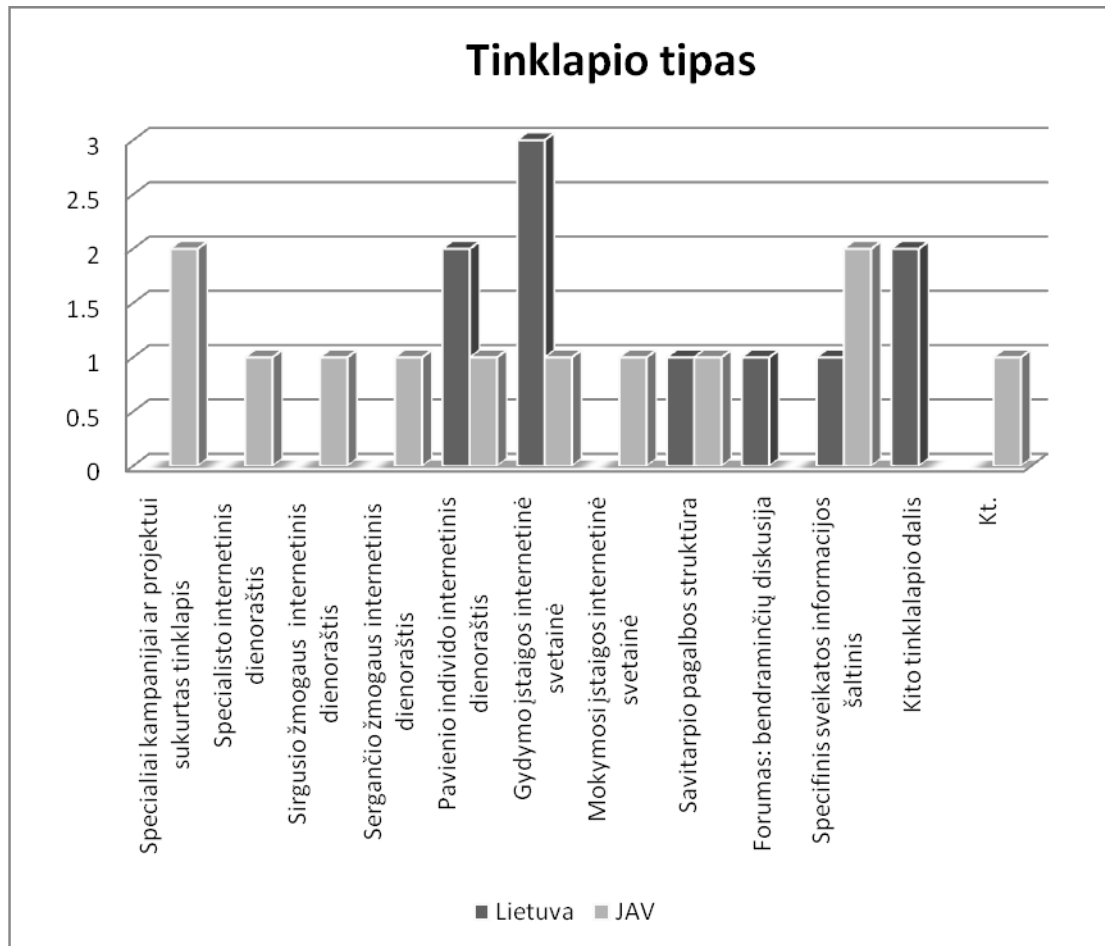
11 paveikslas. Pranešimų tono kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Tiesa, JAV dažniau negu Lietuvoje kalbama ne itin oficialiai, labiau emociškai. Dažniau orientuojama į tikslus, išskiriamos įkvepiančios citatos iš teksto. JAV gyventojai visumoje yra labiau emociškai negu Lietuvos, nes šalyje dažnai reikia susitikti su naujais žmonėmis ir užmegzti santykius. Lietuvoje labiau stengiamasi atitikti tai, ko iš asmens tikisi visuomenė, t.y. šalyje ryškesnė trumpalaikė orientacija. [6]

Tinklalapio tipas. Iš lietuviškų tinklalapių dauguma priklauso gydymo įstaigai, pavieniam individui arba yra kito tinklalapio dalis. Iš amerikietiškų – dauguma yra specialiai kampanijai/projektui sukurti arba pateikia specifinę informaciją (žr. 12 pav.).

12 paveikslas. Tinklapių tipo kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose

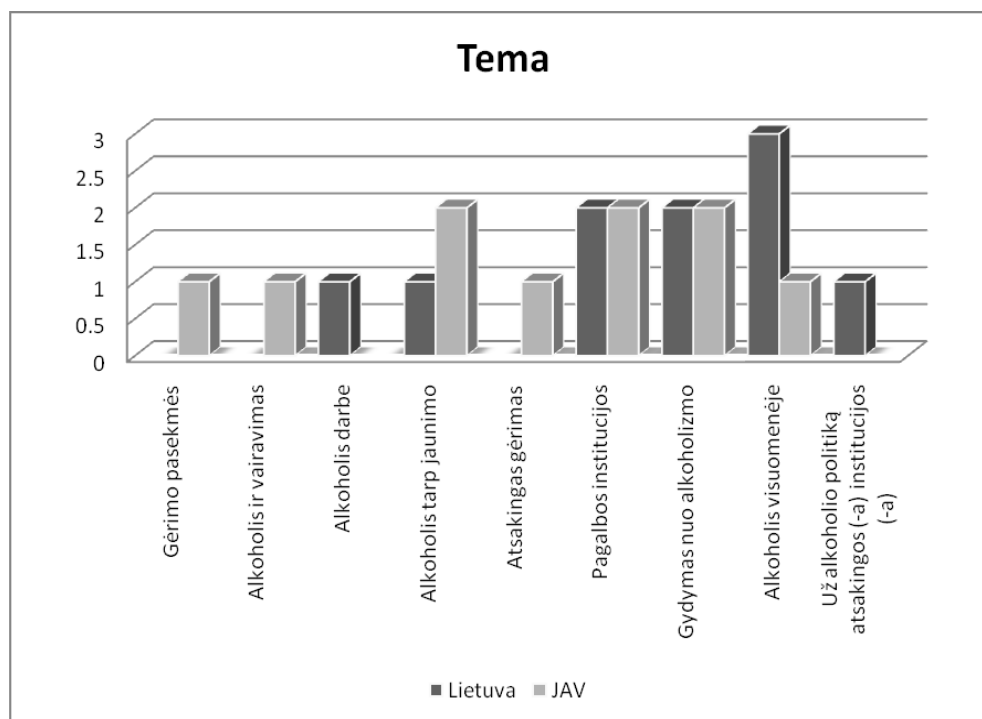


Toks tinklalapio tipų pasiskirstymas įrodo faktą, kad Lietuvoje alkoholizmo problematika yra gana siaurai komunikuojama virtualioje erdvėje. Dažniausiai alkoholizmo temai visą svetainę skiria tuo labiausiai suinteresuotos institucijos – gydymo įstaigos, nes tokiu būdu skelbiama informacija apie jų veiklą. Dvi iš dešimties svetainių informaciją apie alkoholį ar už jo prevencijos politiką atsakingų institucijų informaciją skelbia viename iš savo puslapių, tačiau svetainių kūrėjų pagrindinis tikslas nėra nušviesti apie alkoholizmo problematiką. Lietuvoje alkoholizmo prevencijos politika vykdoma tos pačios institucijos kaip ir narkomanijos. Akivaizdu, kad narkomanijai skiriama daug daugiau dėmesio. Kai tuo tarpu Amerikoje yra net keletas valstybinių institucijų, skirtų tik alkoholizmo problematikai nagrinėti ir priimti ar teikti svarstyti visuotinai privalomus nutarimus. Tai, kad alkoholizmui skiriama daugiau dėmesio rodo ir tyrimo duomenys: alkoholizmo problema pateikiama atskirai nuo narkotikų, ji komunikuojama rengiant visuomenės informavimo kampanijas bei persikelia į internetinę erdvę, kad būtų užtikrinamas komunikacijos tęstinumas. Be to, alkoholizmo tinklalapiai kuriami kaip atskiri

projektai, ko tiriant nepavyko rasti Lietuvoje. Matyti, kad Lietuvoje alkoholizmas komunikuojas daug siauresnio profilio tinklalapiuose, nėra internetinių dienoraščių, kuriuose būtų rašoma tik apie šią problemą. Tai dar kartą įrodo, kad alkoholizmu sergantys asmenys yra visuomenės nemėgstami, jos požiūris yra itin nepalankus, priešiškas, niekinantis. Dėl šios priežasties kai kurie dirbantys bijo lankyti anoniminių alkoholikų užsiėmimus, nes yra abejonių, kaip į tai pažiūrės jų darbdaviai. Tokia baimė savotiškai persikelia ir į internetinę erdvę – sergantys ir jų artimieji bijo atvirai komunikuoti, o už prevencijos politiką atsakingos institucijos ir pavieniai asmenys nelaiko to tokia didele problema kaip, tarkime, narkomanijos. Tuo tarpu Amerika šiuo atveju yra atviresnė. Kalbant apie priklausomybės ligas, savotiškai demonstruojamas ramumas, mažesnė įtampa, alkoholizmas atvirai pripažįstamas liga, kurios gydymui turi susitelkti kuo daugiau struktūrų. Tai atsispindi ir internetinėje erdvėje.

Tema. Dažniausia lietuviškų tinklalapių tema – alkoholis visuomenėje. Taip pat keturios iš dešimties svetainių kalba apie gydymą nuo alkoholizmo ir pagalbos institucijas. Tuo tarpu dažniausios amerikietišku svetainių temos yra apie alkoholį tarp jaunimo, pagalbos institucijas ir gydymą nuo alkoholizmo (žr. 13 pav.).

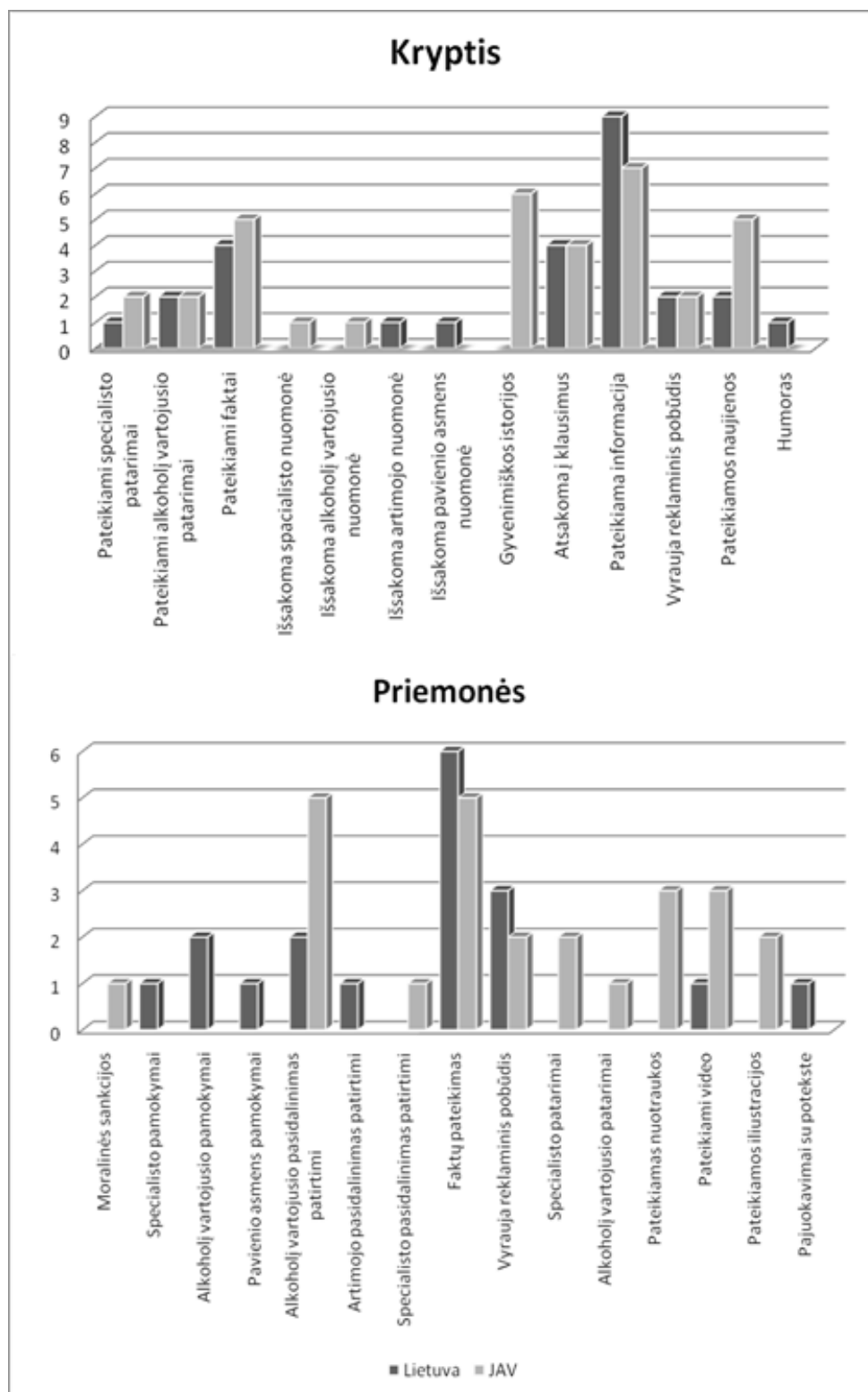
13 paveikslas. Temos kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Toks pasiskirstymas tiesiogiai koreliuoja su tinklalapių tikslais. Daugumoje lietuviškų tinklalapių pateikiama bendro pobūdžio informacija, nurodomi pagalbos institucijų kontaktai ir pateikiama informacija apie gydymo metodus. Tarp amerikietišκών svetainių pagalbos institucijų ir gydymo nuo alkoholizmo temos taip pat yra vienos dažniausių. Tačiau šalyje itin aktuali alkoholio tarp jaunimo tema. Tyrime ji ypatingai neišsiskyrė iš kitų temų, nes tyrimui svetainės atrinktos pagal savininkus. T.y., tirta po vieną ne pelno siekiančių, valstybinių, specializuotų ir kt. savininkų svetainių. Tačiau visumoje ne pelno siekiančios ir valstybinės organizacijos itin dažnai internete komunikuoja alkoholizmo tarp jaunimo iki 21 metų amžiaus tematiką. Jiems arba/ir tėvams orientuota informacija yra pateikiama svetainės dizainą pritaikant prie šios amžiaus grupės, t.y., tinklalapiuose dažniau vaizduojami jauni žmonės, jos interaktyvesnės, yra nuorodų į populiarius socialinius tinklalapius ir kt. Nei viena iš lietuviškų svetainių nebuvo skirta gėrimo pasekmėms, vairavimui išgėrus ir atsakingam alkoholio vartojimui komunikuoti. Beje, vairavimo išgėrus tema taip pat Amerikoje itin aktuali. Svetainėse dažnai pateikiamos nuotraukos iš avarijos vietos arba besigydančių žmonių, taip bandant vaizdu sukursti lankytojus ir atbaidyti nuo vairavimo išgėrus. Taigi tyrimo rezultatai rodo, kad lietuviški tinklalapiai nagrinėja bendresnes alkoholizmo temas, labiau orientuoti į plačią visuomenę, taip pat dar kartą patvirtina, kad internetinėje erdvėje ryškiausios yra gydymo įstaigos. Tuo tarpu Amerikoje tema nagrinėjama ir koncentruojantis į rizikos grupes: jaunimą, vairuotojus ir kt. Tai, kad JAV dažna alkoholizmo tema susijusi su jaunimu, vaizduojami jauni žmonės, rodo, kad šalyje yra aukštas individualizmo laipsnis. [14] Lietuvoje jis žemesnis. Tai rodo internetinėse svetainėse išryškinama tendencija didesnei emocinei individų priklausomybei nuo organizacijų ir institucijų. [6]

Kryptis ir priemonės. Daugumoje tyrime dalyvavusių lietuviškų internetinių svetainių pateikiama bendro pobūdžio informacija. Taip pat dažnai atsakoma į klausimus ir pateikiama alkoholizmo mastų statistika. Tuo tarpu Amerikoje prie viso to dažnai pasakojamos ir gyvenimiškos istorijos (žr. 14 pav.).

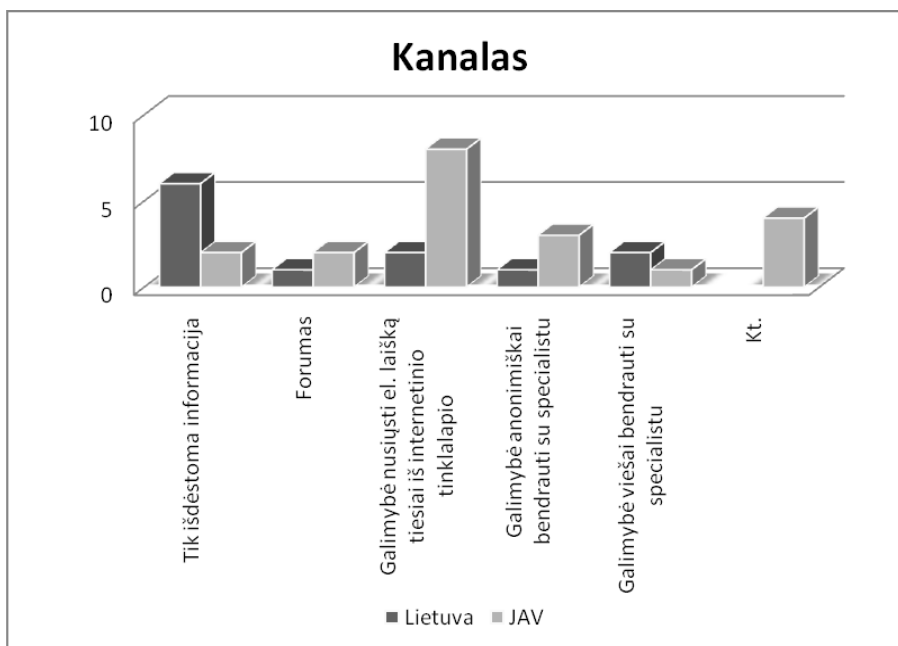
14 paveikslas. Krypties ir priemonių kategorijų pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Toks rezultatų pasiskirstymas siejasi su svetainių tema ir tikslais. Lietuviškose svetainėse daugiau pateikiama bendra informacija, o amerikietiškos be šios informacijos pateikiamos ir gyvenimiškos istorijos. Tokiu būdu lankytojams palengvėja komunikacija: jie skaito, kuo gali baigtis alkoholio vartojimas, gali bendrauti su vartojusiu ar vartojančiu alkoholių. Be to, gyvenimiškose istorijose dažnai minimi vardai, pavardės, gyvenamoji vieta. Tuo tarsi parodoma, kad istorijos nėra išgalvotos ir kad tokie žmonės nebijo kalbėti. Dažnai tokiose istorijose atsispindi kasdienė veikla, kalba tiek vyrai, tiek moterys. Lyčių skirtumo nematyti ir lietuviškose svetainėse. Tai rodo žemesnį galios atstumą šiose šalyse. [14] [6]

Kanalas. Kryptis ir priemonės lemia tinklalapių kanalą. Kadangi lietuviškuose tinklalapiuose pateikiama bendro pobūdžio informacija, juose interaktyvumo nėra. Iš tirtų svetainių šešiose yra forumas, galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio ar/ir viešai bendrauti su specialistu. Tuo tarpu amerikietiškos svetainės yra daug interaktyvesnės: daugumoje galim nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio (žr. 15 pav.).

15 paveikslas. Kanalo kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose

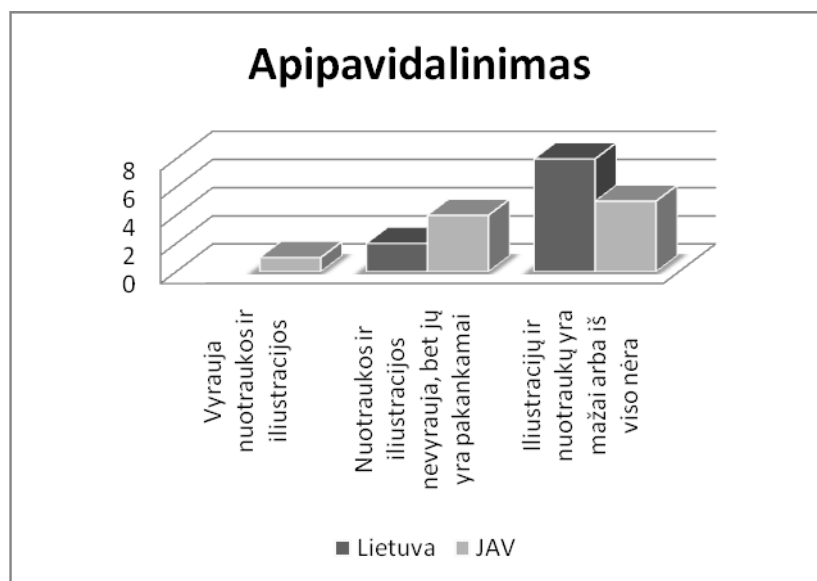


Taip pat amerikietiškos svetainėse yra ir kitų Lietuvoje dar ne taip populiarių kanalų: bendravimas su specialistu, galimybė prisijungti ir bendrauti per Amerikoje populiarius socialinius

tinklapius myspace.com, facebook.com ir kt.; galimybė pildyti internetinį dienoraštį; galimybė užsiregistruoti vizitui pas gydytoją; galimybė nusiųsti nuorodą į populiariausius socialinius tinklus facebook.com; myspace.com; twitter.com ir kt. Tai rodo, kad Amerikoje labiau negu Lietuvoje stengiamasi išvystyti diskusiją apie alkoholizmą, kuri iš internetinės svetainės persikeltų į socialinius tinklapius. Tuo siekiama sutelkti kuo didesnę žmonių skaičių, alkoholizmo temą įtraukti ir į laisvalaikio praleidimo tinklapius. Tai taip pat gali reikšti mažesnę neapibrėžtumo vengimo laipsnį Lietuvoje. [14] [6]

Apipavidalinimas. Daugumoje iš tirtų svetainių iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba jų iš viso nėra (žr. 16 pav.). Vienoje amerikietiškoje svetainėje vyrauja nuotraukos, nes jomis pasakojamas su vairavimu išgėrus susijęs įvykis, o keturiose – nuotraukų ir iliustracijų yra pakankamai.

16 paveikslas. Apipavidalinimo kategorijos pasiskirstymas internetiniuose tinklalapiuose



Daugelis amerikietiškų svetainių apipavidalinimo prasme yra kitokios nei lietuviškos. Beveik visose informacijos yra pateikiama itin daug, vyrauja ilgi puslapiai su teksto slinktimis. Taip pat amerikietiškos svetainės yra daugiau mygtukų, tekste naudojama daug nuorodų, kurios nukelia į kitą tinklalapį ar tos pačios svetainės kitą puslapį. Dažnai pateikiami abstraktūs vaizdai. Lietuvoje tokių ilgų tekstų yra mažiau, taip pat mažiau mygtukų. Svetainėse dažniausiai būna viena ar pora aiškių iliustracijų ar nuotraukų. Visi šie požymiai rodo, kad JAV yra mažesnis neapibrėžtumo vengimas negu Lietuvoje. [14] [6]

Kalbant apie individualizmą, jau keletą kartų paminėti požymiai, kurie JAV rodo didesnį individualizmo laipsnį negu Lietuvoje: JAV dažniau vaizduojami individai, jauni žmonės, pabrėžiamas veiksmas, materializmas, akcentuojama „aš/mano“. Lietuvoje daugiau yra gydymosi institucijų nuotraukų, jose, jei būna žmonių, vaizduojami tiek vyresni, tiek jauni. Tai rodo, kad Lietuvoje individualizmo laipsnis yra mažesnis. [14] [6]

JAV tinklalapiuose dažniau negu Lietuvos akcentuojami tikslai, pastraipos ar visas tekstas pasibaigia konkrečiais pažadais. Nuotraukų ar viso tinklalapio fone vaizduojami pastatai. Dažnai dėmesys krypta į internetinio tinklalapio dizainą, ko tirtuose lietuviškuose tinklalapiuose trūksta. JAV yra didesnė konkurencija tarp įvairių struktūrų, todėl jei internetinis puslapis neturi labai aiškaus ir paprasto pranešimo, lankytojas tiesiog jame daugiau nesilankys. Todėl dizainui skiriamas toks didelis dėmesys. Tai aukštesnio vyriškumo laipsnio šalyje požymis. Lietuviška internetinė kultūra yra moteriškesnė, pačių svetainių fonas yra švelnesnis, nėra akcentuojami įmonių ar žmogaus tikslai.

Taip pat JAV svetainėse pastebima, kad labiau negu lietuviškose akcentuojamos gydymo ar alkotesterių nuolaidos, pasiūlymai. Tekste dažniau naudojamas aukščiausias laipsnis, privačių organizacijų svetainėse dažnai minimi terminai, įsigijimo sąlygos, atsiskaitymo sąlygos. Tai rodo, kad JAV yra žemo konteksto kultūra. Lietuviškose svetainėse tokios ryškios tendencijos nepastebima. Tai gali lemti ir faktas, kad Amerikoje labiau negu Lietuvoje populiarūs prekyba ir atsiskaitymai internetu, todėl svetainėse stengiamasi suteikti kuo daugiau informacijos.

4.3. Tyrimo išvados

1. Komunikaciniams skirtumams nustatyti pasirinktos dvi šalys: Lietuva, kurioje sveikatos komunikacija yra sąlyginai nauja tema, ir Amerika, kuri turi daug didesnę patirtį. Tiriama internetiniai tinklalapiai kaip vienas iš efektyviausių šių laikų komunikacijos kanalų. Šių dviejų šalių kultūra yra skirtinga, todėl daryta prielaida, kad ir internetiniai puslapiai skirsis daugeliu aspektų. Remiantis darbo teorija ir išankstiniu pilotiniu priklausomybės ligų komunikacijos tyrimu, nustatyti pagrindiniai priklausomybės ligų komunikacijos elementai, kurie, kaip manoma, turi didžiausią svorį tarpkultūriniai skirtumams identifikuoti: jų kūrėjai, tema, tikslinės grupės, naudojamos priemonės, tikslai, grįžtamasis ryšys, tinklalapio tipas, komunikacijos tipas, kryptis, kanalai, apipavidalinimas, pranešimų tonas. Siekiant reprezentatyvių tyrimo rezultatų, internetinės svetainės analizei atrinktos pagal jų kūrėjus. Lyginant tam pačiam kūrėjų tipui priklausančias dviejų šalių internetines svetaines, galima išskirti reikšmingas tendencijas.

2. Tiriamoms šalims būdingi skirtingi priklausomybės ligų komunikacijos elementai: Lietuvoje dažniausia tinklalapių tema – alkoholis visuomenėje, Amerikoje – alkoholis tarp jaunimo, pagalbos institucijos ir gydymas nuo alkoholizmo. Lietuvoje internetiniai tinklalapiai dažniausiai orientuoti į priklausomus asmenis ir jų šeimos narius, Amerikoje – į šeimos narius. Lietuvos internetinėse svetainėse dažniausiai tik pateikiami faktai, išdėstoma informacija, Amerikos – ir pateikiami faktai, ir pasakojamos gyvenimiškos istorijos (dažnai – pasidalinama alkoholi vartojusio žmogaus patirtimi), svetainės yra interaktyvesnės, galima gauti grįžtamąjį ryšį (Lietuvoje dažniausiai jo nebūna). Iš visų tirtų internetinių svetainių Lietuvoje daugiausia pateikiama gydymo įstaigos informaciją, Amerikoje – suteikiama specifinė sveikatos informacija, tinklalapiai kuriami kaip visuomenės informavimo kampanijos ar projekto dalis. Dažniausiai tinklalapiuose vyrauja masinė komunikacija, tačiau amerikietiškos svetainėse galimas ir asmens-specialisto, artimojo-specialisto, asmens-grupės dialogas. Dizaino prasme, profesionalesnės yra amerikietiškos svetainės, tačiau tiek vienos, tiek kitos šalies internetiniuose tinklalapiuose nuotraukų ir iliustracijų sąlyginai yra mažai. Juose dažniausiai vyrauja dalykiškas neoficialus tonas.

3. Ištyrus JAV ir Lietuvos internetinius tinklalapius, pastebėti tam tikri šalių kultūriniai skirtumai, aprašyti Geert Hofstede, kurie persikelia ir į internetinę erdvę. Lietuviškose svetainėse labiau akcentuojama gydymosi įstaigų svarba, jaučiama emocinė individų priklausomybė nuo organizacijų ir institucijų, o amerikietiškos pabrėžiama individuali veikla ir patirtis. JAV svetainėse akcentuojama savarankiškumas, emocinė nepriklausomybė nuo organizacijų, individuali veikla ir pasiekimai, pastebimas rūpinimasis artimiausiais žmonėmis ir „aš“ akcentavimas, dažna alkoholizmo tema susijusi su jaunimu. Tai rodo, kad JAV gyventojai turi didesnę individualizmo laipsnį negu Lietuvos. Daugumoje tirtų Lietuvos svetainių informacija tiesiog išdėstoma, nesiekiant tolimesnio komunikacijos plėtojimo. Tuo tarpu amerikietiškos svetainėse beveik visada yra galimybė tiesiogiai iš internetinio tinklalapio parašyti elektroninį laišką svetainės savininkui. Amerikiečiai nebijo neapibrėžtų situacijų, todėl užmezgama daugiau betikslių santykių. Jie labiau negu lietuviai artimojo ligos atveju ieško moralinio palaikymo, neužsidaro savyje, todėl svetainėse pasakojamos gyvenimiškos istorijos, prašoma patarimų. Lietuvoje žmonės turi didesnę nerimą, imamasi tik žinomos veiklos, tikima, kad eiliniai piliečiai yra nekompetentingi. Taip pat Amerikoje labiau negu Lietuvoje stengiamasi išvystyti diskusiją apie alkoholizmą, kuri iš internetinės svetainės persikelia į socialinius tinklalapius. Tuo siekiama sutelkti kuo didesnę žmonių skaičių, alkoholizmo temą įtraukti ir į laisvalaikio praleidimo tinklalapius. Tai rodo, kad Lietuvoje yra didesnis neapibrėžtumo vengimo laipsnis, betikslių santykių ypatingai vengiama tarp vyresnių žmonių. Amerikoje yra dažnesnis informacijos peraugimas iš masinės į

tarpasmeninę. Komunikuoja asmuo ir organizacija, artimieji ir sergantieji su specialistais. JAV gyventojai visumoje yra labiau emocingi negu Lietuvos, nes šalyje dažnai reikia susitikti su naujais žmonėmis ir užmegzti santykius. Daugelis amerikietišku tinklalapių yra specialiai kampanijai/projektui sukurti arba pateikia specifinę informaciją, o daugelis lietuviškų pateikia bendrą informaciją, nėra internetinių dienoraščių, kuriuose būtų rašoma tik apie šią problemą. Amerikoje alkoholizmas atvirai pripažįstamas liga, kurios gydymui turi susitelkti kuo daugiau struktūrų. Skiriasi ir svetainių apipavidalinimas: JAV svetainėse pateikiama daugiau informacijos, vyrauja ilgi puslapiai su slinktimis, yra daugiau mygtukų, tekstinių nuorodų, pateikiamos jaunų žmonių, pastatų nuotraukos, žvilgsnis krypta į dizainą, dažniau naudojamas aukščiausias laipsnis, privačių organizacijų svetainėse dažnai minimi terminai, įsigijimo sąlygos, atsiskaitymo sąlygos. Visa tai yra tiesioginis amerikietiškos kultūros atspindys internetinėje erdvėje.

Tyrimo hipotezė pasitvirtino: Lietuvos praktika priklausomybės ligų komunikacijos sferoje skiriasi nuo tarptautinių tendencijų. Lietuvos internetiniuose tinklalapiuose alkoholizmo komunikacija yra vykdoma abstraktesniu lygmeniu negu JAV.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

1. Sveikatos komunikacijos tikslas – pasiekti reikiamą auditoriją ir suteikti kuo daugiau informacijos, kuri paveiktų, motyvuotų tikslines grupes, skatintų paremti sveikatos komunikacijos veikėjų veiksmus, taip siekiant sveikesnės visuomenės. Jos specifiškumas - platus taikymas, susijęs su visuomenės sveikatos gerinimu, dalyvių įvairove. Priklausant nuo problemos, sveikatos komunikacija gali vykti tarp dviejų individų ar būti masinė; būti organizuojama valstybinių ar privačių institucijų lygmeniu; būti nuolatinė, periodinė ar vienkartinė; pasiekti trumpalaikio ar ilgalaikio efekto; formuoti visuomenės pažiūras, nuostatas, rodyti jos išsivystymo lygį.

2. Priklausomybės ligų komunikacijos problematika visų pirma siejasi su vaikystėje netinkamai diegiamomis bendražmogiškosiomis vertybėmis. Antra, tai pačios visuomenės problema: vyrauja vis dar stereotipinis požiūris į šias alkoholizmo programas ir apskritai neigiama nuostata pažeidžiamų visuomenės grupių atžvilgiu. Priklausomi asmenys yra stigmatizuojami, priklausomybė vis dar dažnai suvokiama ir laikoma moraliniu nukrypimu, o ne liga. Trečia, tai politikos formavimo problema: Lietuvoje veikia tik 38 narkologai, gydymo įstaigos dažnai nepasiūlo visų galimų gydymo metodų, gydymui nėra pakankamai skiriama lėšų, programų subordinacija paini, pagrindinės už priklausomybės ligų prevencijos politikos formavimą atsakingos institucijos nesispecializuoja vienoje iš priklausomybės formų, o yra atsakingos tiek už narkomanijos, tiek už rūkymo, tiek už alkoholio vartojimo prevenciją.

3. Komunikacijos organizavimas priklausomybės ligų atveju siejasi su trumpalaikės ir ilgalaikės intervencijos derinimu, įvairių komunikacijos veiksnių kompleksiško rėmimo ir jų tęstinumo užtikrinimu, kultūrinių skirtumų reikšme (istorine patirtimi, klimato juosta, priklausomybės ligų pavojingumo visuomenei ir artimiesiems traktavimu).

4. Priklausomybės ligų komunikacijos specifikos, tarptautinių tendencijų ir realizavimo principų Lietuvoje tyrimas parodė, kad Lietuvos ir JAV kultūriniai skirtumai persikelia ir į internetinę erdvę. Skiriasi tam pačiam kūrėjų tipui priklausančių internetinių svetainių informacijos pateikimas ir turinys, dizainas, tikslinės grupės, grįžtamojo ryšio pobūdis, straipsnių atvirumo laipsnis ir kt. Lietuvos svetainėse pastebimas mažesnis individualizmo, tačiau didesnis neapibrėžtumo vengimo bei panašus galios atstumo laipsnis, palyginti su JAV.

Suformuluotos išvados sudaro prielaidas pateikti šiuos **pasiūlymus** priklausomybės ligų komunikacijos tobulinimui:

- 1) Specialistams - daugiau dėmesio skirti grįžtamajam ryšiui, t.y., specialistai galėtų konsultuoti ligonius ne tik savo kabinete, tačiau teikti anoniminę informaciją ir internetinėje erdvėje, telefonu ir kt;
- 2) Valdžios atstovams – atskirti alkoholizmo ir narkomanijos priklausomybes ir kurti atskiras prevencijos strategijas. Daugiau remtis užsienio praktika pateikiant informaciją visuomenei;
- 3) Privačioms gydymo įstaigoms – skirti daugiau dėmesio internetinės svetainės dizainui, sudaryti galimybę rašyti atsiliepimus, pateikti daugiau nuotraukų, rašyti anonimiškas besigydžiusių pacientų istorijas. Internetinis tinklalapis tokiai įstaigai yra svarbus, nes dažniausiai pagal jį sprendžiama apie gydymosi tikslumą;
- 4) Visiems priklausomybės ligų kampanijų organizatoriams - priklausomybės ligų komunikacija turi būti nenutrūkstama, t.y., visuomenės informavimo kampanijos turi persikelti į internetinę erdvę, kurioje egzistuoja neapibrėžtą laiką;
- 5) Nevyriausybinėms organizacijoms - priklausomybės ligų komunikacija turėtų vykti įvairiais lygmenimis: prasidėjusi masiniame, persikelti į tarpasmeninį ir atvirkščiai. Tokiu būdu būtų užtikrinamas visapusiškas informacijos prieinamumas, grįžtamasis ryšys;
- 6) Visiems, susijusiems su priklausomybės ligų komunikacijos organizavimu – į pagalbą kviestis įvairius suinteresuotuosius: privačias organizacijas, NVO, valstybines institucijas, pavienius individus, žurnalistus, specialistus, vairuotojus, jaunimo sąjungas ir kt., kad komunikacija apimtų kuo didesnę žmonių skaičių ir kad tai rodytų problemos aktualumą.

Darbe iškelta prielaida pasitvirtino.

Reda Žilionytė (2010). *Communication of Addictions Prevention and Treatment: International Tendencies and Lithuanian Practice*.

SUMMARY

Master's **thesis** – the dependency of disease communication. **The aim** - to examine the specific of dependence disease communication and realization properties in different countries. **Objectives**: to discuss the specifics of health communication; to determine the communication problems of addiction; to examine the principles of organization of the communication of the addiction; to identify international trends and principles of realization in Lithuania.

An analysis of scientific literature and research in the field of communication, using analogies, content analysis and document analysis methods of communication analysis of addiction concludes that health communication is an important factor in reducing illnesses.

In the analysis of health communication research, media reported an indirect effect on value. When focusing on different parts of the world of communication features of addiction, the importance of organization, and expression of the law were noticed. Using content analysis method, a quantitative and qualitative research was made. Online sites alcohol issues were selected and tested in Lithuania and the United States of America. Analyzing and summarizing collected material, it was observed that these countries addiction, communication is implemented differently and that this is related to the different cultural dimensions. It was concluded that in Lithuania addiction communication is realizable in more abstract level than in United States of America. Based on the analysis, six proposals are provided for improving Lithuania ongoing communication of addictions.

Work can be a useful for intercultural communication professionals, students, institutions working in the field of addiction prevention and other theorists and practitioners because it provides the opportunity to develop analysis including different countries. In addition, according to the study results and conclusions, a deeper analysis of problems is required.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. *Alkoholio kontrolė ir teisinės atsakomybės reglamentavimas JAV ir Skandinavijos šalių jaunimo politikoje* [interaktyvus]. Vilnius: Lietuvos Respublikos Seimo kanceliarija, 2007. [žiūrėta 2010-03-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.blaivus.lt/linas07/prevpolitika/420alkjavskand.pdf>>
2. *Alkoholis ir nėštumas – nesuderinami* [interaktyvus]. Kaunas: Kauno miesto savivaldybės visuomenės sveikatos biuras, 2009 [žiūrėta 2009-12-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.kaunas.lt/index.php?3396448332>>
3. *Alkoholizmas - nuodėmė ar liga?* [interaktyvus]. Vilnius: Al-Anon, 2010. [žiūrėta 2009-11-30]. Prieiga per internetą: <http://al-anon.izmaelis.com/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=125>
4. ANDRIJAUSKAITĖ, Danguolė. *Narkomanija: pokyčiai, iššūkiai, prevencija* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <<http://www.medicine.lt/index.php?pagrid=leidiniai&subid=gm&strid=2639>>
5. BADARAS, Robertas; ir JOVAIŠA, Tomas. *Narkotikų vartojimo diagnostika ir priklausomybės ligų gydymas*. Vilniaus toksikologijos klinika, 2003. [žiūrėta 2009-11-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.blaivus.lt/linas07/prevpolitika/115diagnostika.pdf>>
6. BALTRIMIENĖ, Renata. *Cultural Dimensions of Lithuania and its relative position in the context with other European countries* [interaktyvus]. Klaipėda: Klaipėda College Of Social Sciences [žiūrėta 2010-05-01]. Prieiga per internetą: <http://www.smk.lt/uploads/archyvas/mokslas/karjera/renata_baltrimiene.pdf>
7. CASSELL, Michael. M. et al. *Health Communication on the Internet: An Effective Channel for Health Behavior Change?* [interaktyvus]. North Carolina: University of North Carolina, 1998 [žiūrėta 2010-03-22]. Prieiga per internetą: <http://journals.taylorandfrancis.com/forms/hcm/3_71.pdf>
8. COFFMAN, Julia. *Public communication campaign evaluation: An environmental scan of challenges, criticisms, practice, and opportunities* [interaktyvus]. Cambridge, MA: Harvard Family Research Project, 2002 [žiūrėta 2010-04-25]. Prieiga per internetą: <<http://www.hfrp.org/evaluation/publications-resources/public-communication-campaign-evaluation-an-environmental-scan-of-challenges-criticisms-practice-and-opportunities>>
9. *Cross Cultural Mental Health and Addictions Issues* [interaktyvus]. [S.l.], 2006 [žiūrėta 2010-04-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.heretohelp.bc.ca/publications/factsheets/cross-cultural>>
10. CUTLIP, Scott; CENTER, Alen; ir BROOM, Glen. *Effective public relations*. Upper Saddle River (New Jersey): Pearson Prentice Hall, 2006. 560 p. ISBN: 0132450100
11. ČIŽAUSKAITĖ, Renata. *Alkoholio prevencija bendruomenėje* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <www.sdtsc.lt/get.php?f.357>

12. *Dėl alkoholio vartojimo Lietuva kasmet netenka apie 4,5 mlrd. litų* [interaktyvus]. Vilnius: Krizių prevencijų centras, 2009. [žiūrėta 2009-12-15]. Prieiga per internetą: <http://www.prevencija.lt/>
13. FICHTER, Cele. „*Selling*“ *prevention – applying social marketing principles to promote wellness* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-05-01]. Prieiga per internetą: <http://www.pitt.edu/~cedar/forum/fichter.html>
14. *Geert Hofstede™ Cultural Dimensions* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-05-01]. Prieiga per internetą: http://www.geert-hofstede.com/hofstede_united_states.shtml
15. YANOVITZKY, Itzhak and BENNETT, Courtney. *Media Attention, Institutional Response, and Health Behavior Change. The Case of Drunk Driving, 1978-1996*. In Sage publications, Inc., 1999, vol. 26, no. 4. 429-447 p. ISSN 1537-5331
16. JUODRAITIS, Adolfas; ir RAČKAUSKIENĖ, Roma. *Prielaidos socialinei pagalbai teikti alkoholinės priklausomybės situacijoje* [interaktyvus]. [S.l.], 2008 [žiūrėta 2009-12-18]. Prieiga per internetą: <http://www.nkd.lt/files/leidiniai/metodine/2.pdf> http://www.su.lt/filemanager/download/6446/18_JuodraitisRackauskiene.pdf
17. Kauno medicinos universitetas. *Iprotis ir priklausomybė: paskaitų medžiaga: paskaitų konspektai* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-11-14]. Prieiga per internetą: http://www.vsv.lt/mokymas/Psichine_sveikata/2265.html
18. KIAULAKIS, Giedrius. *Beviltiška kova su girtuoklyste Rusijoje* [interaktyvus]. [S.l.], 2009 [žiūrėta 2009-12-18]. Prieiga per internetą: <http://www.balsas.lt/naujiena/308161/beviltiska-kova-su-girtuoklyste-rusijoje>
19. *Lietuvos Respublikos Konstitucija* [interaktyvus]. Vilnius: Lietuvos Aidas, 1992. [žiūrėta 2009 m. gegužės 20 d.]. Prieiga per internetą: http://www.kf.vu.lt/uploads/docs/Studiju%20dokumentai/metodiniai_nurodymai090204.pdf
20. *Lietuvos Respublikos Seimo Narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos komisijos nuostatai* [interaktyvus]. Vilnius: Seimo kanceliarija, 2009. [žiūrėta 2009-12-17]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=6271&p_d=90175&p_k=1
21. LIMONOV, Eduard. *Alkoholio ir hašišo civilizacijos*. In Literatūra ir menas [interaktyvus]. 2004, [nr.] 3022 [žiūrėta 2009-12-18]. Prieiga per internetą: http://www.culture.lt/lmenas/?leid_id=3022&kas=straipsnis&st_id=5678
22. MARKEVIČIENĖ, Auksė. *Komunikacija: samprata ir procesas* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-20]. Prieiga per internetą: http://distance.ktu.lt/marijampole/kursai_demo/Dal_soc_komunikacija/resources/documents/2937.pdf
23. MITIENĖ, Irma; STONIENĖ, Loreta ir ČAPLINSKAS, Saulius. *Veiksmingiausia priemonė prieš AIDS – visuomenės informavimas ir sveikatos ugdyimas* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-20]. Prieiga per internetą: 212.47.102.10/download/Veiksminga2.doc
24. *Narkomanijos prevencija* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <http://www.nkd.lt/files/leidiniai/metodine/2.pdf>
25. *Narkotikų žalos mažinimo programų skatinimas ir plėtra Lietuvoje* [interaktyvus]. Vilnius: koalicija „Galiu gyventi“, 2005. [žiūrėta 2009-12-15]. Prieiga per internetą:

- <<http://www.galiugyventi.lt/downloads/structure//2009%20zalos%20mazinimo%20istorija%20LT.pdf>>
26. National Prevention Information Network. *Health communication strategies* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-11-14]. Prieiga per internetą: <<http://www.cdcnpi.org/scripts/campaign/strategy.asp>>
 27. NEŠPOR Karel. *New trends in prevention of addictive diseases* [interaktyvus]. Praha: Česká Lékařská Společnost, [2006] [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <<http://www.cababstractsplus.org/abstracts/Abstract.aspx?AcNo=20043079070>>
 28. *Nuo alkoholio miršta kas 25 pasaulio gyventojas* [interaktyvus]. Virtualios visuomenės naujienos, 2009. [žiūrėta 2009-12-15]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/sveikata/nuo-alkoholio-mirsta-kas-25-pasaulio-gyventojas.html>>
 29. Office of Disease Prevention and Health Promotion. *Health Communication* [interaktyvus]. [S.l.], 2010 [žiūrėta 2009-11-14]. Prieiga per internetą: <<http://www.healthypeople.gov/document/HTML/Volume1/11HealthCom.htm>>
 30. PEELE, Stanton. *Addiction as a Cultural Concept* [interaktyvus]. Annals of the New York Academy of Sciences, 602:205-220, 1990 [žiūrėta 2010-01-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.peele.net/lib/cultconc.html>>
 31. PEELE, Stanton. *How People's Values Determine Whether They Become and Remain Addicts*. In Journal of Drug Issues [interaktyvus]. 1987, vol. 17 no. 2 [žiūrėta 2010-01-18], p. 187-215. Prieiga per internetą: <<http://www.peele.net/lib/vision.html>>
 32. PEELE, Stanton; ir BRODSKY, Archie. *How Culture Influences the Way People Drink* [interaktyvus]. The Wine Institute, San Francisco: CA, July, 1996 [žiūrėta 2010-01-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.peele.net/lib/sociocul.html>>
 33. PERRING, Christian. *Addiction and alcoholism* [interaktyvus]. New York: Dowling College, 2009 [žiūrėta 2010-02-28]. Prieiga per internetą: <http://metapsychology.mentalhelp.net/poc/view_doc.php?type=book&id=5049>
 34. ROGERS, Everett M.; ir STOREY, Douglas J. *Communication campaigns* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2010-04-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.popline.org/docs/062422>>
 35. SCHIAVO, Renata. *Health communication: from theory to practice*. New York, NY: Jossey-Bass., 2007. 464 p. ISBN: 978-0-7879-8205-8
 36. SHAFFER, Howard J.; ir JONES, Stephanie. B. *Quitting cocaine: The struggle against impulse*. Lexington, MA.: Lexington Books, 1989. 254-255 p. ISSN: 1049-2089
 37. SMITH, David. *Addiction Medicine in China* [interaktyvus]. [S.l.], 2004 [žiūrėta 2010-01-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.drdave.org/Articles/csamwin04.htm>>
 38. SNYDER, Leslie B. et al. *A Meta-Analysis of the Effect of Mediated Health Communication Campaigns on Behavior Change in the United States*. In Journal of Health Communication, 2004, vol. 9, no. 1. 72-90 p. ISSN 1081-0730
 39. *Social and Cultural Aspects of Drinking* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-18]. Prieiga per internetą: <<http://www.sirc.org/publik/drinking3.html>>
 40. TELEŠIENĖ, Audronė. *Metodologinis diskurso analizės statusas socialinių mokslų tyrimuose* [interaktyvus]. Pranešimas SocForumo diskusijai. 2006 m. lapkričio mėn. 17 d. [žiūrėta 2009-

- 12-20]. Prieiga per internetą:
<www.socforumas.lt/files/.../socforumo%20diskusijai_audrone.doc>
41. ULOTAITĖ, Laima. *Alkoholio ir kitų narkotikų vartojimo prevencija mokykloje* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-16]. Prieiga per internetą:
<http://www.zingsnis.lt/drugs/1narkotikai/narkotiku_prevencija.html>
42. *Už Lietuvą daugiau alkoholio vartoja tik trys šalys* [interaktyvus]. [S.l.], 2009. [žiūrėta 2009-12-16]. Prieiga per internetą:
<http://www.sos03.lt/Naujienos/Lietuvoje/Uz_Lietuva_daugiau_alkoholio_vartoja_tik_trys_salys>
43. VABALAITĖ, Danutė. *JAV ir Europos kova su narkotikais* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-20]. Prieiga per internetą: < <http://www.zingsnis.lt/drugs/5reakcija/reakcija4.html>>
44. VORONAJA, Natalija. *Darbas vaikų labui vertas pastangų* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-12-18]. Prieiga per internetą:
<<http://www.medicine.lt/index.php?pagrid=leidiniai&subid=lmk&strid=8419>>
45. VORONAJA, Natalija. *Priklausomybių gydymas pacientams sunkiai prieinamas* [interaktyvus]. [S.l., s.a.] [žiūrėta 2009-11-14]. Prieiga per internetą:
<<http://www.medicine.lt/index.php?pagrid=leidiniai&subid=lmk&strid=8176>>

PRIEDAI

1 PRIEDAS. TYRIMO KATEGORIJŲ MEDIS

Kategorija	I lygis	II lygis	III lygis	IV lygis
<u>Tikslas</u>	Tinklalapis – komunikacijos kampanijos dalis:	Siekiami naujo elgesio (t.y., visiško išgijimo)		
		Siekiami išvengti būsimo nepageidaujamo elgesio (skirta žmonėms, kurie dar nėra priklausomi)		
		Siekiami sumažinti dabartinį nepageidaujamą elgesį (gėrimo kiekio apribojimą)		
	Sukurtas atskiras tinklalapis:	Suteikiama bendro pobūdžio informacija		
		Specializuojamasi:	Pateikiama gydymo ar mokymosi įstaigos (-ų) informacija	
			Pateikiami patarimai	
			Pateikiami įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos	
	Tai konkursą laimėjusios ir finansavimą gavusios organizacijos lėšų panaudojimas			
	Kt.			
<u>Tikslinė auditorija</u>	Pavieniai asmenys:	Priklausomas asmuo		

1 priedo tęsinys kitame puslapyje

		Nevengiantis vartoti alkoholi asmuo		
		Šeimos narys		
		Nėščia moteris ar planuojantis kūdikį tėvas		
		Darbdavys, bendradarbis		
		Švietimo institucijos atstovas		
		Kt.		
	Asmenų grupės:	Bendradarbiai		
		Kaimynai		
		Visuomenė		
		Specialistai		
		Žiniasklaidos atstovai		
		Moksleiviai, studentai		
		Vairuotojai		
	Gali būti bet kas			
<u>Grižtamasis ryšys</u>	Yra:	Interaktyvi komunikacija	Dialogas su specialistais (klausiate – atsakome):	Konfidencial i
				Vieša
			Forumas	
			Apklausa	
		El. laiškai		
		Kt.		
	Nėra			
Komunikacij os tipas	Intraasmeninė (pvz., internetinis dienoraštis)			

1 priedo tęsinys kitame puslapyje

	Tarpasmeninė:	Sergančio:	ir specialisto (-ų)	
			ir sergančio asmens	
			ir sirgusio asmens	
			bet kurio kito asmens	
		Artimojo:	ir specialisto (-ų)	
			ir sergančio asmens	
			ir sirgusio asmens	
			ir artimojo	
			bet kurio kito asmens	
		Pavienio individo ((dar nesergančio):	ir specialisto (-ų)	
			ir sergančio asmens	
			ir sirgusio asmens	
			bet kurio kito asmens	
	Asmens – grupės (pvz., asmens ir sveikatos organizacijos)			
	Masinė komunikacija			
<u>Pranešimų tonas</u>	Dalykiškas – kalbama neutraliai			
	Neoficialus, laisvas:	Kritikuojama		
		Kalbama su užuojauta		
		Juokaujama		

		Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai		
		Pamokoma		
<u>Tinklapių tipas</u>	Specialiai kampanijai ar projektui sukurtas tinklapis			
	Internetinis dienoraštis (blogas):	Specialisto		
		Sirgusio žmogaus		
		Sergančio žmogaus		
		Pavienio individo		
		Artimojo		
	Gydymo įstaigos internetinė svetainė			
	Mokymosi įstaigos internetinė svetainė			
	Savitarpio pagalbos struktūra			
	Forumas:	Vyksta diskusija dalyvaujant ir specialistams		
		Bendraminčių diskusija		
	Specifinis sveikatos informacijos šaltinis			
	Socialinis tinklas			
	Pramoginis			
	Tai kito tinklalapio dalis			
	Kt.			
<u>Tinklapių savininkai</u>	Individualus:	Pavienis asmuo:	Buvęs alkoholikas	

1 priedo tęsinys kitame puslapyje

			Esamas alkoholikas	
			Artimasis	
			Besidomintis problema	
			Specialiai kampanijas organizuojantis	
		Sveikatos įstaigos atstovas		
		Žurnalistas		
		Švietimo įstaigos atstovas		
		Politikas		
	Organizacija:	Privati įmonė		
		Sveikatos organizacija		
		Specialiai sukurta struktūra		
		Kitų organizacijų remiami projektai		
		Visuomeninė organizacija		
		Savitarpio pagalbos struktūra		
		Ryšių su visuomene agentūra		
		Žiniasklaidos struktūra		
		Valdžios institucija		
		Kt.		
Tema	Būdai, kaip greičiau nustoti vartoti alkoholį			
	Priežastys, dėl kurių verta negerti			
	Gėrimo pasekmės			
	Alkoholis ir motinystė			

	Alkoholis ir vairavimas			
	Alkoholis darbe			
	Alkoholis tarp jaunimo			
	Atsakingas gėrimas			
	Pagalbos institucijos			
	Kaip pasiruošti gerti			
	Gyvenimas su alkoholiku			
	(Ne)žalingas alkoholio kiekis			
	Alkoholį vartojantis artimas žmogus			
	Gydymas nuo alkoholizmo			
	Alkoholis visuomenėje			
	Už alkoholio politiką atsakingos (-a) institucijos (-a)			
	Teigiamos alkoholio vartojimo pusės			
Kryptis	Pateikiami patarimai:	Specialisto		
		Alkoholį vartojusio ar vartojančio		
		Artimojo		
	Pateikiami faktai			
	Išsakoma nuomonė:	Specialisto		
		Alkoholį vartojusio		

		Artimojo		
		Pavienio asmens		
	Gyvenimiškos istorijos			
	Atsakoma į klausimus			
	Pateikiama informacija			
	Vyrauja reklaminis pobūdis			
	Pateikiamos naujienos			
	Humoras			
<u>Priemonės</u>	Sankcijos:	Įstatymais numatytos baudos		
		Moralinės		
	Pamokymai:	Specialisto		
		Alkoholi vartojusio		
		Pavienio asmens		
		Artimojo		
	Pasidalinimas patirtimi:	Specialisto		
		Alkoholi vartojusio		
		Artimojo		
	Faktų pateikimas			
	Vyrauja reklaminis pobūdis			
	Patarimai:	Specialisto		
		Alkoholi vartojusio		
		Artimojo		
	Pateikiami vaizdai:	Nuotraukos		

		Video		
		liustracijos		
	Pajuokavimai su potekste			
	Kt.			
<u>Kanalas</u>	Tik išdėstoma informacija			
	Interaktyvus:	Forumas		
		Galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio		
		Galimybė bendrauti su specialistu:	Anonimiškai	
			Viešai	
		Kt.		
<u>Apipavidalinimas</u>	Vyrauja nuotraukos ir iliustracijos			
	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai			
	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba iš viso nėra			

2 PRIEDAS. INTERNETINIŲ TINKLALAPIŲ PAGAL JŲ KŪRĖJUS KATEGORIJŲ ANALIZĖ

Biudžetinė gydymo įstaiga.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Pateikiama gydymo įstaigos informacija	Pateikiama mokymosi įstaigos informacija
Tikslinė auditorija	Priklausomi ir jų šeimos nariai	Studentai.
Grižtamasis ryšys	Nėra.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Masinė.	Masinė.
Pranešimų tonas	Dalykiškas – kalbama neutraliai.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklapių tipas	Gydymo įstaigos internetinė svetainė.	Mokymosi įstaigos internetinė svetainė.
Tema	Pagalbos institucijos.	Pagalbos institucijos.
Kryptis	Pateikiami faktai, atsakoma į klausimus, pateikiama informacija, pateikiamos naujienos.	Pateikiama informacija, naujienos.
Priemonės	Faktų pateikimas.	Faktų pateikimas.
Kanalas	Tik išdėstoma informacija.	Tik išdėstoma informacija.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.

Biudžetinė įstaiga - valstybės arba savivaldybės institucija, visiškai arba iš dalies išlaikoma iš biudžeto.

Vilniaus priklausomybės ligų centro veikla - priklausomybės ligų prevencija, gydymas ir reabilitacija. Centras teikia sveikatos priežiūros paslaugas visų pirma Vilniaus gyventojams, tačiau čia kreipiasi žmonės ir iš visos Lietuvos. Centre yra ambulatorinis, stacionarinis ir reabilitacijos skyriai. Iš viso centre yra 90 stacionarių ir reabilitacijai skirtų vietų.

Tuo tarpu amerikietiškas puslapis priklauso mokymosi įstaigai **The Addiction Technology Transfer Center of New England**, kuri yra išlaikoma valstybinės organizacijos, atsakingos už priklausomybę sukeliančių medžiagų ir psichinės sveikatos politiką organizacijos Substance Abuse and Mental Health Services Administration ir nuo 1993 m. – valstybinės priklausomybės ligų gydymo įstaigos The Center for Substance Abuse Treatment.

Abiejų svetainių tikslas toks pats – pateikiama svarbiausia įstaigos informacija, naujienos. Taip pat aiški abiejų svetainių tikslinė auditorija: ją lemia pats tokios įstaigos egzistavimas. Nei vienoje, nei kitoje svetainėse nėra grįžtamojo ryšio, pateikiama tik bendra informacija, todėl komunikacija yra masinė. Svetainėse jaučiamas tam tikros informacijos vyravimas: lietuviškoje – daugiau pateikiama teisinė informacija, įvairios nuorodos, o amerikietiškoje – vyrauja vardai ir pavardės bei trumpai aprašoma konkrečių žmonių veikla, darbai. Svetainės tikslas ir komunikacijos tipas lemia dalykišką

kalbėjimo toną. Šių svetainių tema taip pat tokia pati, nors lietuviškoje ji tiesiogiai išreikšta (tai lemia pačios įstaigos tipas), o iš amerikietiškos įstaigos tipo aišku, kad mokymosi įstaigoje yra mokomasi visuomenės gydymo nuo alkoholizmo, o ne nuo jo gydoma. Kryptingesnė yra lietuviška svetainė – joje pateikiama tiek teisinė informacija, tiek su alkoholio vartojimo susiję faktai, atsakoma į klausimus. Tai lemia įstaigos tipas – svetainę aplankę vartotojai nori gauti kuo visapusiškesnę informaciją. Be to, įstaiga yra išlaikoma iš valstybės biudžeto, todėl jos svetainėje turi būti pateikta tokia informacija kaip struktūra, nuostatai, darbininkų darbo užmokestis ir kt. Tačiau daugiau informacijos pateikiama amerikietiškoje svetainėje – tarkime, programas aprašantį puslapį būtų galima skaidyti į kelias dalis, tačiau puslapyje visa informacija pateikia vienoje. Taip pat nors iš pirmo žvilgsnio lietuviškame puslapyje atrodo daugiau mygtukų, tačiau amerikietiškame beveik kiekvienas mygtukas turi žemesnio lygio meniu punktus. Nei vienoje, nei kitoje svetainėje iliustracijų ir nuotraukų beveik nėra. Abejose pateikiamos pastatų nuotraukos – ligoninės ir universiteto. Tačiau amerikietiškoje svetainėje labiau negu lietuviškoje pabrėžiamas veiksmas: skatinama peržiūrėti žemėlapi, į paieškos sistemą vesti norimą rasti informaciją apie įstaigą, parsisiųsti dokumentus ir kt.

Privati gydymo įstaiga.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklalapis	JAV internetinis tinklalapis
Tikslas	Pateikiama gydymo įstaigos informacija	Pateikiama gydymo įstaigos informacija
Tikslinė auditorija	Priklausomi ir jų šeimos nariai	Priklausomi ir jų šeimos nariai
Grįžtamasis ryšys	Yra: viešas dialogas su specialistais	Yra: el. laiškai; apklausos.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir specialisto (-u); artimojo ir specialisto (-u).	Asmens-grupės; sergančio ir specialisto (-u); artimojo ir specialisto (-u).
Pranešimų tonas	Dalykiškas – kalbama neutraliai	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai
Tinklalapio tipas	Gydymo įstaigos internetinė svetainė	Gydymo įstaigos internetinė svetainė
Tema	Pagalbos institucijos.	Pagalbos institucijos.
Kryptis	Pateikiami faktai, atsakoma į klausimus, pateikiama informacija, pateikiamos naujienos, vyrauja reklaminis pobūdis.	Pateikiami faktai, išsakoma alkoholi vartojusio nuomonė, atsakoma į klausimus, pateikiama informacija, pateikiamos naujienos, vyrauja reklaminis pobūdis.
Priemonės	Vyrauja reklaminis pobūdis	Vyrauja reklaminis pobūdis
Kanalas	Interaktyvus: galimybė bendrauti su specialistu viešai; galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio.	Interaktyvus: galimybė bendrauti su specialistu ir anonimiškai, ir viešai; galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai

Privačioje gydymo įstaigoje pacientai yra gydomi už visas arba už didžiąją dalį jų lėšų. „**Vilniaus toksikologijos klinika**” - tai klinika, gydanti priklausomybės ligas ir lėtinius apsinuodijimus. Klinikoje dirba specialistai-gydytojai toksikologai, psichoterapeutai, psichiatrai, anesteziologai-reanimatorai, soc.darbuotojai, psychologai, slaugytojos.

Paieškos sistemoje, raktažodžiais pasirenkant „alcoholism treatment is America“, parodo daugumą privačių. Darbe nagrinėjamas gydymo tinklas „**Promises**“. Įstaigose gydoma tiek nuo priklausomybės narkotikams, tiek nuo priklausomybės alkoholiui.

Internetiniai tinklalapiai yra panašūs pagal 6 kategorijas: tikslus, tikslines auditorijas, komunikacijos tipą, tinklalapio tipą, temą ir priemones. Tačiau jie labai skiriasi interaktyvumo, informacijos gausumo ir tono prasme. Lietuviškas tinklalapis daug lengviau valdomas, tačiau jame pateikiama tik bendro pobūdžio informacija bei yra galimybė užduoti klausimus specialistams. Į dizainą investuota pakankamai mažai: vyrauja žalia spalva, yra keletas gydymo centro nuotraukų. Daugiausia informacijos pateikiama programų puslapyje. Tuo tarpu amerikietiška tinklalapyje pateikiama labai daug informacijos (beveik visi puslapiai su teksto slinktimis), tekste daug nuorodų, kurias paspaudus rodoma papildoma informacija. Tinklalapyje rodomos citatos didelėmis raidėmis, išreiškiančios itin gerus besigydžiusių išpūdžius. Be to, naudojama daug aukščiausio laipsnio būdvardžių formų (efektyviausias, geriausias, patogiausias ir kt.).

Puslapis interaktyvus: paryškintas mygtukas „kontaktai“, yra galimybė užduoti klausimus bei gauti konfidencialų atsaką, užpildyti anketą ir sužinoti, ar respondentas gali turėti priklausomybę alkoholiui ir kt. Tinklalapyje jaučiamas pakylėtas tonas, nuolat akcentuojama šeimos svarba gydančiam. Itin investuojama į dizainą. Vyrauja balta ir mėlyna spalvos. Pateikiamos šiltos nuotraukos, kuriose dažniau vaizduojami jauni žmonės. Be to, yra daug paties gydymo centro nuotraukų. Pateikiamas gydymo įstaigos reklaminis filmukas. Taip pat teigiamą išpūdį sudaro buvusių pacientų pasisakymai, gydymo įstaigos darbuotojų gyvenimo istorijos. Tinklalapyje pabrėžiamas veiksmas: nuorodos į socialinius tinklalapius, raginimai kreiptis į gydymo įstaigą ir kt.

Privati įmonė.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklalapis	JAV internetinis tinklalapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiami įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gyvenimiška istorija.
Tikslinė auditorija	Priklausomas asmuo; nevengiantis vartoti alkoholių asmuo; šeimos narys.	Nevengiantis vartoti alkoholių asmuo.

Lentelės tęsinys kitame puslapyje

Grižtamasis ryšys	Yra: interaktyvi komunikacija – forumas.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir bet kurio kito asmens; artimojo ir bet kurio kito asmens; pavienio individo ir bet kurio kito asmens.	Masinė komunikacija.
Pranešimų tonas	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklalapio tipas	Forumas: bendraminčių diskusija.	Kt.: vaizdinė informacija apie alkoholio vartojimo žalą.
Tema	Alkoholis visuomenėje.	Gėrimo pasekmės.
Kryptis	Pateikiami alkoholi vartojusio vartojančio asmens, specialisto patarimai; pateikiami faktai; pateikiama informacija; išsakoma artimojo nuomonė; humoras.	Pateikiami faktai.
Priemonės	Pasidalijama alkoholi vartojusio, artimojo patirtimi; specialisto, alkoholi vartojusio pamokymai; pateikiami faktai; pajuokaujama su potekste.	Pateikiami vaizdai, t.y., nuotraukos; jaučiamos moralinės sankcijos; pasidalijama alkoholi vartojusio patirtimi.
Kanalas	Interaktyvus: yra forumas.	Tik išdėstoma informacija.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Vyrauja nuotraukos.

Tai pagal klientų užsakymą arba pačių internetinių tinklalapių gamintojų sumąstytas ir sukurtas tinklalapis.

Lietuviškas tinklalapis sukurtas įmonės „**Interateitis**“ iniciatyva. Jame daugiausiai pateikiamos įvairios istorijos.

Amerikietiškas puslapis yra sukurtas internetinių paslaugų teikėjo „**Atlantic Metro Communications**“. Jame žmonės stengiamasi paveikti vaizdais ir trumpomis frazėmis.

Nors abu internetinius tinklalapius kūrė internetinių paslaugų teikėjai, jie labai skiriasi tiksline auditorija (lietuviškame ji platesnė), grįžtamojo ryšiu (amerikietiškame jo nėra), komunikacijos tipu (lietuviškame jis įvairesnis), pranešimų tonu ir kt. Lietuviškame tinklalapyje pateikiama labai daug informacijos (ilgi puslapiai su slinktimis), ją struktūruojant pagal informacijos gavėją. Taip pat pateikiama ir papildomos informacijos (apie alkoholinių gėrimų rūšis), įdėta straipsnių iš kitų internetinių tinklalapių, citatų iš knygų ir kt. Rašomos tiek pavienių žmonių istorijos, tiek pateikiama patarimų. Fonas yra gana linksmi pateiktas: pavaizduotos dvi taurės, iš kurių viena rodo išpylimo veiksmą („ne-“), kita – gėrimo veiksmą („-gerk“). Tačiau visumoje tinklalapio kokybė nėra gera: mažai investuota į dizainą, informacijos pateikimas ne visai patogus – yra vienodų straipsnių pavadinimų, prie kurių nenurodoma, kas juose bus rašoma. Tačiau tinklalapio forumas yra gana aktyviai pildomas.

Tuo tarpu amerikietiškoje svetainėje lankytojus bandoma paveikti vienos jaunos merginos foto istorija. Iš pradžių parodoma jos laimingo gyvenimo nuotraukos, o paskui – kaip atrodė jos automobilis, kai į jį atsitrenkė keletą bokalų išgėręs 17-metis. Žemiau pateikiamos merginos gydymosi nuotraukos ir nusivylusio avariją sukėlusio jaunuolio nuotrauka, kurioje sakoma, kad jis sau negali atleisti už tai, kad sugadino merginos gyvenimą. Vieno-dviejų sakinių komentaruose minimi vardai, datos, įvairūs skaičiai – tai sudaro dar gilesnį išpūdį. Nuotraukos išdėstytos viena paskui kitą vertikaliai, kad būtų lengviau sekama gyvenimo istorija. Tačiau simetrijos nesilaikoma. Nors teksto labai mažai, tinklalapio grafika labai paprasta, tačiau akcentuojama į vaizdą: šokiruoja nuotraukose pateikta gyvenimo istorija, kuri tarsi turi moralinių sankcijų atspalvį. Niekur nėra pasakoma, kad negalima vairuoti išgėrus (išskyrus pavadinime), tačiau nuotraukos prikausto dėmesį. Puslapis yra labai atviras, niekur nepabrėžiama, kad vaizdai gali paveikti mažus vaikus, silpnesnės psichikos žmones.

Savitarpio pagalbos struktūra.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Pateikiama gydymo įstaigos informacija	Pateikiama gydymo įstaigos informacija
Tikslinė auditorija	Priklausomi ir jų šeimos nariai	Priklausomi ir jų šeimos nariai
Grižtamasis ryšys	Yra: viešas dialogas su specialistais	Yra: el. laiškai; apklausos.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir specialisto (-ų); artimojo ir specialisto (-ų).	Asmens-grupės; sergančio ir specialisto (-ų); artimojo ir specialisto (-ų).
Pranešimų tonas	Dalykiškas – kalbama neutraliai	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai
Tinklalapio tipas	Gydymo įstaigos internetinė svetainė	Gydymo įstaigos internetinė svetainė
Tema	Pagalbos institucijos.	Pagalbos institucijos.
Kryptis	Pateikiami faktai, atsakoma į klausimus, pateikiama informacija, pateikiamos naujienos, vyrauja reklaminis pobūdis.	Pateikiami faktai, išsakoma alkoholi vartojusio nuomonė, atsakoma į klausimus, pateikiama informacija, pateikiamos naujienos, vyrauja reklaminis pobūdis.
Priemonės	Vyrauja reklaminis pobūdis	Vyrauja reklaminis pobūdis
Kanalas	Interaktyvus: galimybė bendrauti su specialistu viešai; galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio.	Interaktyvus: galimybė bendrauti su specialistu ir anonimiškai, ir viešai; galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai

Šiai kategorijai priskirtini anoniminių alkoholikų klubai. Anoniminiai alkoholikai – tai draugija, kurioje dalijamasi patirtimi, norint padėti sau ir kitiems sveikti nuo alkoholizmo. Lietuviškas tinklapis

yra oficialus **Lietuvos AA draugijos** tinklapis. Jame pateikiama įvairi informacija ir, skirtingai nuo prieš tai nagrinėtų lietuviškų internetinių tinklalapių, puslapis verčiamas ir į anglų kalbą.

Amerikietiškas puslapis sukurtas „**Alcoholics Anonymous World Services**“. Kai kurie straipsniai lietuviškame tinklalapyje yra išversti iš šios svetainės. Tačiau amerikietiškame tinklalapyje pateikta daug daugiau informacijos, galima parsisiųsti tiek knygų, tiek žurnalų, tiek lankstinukų ir kitų leidinių ar dokumentų apie anoniminius alkoholikus (tuo tarpu lietuviškame tinklalapyje jie tik išvardijami ir pateikiama nuoroda į tokį patį leidinį). Tinklapis verčiamas į ispanų ir prancūzų kalbas.

Nors lietuviškame internetiniame tinklalapyje nemažai straipsnių, kurie paimti iš amerikietiško puslapio, jis parengtas daug paprasčiau. Tikslinės grupės yra suskirstomos į tris dalis: priklausomi arba galimai priklausomi nuo alkoholio, specialistai ir žiniasklaida. Pagal svetainės puslapių pavadinimus matyti, kad ji labiau orientuota į priklausomus nuo alkoholio. Svetainė dizaino ir turinio atžvilgiu yra visiškai paprasta: nuotraukų nėra, paryškunami tik puslapių pavadinimai, fone vyrauja šviesiai purpurinė spalva. Vienur informacijos pateikiama labai daug, kitur – tik elementari.

Amerikietiško ir lietuviško puslapių tikslinė auditorija yra panaši, tik amerikietiškas orientuojasi dar ir į mažumas. Tačiau abu puslapiai skiriasi interaktyvumo prasme: lietuviškame tik pateikiama bendra informacija, o amerikietiškame yra tiek galimybė vystyti dialogą, tiek parsisiųsti įvairios informacijos ir kt. Abiejuose tinklalapiuose vyrauja dalykiškas tonas, sutampa tipas ir tema, bet amerikietiškas – daug kryptingesnis. Amerikietiškos svetainės navigacija ir informacijos pateikimas yra daug patogesnis ir profesionaliau parengtas negu lietuviško puslapio. Svetainė suskirstyta į keletą stambių dalių: bendra informacija apie AA klubus; puslapis žiniasklaidai; puslapis esamiems nariams; puslapis pasitikrinimui ir įsitikinimui, kad AA klubai gali padėti; AA atsiradimo ir gyvavimo istorijos puslapis; kontaktai. Galima peržiūra dvejomis kalbomis. Pateikiama labai daug informacijos, orientuojamasi į daug tikslinių grupių, tačiau akcentuojamas jaunimas. Ji skiriasi nuo aukščiau išnagrinėtų svetainių ir tuo, kad yra kreipiamasi ir į vyresnius žmones, ir į jaunimą, moteris, šiaurės amerikiečius, juodaodžius ir Afrikos Amerikiečius, karininkus, kurie vartoja alkoholį. Tuo parodoma, kad anoniminių alkoholikų klube gali lankytis bet kas. Taip pat šią svetainę iš kitų išskiria tai, kad joje galima parsisiųsti įvairių knygų, leidinių, lankstinukų, ataskaitų alkoholizmo tematika. Joje nėra niekur moralizuojama. Keletą kartų akcentuojamas anonimiškumas, pateikiama daug skirtingų pagalbos institutų pašto adresų. Naudojami šiuolaikiški ir populiarūs įrankiai (žemėlapis, renginių kalendorius, tiesioginė galimybė užsiregistruoti į AA forumą, galimybė užsisakyti nuotraukas iš forumo, užpildyti anketą, kurioje pasitikrinama, ar reikia AA, ir kt.). Vyrauja šviesiai mėlyna spalva. Šioje svetainėje pabrėžiamas veiksmas, nes daugelis puslapių turi mygtukus „paspauskite čia“, tinklalapio viršuje

pasveikina aplankius šį puslapį. Svetainės grafika paprasta, jos valdymas lengvai suprantamas, nors mygtukų ir tekstinių nuorodų yra daug. Viršuje pavaizduoti įvairių žmonių siluetai. Tai dar kartą įrodo, kad ji skirta įvairios tikslinėms grupėms.

Taip pat ir kitose AA klubų amerikietiškos svetainėse yra pakankamai daug informacijos. Tai patvirtina faktą, kad amerikiečiai joms skiria daug dėmesio. Dažnai prie AA klubų yra steigiamos specialiai jų šeimoms skirti susibūrimai, kuriuose mokoma gyventi su sveikstančiu asmeniu. Tuo tarpu Lietuvoje AA dar bijoma lankyti, nes žmogus gali būti pasmerktas visuomenės, apie jį gali sužinoti darbdaviai. Taigi tokio pobūdžio institutai yra saistomi stereotipų labiau negu Amerikoje.

Nevyriausybė organizacija.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiami įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gyvenimiška istorija.
Tikslinė auditorija	Priklausomas asmuo; nevenigiantis vartoti alkoholi asmuo; šeimos narys.	Nevenigiantis vartoti alkoholi asmuo.
Grižtamasis ryšys	Yra: interaktyvi komunikacija – forumas.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir bet kurio kito asmens; artimojo ir bet kurio kito asmens; pavienio individo ir bet kurio kito asmens.	Masinė komunikacija.
Pranešimų tonas	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklapių tipas	Forumas: bendraminčių diskusija.	Kt.: vaizdinė informacija apie alkoholio vartojimo žalą.
Tema	Alkoholis visuomenėje.	Gėrimo pasekmės.
Kryptis	Pateikiami alkoholi vartojusio vartojančio asmens, specialisto patarimai; pateikiami faktai; pateikiama informacija; išsakoma artimojo nuomonė; humoras.	Pateikiami faktai.
Priemonės	Pasidalijama alkoholi vartojusio, artimojo patirtimi; specialisto, alkoholi vartojusio pamokymai; pateikiami faktai; pajuokaujama su potekste.	Pateikiami vaizdai, t.y., nuotraukos; jaučiamos moralinės sankcijos; pasidalijama alkoholi vartojusio patirtimi.
Kanalas	Interaktyvus: yra forumas.	Tik išdėstoma informacija.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Vyrauja nuotraukos.

Nevyriausybė organizacija - tai laisva piliečių valia įkurta demokratinė organizacija, kuri tarnauja visuomenės ar jos grupių labui, nesiekia pelno ir tiesioginio dalyvavimo valstybės valdyme.

Lietuviškas tinklalapis priklauso VŠĮ "Sugrįžimas". Tai priklausomybės ligų reabilitacijos bendruomenė. Jos tikslas – padėti priklausomybe sergančiam asmeniui pasveikti.

Amerikietiškas tinklalapis yra sukurtas buvusio policininko. Jis priklauso ne pelno siekiančiai organizacijai „**Don't drink and drive**“. Ši organizacija aktyviai kovoja prieš nepilnamečių alkoholio vartojimą, remia nuo išgėrusių vairuotojų nukentėjusius asmenis.

Nors abi svetainės priklauso nevyriausybinėms organizacijoms, beveik visos jų kategorijos skiriasi. Tai lemia tinklalapių tikslinė auditorija: lietuviškasis skirtas sergantiems žmonėms, ieškantiems informacijos, kaip pasveikti, o amerikietiškas – turintiems blogą įprotį vairuoti išgėrus arba turintiems didesnę riziką tapti priklausomais. Abiejų svetainių temą pasako pats pavadinimas. „Sugrįžimas“ – turima omeny ankstesnio gyvenimo grąžinimą arba grąžinimą į visuomenę. Paskutinė reabilitacijos centro gydymo fazė ir vadinama „Grįžimas į visuomenę“. O amerikietiškojo tinklalapio pavadinimas DDAD yra paliepimo „Don't drink and drive“ akronimas. Todėl lietuviškame tinklalapyje pateikiama tik bendra gydymo įstaigos informacija, o amerikietiškas yra itin interaktyvus. Pastarajame daug mygtukų, informacijos, akcentuojamos prieigos prie populiarių socialinių tinklalapių. Interaktyvumo buvimas lemia komunikacijos tipą: amerikietiškame tinklalapyje yra tiek galimybė pasisakyti nelaukiant atsako, tiek gauti atsakymus iš specialistų.

Skiriasi ir svetainių kryptis bei naudojamos priemonės: lietuviškame tik pateikiami faktai, tuo tarpu amerikietiškame ir atsakoma asmeniškai į klausimus, pasakojamos gyvenimiškos istorijos, išsakoma specialisto nuomonė, pateikiamos naujienos. Puslapio fone matyti abstraktūs vaizdai, tačiau išsiryškina pastatų kontūrai. Vaizduojama daug individų, minimos pavardės, ko nėra lietuviškame tinklalapyje. Vyrauja raudona ir juoda spalvos. Šalia besikeičiančių žmonių nuotraukų rašoma frazė, kad „Nei vienas negali sugrįžti atgal ir pradėti viską iš naujo, bet kiekvienas gali pradėti dabar ir turėti laimingą pabaigą“. Ši frazė ir yra pagrindinė svetainės mintis – vairavimo išgėrus pasekmes reikia žinoti jau dabar ir jų vengti.

Atsidarius lietuvišką tinklalapį, rodomas tik piešinys, kuriame žmogui, panašiam į senovės išminčių, ant kelių klaupiasi ir verkia vyriškis. Šis piešinys galėtų būti įvadas į svetainę – vyriškis ateina ieškoti pagalbos pas senovės išminčių. Taip pat šiame puslapyje nurodomas įstaigos pavadinimas, rašoma, kelintas lankytojas ją aplankė (dažniausiai tokia programa diegiama tam, kad lankytojai matytų, kokia ji populiarė). Pasirinkus kalbą iš lietuvių ir anglų, įeinama į svetainės vidų. Svetainės viršuje rodomas tas pats tik sumažintas paveikslas, o per visą plotį vaizduojami ant žmogaus kojų suvarstyti bateliai. Tai gali reikšti pasirengimą eiti keisti savo gyvenimą.

Lietuviškos svetainės valdymas paprastas, informacijos nėra perkrauta, tačiau svetainė nėra gerai prižiūrima: puslapis „Naujienos“ nėra aktyvus. „Dienos frazė“ nei karto per tyrimo laikotarpį neatsirado, anketa nepildyta nei vieno žmogaus arba tiesiog puslapis nėra gerai suprogramuotas. O naujienose paskutinė žinutė rašyta 2006 metais. Tačiau matyti, kad žmonės yra patenkinti pačia reabilitacijos įstaiga: atsiliepimų knygoje yra tik teigiami atsiliepimai.

Tuo tarpu amerikietiškas tinklalapis yra itin profesionaliai parengtas ir kruopščiai prižiūrimas. Jį atsidarius, pradeda groti melancholiška muzika (yra galimybė ją išjungti). Pirmame puslapyje pateikiama organizacijos misija ir frazė, kad „kas 15 minučių mirštama nuo vairavimo išgėrus“. Čia pat prašoma padėti šią situaciją pakeisti, paaukojant organizacijai pinigų. Tai galima padaryti, neišeinant iš šios svetainės. Toks prašymas rodomas keliuose svetainės puslapiuose. Svetainėje galima pildyti internetinį dienoraštį. Jį atsidarius, viršuje rodoma į tolį žvelgiančio žmogaus fotografija, kurią paaikškina frazė „kiekvienas gali pradėti dabar ir turėti laimingą pabaigą“. Taip pat yra atskiras puslapis vaikams, kuriame pateikiami pagalbos linijų kontaktai, keičiasi aforizmai, rodoma į jaunimą orientuota iliustracija, kurioje jaunuolis piešia ant sienos. Dar vienas puslapis pasakoja tikrą aukos, nukentėjusios nuo išgėrusio vairuotojo istoriją, fone rodoma prijungto prie aparatų berniuko nuotrauka, yra galimybė peržiūrėti įvykių nuo vairavimo išgėrus nuotraukas. Šis puslapis turi stipriausią emocinį poveikį, nes kalbama apie nelaimę vaikams, taip pat didelį poveikį daro nuotraukos, darytos po tokių įvykių (prieš jas rodant, atsiranda įspėjimas, kad kai kurias žmonių grupes jos gali šokiruoti). Puslapyje „Aukos“ rašomos kaip nors su nuo vairavimo išgėrus nukentėjusių žmonių susijusios istorijos. Puslapyje „Statistika ir ištekliai“ pateikiami vairavimo išgėrus faktai bei išvardijamos pagalbos organizacijos. Puslapis taip išdėliotas ne atsitiktinai: iš pradžių pateikiamas faktas, o paskui nurodoma, kas gali padėti. Yra aktyviai pildomas puslapis „Naujienos“. „Foto galerijoje“ rodoma organizacijos narių motociklų šventė. Šios nuotraukos tarsi parodo, kad nereikia vengti vairuoti, tačiau tai turi būti daroma nevarojant jokių kvaišalų. Puslapis „Įstatymų vykdymas“ dedikuojamas policininkams ir gaisrininkams. Jame vaizduojamos besikeičiančios pareigūnų ir užfiksuotų situacijų išgėrus nuotraukos. Puslapyje „Pramogų pasaulio atstovai“ pasakojama filmų režisieriaus, nukentėjusio nuo išgėrusio vairuotojo, istorija. Taip pat čia įvardijama šio puslapio pavadinimo svarba, nes tą įvykį komentavęs pareigūnas interviu pabaigoje pasakė: „Nevairuokite išgėrę“. Taip pat įvardijama, kad svetainė skiriama pramogų pasaulio atstovams, politikams, sportininkams, nes jų gyvenimai yra labiau vieši, jų pavyzdžiu seka visuomenė, todėl jie turėtų dar labiau stengtis nedaryti klaidų. Puslapyje „Savanoriai“ kviečiama padėti organizacijai keisti žmonių įpročius. Puslapio viršuje raudonai išskirtas šūkis „Iškelk rankas – tapk savanoriu“. Fone taip pat vaizduojamos iškeltos rankos. Iškeltų rankų

motyvas reiškia prašymą. O puslapio mintis ir yra prašymas padėti kenčiantiems nuo žalingų įpročių. Puslapyje „Žaliasis kambarys“ kviečiama atsipalaiduoti klausantis trijų tipų muzikėlės ir pažiūrėti tris skirtingus klipukus: pirmasis skirtas meditacijai, antrasis – žvalėjimui, trečiasis – vilties atgavimui. Muzika atitinka rodomus vaizdus.

Amerikietiška svetainė yra daugeliu aspektų kitokia nei iki šiol nagrinėtos. Tačiau įdomiausia tai, kad joje išskirti dviejų tipų forumai: aukų ir nusikaltimą padariusių žmonių. Tai dar kartą įrodo, kad svetainės įkūrėjams rūpi visi visuomenės atstovai. Jie kviečia kreiptis bet kurį, kuriam reikia pagalbos (susikibusių rankų motyvas). Svetainėje teksto, iliustracijų išdėstymas yra gerai apgalvotas, iliustracijas papildoma su jomis susiję tekstai, svarbesnės mintys yra išryškinamos. Taip pat jau patys puslapių pavadinimas rodo, kad svetainės savininkams rūpi visi: nuo mokyklose besimokančių vaikų iki į nelaimės vietą pirmiausiai skubančių pareigūnų. Tuo tarpu lietuviškas internetinis tinklapis orientuojasi į ieškančius pagalbos, tačiau jis nėra prižiūrimas ir tobulinamas. Suteikiama tik bendro pobūdžio informacija, iš kurios atrodytų, kad organizacija jau neveikia nuo 2006 m.

Žurnalisto internetinis dienoraštis.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame suteikiama bendro pobūdžio informacija.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gyvenimiška istorija.
Tikslinė auditorija	Žiniasklaidos atstovai, visuomenė.	Priklausomas asmuo; nevenčiantis vartoti alkoholių asmuo; šeimos narys; žiniasklaidos atstovai, visuomenė.
Grižtamasis ryšys	Nėra.	Yra: elektroniniai laišakai, publikuojami viešai.
Komunikacijos tipas	Masinė komunikacija.	Masinė komunikacija; sergančio ir sergančio; pavienio ir sergančio; artimojo ir sergančio.
Pranešimų tonas	Dalykiškas – kalbama neutraliai.	Keičiasi: kalbama tiek neutraliai, tiek pakylėtai, ne itin oficialiai.
Tinklapių tipas	Pavienio individo internetinis dienoraštis.	Sergančio žmogaus internetinis dienoraštis.
Tema	Alkoholis visuomenėje.	Alkoholis visuomenėje.
Kryptis	Pateikiama informacija.	Pasakojamos gyvenimiškos istorijos.
Priemonės	Vyrauja reklaminis pobūdis.	Pasidalijama alkoholių vartojusio patirtimi.
Kanalas	Tik išdėstoma informacija.	Interaktyvus: galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklapių.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba iš viso nėra.	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba iš viso nėra.

Internetiniai dienoraščiai – tai asmeniniai tinklalapiai internete, kuriuose galima kurti savo, skaityti ir komentuoti kitų mintis. Juose labiau negu kito tipo tinklalapiuose pateikiama asmeninė nuomonė. Lietuviškas žurnalisto internetinis dienoraštis priklauso **Dainiui Radzevičiui**. Jis rašo įvairiomis temomis. Priklausomybės ligų tematika parašė straipsnį „Ar žiniasklaida padeda apsaugoti vaikus nuo žalingų įpročių?“. Pats būdamas žiniasklaidos atstovu, Dainius Radzevičius svarsto, ar masinės komunikacijos priemonės kenkia, ar padeda publikuodamos informaciją, reklamą priklausomybę sukeliančių medžiagų tema.

Amerikietiškas tinklapis priklauso žurnalistei **Christine Stapleton**, kuri serga maniakine depresija ir alkoholizmu. Internetiniame dienoraštyje ji pasakoja savo gyvenimo istorija, dėsto išgyvenimus ir mintis.

Nors abiejų tinklalapių tema ta pati – alkoholis visuomenėje – juose perteikiama informacija skirtingai. Tai lemia svetainės kūrėjų intencija ir profesija. Lietuviškojo tinklalapio straipsnyje išsakoma žurnalisto nuomonė apie priklausomybę sukeliančių medžiagų reklamą persipina su laidos anonsavimu (reklama). Tuo tarpu amerikietiškas tinklapis alkoholio problemą visuomenėje pristato per vieno žmogaus istoriją. Todėl tikslinės auditorijos skiriasi: lietuviškas skirtas žiniasklaidos atstovams, visuomenei, o amerikietiškas – visiems, kurie tiesiogiai susiduria su alkoholizmu, žiniasklaidai, visuomenei. Lietuviškame straipsnyje yra viena nuotrauka, kurioje pavaizduotas alaus butelis ir nugerta taurė. Alaus butelio pavadinimas užtušuotas. Tai atspindi straipsnio pavadinimą. Pavadinime esantis klausimas neturi atsakymo straipsnyje. Jo tarsi kviečiama ieškoti anonsuojamoje laidoje. Straipsnyje negatyviai atsiliepiama apie šalies valdžią.

Tuo tarpu amerikietiškojo dienoraščio pirmajame puslapyje rodomi paieškos žodžiai, iš kurių labiausiai išryškintas – „depresija“. Apačioje yra prisistatymas ir dviejų laimingų moterų nuotrauka. Galima daryti prielaidą, kad tai mama ir dukra. Ji vėliau pasitvirtina. Tampa aišku, kad ji šioje svetainėje bus dažniausiai minima. Svetainėje informacijos yra daug, vyrauja ilgi puslapiai su slinktimis, itin dažnai minimas žodis „aš“. Visų puslapių viršuje reklamuojama autorės knyga „Hoping for a happy ending: A journalist's story of depression, bipolar and alcoholism“. Susidaro įspūdis, kad moteriai svarbu pasidalinti savo gyvenimo istorija. Tačiau knygos pavadinimas sako, kad ji dar nėra išgijusi, bet turi tam viltį. Puslapyje „Apie Christine“ pasakojama jos profesinė istorija. Pavadinime slypi metafora: gyvenimas rašale. Tai rodo, kaip svarbus autorės gyvenime yra rašymas. Jos ligos istorija aprašoma puslapyje „Kaip tai prasidėjo“. Iš pavadinimo matyti, kad istorija neturi pabaigos („Laimingos pabaigos viltis“). Straipsnyje naudojama daug klausiamųjų sakinių. Tai rodo, kad autorė tarsi diskutuoja su savimi. Pabaigoje rašomas pasižadėjimas sau: „Aš pasveiksiu“. Tai tarsi yra

įkvėpimas visiems jos darbams. Puslapio „Internetiniai dienoraščiai ir straipsniai“ viršuje nurodoma, kad 2009 m. kovo mėn. daktaras John Grohol pasiūlė moteriai rašyti internetinį dienoraštį jo tinklalapyje PsychCentral.com. Tai didžiausias ir seniausias psichinių ligų tinklapis. Šiame puslapyje pateikiami 3 autorės straipsniai iš PsychCentral.com publikacijų. Visi jie pasakoja apie jos išgyvenimus: mamos, tėčio ir šuns netektis; ligas, kaltę ir gėdą dėl jų bei norą pasveikti. Puslapyje „Visa tai yra mano galvoje“ rašomi autorės išgyvenimai, samprotavimai, pateikiami faktai, autorės patarimai. Daugelis pasibaigia optimistinėmis mintimis, pažadais sau. Autorė tarsi nori viešai pasižadėti, kad tai būtų lengviau ištesėti. Dienoraštis yra pakankamai aktyviai pildomas. Tinklapiu siekiama ir grįžtamojo ryšio: svečių knygoje yra galimybė nusiųsti žinutę ir jas visas perskaityti. Matyti, kad skaitytojams patinka autorės mintys, darbai, nes atsiliepimai yra tik teigiami. Kai kurie skatina ir toliau taip rašyti, nepasiduoti ir kovoti.

Lietuviškame tinklalapyje grįžtamojo ryšio nėra. Nors abu tinklalapiai skirti masinei auditorijai ir liečia tą pačią temą, skiriasi jų tonas: lietuviškame jis neutralus, tuo tarpu amerikietišrame kinta. Taip yra todėl, kad svietinės skiriasi savo kryptimi ir naudojamomis priemonėmis: lietuviškas dienoraštis reklamuoja laidą, o amerikietišrame kiekvienas straipsnis yra autorės tarsi išgyventas.

Didesnę išliekamąją vertę turi amerikietiškas straipsnis, nes lietuviškame paties autoriaus samprotavimų alkoholizmo tematika yra nedaug, straipsnis yra tik tarsi laidos apie priklausomybę sukeliančių medžiagų reklamą įvadas. Tuo tarpu skaitytojui daroma daug didesnė įtaka, kai jis skaito apie kito žmogaus išgyvenimus, kovą su liga ir norą pasveikti.

Specializuota įmonė.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiami įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gyvenimiška istorija.
Tikslinė auditorija	Priklausomas asmuo; nevengiantis vartoti alkoholių asmuo; šeimos narys.	Nevengiantis vartoti alkoholių asmuo.
Grįžtamasis ryšys	Yra: interaktyvi komunikacija – forumas.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir bet kurio kito asmens; artimojo ir bet kurio kito asmens; pavienio individo ir bet kurio kito asmens.	Masinė komunikacija.
Pranešimų tonas	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklapių tipas	Forumas: bendraminčių diskusija.	Kt.: vaizdinė informacija apie alkoholio vartojimo žalą.

Lentelės tęsinys kitame puslapyje

Tema	Alkoholis visuomenėje.	Gėrimo pasekmės.
Kryptis	Pateikiami alkoholi vartojusio vartojančio asmens, specialisto patarimai; pateikiami faktai; pateikiama informacija; išsakoma artimojo nuomonė; humoras.	Pateikiami faktai.
Priemonės	Pasidalijama alkoholi vartojusio, artimojo patirtimi; specialisto, alkoholi vartojusio pamokymai; pateikiami faktai; pajuokaujama su potekste.	Pateikiami vaizdai, t.y., nuotraukos; jaučiamos moralinės sankcijos; pasidalijama alkoholi vartojusio patirtimi.
Kanalas	Interaktyvus: yra forumas.	Tik išdėstoma informacija.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Vyrauja nuotraukos.
Priemonės	Pateikiami faktai.	Pateikiami vaizdai, t.y., nuotraukos, video filmai, iliustracijos; pasidalijama alkoholi vartojusio patirtimi; pateikiami faktai, specialisto pamokymai.
Kanalas	Interaktyvus: galimybė anonimiškai ar viešai bendrauti su specialistu.	Interaktyvus: galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio; galimybė anonimiškai bendrauti su specialistu; forumas; kt. (galimybė prisijungti ir bendrauti per socialinį tinklapį myspace.com.; galimybė pildyti blog'ą).
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba iš viso nėra.	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai.

Tai privačios įmonės, kurios specializuojasi alkoholio srityje, dažniausiai gamindamos ar platindamos įvairius prietaisus alkoholio kiekiui organizme matuoti. Šiame darbe nagrinėjami alkotesterius parduodančių įmonių tinklalapiai. Tiek lietuviško, tiek amerikietiško tinklalapių vardai įvardija įmonės veiklos sritį – **testeriai.lt ir drugalcoholtestkits.com**.

Abu tinklalapiai daugeliu kategorijų yra panašūs. Platesnę tikslinę auditoriją turi amerikietiškas tinklalapis. Lietuviškame akcentuojama alkotesterių reikšmė darbe. Šis tinklalapis, palyginti su prieš tai nagrinėtais, yra profesionaliai sukurtas. Pateikiama svarbiausia informacija, jos nėra per daug. Išdėstymas ir valdymas patogus, gerai parinktos spalvos – juodame fone balti ir mėlyni elementai. Pradiniame puslapyje trečdalį lango užima besikeičiančios dvi nuotraukos. Vienoje pavaizduota sudaužyta mašina ir šūkis „Apsidrauskite nuo nelaimingo įvykio darbe – įsigykite alkotesterį“. Galima teigti, kad šiuo šūkiu įmonė orientuoja veiklą į darbdavius ir darbuotojus. O kitame rodomas vaikas su laišku rankoje ir žemėlapis bei pranešama, kad prekės nemokamai pristatomos visoje Lietuvoje.

Toliau vaizduojami alkotesteris bei narkotesteris, įvardijamos įmonės atliekamos paslaugos, suteikiama galimybė užsisakyti naujienlaiškį, išskiriami pirkimo internetu principai (grąžinimas, atsiskaitymo būdai ir kt.) bei pristatomos naujienos ir ypatingi pasiūlymai. Puslapiuose „Alkotesteriai“ ir „Alkotesterių priedai“ pateikiama kiekvieno iš jų nuotrauka, bendra informacija bei galimybė prekes dėti į krepšelį. Taip optimizuojamas prekių užsakymas internetu. Informacija apie narkotesterius nėra pateikta, paprašyta su įmone dėl jų susisiekti. Tai reiškia, kad įmonė neturi pastovaus asortimento. Kituose puslapiuose pateikiama glausta informacija apie pačią įmonę, jos atliekamas paslaugas, su pirkimo internetu susiję svarbūs principai.

Tuo tarpu amerikietiška tinklalapyje ryškiai pažymima, kad ši įmonė yra pirmoji tarp kitų tokio profilio įmonių. Pradiniame puslapyje išskiriama informacija didiesiems klientams, darbdaviams, tėvams, švietimo įstaigų vadovams, ne pelno siekiančios organizacijoms, vyriausybei. Gale trumpų kreipimūsi įvardijama, kad užsakymams, siekiantiems daugiau negu 50 dolerių, pristatymas nemokamas. Jau pradiniame tinklalapyje matyti, kad įmonės klientai yra labai įvairūs. Kituose puslapiuose yra galimybė pagal atitinkamus kriterijus surasti reikiamą testą, patikrinti, koks turėtų būti minimalus jo užsakymas, sužinoti produkto charakteristikas, galimybę už jį atsiskaityti ir gauti. Puslapis taip pat lengvai valdomas, tačiau įmonė į dizainą neinvestavo (vyrauja balta spalva, mygtukai netinkamai išskirti), todėl tinklalapis neatrodo patrauklus. Yra didelė pasirinkimo įvairovė (daug mygtukų), ilgi puslapiai su teksto slinktimi, tinklalapis materialistinis, pabrėžiamas veiksmas („Buy online or get quotes for larger orders“). Svetainėje akcentuojamos nuolaidos („Additional discounts for 501(c)(4) organizations“, “Specials on drug test kit product with expiration dates<12 months“), akcentuojami atsiskaitymo terminai, įsigijimo sąlygos, garantinis aptarnavimas ir kt.

Nors abi įmonės specializuojasi alkotesterių platinimu ir beveik visos jų kategorijos yra vienodos, amerikietiška labiau jaučiama intencija parduoti prekes, orientuojamasi į įvairias tikslines grupes, o lietuviškas labiau skirtas darbdaviams.

Kitų organizacijų remiami projektai.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklalapis	JAV internetinis tinklalapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiami įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gyvenimiška istorija.
Tikslinė auditorija	Priklausomas asmuo; nevengiantis vartoti alkoholių asmuo; šeimos narys.	Nevengiantis vartoti alkoholių asmuo.

Lentelės tęsinys kitame puslapyje

Grižtamasis ryšys	Yra: interaktyvi komunikacija – forumas.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Asmens-grupės; sergančio ir bet kurio kito asmens; artimojo ir bet kurio kito asmens; pavienio individo ir bet kurio kito asmens.	Masinė komunikacija.
Pranešimų tonas	Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklalapių tipas	Forumas: bendraminčių diskusija.	Kt.: vaizdinė informacija apie alkoholio vartojimo žalą.
Tema	Alkoholis visuomenėje.	Gėrimo pasekmės.
Kryptis	Pateikiami alkoholi vartojusio vartojančio asmens, specialisto patarimai; pateikiami faktai; pateikiama informacija; išsakoma artimojo nuomonė; humoras.	Pateikiami faktai.
Priemonės	Pasidalijama alkoholi vartojusio, artimojo patirtimi; specialisto, alkoholi vartojusio pamokymai; pateikiami faktai; pajuokaujama su potekste.	Pateikiami vaizdai, t.y., nuotraukos; jaučiamos moralinės sankcijos; pasidalijama alkoholi vartojusio patirtimi.
Kanalas	Interaktyvus: yra forumas.	Tik išdėstoma informacija.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Vyrauja nuotraukos.

Tai įvairių su alkoholizmo gydymu ir prevencija tiesiogiai nesusijusių, tačiau turinčių misiją gyventi sveikesnėje, labiau informuotoje ir atviresnėje visuomenėje, organizacijų veikla. Lietuviškas tinklalapis yra remiamas **Atviros Lietuvos fondo**.

Amerikietiškas tinklalapis priklauso mamų, kovojančių prieš vairavimą išgėrus (**Mothers Against Drunk Driving – MADD**) organizacijos remiamai jaunimo programai. Ji atsakinga už jaunimo švietimą apie alkoholio poveikį.

Tinklalapiai turi tokį patį tikslą, temą, abiejų tonas yra neutralus, priemonės ir apipavidalinimas. Kitos kategorijos skiriasi. Amerikietiškas tinklalapis turi platesnę auditoriją, yra interaktyvesnis ir kryptingesnis. Nors abu tinklalapiai sukurti alkoholio tarp jaunimo paplitimui mažinti, tai daug labiau akcentuoja amerikietiškas tinklalapis.

Lietuviškas internetinis tinklalapis sukurtas Juliaus Janonio gimnazijos atstovų, gavus paramą iš Atviros Lietuvos fondo. Jo idėja – gimnazijos bendruomenės sveikatos stiprinimas, ir viena iš to dalių yra žalingi įpročiai. Todėl atsidarius puslapį „Žalingi įpročiai“, patenkama į naują tinklalapį. Fono spalva pasikeičia iš mėlynos į juodą. Centre rate yra frazė „Žalingi įpročiai“, o aplink ją sukasi penkios nuotraukos ir karikatūros, susijusios su rūkymu, antikvaišalais, alkoholiu ir narkotikais. Viena iš nuotraukų yra be pavadinimo – tai svarstyklės, ant kurių vienos pusės prikrauta pinigų, o ant kitos – iš

kairės pusės esančios nuotraukos atkeltas piliulį vaizdas. Tai didelių pinigų, kurie cirkuliuoja narkotikų versle, metafora. Antikvaidų paveikslas yra nuoroda į vaikų piešinių priklausomybę sukeliančių medžiagų tema puslapį. Alkoholio karikatūroje vaizduojamas mažas jaunas žmogelis, bandantis išlįsti iš užkimšto butelio. Tuo tarsi norima pasakyti, kad įklimpus į alkoholizmo liūną, nėra lengva iš jo išbristi. Ši iliustracija yra nuoroda į kitus keturis su alkoholizmo tema susijusius puslapius: aprašoma, kas yra alkoholis, nurodoma jo įtaka žmogui, išvardijamos įdomybės ir užpildoma anketa. Smulkiu šriftu pateikiama teorija, iliustracijų nėra. Be to, anketos nėra galimybės užpildyti. Bandyta pateikti anketos rezultatus, tačiau skaičių nesimato.

Tuo tarpu amerikietiška svetainė sukurta daug profesionaliau. Ji yra stiprios JAV organizacijos MADD remiama jaunimo programa. Tai, kad svetainė skirta jaunimui, matyti iš jos pradinio puslapio: juodas fone, viršuje – trys susijusios nuotraukos su vaizdu pro langą į vandenyną. Dešinėje pusėje pavaizduotas susimąstęs jaunuolis. Dvi nuotraukos jungia programos logotipas – aukštin rankas iškėlęs žmogeliukas ir organizacijos trumpinys bei programos pavadinimas. Logotipas reiškia norą augti ir tobulėti. Toks ir yra organizacijos tikslas – „užauginti“ žmogų. Taip pat pradiniame puslapyje pavaizduota žmonių nuotrauka, kurioje tarp civilių yra policijos pareigūnas. Po nuotrauka rašoma, kad MADD siekia su kooperuoti su įvairiomis organizacijomis vardan bendro tikslo.

Dešinėje puslapio pusėje pateikiamos naujienos, faktai, jie išlieka atidarant ir kitus puslapius. Daugiau mygtukų yra amerikietiška tinklalapyje, taip pat dominuoja ilgi puslapiai su teksto slinktimi, abstraktūs vaizdai, kuriuose dominuoja jauni abiejų lyčių žmonės ir pastatų motyvai. Tinklalapyje pabrėžiamas veiksmas („join a team“, „contact us“, „did you know“, „stop act“),

Pateikiama bendro pobūdžio informacija: apie patį projektą, kviečiama į jį įsijungti, pateikiami kontaktai, statistika, nuorodos į pagalbos institucijas, akcentuojama alkoholio reklamos žala. Tai, kas skiria šią svetainę nuo kitų, yra galimybė pamatyti klipus, kurtus šios organizacijos kovai su jaunuolių iki 21 metų alkoholio vartojimu. Visuose vaizduojami arba girdimi jauni žmonės. Tarkime, vienas iš jų vadinasi „Resist“ („Atsispirk“). Jame vaizduojama jauna mergina, einanti gatve, o ją iš visų pusių puola alkoholinių gėrimų buteliai. Mergina eina abejingai, tarsi jų nepastebėdama. Fone girdėti vyriškas balsas, kuris sako, kad „tu esi stipresnis negu jie ir privalai atsispirti alkoholiui“. Virš vaizdo rašoma, kad „Jei tu jaunesnis negu 21 metų, atsispirk. Tu esi stipresnis negu jie“. Klipui pasirinkta daili apie 18 metų mergina, apsirengusi laisvo stiliaus drabužiais, neišsiskirianti iš kitų tokio paties amžiaus jaunuolių. Taip pasielgta specialiai, norint įrodyti, kad bet kas gali atsispirti alkoholio vartojimui. Butelių skverbimasis iš įvairių pusių reiškia visur siūlomas pagundas. Fone dominuoja žalia spalva. Ji -

jaunystės simbolis ir reiškia nesubrendimą, nepilnametystę, nepatyrimą ir naivumą. Būtent jaunuoliai ir atitinka šiuos kriterijus.

Tikslinga pažymėti, kad nors abu tinklalapiai yra sukurti sumažinti alkoholio vartojimą tarp jaunu žmonių, amerikietiška svetainė yra daug kryptingesnė, interaktyvesnė. Labiausiai tai lemia stiprus pačios organizacijos vaidmuo. Kaip minima ir pačiame amerikietiškae tinklalapyje, organizacija stengiasi surasti kuo daugiau partnerių, kurie paremtų ir palaikytų jos veiklą. Tai, kad MADD yra aktyvi, matyti ir iš puslapyje esančių darbų, projektų, pastangų į savo veiklą įtraukti kuo daugiau jaunimo. Be to, ir pats puslapis sukurtas taip, kad būtų patrauklus jauniems žmonėms.

Besidominčis problema asmuo.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklalapis	JAV internetinis tinklalapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame suteikiama bendro pobūdžio informacija.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiama gydymo įstaigų informacija, patarimai, įvairūs faktai, gyvenimiškos istorijos.
Tikslinė auditorija	Gali būti bet kas.	Šeimos narys, priklausomas asmuo, nėsčia moteris ar planuojantis kūdikį tėvas, darbdavys, bendradarbiai, visuomenė, specialistai, kaimynai.
Grižtamasis ryšys	Nėra.	Yra: forumas, galimybė išsiųsti el. laišką.
Komunikacijos tipas	Masinė komunikacija.	Masinė komunikacija; sergančiojo ir specialisto komunikacija; besidominčio problema ir sirgusio asmens.
Pranešimų tonas	Kritikuojama, pamokoma.	Dalykiškas – kalbama neutraliai.
Tinklalapio tipas	Internetinis pavienio individo dienoraštis.	Internetinis specialisto ir tuo pačiu sirgusiojo dienoraštis.
Tema	Alkoholis visuomenėje.	Gydymas nuo alkoholizmo.
Kryptis	Išsakoma pavienio asmens nuomonė.	Pateikiama informacija, faktai, specialisto ir tuo pačiu alkoholio vartojusio patarimai, atsakoma į klausimus, pasakojamos gyvenimiškos istorijos.
Priemonės	Pateikiami pavienio asmens pamokymai.	Faktų, video pateikimas; pasidalinimas alkoholi vartojusio ir specialisto patirtimi, patarimais.
Kanalas	Tik išdėstoma informacija.	Interaktyvus: forumas; galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio; galimybė užsiregistruoti vizitui pas gydytoją.
Apipavidalinimas	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.	Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai.

Šiai kategorijai priklauso savarankiškai veikiančys asmenys, kuriems rūpi alkoholizmo problema. Lietuviškas tinklalapis priklauso politikui **Linui Karaliui**. Jame rašomi straipsniai įvairia tematika, daugiausia diskutuojama apie Seime svarstomus įstatymus ar jų pataisas. Darbe nagrinėjamas jo straipsnis apie naminės degtinės įteisinimą.

Amerikietiškas puslapis yra sukurtas psichiatro **Michael Pearlman**, kuris ilgą laiką buvo alkoholikas. Jame pateikiama įvairių patarimų, testų, sėkmės istorijų ir kt.

Abu tinklalapiai skiriasi beveik pagal visas kategorijas. Tai daugiausia lemia savininkų tikslai ir specialybė. Daug daugiau informacijos pateikiama amerikietiška tinklalapyje, kuris yra orientuotas į alkoholikus, potencialius alkoholikus ir visus, kurie yra šalia tokių žmonių. Kadangi amerikietišku puslapiu kūrėjas yra suinteresuotas pritraukti kuo daugiau pacientų, jis yra interaktyvesnis, kryptingesnis. Pranešimų tonas yra ramus, o lietuviškame tinklalapyje kalbama su pasipiktinimu. Vėlgi smerkiama šalies valdžia, jos vykdoma politika.

Nagrinėjamas lietuviško puslapio straipsnio pavadinimas yra klausiamojo pobūdžio. Jame du kartus pakartotas žodis laikas: „Ar *laikas* dabar *laikas* įteisinti naminės degtinės gamybą?“ Tai reiškia, kad autoriui šis žodis turi didžiausią svorį. Kadangi klausimas pradedamas žodžiu „ar“, straipsnyje bus ieškoma atsakymo „taip“ arba „ne“. Straipsnis rašytas 2009 m. pabaigoje, kuomet Seime pateiktas svarstyti Alkoholio kontrolės įstatymo projektas. Juo siūloma įteisinti naminės degtinės gamybą. Straipsnis yra labai emocionalus – tą rodo trys iš didžiųjų raidžių parašyti žodžiai „įteisinti“, „įteisinimai“ ir „draudimai“; metafora „girdymo idėja yra įvelkama į puošnesnius rūbus“, epitetai „įstatymo siūlytojai *gudrūs*“ ir „*įžūlus* melas“. Be to, yra du klausiamieji sakiniai. Straipsnis iliustruojamas degtinės buteliu, stikliuku ir duonos bei mėsos nuotrauka. Į pavadinime esantį klausimą atsakoma paskutiniaisiais straipsnio sakiniais. Čia matyti, kad autorius šiuo klausimu yra kategoriškas.

Tuo tarpu amerikietiškas tinklapis yra neutraleresnis. Jame didžiausią dalį užima pateikiami patarimai vartojantiems alkoholi, diskutuojama apie tradicinius gydymo metodus (12 žingsnių programa), galima pasitikrinti, ar lankytojas yra priklausomas. Taip pat šiame puslapyje įtaigumą sukelia paties jo autoriaus priklausomybės istorija bei „gyvi“ ir rašyti sirgusių ar sergančių gydytojo pacientų pasakojimai. Nors puslapis skiriamas vartojantiems alkoholi, jame yra nuoroda ir specialistams, sergančiųjų artimiesiems bei pateikiama informacija visiems kitiems, kurie gali būti kaip nors susiję su alkoholio vartojimo tema. Informacijos kiekis yra daug didesnis negu lietuviško tinklalapio: yra didelė pasirinkimo įvairovė (daug mygtukų, tekste - nuorodų), ilgi puslapiai su teksto slinktimi, abstraktūs vaizdai, keletą kartų rodomos psichiatro nuotraukos (ne jo gydymo įstaigos), dažnai minima jo pavardė, akcentuojami pasiekimai, besigydžiusių žmonių teigiami atsiliepimai. Svetainėje pabrėžiamas veiksmas („SIGN-UP NOW!“; “contact me”; “Take the alcohol screening test”). Taip pat aprašoma gydymosi finansinė nauda („Both Programs Are Priced At \$1,995, and come with the resources listed in the Treatment Program Comparison Table above. In addition to the initial

and follow-up sessions, we strongly encourage telephone and e-mail contact, which is included in Dr. Pearlman's fees“).

Apibendrinant, nors abu tinklalapiai yra internetiniai dienoraščiai, juose informacija pateikiama labai skirtingai. Tai gali lemti skirtingos autorių profesijos: politikui labiau rūpi išsakyti savo nuomonę, juolab, jei ji nesutampa su opozicijos veiksmais. O psichiatras užsiima privačia praktika, todėl jam svarbiau kuo ilgiau puslapyje išlaikyti lankytojus, kad jie įsitikintų gydytojo profesionalumu ir patikėtų spręsti alkoholizmo problemą.

Valdžios institucija.

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklapis	JAV internetinis tinklapis
Tikslas	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame suteikiama bendro pobūdžio informacija.	Tai atskiras internetinis puslapis, kuriame pateikiami įvairūs patarimai tėvams.
Tikslinė auditorija	Gali būti bet kas.	Šeimos narys.
Grižtamasis ryšys	Nėra.	Nėra.
Komunikacijos tipas	Masinė komunikacija.	Masinė komunikacija.
Pranešimų tonas	Dalykiškas – kalbama neutraliai.	Pamokoma.
Tinklapių tipas	Tai kito tinklapių dalis.	Specialiai projektui sukurtas tinklapis.
Tema	Už alkoholio politiką atsakinga institucija.	Alkoholis tarp jaunimo.
Kryptis	Pateikiama informacija.	Pateikiami specialisto patarimai.
Priemonės	Faktų pateikimas.	Specialistų patarimai, pateikiamos iliustracijos.
Kanalas	Tik išdėstoma informacija.	Interaktyvus: galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklapių; galimybė nusiųsti nuorodą į populiariausius socialinius tinklus facebook.com; myspace.com; twitter.com ir kt.
Apipavidalinimas	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai.	Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai

Šiai kategorijai priklauso valstybinės institucijos, priimančios visai visuomenei taikomus sprendimus. Lietuvoje **Narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos komisija** užtikrina valstybės interesus, sudarant palankias sąlygas įgyvendinti valstybės narkomanijos ir alkoholizmo prevencijos, narkotikų ir alkoholio kontrolės politiką. Darbe nagrinėjamas Lietuvos Respublikos Seimui priklausantis tinklapis, nes ši komisija savo tinklapių neturi.

Amerikietiškas tinklalapis priklauso JAV Sveikatos ir žmogiškųjų paslaugų skyriui (**Department of Health and Human Services**). Jame skelbiama prevencinė medžiaga tėvams, kad jie kuo anksčiau pradėtų šviesti vaikus apie alkoholizmo žalą.

Nors šie abu tinklalapiai priklauso valstybinėms institucijoms, jų turinys ir dizainas labai skiriasi. Taip yra dėl to, kad tinklalapiai sukurti skirtingais tikslais. Lietuviškame tik pateikiama institucijos informacija, o amerikietiškame pateikiami įvairūs patarimai tėvams. Seimui priklausantį tinklalapį gali aplankyti bet kas, o nagrinėjamas amerikietiškas tinklalapis orientuotas į tėvus. Tai lemia ir pranešimų toną – jis lietuviškame neutralus, o amerikietiškame jaučiama intencija pamokyti. Vartotojui daug patrauklesnė yra amerikietiška svetainė, nes joje informacija pateikta labai žaismingai, paprastai., yra daug iliustracijų, nuorodų į socialinius tinklalapius Galima ne tik rasti patarimų, bet ir užpildyti testą, pagal kurį parodomos rekomendacijos tėvams, nuo kada, ką ir kaip reikėtų kalbėti su vaiku alkoholio tema. Akcentuojamas veiksmas („talk early“, „talk often“, „get other involved“), dėmesys pritraukiamas svetainės estetiniu vaizdu.

3 PRIEDAS. KATEGORIJŲ PASISKIRSTYMAS TARP JAV IR LIETUVIŠKŲ TINKLALAPIŲ

Kategorija	Lietuvos internetinis tinklalapis	JAV internetinis tinklalapis
Tikslas:		
• Sukurtas atskiras portalas:		
○ Suteikiama bendro pobūdžio informacija;	11111	11
○ Specializuojamasi:		
▪ Pateikiama gydymo ar mokymosi įstaigos (-ų) informacija;	1111	1111
▪ Pateikiami patarimai;	1	1111
▪ Pateikiami įvairūs faktai/gyvenimiškos istorijos.	11	11111
Tikslinė auditorija:		
• Pavieniai asmenys:		
○ priklausomas asmuo;	11111	1111
○ nevengiantis vartoti alkoholį asmuo;	111	1111
○ šeimos narys;	11111	11111111
○ nėščia moteris ar planuojantis kūdikį tėvas;		1
○ darbdavys;	1	11
○ švietimo institucijos atstovas;		11
• Asmenų grupės:		
○ Bendradarbiai;		1
○ Kaimynai;		1
○ Visuomenė;	1	11111
○ Specialistai;	1	111
○ Žiniasklaidos atstovai;	11	111
○ Moksleiviai, studentai;	11	111
○ Vairuotojai;		11

3 priedo tęsinys kitame puslapyje

• Gali būti bet kas.	11	
Grižtamasis ryšys:		
• Yra:		
○ interaktyvi komunikacija:		
▪ dialogas su specialistais (klausiata – atsakome);		
• konfidenciali;	1	1
• vieša.	11	
▪ forumas;	1	11
▪ apklausos.	1	1
▪ el. laiškai;	1	111111
○ Nėra.	111111	111
Komunikacijos tipas:		
• Intraasmeninė (pvz., blogas);		1
• Tarpasmeninė:		
○ sergančio:		
▪ ir specialisto (-ų);	11	111
▪ ir sergančio asmens;		1
▪ ir sirgusio asmens;		1
▪ bet kurio kito asmens.	1	
○ artimojo:		
▪ ir specialisto (-ų);	1	11
▪ ir sergančio asmens;		1
▪ ir sirgusio asmens;		1
▪ ir artimojo;		1
▪ bet kurio kito asmens.	1	1
○ pavienio individo ((dar) nesergančio):		
▪ ir specialisto (-ų);		1

3 priedo tęsinys kitame puslapyje

▪ ir sergančio asmens;		1
▪ ir sirgusio asmens;		1
▪ bet kurio kito asmens.	1	1
• Asmens – grupės (pvz., asmens ir sveikatos organizacijos);	111	11111
• Masinė komunikacija.	1111111	111111
Pranešimų tonas:		
• Dalykiškas – kalbama neutraliai;	11111111	11111111
• Neoficialus, laisvas.		
○ Kritikuojama;	1	
○ Kalbama pakylėtai, ne itin oficialiai;	1	11
○ Pamokoma.	1	1
Tinklapio tipas:		
• Specialiai kampanijai ar projektui sukurtas tinklapis;		11
• Internetinis dienoraštis (blogas):		
○ specialisto;		1
○ sirgusio žmogaus;		1
○ sergančio žmogaus;		1
○ pavienio individo;	11	1
• Gydytojų įstaigos internetinė svetainė;	111	1
• Mokytojų įstaigos internetinė svetainė;		1
• Savitarpio pagalbos struktūra;	1	1
• Forumas:		
○ bendraminčių diskusija.	1	
• Specifinis sveikatos informacijos šaltinis;	1	11
• Tai kito tinklalapio dalis;	11	

• Kt.		vaizdinė informacija apie alkoholio vartojimo žalą.
Tema:		
• Gėrimo pasekmės;		1
• Alkoholis ir vairavimas;		1
• Alkoholis darbe;	1	
• Alkoholis tarp jaunimo;	1	11
• Atsakingas gėrimas;		1
• Pagalbos institucijos;	11	11
• Gydymas nuo alkoholizmo;	11	11
• Alkoholis visuomenėje;	111	1
• Už alkoholio politiką atsakingos (-a) institucijos (-a);	1	
Kryptis:		
• Pateikiami patarimai:		
○ specialisto;	1	11
○ alkoholį vartojusio ar vartojančio;	11	11
• Pateikiami faktai;	1111	11111
• Išsakoma nuomonė:		
○ specialisto;		1
○ alkoholį vartojusio;		1
○ artimojo;	1	
○ pavienio asmens.	1	
• Gyvenimiškos istorijos;		111111
• Atsakoma į klausimus;	1111	1111
• Pateikiama informacija;	111111111	1111111

• Vyrauja reklaminis pobūdis;	11	11
• Pateikiamos naujienos;	11	11111
• Humoras.	1	
Priemonės:		
• Sankcijos:		
○ moralinės.		1
• Pamokymai:		
○ specialisto;	1	
○ alkoholi vartojusio;	11	
○ pavienio asmens;	1	
• Pasidalinimas patirtimi:		
○ alkoholi vartojusio;	11	11111
○ artimojo;	1	
○ specialisto.		1
• Faktų pateikimas;	111111	11111
• Vyrauja reklaminis pobūdis;	111	11
• Patarimai:		
○ specialisto;		11
○ alkoholi vartojusio.		1
• Pateikiami vaizdai:		
○ nuotraukos;		111
○ video;	1	111
○ iliustracijos.		11
• Pajuokavimai su potekste;	1	
Kanalas:		
• Tik išdėstoma informacija;	111111	11

• Interaktyvus:		
○ forumas;	1	11
○ galimybė nusiųsti el. laišką tiesiai iš internetinio tinklalapio;	11	11111111
○ galimybė bendrauti su specialistu:		
▪ anonimiškai;	1	111
▪ viešai.	11	1
○ Kt.		galimybė prisijungti ir bendrauti per socialinį tinklą; myspace.com; galimybė pildyti blog'ą. Galimybė užsiregistruoti vizitui pas gydytoją. Galimybė nusiųsti nuorodą į populiariausius socialinius tinklus facebook.com; myspace.com; twitter.com ir kt.
Apipavidalinimas:		
• Vyrauja nuotraukos ir iliustracijos;		1
• Nuotraukos ir iliustracijos nevyrauja, bet jų yra pakankamai;	11	1111
• Iliustracijų ir nuotraukų yra mažai arba iš viso nėra.	11111111	11111