
**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΟΙΚΗΣΗ της ΥΓΕΙΑΣ»

**«ΤΟ ΚΑΠΝΙΣΜΑ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ»**

Μιχαηλίδου Καλλιόπη – Κυριακή

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης
του Πανεπιστημίου Πειραιώς για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Διοίκηση της Υγείας.

Πειραιάς, 2015

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΟΙΚΗΣΗ της ΥΓΕΙΑΣ»

**«ΤΟ ΚΑΠΝΙΣΜΑ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ»**

Μιχαηλίδου Καλλιόπη – Κυριακή, Α.Μ: ΔΥ1229

Επιβλέπων:

Βοζίκης Αθανάσιος Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Πειραιώς
Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης
του Πανεπιστημίου Πειραιώς για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Διοίκηση της Υγείας.

Πειραιάς, 2015

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

M.Sc. in Health Management

SMOKING IN GREEK CINEMA

Michailidou Kalliopi - Kiriaki

Master Thesis submitted to the Department of Economics
of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements
for the degree of M.Sc. in Health Management

Piraeus, Greece, 2015

Στην μητέρα μου

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου για την πολύτιμη βοήθειά του στην εκπόνηση και υλοποίηση της μεταπτυχιακής μου.

Τέλος, είναι σημαντικό να ευχαριστήσω θερμά την οικογένειά μου, που με στήριξε κατά τη διάρκεια όλων αυτών των χρόνων, καθώς και όλους όσους συνέβαλλαν στην διεκπεραίωση της διπλωματικής μου.

Το κάπνισμα στον ελληνικό κινηματογράφο

Σημαντικοί Όροι: Κάπνισμα, ΜΜΕ, Κινηματογράφος, Επιρροή, Ελληνικές ταινίες

Περίληψη

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία με θέμα «Το κάπνισμα στον ελληνικό κινηματογράφο» πραγματοποιήθηκε στο τμήμα Διοίκησης της Υγείας του Πανεπιστημίου Πειραιά.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη των καπνιστικών συνηθειών στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα κατά πόσο μπορεί το κάπνισμα να επηρεάσει μέσω των ΜΜΕ και ειδικότερα του κινηματογράφου.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν αναλύεται ο όρος «κάπνισμα», περιγράφοντας την ιστορική του αναδρομή, τους αιτιολογικούς παράγοντες και τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει στην υγεία.

Έπειτα, αναλύεται ο όρος των ΜΜΕ, ειδικότερα του κινηματογράφου, πάνω στον οποίο βασίστηκε και η έρευνά μας. Περιγράφεται η διαφήμιση του τσιγάρου μέσω τόσο της τηλεόρασης, όσο και της εφημερίδας.

Στο επόμενο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια «Ελληνικός κινηματογράφος». Αναφέρεται η ιστορία του κινηματογράφου στην Ελλάδα και το κατά πόσο το κάπνισμα επηρέασε τη μετέπειτα πορεία του.

Τέλος, παρατίθενται τα στοιχεία της έρευνας και τα αποτελέσματα αυτής. Η έρευνα περιελάμβανε 250 ταινίες, από το 1945 μέχρι το 2010 σύμφωνα με τις οποίες έγινε η ανάλυση του κατά πόσο οι ηθοποιοί καπνίζουν στις ταινίες και πόσο το γεγονός αυτό μπορεί να επηρεάσει τους θεατές.

Smoking in Greek Cinema

Keywords: Smoking, Media, Cinema, Influence on viewers, Greek movies

Abstract

This thesis on "Smoking in Greek Cinema" held at the Health Administration Department of the University of Piraeus. The purpose of this work is the study of smoking habits in Greece and more specifically whether smoking can influence through cinema. The following chapters analyze the term "smoking", describing its historical retrospect, the causative factors and the impact it can have on health. Then the term "media" is analyzed, especially cinema, on which our research is based. We describe the advertisement of cigarettes and smoking through both TV, newspaper and cinema.

The next chapter discusses the concept of "Greek Cinema". We mention the history of cinema in Greece and whether smoking affected viewers. Finally, we made a research which included 250 Greek movies from 1945 to 2010. We created a questionnaire, collected empirical data and recorded whether the actors were smoking in movies and how this fact could affect viewers.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| Πρόλογος..... | 1 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΚΑΠΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΚΑΠΝΙΣΜΑ | |
| 1.1. Εισαγωγή..... | 3 |
| 1.2. Ιστορική Αναδρομή..... | 5 |
| 1.2.1. Η ιστορία του τσιγάρου..... | 5 |
| 1.2.2. Μονοπώληση καπνεμπορίου- καπνοβιομηχανίας..... | 11 |
| 1.2.3. Η καλλιέργεια του καπνού..... | 13 |
| 1.3. Επιδημιολογικά και στατιστικά στοιχεία..... | 16 |
| 1.4. Παράγοντες που οδηγούν στο κάπνισμα..... | 19 |
| 1.4.1. Η προσωπικότητα..... | 20 |
| 1.4.2. Η επιρροή από την οικογένεια..... | 20 |
| 1.4.3. Η επιρροή από τους φίλους..... | 21 |
| 1.4.4. Η επίδραση της διαφήμισης και των ΜΜΕ..... | 21 |
| 1.4.5. Άλλοι παράγοντες..... | 23 |
| 1.5. Επιπτώσεις του καπνίσματος..... | 24 |
| 1.6.Ανακεφαλαίωση..... | 29 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΩΣ ΜΜΕ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ | |
| 2.1. Εισαγωγή..... | 31 |
| 2.2. Τηλεόραση και έγγραφος τύπος..... | 32 |
| 2.3. Κινηματογράφος..... | 36 |
| 2.3.1. Η επιρροή του κινηματογράφου..... | 42 |
| 2.3.2. Ο επηρεασμός της νεολαίας από τον κινηματογράφο..... | 44 |
| 2.4. Η επιρροή της διαφήμισης..... | 45 |
| 2.5.Ανακεφαλαίωση..... | 48 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ | |
| 3.1. Εισαγωγή..... | 49 |
| 3.2. Ο κινηματογράφος στην Ελλάδα..... | 50 |
| 3.3. Η Πολιτική στον Ελληνικό Κινηματογράφο..... | 55 |

| | |
|--|----|
| 3.4.Ανακεφαλαίωση..... | 56 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΚΟΠΟΣ, ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΛΙΚΟ ΕΡΕΥΝΑΣ | |
| 4.1. Εισαγωγή..... | 59 |
| 4.2. Υλικό Έρευνας..... | 60 |
| 4.3. Ανακεφαλαίωση..... | 61 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ- ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ | |
| 5.1.Εισαγωγή..... | 63 |
| 5.2. Αποτελέσματα έρευνας..... | 63 |
| 5.3.Περιορισμοί έρευνας..... | 80 |
| 5.4.Προτάσεις για μελλοντική διερεύνηση..... | 80 |
| 5.5.Ανακεφαλαίωση..... | 84 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ..... | 87 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 89 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΚΟΝΩΝ..... | 95 |

Κατάλογος Πινάκων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

- 1.1 Στατιστικά στοιχεία καπνιστών στην Ελλάδα ανά ηλικίες.....16
- 1.2 Στατιστικά στοιχεία εφήβων καπνιστών ανά φύλο.....17
- 1.3 Στατιστικά στοιχεία καπνιστών σε αστικά και αγροτικά κέντρα...18
- 1.4 Στατιστικά στοιχεία ημερησίας κατανάλωσης τσιγάρων.....18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

- 2.1 Στατιστικά στοιχεία παρακολούθησης ταινιών.....40
- 2.2 Στατιστικά στοιχεία παρακολούθησης ταινιών.....41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

- 3.1 Στατιστικά στοιχεία πωλήσεων εισιτηρίων 1948-1956.....53
- 3.2 Στατιστικά στοιχεία πωλήσεων εισιτηρίων 1973-1981.....54
- 3.3 Στατιστικά στοιχεία εισιτηρίων 1982-1986.....55

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Κεφάλαιο 1

| | |
|--|----|
| 1.1 Στατιστικά στοιχεία καπνιστών στην Ελλάδα ανά ηλικίες..... | 17 |
| 1.2 Στατιστικά στοιχεία εφήβων καπνιστών ανά φύλο..... | 17 |
| 1.3 Στατιστικά στοιχεία καπνιστών σε αστικά και αγροτικά κέντρα..... | 18 |
| 1.4 Στατιστικά στοιχεία ημερησίας κατανάλωσης τσιγάρων..... | 19 |

Κεφάλαιο 5

| | |
|--|----|
| 5.1 Το φύλο του πρωταγωνιστή..... | 63 |
| 5.2 Καπνιστής ή όχι ο πρωταγωνιστής..... | 64 |
| 5.3 Καπνιστής ή όχι ο συμπρωταγωνιστής..... | 64 |
| 5.4 Χαρακτηρισμός του πρωταγωνιστή σε σχέση με το βάρος του..... | 65 |
| 5.5 Ηλικία πρωταγωνιστή..... | 66 |
| 5.6 Επάγγελμα πρωταγωνιστή..... | 67 |
| 5.7 Βιοτικό επίπεδο πρωταγωνιστή..... | 68 |
| 5.8 Εξαρτήσεις..... | 68 |
| 5.9 Φύλο συμπρωταγωνιστή..... | 69 |
| 5.10 Σύνολο ηθοποιών που καπνίζουν..... | 69 |
| 5.11 Σύνολο τσιγάρων που εμφανίζονται στις ταινίες..... | 70 |
| 5.12 Καπνιστές κάτω των 15 ετών..... | 72 |
| 5.13 Προβολή καπνίσματος μπροστά σε παιδιά..... | 72 |
| 5.14 Εμφάνιση Καπνίσματος..... | 73 |
| 5.15 Τρόπος θανάτου ή ασθένειας..... | 73 |
| 5.15 Εμφάνιση Καπνίσματος..... | 75 |
| 5.17 Επιρροή..... | 76 |
| 5.18 Σύνδεση προσωπικότητας ηθοποιού με το κάπνισμα..... | 77 |
| 5.19 Σύνδεση προσωπικότητας ηθοποιού με το κάπνισμα..... | 77 |
| 5.20 Καπνιστές ηθοποιοί Παλιάς γενιάς..... | 78 |
| 5.21 Καπνιστές ηθοποιοί Νέας γενιάς..... | 79 |

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο ρόλος του καπνού στη ζωή μας, από τη μέρα που ανακαλύφθηκε μέχρι και σήμερα, έγινε και εξακολουθεί να είναι αντικείμενο έντονης διαμάχης και προβληματισμού. Από τη μια, υπάρχουν οι ένθερμοι υποστηρικτές του και από την άλλη, οι φανατικοί μη καπνιστές. Όλοι σχεδόν οι γιατροί καταδικάζουν το κάπνισμα, παράλληλα όμως βλέπουμε πολλούς γιατρούς να καπνίζουν. Από την άλλη, υπάρχουν ισχυρά οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα που υπερασπίζονται και προωθούν τη χρήση του καπνού. Και παρόλο που όλα τα πακέτα τσιγάρων έχουν πλέον προειδοποιήσεις για τις βλάβες που προκαλεί το κάπνισμα στην υγεία, οι κυβερνήσεις έχουν τεράστια έσοδα από τους φόρους που επιβάλλονται στον καπνό. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, τη δημιουργία κάποιας αμφιταλάντευσης σε οποιαδήποτε κυβερνητική εκστρατεία κατά του καπνίσματος. Σε τελική ανάλυση, ο καπνός παραμένει νόμιμο προϊόν, όπως επισημαίνουν πάντα οι καπνοβιομηχανίες και για πολλά χρόνια δεν είχε γίνει καμία σοβαρή προσπάθεια για να αλλάξει η κατάσταση αυτή σε νομοθετικό επίπεδο. Όσον αφορά το κάπνισμα στις ταινίες, το θέμα αυτό είναι τεράστιο, διφορούμενο και αμφιλεγόμενο. Έχει απασχολήσει άπειρες αντικαπνιστικές οργανώσεις, παραγωγούς, σκηνοθέτες, καθώς και τις ίδιες τις εταιρείες τσιγάρων.

Κάπνισμα και σινεμά πάνε παρέα. Δεν είναι απλά το τσιγάρο συμπλήρωμα του ντεκόρ στις ταινίες, είναι στις περισσότερες περιπτώσεις φετίχ στα χέρια των ηρώων, ενώ σε μερικές γίνεται ακόμα και μοχλός της δράσης. Το τσιγάρο στο στόμα σκληρών αντρών, το πούρο στα χέρια ισχυρών, η πίπα στα χέρια παλιών καπετάνιων, το πιπάκι στα ντυμένα με γάντια χέρια μοιραίων γυναικών, το συναντάς σε όλα τα είδη σινεμά και σε όλες τις κινηματογραφίες.

Ο κινηματογράφος και η τηλεόραση λειτουργούν ως ανασταλτικοί παράγοντες στη διακοπή του καπνίσματος παρέχοντας ερεθίσματα που κάνουν εντονότερη την ανάγκη για τη συνέχιση της «κακής» συνήθειας. Αρκεί η παρακολούθηση ενός διάσημου σταρ να καπνίζει για να πολλαπλασιαστεί η επιθυμία του θεατή για τσιγάρο. Οι περιοχές του εγκεφάλου που σχετίζονται με το κάπνισμα, ενεργοποιούνται αυτομάτως όταν ένας καπνιστής δει στον κινηματογράφο ή στην τηλεόραση κάποιον άλλο να καπνίζει, ειδικά αν αυτός είναι ένας διάσημος πρωταγωνιστής και υποσυνείδητα αποκτά μεγαλύτερη επιθυμία να καπνίσει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΚΑΠΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΚΑΠΝΙΣΜΑ

1.1. Εισαγωγή

Κάπνισμα είναι η διαδικασία καύσης φύλλων από το φυτό καπνός (*Nicotiana tabacum*) και η εισπνοή του. Η καύση αυτή μπορεί να προέλθει με τη μορφή τσιγάρου, πούρου, πίπας και άλλα. Η συνήθεια αυτή ξεκίνησε από την Κεντρική και Νότια Αμερική και έφτασε στην Ευρώπη μετά την ανακάλυψη της Αμερικής, περίπου μετά το 1556. Για αρκετές δεκαετίες κανείς δε γνώριζε τις βλαβερές συνέπειες του καπνίσματος. Γερμανοί επιστήμονες ανακάλυψαν, γύρω στο 1920 ότι το κάπνισμα είναι βλαβερό για την υγεία. Το πρόβλημα επίσημα αναγνωρίστηκε σταδιακά από την παγκόσμια κοινότητα μετά το 1950. Αποδείχτηκε ότι προκαλεί πολλά προβλήματα υγείας και ότι πιθανόν να είναι υπεύθυνο για πολλές μορφές καρκίνου και ειδικότερα του πνεύμονα. Σταδιακά η παγκόσμια κοινότητα άρχισε να λαμβάνει μέτρα για τη διακοπή της συνήθειας του καπνίσματος. Τα μέτρα που πάρθηκαν αρχικά στις χώρες ήταν η απαγόρευση της δημόσιας διαφήμισης προϊόντων καπνού, η απαγόρευση καπνίσματος σε δημόσιους χώρους και η υποχρεωτική σήμανση στα προϊόντα καπνού. (<https://el.wikipedia.org/>)

Η χημική σύνθεση του καπνού και οι φυσικοχημικές ιδιότητές του εξαρτώνται από την ποιότητα και το είδος των φύλλων του καπνού, το χαρτί και την ιδιότητά του φίλτρου να συγκρατεί ορισμένες ποσότητες σωματιδίων καπνού και άλλων συστατικών. Οι ποσότητες που εισπνέει ένας καπνιστής (πίσσας, νικοτίνης, οργανικών ουσιών κ.λπ.) εξαρτώνται από την συχνότητα των εισροφήσεων του καπνιστή, τη διάρκεια και την κατακράτηση του καπνού στους πνεύμονες. Οι διαφορές της χημικής σύστασης του καπνού των πούρων και της πίπας ή των «ελαφρών» τσιγάρων σε σχέση με εκείνη των «πλούσιων» σε πίσσα και νικοτίνη περιορίζονται σχεδόν αποκλειστικά στις ποσότητες των συστατικών. Ο καπνός του τσιγάρου περιλαμβάνει πάρα πολλές χημικές ενώσεις, βαρέα μέταλλα και ραδιενεργά στοιχεία. Πολλές από αυτές τις ουσίες υπάρχουν ως συστατικά των φύλλων καπνού, αλλά η πλειοψηφία σχηματίζεται στη ζώνη πυρόλυσης-απόσταξης των θερμών περιοχών, που γίνεται σε θερμοκρασία 950°C.

Ο καπνός του τσιγάρου αποτελείται κυρίως από τα συστατικά αέρια του αέρα και μόνο το 20% από τα συστατικά που μετράμε είναι προϊόντα καύσης των φύλλων του καπνού. Τα σωματίδια του καπνού, διαμέτρου 0,2-1,0 mm, είναι ελαφρά

φορτισμένα με ηλεκτρόνια, ενώ περιέχονται και ελεύθερες ρίζες, που κατά ορισμένες θεωρίες, είναι υπεύθυνες για την καρκινογόνο δράση. Ο καπνός του τσιγάρου είναι ένα μείγμα πολλών χημικών, πολλά από τα οποία είναι επιβλαβή για το ανθρώπινο σώμα. Όλα τα διαθέσιμα προϊόντα καπνού σήμερα τα οποία καπνίζονται, απελευθερώνουν σημαντικές ποσότητες τοξικών χημικών στους χρήστες και σε αυτούς που εισπνέουν τον καπνό τους. (IARC Working Group. 2004)

Εκ των πολλών χημικών που υπάρχουν στον καπνό του τσιγάρου, περισσότερα από 60 έχουν αναγνωριστεί ως καρκινογόνα χημικά, 11 εκ των οποίων είναι γνωστά ως χημικά που προκαλούν καρκίνο στους ανθρώπους και 8 που πιθανόν προκαλούν καρκίνο στους ανθρώπους. Τα καρκινογόνα χημικά στον καπνό του τσιγάρου είναι τα εξής:

- Βενζόλιο
- 2-ναφθυλαμίνη
- 4-αμινοδιφαινύλιο
- Χρώμιο
- Κάδμιο
- Βινυλοχλωρίδιο
- Οξείδιο του αιθυλενίου
- Αρσενικό
- Βηρύλλιο
- Νικέλιο
- Πολώνιο

Τα τοξικά χημικά στον καπνό του τσιγάρου είναι τα εξής:

- Νικοτίνη – ο εθιστικός παράγοντας στον καπνό του τσιγάρου,
- Φορμαλδεΰδη– χρησιμοποιείται στη συντήρηση των εργαστηριακών δειγμάτων
- Αμμωνία – χρησιμοποιείται σε καθαριστικό τουαλέτας
- Υδροκυάνιο– χρησιμοποιείται σε δηλητήριο αρουραίων
- Ακετόνη – χρησιμοποιείται σε ξεβαφτικό βερνικιού νυχιών
- Διοξείδιο του άνθρακα- εντοπίζεται στα καυσαέρια αυτοκινήτων
- Πίσσα - Σωματίδια στον καπνό του τσιγάρου
- Τολουόλη - εντοπίζεται στα διαλυτικά χρωστικών ουσιών

- Φαινόλη – χρησιμοποιείται σε λιπάσματα

Τα χημικά αυτά θεωρούνται τοξικά επειδή έχουν σοβαρές επιπτώσεις στην υγεία του ανθρώπινου σώματος. (U.S. Department of Health and Human Services. 2006)

1.2. Ιστορική Αναδρομή

Η ιστορία του καπνίσματος μπορεί να χρονολογηθεί από το 5000 π.Χ., και έχει καταγραφεί σε πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς πέρα από τον κόσμο. Ο καπνός έχει καλλιεργηθεί και έχει καπνιστεί στην Αμερική για τουλάχιστον 5000 έτη. Μετά από την ευρωπαϊκή εξερεύνηση και την κατάκτηση της Αμερικής, η πρακτική του καπνίσματος διαδίδεται γρήγορα στον υπόλοιπο κόσμο. Στις περιοχές όπως την Ινδία και τη νότια Σαχάρα στην Αφρική, συγχωνεύθηκαν με τις υπάρχουσες πρακτικές του καπνίσματος (συνήθως των καννάβων). Στην Ευρώπη, εισήγαγε έναν νέο τύπο κοινωνικής δραστηριότητας και μια μορφή εισαγωγής φαρμάκων που προηγουμένως ήταν άγνωστη. (Γιακουμάκη Π. 1997)

1.2.1. Η ιστορία του τσιγάρου

Όταν ο Χριστόφορος Κολόμβος και οι σύντροφοί του αποβιβάστηκαν, το 1492, στα νησιά Μπαχάμες, ταυτόχρονα με τον Νέο Κόσμο ανακάλυπταν και τον καπνό. Ένα χρόνο αργότερα, οι καραβέλες της επιστροφής έφεραν στη Γηραιά Ήπειρο το «ιερό» φυτό των ιθαγενών, που χρησιμοποιούσαν τα φύλλα του σε θρησκευτικές τελετές, στη θεραπεία ασθενειών και πληγών, αλλά και ως καθημερινή απόλαυση.

Το κάπνισμα είναι μια συνήθεια που πρωτοεμφανίστηκε στην Αμερική και εξαπλώθηκε στον υπόλοιπο κόσμο από Ευρωπαίους. Στην Αμερική ο καπνός εθεωρείτο πανάκεια και χρησιμοποιείτο για ιατρικές πρακτικές (παυσίπονο, επικαλυπτικό πληγών, για την ενίσχυση της γονιμότητας), θρησκευτικές τελετές (επικοινωνία με τα πνεύματα) καθώς και σε περιπτώσεις σύναψης ειρήνης (γνωστή ως πίπα της ειρήνης). Ο καπνός προσφέρθηκε στον Χριστόφορο Κολόμβο σα δώρο από τους ιθαγενείς της Αμερικής. Σύντομα μεταφέρθηκε στην Ευρώπη και το φυτό άρχισε να καλλιεργείται σε όλη την ήπειρο, κυρίως λόγω των υποτιθέμενων θεραπευτικών του ικανοτήτων του. Προοδευτικά το κάπνισμα έγινε παγκόσμια

κουλτούρα τόσο λόγω των εθιστικών ιδιοτήτων της νικοτίνης όσο και του πολιτιστικού εισοδήματος που αναπτύχθηκε γύρω από αυτό. Την ίδια περίοδο άρχισαν να γίνονται γνωστές κάποιες από τις δυσάρεστες συνέπειες του καπνού και ολοένα περισσότεροι επιστήμονες άρχισαν να μελετούν την τοξικότητα του. (Τραγάρας Σ. 2009)

Από το 1760 σημειώνεται μεγάλη ανάπτυξη της βιομηχανίας καπνού, με αποκορύφωμα τη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου πολέμου όπου η χρήση των τσιγάρων παρουσίασε εκρηκτική άνοδο και τα τσιγάρα πλέον ονομάζονται «ο καπνός του στρατιώτη». Κατά τη διάρκεια του 1950 όλο και μεγαλύτερος αριθμός ερευνητικών δεδομένων συνδέουν το κάπνισμα με τον καρκίνο πνεύμονα, ενώ τη δεκαετία του 1960 εμφανίζονται πολλές ανακοινώσεις σχετικά με τους κινδύνους υγείας που κρύβει το κάπνισμα. Το 1965 οι τηλεοπτικές διαφημίσεις τσιγάρων διακόπτονται στη Μ. Βρετανία και το 1966 εμφανίζονται οι πρώτες προειδοποιήσεις στα κουτιά των τσιγάρων.

Το 1980 το κάπνισμα γίνεται πολιτικά μη ορθό και απαγορεύεται σε πολλούς δημόσιους χώρους. Το 1982 ανακοινώνεται επίσημα ότι το παθητικό κάπνισμα μπορεί να προκαλέσει καρκίνο του πνεύμονα.

Μόνο πρόσφατα, και πρώτιστα στις βιομηχανικές δυτικές χώρες, το κάπνισμα αντιμετωπίζεται με αρνητική στάση. Σήμερα οι ιατρικές μελέτες έχουν αποδείξει ότι το κάπνισμα είναι μεταξύ των κύριων αιτιών των ασθενειών όπως ο καρκίνος πνευμόνων, καρδιακές προσβολές και η χρόνια πνευμονοπάθεια και μπορούν επίσης να οδηγήσουν στις υπολειπόμενες και λιποβαρείς γεννήσεις.

Οι πρώτες επιστημονικές παρατηρήσεις ήρθαν από την Αγγλία από τη δεκαετία του '50 και συγκεκριμένα ότι πάρα πολλοί θάνατοι ήταν αποτέλεσμα του καπνίσματος. Από τότε συγκεντρώσεις, σεμινάρια και διεθνή συνέδρια έδειξαν ότι για να κρατήσουν την υγεία τους, έπρεπε να σταματήσουν το κάπνισμα και να πείσουν όλον τον κόσμο ότι η συνήθεια αυτή είναι από τις πιο βλαβερές.

Επίσης άλλοι επιστήμονες όπως ψυχολόγοι, κοινωνιολόγοι, εκπαιδευτικοί, δασονόμοι παρουσίασαν στοιχεία για τις βλαβερές επιδράσεις του καπνίσματος, και την ισοπέδωση της σκέψης στην τρίτη ηλικία και για τη μεταβολή τις προσωπικότητας.

Αυτός είναι ο λόγος που οποιαδήποτε σκέψη πρέπει να γίνεται ευρύτατα ακουστή, οι συζητήσεις πρέπει να πολλαπλασιάζονται και τα συμπεράσματα να ανακοινώνονται ευρύτατα . Όλοι επιθυμούμε ένα κόσμο χωρίς καπνιστική επίδραση με ανθρώπους που δεν έχουν πλέον ανωμαλίες, εξαρτίσεις ή νόσους που οφείλονται στο κάπνισμα. (Gately I. 2003)

Στην Ελλάδα

Ως εισαγωγείς του καπνού στην Ελλάδα φέρονται δύο Γάλλοι που μεταξύ του 1573 και 1589 καλλιεργούσαν καπνό στα περίχωρα της Θεσσαλονίκης. Αργότερα κατά τον 17ο αιώνα, οι αναφορές για καπνοκαλλιέργειες πληθαίνουν. Στη Μακεδονία, επαρχία τότε της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, οι καπνοκαλλιέργειες τον 17ο αιώνα καταλάμβαναν μεγάλες εκτάσεις.

Με τη σύσταση του Ελληνικού Βασιλείου οι καπνοκαλλιέργειες της «παλιάς Ελλάδας» περιορίζονται στις περιοχές της Λειβαδιάς , Αργους και των Καλαμών και η παραγωγή έφτανε τις 450.000 οκάδες.

Με τις διαδοχικές προσαρτήσεις νέων ελληνικών εδαφών μετά τους Βαλκανικούς πολέμους προσαρτώνται και οι εκτεταμένες καπνοκαλλιέργειες της Μακεδονίας και τελικά το εμπόριο του καπνού γίνεται ο ρυθμιστικός παράγοντας της οικονομίας της χώρας.

Για τη μεταποίηση των φύλλων του καπνού δημιουργείται μια εύρωστη μεταποιητική βιομηχανία και από τη στιγμή που φορολογήθηκε ο καπνός ,το 1883 επί κυβερνήσεως Τρικούπη, απετέλεσε μια σπουδαία πηγή εσόδων για το ελληνικό κράτος. Οι καπνεργάτες αποτελούσαν τον κορμό του εργατικού κινήματος στον Μεσοπόλεμο και το «καπνικό ζήτημα» υπήρξε για χρόνια από τα πιο φλέγοντα της Ελληνικής κοινωνίας. (Τραϊού, Ε. 1997)

Ο καπνός ήταν σημαντικός και για άλλους λόγους. Το καπνεμπορικό κεφάλαιο όπως και το εφοπλιστικό ήταν διεθνοποιημένα ήδη από τον 19^ο αιώνα. Έτσι δημιουργήθηκαν γύρω από τον καπνό, αυτόματα, βιομηχανικές συγκεντρώσεις και δίκτυα στις λεγόμενες καπνουπόλεις και καπνοχώρια, που προσέφεραν πολλά στην ανάπτυξη. Μερικές από τις πιο γνωστές καπνουπόλεις ήταν η Καβάλα, η Θεσσαλονίκη, η Δράμα, η Ξάνθη, οι Σέρρες και η Κατερίνη όπου υπήρχαν τα γνωστά «καπνομάγαζα».

Ως το 1913 τα καπνομάγαζα ήταν συγκεντρωμένα στις απελευθερωμένες περιοχές της Ελλάδος δηλαδή σε περιοχές όπως το Βόλο, τον Πειραιά, το Ναύπλιο, το Μεσολόγγι κ.λ.π. Από το 1913 και μετά το κέντρο μετατοπίστηκε προς τη Μακεδονία και τη Θράκη.

Το κύριο εξαγωγικό λιμάνι καπνού προς την Ευρώπη τον 20^ο αιώνα ήταν η Καβάλα.

Το ταξίδι στην ιστορία του Ελληνικού καπνού περιλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της οικονομικής ιστορίας της Ελλάδος στον 20^ο αιώνα και ίσως αυτό να είναι και ένα από σπουδαιότερα οικονομικά και κοινωνικοπολιτικά γεγονότα. Ήδη από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα τα ελληνικά καπνά εξάγονταν στην Γερμανία, Ολλανδία και Αίγυπτο. (Λαμπριανίδης, Λ. 1997)

Το 1888, οι αδελφοί Γεώργιος και Ευστάθιος Καρέλιας ιδρύουν μια μικρή καπνεμπορική επιχείρηση που προμήθευε τις γύρω πόλεις και χωριά με καπνό. Όλα ξεκίνησαν από μία μικρή βιοτεχνία καπνού με ένα κοφτήριο, που πουλούσε κομμένο καπνό σε σακούλες στη ντόπια αγορά, όταν το βιομηχανοποιημένο τσιγάρο ήταν είδος άγνωστο στην Ελλάδα. Η μικρή οικογενειακή βιοτεχνία επεκτάθηκε σταδιακά και στο παραγωγικό της δυναμικό προστέθηκαν και κάποιες εργάτριες που έκαναν χειροποίητα τσιγάρα.

Το 1909 εισάγονται οι πρώτες τσιγαροποιητικές μηχανές στην Ελλάδα από τους βιομηχάνους Βάρκα και Καραβασίλη. Κάθε τέτοια μηχανή παρήγαγε μέσα σε επτά ώρες περίπου 200.000 - 250.000 τσιγάρα ενώ στο χειροποίητο κάθε τεχνίτης με το βοηθό του έβγαζε 2.000-3.000 τσιγάρα. Έτσι, η μηχανή αντικαθιστούσε περί τους 100 εργάτες. Λίγα χρόνια μετά υπήρχαν στην Ελλάδα 167 τσιγαροποιητικές μηχανές και 13 ανώνυμες εταιρίες.

Το 1911 ιδρύεται το σωματείο καπνεργατών του Αγρινίου.

Το 1913 ιδρύεται στο Αγρίνιο η πρώτη Ομόρρυθμος Καπνεμπορική Εταιρεία « Αφοί Παπαστράτου».

Το 1931 κυκλοφορεί η πρώτη διαφήμιση εταιρείας τσιγάρων στην Ελλάδα.

To 1939 Αρχίζει η μείωση της κατανάλωσης του αρωματικού καπνού και τα λεγόμενα «λαϊκά» τσιγάρα παρά την οικονομική κρίση και την υψηλή φορολογία αποκτούν μεγαλύτερο καταναλωτικό κοινό.

To 1940 κυκλοφορούν τα τσιγάρα με το όνομα «AERA» για την ενίσχυση του φρονήματος των Ελλήνων στρατιωτών στον πόλεμο.

To 1950 κυκλοφορεί το πρώτο τσιγάρο με φίλτρο.

To 1971 κυκλοφορεί το πρώτο Light τσιγάρο (Marlboro Lights).

To 1975 ιδρύεται η ΣΕΚΑΠ στην Ξάνθη που μαζί με την Καρέλια αποτελούν τις αμιγώς Ελληνικές Βιομηχανίες καπνού.

To 1978 ο υπουργός υγείας κος Δοξιάδης ξεκινά την πρώτη οργανωμένη αντικαπνιστική εκστρατεία στην Ελλάδα που έφερε αποτελέσματα . Ήταν ο πρώτος πολιτικός άνδρας που διείδε τις βλαβερές συνέπειες του καπνίσματος στη Δημόσια Υγεία. Η δράση αυτή σταμάτησε επειδή άλλαξε ο υπουργός!

To 1980 παρασκευάζονται στην Ελλάδα όλες σχεδόν οι ξένες μάρκες τσιγάρων και σταματούν σταδιακά να εισάγονται.

To 1996 υπερψηφίζεται ο Ευρωπαϊκός νόμος για την απαγόρευση της διαφήμισης του καπνίσματος με την ψήφο του τότε υπουργού υγείας κου Γείτονα.

To 2003 η Παπαστράτος ΑΕ γίνεται Philipp Morris International. (Σιδηροπούλου Μ. 2012.)

Ο καπνός αποτέλεσε και αποτελεί μία από τις σπουδαιότερες καλλιέργειες της ελληνικής υπαίθρου. Για τη μεταποίηση των φύλλων του δημιουργήθηκε μια εύρωστη βιομηχανία και από την εποχή που φορολογήθηκε, το 1883, υπήρξε πολύτιμη πηγή εσόδων για το ελληνικό κράτος.

Η οικονομική σημασία του καπνού, ο οποίος παραμένει μέχρι σήμερα το πρώτο ή δεύτερο σε αξία αγροτικό εξαγωγικό προϊόν της Ελλάδας, είναι αναμφισβήτητη.

Γύρω από τον καπνό δημιουργήθηκαν «αυτόματα» βιομηχανικές συγκεντρώσεις (industrial districts) και δίκτυα επιχειρήσεων (clusters), τα

«καπνοχώρια» και οι «καπνουπόλεις», που βοήθησαν σημαντικά στην ανάπτυξη της βιομηχανίας στην Ελλάδα, αλλά δυστυχώς κάποια χρονική στιγμή διαλύθηκαν.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η δημιουργία βιομηχανικών συγκεντρώσεων και δικτύων επιχειρήσεων αποτελούν σήμερα την αιχμή του δόρατος της Ελλάδας όσο και της Ε.Ε. Στα «καπνοχώρια» υπήρχε εξειδίκευση στον καπνό (συνεταιρισμοί, δίκτυα πώλησης κ.λπ.), γεγονός που δημιουργούσε συγκριτικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη της παραγωγής του. Όσο για τις «καπνουπόλεις», η οικονομία τους εξαρτιόταν από τη λειτουργία των «καπνομάγαζων», τόσο διότι σε αυτά απασχολούνταν ένα σημαντικό μέρος του οικονομικά ενεργού πληθυσμού τους, όσο και επειδή τα καπνομάγαζα συνδέονταν με άλλες οικονομικές δραστηριότητες. (Νικητάκης Μ. 2014)

Το πέρασμα από το κάπνισμα ακατέργαστου καπνού στο τσιγάρο έγινε μόλις τον 20ο αιώνα, όταν με την πρόοδο της μηχανικής έγινε δυνατό να παραχθεί σε μεγάλες ποσότητες. Τότε δημιουργήθηκαν και οι πρώτες καπνοβιομηχανίες, που σημείωσαν μεγάλη άνοδο στην παραγωγή τους κατά τη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, όταν κάτω από το στρες της μάχης, οι στρατιώτες κάπνιζαν όλο και πιο πολύ, με συνέπεια να εθιστούν στη νικοτίνη.

Μετά τον πόλεμο και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '20 το τσιγάρο πέρασε στο χώρο της διαφήμισης και έγινε το σύμβολο μιας λαμπρής ανέμελης ζωής. Αυτή η εικόνα συνεχίστηκε ως τη δεκαετία του '60, όταν η ιατρική κοινότητα και οι κυβερνήσεις, με προεξάρχουσες τις ΗΠΑ, άρχισαν να συνειδητοποιούν τις βλαβερές συνέπειες του καπνού και να επιβάλουν σταδιακά απαγορεύσεις και μέτρα για τη δημόσια υγεία.

Η πρώτη επιστημονική έρευνα επί του θέματος παρουσιάστηκε το 1962, από τον ιατρικό σύλλογο της Μ. Βρετανίας. Δύο χρόνια αργότερα, στις 31 Ιανουαρίου 1964, αμερικανική κυβερνητική έκθεση με τίτλο «Καπνός και Υγεία» συνέδεσε για πρώτη φορά το κάπνισμα με τον καρκίνο των πνευμόνων και τη χρόνια βρογχίτιδα. Τότε άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους και οι πρώτες αντικαπνιστικές καμπάνιες, που οδήγησαν το 1965 σε νόμο, ο οποίος προέβλεπε - μεταξύ άλλων- την αναγραφή σε όλα τα πακέτα των τσιγάρων ότι «το κάπνισμα βλάπτει σοβαρά την υγεία». Στις 6 Φεβρουαρίου 1987 τέθηκαν σε εφαρμογή τα πρώτα μέτρα κατά του καπνίσματος στις αμερικανικές δημόσιες υπηρεσίες.

Στην Ελλάδα, το κάπνισμα απαγορεύτηκε στους κλειστούς δημόσιους χώρους και τους χώρους εργασίας από την 1η Σεπτεμβρίου 2010. Αντίστοιχος νόμος είχε τεθεί σε εφαρμογή και στην Κύπρο από την 1η Ιανουαρίου 2010. (<http://www.sansimera.gr/articles/62>)

1.2.2. Μονοπώληση καπνεμπορίου - καπνοβιομηχανίας

Η καπνεμπορική επιχείρηση αγοράζει τον καπνό από τους παραγωγούς, τον μεταφέρει στις καπναποθήκες/καπνομάγαζά της που γίνεται η «εμπορική επεξεργασία» (δηλ. στέγνωμα, καθάρισμα από χαλασμένα φύλλα, συσκευασία κατά ποιότητες, έλεγχος ζύμωσης) και η διατήρηση του μέχρι την πώληση του στο εξωτερικό. Οι κλασικές μέθοδοι εμπορικής επεξεργασίας είναι: μπασμάς, μπασί μπαγλί, κεφαλοδεμένα. Το 1925 επικράτησε η χρήση μιας πολύ απλής μεθόδου, της Τόγκα, που από το 1935 άρχισε να γίνεται η κυρίαρχη μέθοδος. Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής προορίζεται για εξαγωγή. Έτσι, το 1989 οι καπνέμποροι αγόρασαν το 83% καπνού και το 1993 το 99%, ενώ οι καπνοβιομήχανοι το 4,5% και το 1% αντίστοιχα. Το υπόλοιπο αγοράστηκε από το κράτος.

Οι καπνεμπορικές επιχειρήσεις ήταν εξαιρετικά προσοδοφόρες για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα από τα τέλη του 19ου αιώνα μέχρι τουλάχιστον τη δεκαετία του '60. Έκτοτε ο αριθμός των καπνεμπορικών επιχειρήσεων μειώνεται συνεχώς και κυρίως αυξάνεται η εξάρτησή τους από μεγάλες καπνοβιομηχανίες (πολυεθνικές) και μετατρέπονται σε πράκτορες της.

Οι καπνοβιομηχανίες αγοράζουν τον καπνό από τους παραγωγούς, τον αποθηκεύουν, κάνουν την εμπορική επεξεργασία και στη συνέχεια παράγουν βιομηχανικά προϊόντα καπνού (τσιγάρα καπνός πίπας, κ.λπ.). Μέχρι το 1960 οι καπνοβιομηχανίες ήταν υποχρεωμένες να χρησιμοποιούν σχεδόν αποκλειστικά καπνό «εσωτερικής κατανάλωσης». Έκτοτε, η εγκατάλειψη της προστατευτικής πολιτικής του κράτους ακολουθήθηκε από σαφή προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών για ξένα προϊόντα και οι καπνοβιομηχανίες, για να επιβιώσουν στον ανταγωνισμό, προσπάθησαν να συγκλίνουν τα ανατολικά τσιγάρα τους με τα blended, χρησιμοποιώντας και καπνά εξαγωγής. Στη συνέχεια άρχισαν να παράγουν τσιγάρα blended με άδεια (license) από πολυεθνικές επιχειρήσεις (όπως Astor, Oscar, Old Navy, Winston, Kent, Marlboro και Camel). Υπήρξε μια τεράστια μείωση του αριθμού των καπνοβιομηχανιών από 150 περίπου στο Μεσοπόλεμο, σε 50 μετά τον

Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και σε 5 σήμερα: Γεωργιάδης (Αθήνα), Παπαστράτος, Κεράνης (Πειραιάς), Καρέλιας (Καλαμάτα), ΣΕΚΑΠ (Ξάνθη). (Λαμπριανίδης, Λ. 1997)

Παλιές καπναποθήκες και καπνόσπιτα

Στην Ανατολική Μακεδονία και τη Θράκη η συστηματική καλλιέργεια καπνού άρχισε γύρω στο 1821. Το 1860 η περιοχή ανήκε στο Σαντζάκι Δράμας που υπάγονταν στο Πασαλίκι της Θεσσαλονίκης. Το Σαντζάκι περιελάμβανε τους καζάδες Δράμας, Πραβίου, Καβάλας, Σαρή Σαμπάν, Γενησέας και Κομοτηνής. Κάλυπτε 1.800.000 στρέμματα και εξυπηρετούνταν από τα λιμάνια Καβάλας, Κεραμωτής και Πόρτο Λάγος.

Τα 2/3 της καλλιεργήσιμης γης εκμεταλλεύονταν μικροκαλλιεργητές, το υπόλοιπο 1/3 ήταν τσιφλίκια και τα βασικά προϊόντα ήταν δημητριακά, καπνός και βαμβάκι.

Οι καπνοπαραγωγοί παρέδιδαν τα καπνά στους καπνεμπόρους που τα επεξεργάζονταν στις πόλεις Καβάλα, Ξάνθη, Γενησέα, Ελευθερούπολη, Δράμα, Δοξάτο, σε χάνια και σε μισθωμένες αποθήκες. Σύντομα οι μεγάλοι καπνέμποροι και οι εξαγωγικοί οίκοι οικοδόμησαν ιδιόκτητες καπναποθήκες δαπανώντας τεράστια ποσά.

Τα περισσότερα καπνά της Ξάνθης, της Γενησέας και της Κομοτηνής εξάγονταν στην Τουρκία στα μέσα του 19ου αιώνα από το Πόρτο Λάγος. Όμως, το κύριο εξαγωγικό εμπόριο προς την Ευρώπη γινόταν δια μέσου του λιμένα της Καβάλας. Η πόλη ήταν ήδη έδρα πολλών προξενείων που εξυπηρετούσαν τους εμπορικούς οίκους. Η ραγδαία ανάπτυξη του καπνεμπορίου ανέδειξε την Καβάλα την τριετία 1909-1912 σε πρώτο εξαγωγικό λιμάνι της Μακεδονίας με τετραπλάσιες εξαγωγές σε σχέση με τη Θεσσαλονίκη.

Καπνεργάτες και καπνεργάτριες

Σε όλες τις πόλεις γρήγορα οι εργάτες οργανώνονται σε σωματεία. Δουλεύουν 8 ώρες το καλοκαίρι και 7 ώρες το χειμώνα γιατί το φως δεν επαρκεί. Με τη Μικρασιατική καταστροφή οι περισσότεροι πρόσφυγες απορροφούνται στα καπνά.

Το 1926 το μεροκάματό τους ρυθμίζεται με τις διακυμάνσεις της χρυσής λίρας και καθώς αντιστοιχεί στα 7/25 της είναι το καλύτερο της χώρας.

Πρωτοστατούν στην κοινωνική ζωή των πόλεων και είναι αξιοσημείωτο ότι στην Καβάλα προσφέρουν ένα μεροκάματο το χρόνο για τα σχολεία της πόλης. Παράλληλα όμως υποφέρουν από φυματίωση, ελονοσία και δάγκειο πυρετό. (Νικητάκης Μ. 2014)

1.2.3. Η καλλιέργεια του καπνού

Το φυτό του καπνού σπέρνεται το Μάρτιο. Όταν μεγαλώσει λίγο ο χασλαμάς φυτεύεται τον Ιούνιο σε ευθείες γραμμές. Μέσα στον ίδιο μήνα ακολουθεί το σκάλισμα. Από Ιούλιο ως Σεπτέμβριο με το πρώτο φως του ήλιου, γίνεται το διαδοχικό σπάσιμο των φύλλων. Προκύπτουν έτσι ομάδες φύλλων, ουρτάς, μάνα, - το καλύτερο φύλλο με το βαρύτερο κοτσάνι – δευτερομάνα, ούτσιαλι. Μετά ακολουθεί το μούρλιασμα των φύλλων (το πέρασμα σε κλωστή) και το κρέμασμα για να στεγνώσουν τα φύλλα.

Τον Οκτώβριο γίνεται το παστάλιασμα (τοποθέτηση των φύλλων το ένα πάνω στο άλλο) ανά κατηγορία. Τα ξερά φύλλα κρεμιούνται πρώτα σ' έναν ειδικό χώρο, σκαμμένο στο ισόγειο του σπιτιού, στη λόκβα ή γίσβα όπου η υγρασία τα μαλακώνει. Όσο διαρκεί το παστάλιασμα ο νοικοκύρης μεταφέρει λίγα λίγα τα φύλλα, για να μην ξεραθούν εν τω μεταξύ, στο δωμάτιο όπου εργάζεται η οικογένειά του. Τον Ιανουάριο γίνονται τα δέματα, που αποθηκεύονται σε υπόγειο υγρό χώρο, για να διατηρούν το βάρος του.

Ο καπνός αποτελεί ιδιαίτερα προσοδοφόρα καλλιέργεια, που αποκτά ιδιαίτερη σημασία, εάν λάβουμε υπόψη μας ότι χρησιμοποιεί εδάφη στα οποία δεν μπορούν να καλλιεργηθούν άλλα προϊόντα. Εξάλλου για την καλλιέργεια και την επεξεργασία του καπνού ασχολούνται πολλοί εργαζόμενοι, ακόμη και σήμερα που η σημασία του έχει μειωθεί δραστικά.

Συγκεκριμένα, το 1995 απασχολούνταν 70.000 αγρότες -10% συνόλου και 10.000 εργαζόμενοι στην καπνεργασία και στη βιομηχανία καπνού. Τέλος, η φορολόγηση των προϊόντων καπνού είναι βασική πηγή εσόδων, διότι αποτελεί το 10% έμμεσων φόρων και το 5,7% των κρατικών εσόδων.

Συνθήκες εργασίας των καπνεργατών

Ο αριθμός των καπνεργατών και καπνεργατριών της Καβάλας, που δούλευαν στις καπνεμπορικές εταιρείες και μέσα στις 160 καπναποθήκες τις ανήλιες και ανθυγιεινές, ήταν 14.000 το 1992 μέχρι και το 1930. Δηλαδή το μισό εργατικό δυναμικό των καπνεργατών της Ελλάδας δούλεψε στην Καβάλα. Ένα μέρος από τους εργάτες αυτούς προερχόταν από τη γύρω περιφέρεια. Μόνο οι Θάσιοι υπολογίζονταν σε 2.500 με 3.500 ψυχές. Οι ώρες δουλειάς τους το καλοκαίρι ήταν 8 και το χειμώνα 7. Το ωράριο δουλειάς ήταν: το καλοκαίρι άρχιζε η δουλειά το πρωί 7 με 11 και το απόγευμα 2 με 6, το χειμώνα 8 το πρωί με 11.30 και το απόγευμα 1.30 με 5. Οι εργάτριες επίσης πιάνανε δουλειά ένα τέταρτο αργότερα από τους άνδρες και σχολούσαν ένα τέταρτο αργότερα από αυτούς. Οι εργάτριες επίσης κάνανε δεκάλεπτο ομαδικό διάλειμμα δυο φορές την ημέρα, πρωί και απόγευμα. Η είσοδος και έξοδος γινόταν με κωδωνοκρουσίες, όπως και τα διαλείμματα. Τα μεροκάματα γράφονταν, ο εργάτης έριχνε τη μάρκα του στο κουτί, που βρισκόταν στην είσοδο του μαγαζιού ή με κατάσταση ημερομισθίων, τα οποία έγραφε ο γραμματικός σε ώρα εργασίας. Η πληρωμή γινόταν κάθε Παρασκευή την ώρα της δουλειάς. Σε κάθε κεντρική είσοδο των επιχειρήσεων υπήρχε θυρωρός (καβάζης), που φύλαγε την είσοδο. Την ώρα της δουλειάς επιτρέπονταν οι καφέδες και τα αναψυκτικά από τα κοντινά καφεενεδάκια. Η εργοδοτική συμπεριφορά προς τους εργάτες ήταν ανάλογη με τις περιστάσεις. Όταν υπήρχε ζήτηση εργατών, επικρατούσε σχετική ελευθερία. Όταν όμως περιοριζόταν η δουλειά, άρχιζε η εργοδοτική τρομοκρατία με απειλές, διωξίματα και άλλα εργοδοτικά καμώματα, που απέβλεπαν να παίρνουν όλο και περισσότερη δουλειά από τους εργάτες.

Πακέτα τσιγάρων

Τα ελληνικά κουτιά τσιγάρων πληθαίνουν τη δεκαετία του 1880 για να στεγάσουν τα έτοιμα χειροποίητα τσιγάρα. Μέχρι μια εποχή τη δεκαετία του 1960 συνυπάρχουν με τα τσιγάρα «χύμα».

Τα πακέτα τσιγάρων τελικά κέρδισαν την πλειονότητα των καπνιστών με τις εγγυήσεις πρακτικότητας, καθαριότητας, επιμέλειας και οπτικής απόλαυσης που προσέφεραν. Πακέτα αρχικά χαρτονένια, φακελάκια των 5 τσιγάρων, «συρταρωτά» από την ομώνυμη εγγραφή που έφεραν στα πλάγια του μικρού συρταριού τους,

«κασετίνες» των πέντε, έξι, δέκα, κούτες των εκατό, διακοσίων, πεντακοσίων τσιγάρων.

Η διακόσμηση των πρώτων πακέτων ήταν αποτέλεσμα των προσωπικών αισθητικών απόψεων των καπνεμπόρων - καπνοπωλών. Η θεματογραφία τους αντλούσε από το παρελθόν και το παρόν, βασιλείς, ήρωες, πολιτικούς, σε απόπειρες αλληλεπίδρασης ταυτότητας, θηρεούς, ξίφη, στέμματα, σε μια προσπάθεια εξευγενισμού του προϊόντος, ζώα και πουλιά, αναδεύοντας το αχανές των ζωικών συμβόλων, αθλητές και αθλήματα για να απενοχοποιήσει την αμφιλεγόμενη απόλαυση, κοσμοπολίτικα θέματα για χωροχρονικές αποδράσεις. Σκηνές της μυθολογίας κοσμούσαν τις επιφάνειες των πακέτων με πρωταγωνιστές θεούς και ημίθεους, την Αθηνά, τον Ερμή, τον Αχιλλέα, τη Σαπφώ, την Ακρόπολη, ηρωικές στιγμές του έθνους, τον Κολοκοτρώνη, το θωρηκτό Αβέρωφ, τους τσολιάδες ν' αναφωνούν αέρα.



1.3. Επιδημιολογικά και στατιστικά στοιχεία

Σήμερα υπάρχουν 1.1 δισεκατομμύρια καπνιστές παγκοσμίως. Κάθε μέρα, περίπου 80.000-100.000 νέοι άνθρωποι παγκοσμίως αρχίζουν το κάπνισμα. Εάν οι τρέχουσες τάσεις συνεχιστούν ο αριθμός αυτός θα αυξηθεί σε 1,6 δισεκατομμύρια ανθρώπους έως το έτος 2025. Οι επιπτώσεις του καπνίσματος στην υγεία ευθύνονται για 2.000.000 θανάτους το χρόνο στις αναπτυγμένες χώρες και για 1.000.000 θανάτους στις αναπτυσσόμενες. Περισσότεροι από 500.000 θάνατοι παρουσιάζονται ετησίως σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση ως αποτέλεσμα του καπνίσματος. Έχει υπολογιστεί, ότι κάθε τσιγάρο που καπνίζεται αφαιρεί κατά μέσο όρο πέντε λεπτά από τη ζωή του καπνιστή. Έχει επίσης υπολογιστεί, ότι κάθε 10 δευτερόλεπτα ένας άνθρωπος πεθαίνει εξαιτίας του τσιγάρου. Στην Ευρώπη 100.000.000 άνθρωποι πεθαίνουν 20 χρόνια νωρίτερα από τον μέσο όρο ζωής, εξαιτίας του καπνίσματος. Υπολογίζεται ότι ο ετήσιος αριθμός θανάτων σε παγκόσμια κλίμακα εξαιτίας του καπνίσματος θα είναι το 2025 περίπου 10.000.000. Μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών, η Ελλάδα έχει το υψηλότερο ποσοστό καπνιστών στη Δυτική Ευρώπη και ένα από τα υψηλότερα ποσοστά στον κόσμο.

Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Κοινωνικής και Προληπτικής Ιατρικής το έτος 2006, το 40% των Ελλήνων ανδρών και γυναικών, ήταν καπνιστές. Συγκεκριμένα, το 9,9% των ανδρών και το 30,8% των γυναικών άνω των 18 ετών καπνίζουν σε καθημερινή βάση. Για τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, τα ποσοστά ανέρχονται στο 44,3% των Ελλήνων για τα έτη 18 έως 24, στο 50,8% των Ελλήνων για τα έτη 25 έως 34, στο 53,9% για τα έτη 35-44, στο 47% για τα έτη 45 έως 54, στο 34,7% για τα έτη 55 έως 64 και στο 16,5% για τα έτη 65 και άνω.

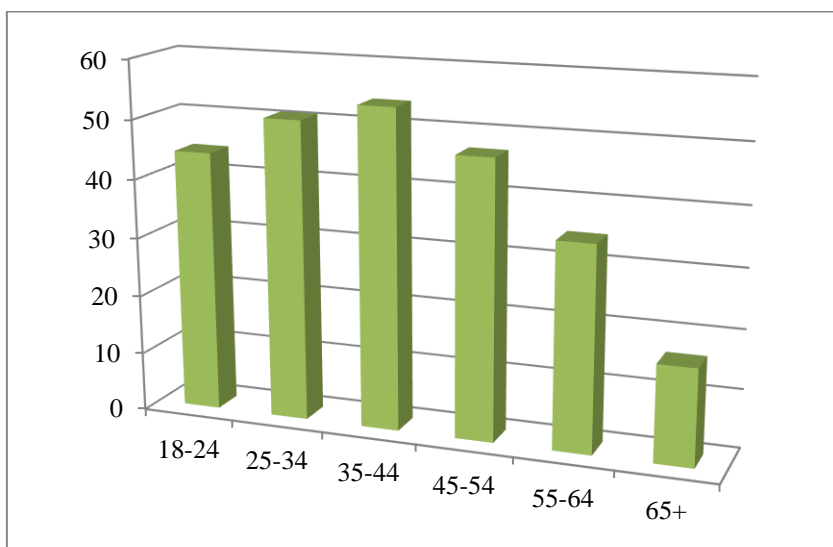
Πίνακας 1.1

Στατιστικά στοιχεία καπνιστών στην Ελλάδα ανά ηλικίες

| Ηλικίες | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65 και άνω |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| Ποσοστό καπνιστών | 44,3% | 50,8% | 53,9% | 47% | 34,7% | 16,5% |

Διάγραμμα 1.1

Στατιστικά στοιχεία καπνιστών στην Ελλάδα ανά ηλικίες



Ιδιαίτερα ανησυχητική είναι η εικόνα που παρουσιάζει η καπνιστική συμπεριφορά στα νεαρά άτομα, ιδίως στην εφηβική ηλικία. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας που αφορούν στη χρονική περίοδο 2002-2005, ένα ποσοστό 13,5% των αγοριών και ένα ποσοστό 14,1% των κοριτσιών ηλικίας 15 ετών καπνίζει, τουλάχιστον περιστασιακά.

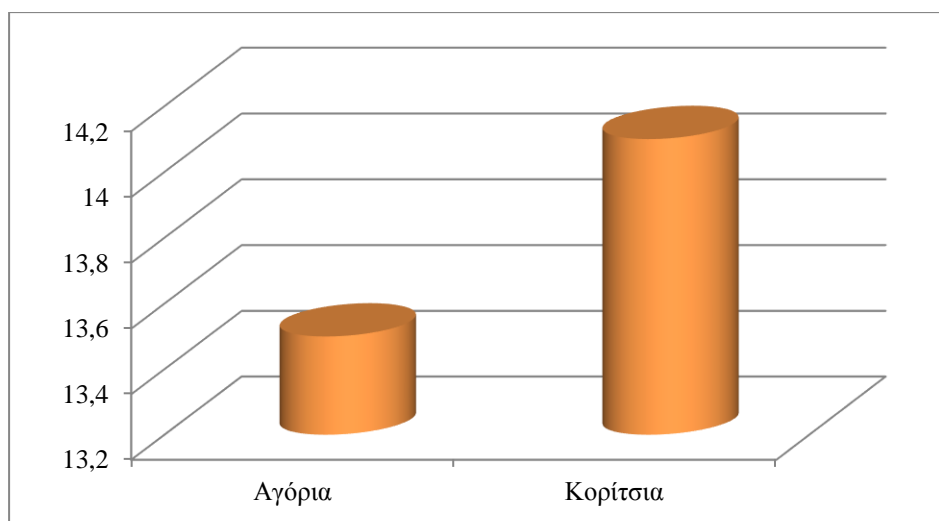
Πίνακας 1.2

Στατιστικά στοιχεία εφήβων καπνιστών ανά φύλο

| Έφηβοι καπνιστές 15 ετών | Αγόρια | Κορίτσια |
|--------------------------|--------|----------|
| | 13,5% | 14,1% |

Διάγραμμα 1.2

Στατιστικά στοιχεία εφήβων καπνιστών ανά φύλο



Όσον αφορά στη γεωγραφική εξάπλωση της καπνιστικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα, μεγαλύτερο ποσοστό καθημερινών καπνιστών παρατηρείται στα αστικά κέντρα (42,5%) σε σύγκριση με τα αγροτικά κέντρα (32,5%).

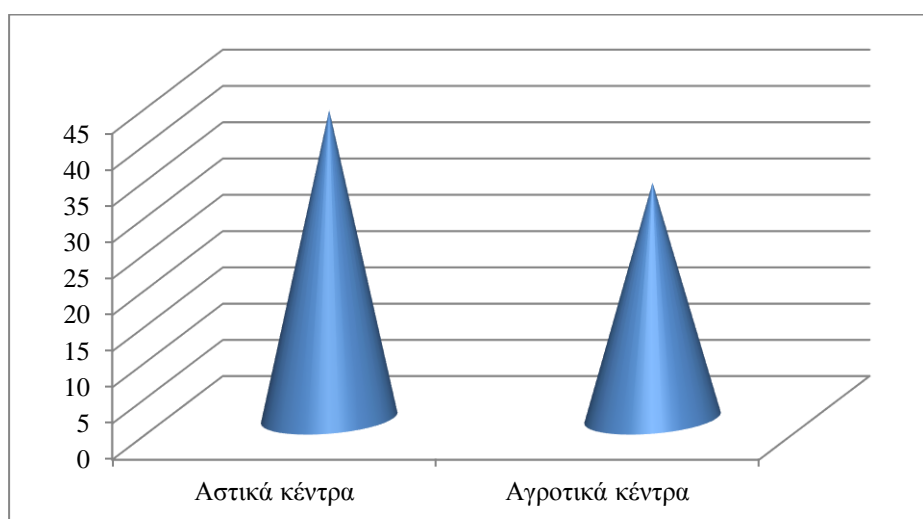
Πίνακας 1.3

Στατιστικά στοιχεία καπνιστών σε αστικά και αγροτικά κέντρα

| Γεωγραφική εξάπλωση | Αστικά κέντρα | Αγροτικά κέντρα |
|---------------------|---------------|-----------------|
| | 42,5% | 32,5% |

Διάγραμμα 1.3

Στατιστικά στοιχεία καπνιστών σε αστικά και αγροτικά κέντρα



Όσον αφορά στην οικογενειακή κατάσταση των καθημερινών καπνιστών το 8,2% είναι έγγαμοι και το 50,8% άγαμοι.

Σύμφωνα με στοιχεία που αφορούν την ημερήσια κατανάλωση καπνού των Ελλήνων, το 21,1% των καθημερινών καπνιστών καταναλώνει έως και 10 τσιγάρα την ημέρα, το 38,6% καταναλώνει 10-20 τσιγάρα την ημέρα, ενώ το 40% καταναλώνει πάνω από 20 τσιγάρα ημερησίως (περίπου το 16% του πληθυσμού). Άρα 4 στους 10 καθημερινούς καπνιστές καπνίζουν πάνω από 20 τσιγάρα ημερησίως.

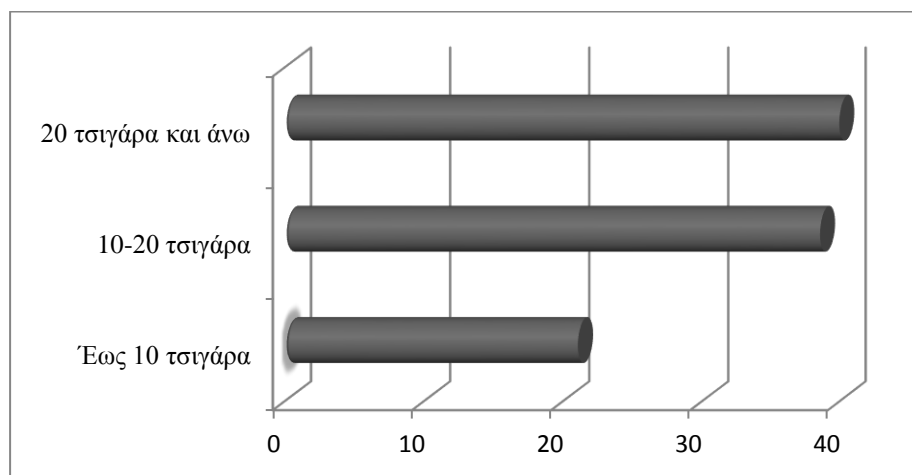
Πίνακας 1.4

Στατιστικά στοιχεία ημερησίας κατανάλωσης τσιγάρων

| Ημερήσια κατανάλωση | Έως 10 τσιγάρα | 10-20 τσιγάρα | Πάνω από 20 τσιγάρα |
|---------------------|----------------|---------------|---------------------|
| | 21,1% | 38,6% | 40% |

Διάγραμμα 1.4

Στατιστικά στοιχεία ημερήσιας κατανάλωσης τσιγάρων



Αξιολογώντας τα ανωτέρω επιδημιολογικά στοιχεία, καταλήγει κανείς αβίαστα στο συμπέρασμα ότι το κάπνισμα είναι μια παγκόσμια ενδημική νόσος, με ιατρικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις. (Μπούρα Π., Χαρπίδου Α. 2009)

1.4. Παράγοντες που οδηγούν στο κάπνισμα

Το ερώτημα που πλανάται σήμερα έντονα είναι, γιατί πολλά άτομα συνεχίζουν να μπλέκονται στα δίκτυα μιας παγκόσμιας μαστιγας, όπως είναι το κάπνισμα. Η σημερινή γενιά είναι μία γενιά ανήσυχη, αγχώδης που πρέπει να έχει τα φτερά της ανοιχτά για πνευματικές ελευθερίες. Το ότι μπορεί οι νέοι να κάψουν τα φτερά τους, να γίνουν δούλοι του πάθους του τσιγάρου, του αλκοόλ, ναρκωτικών και σεξ και να καταντήσουν ερείπια λίγο τους ενδιαφέρει.

Γενική είναι η παραδοχή, ότι οι άνθρωποι ανά τον κόσμο αρχίζουν το κάπνισμα για έναν ή περισσότερους από τους παρακάτω λόγους: περιέργεια, συμβιβασμός με τις αξίες της ομάδας που ανήκουν, έκφραση επαναστατικότητας, μίμηση της συμπεριφοράς ατόμων που θεωρούνται ότι έχουν μεγαλύτερο κύρος, όπως στην περίπτωση των νέων που θέλουν να κάνουν τους μεγάλους, αλλά και επίδειξη «μοντερνισμού - προοδευτικότητας».

Η ροή της σημερινής κοινωνίας καλλιεργεί ένα ψυχικό κενό στις καρδιές των νέων και διασκεδάζουν τις ελεύθερες ώρες τους με ανία και όχι με δημιουργική απασχόληση, τα δε ιδανικά και οι αξίες της ανθρώπινης ζωής δυσφημούνται ως

σκοταδιστικά και ξεπερασμένα. Η ελαστικότητα των γονέων γύρω από τη σωστή αγωγή του χαρακτήρα των παιδιών και η υποχώρηση στις πιο παράλογες αξιώσεις τους, τα ωθεί έμμεσα και στο βλαπτικό κυκλώνα του καπνίσματος. Γενικά, πιστεύεται, ότι η έλλειψη σωστής διαπαιδαγώγησης από την οικογένεια, το σχολείο και το κοινωνικό περιβάλλον περί του ότι η υγεία είναι ύψιστο αγαθό, μαζί με κοινωνικές πιέσεις κομματικοποίησης και φεμινιστικών αντιλήψεων συμβάλλουν στη διάδοση του καπνίσματος. (Ιατρον. 2004. Εθιστικές ουσίες – Κάπνισμα)

1.4.1. Η προσωπικότητα

Η προσωπικότητα του καπνιστή σύμφωνα με την ψυχιατρική, αφορά άτομα εξωστρεφή, συναισθηματικώς ασταθή, με υψηλό ανδρισμό, ίσως επιθετικά, τα οποία όπως υποστηρίζουν μερικοί ερευνητές, συνδέονται με έναν - γενετικό παράγοντα. Οι σκληροί έφηβοι και άνδρες πρέπει να διδαχθούν να σκέπτονται, ότι η σκληρότητα και η αυταρχικότητα δεν επιβεβαιώνεται με το κάπνισμα. Ο πραγματικός λόγος που ένα παιδί καπνίζει είναι η πίεση που εξασκούν οι φίλοι αλλά και η επίδειξη, ο μιμητισμός και ο εθισμός. Επίσης, και το παράδειγμα των γονέων, των διδασκάλων, ιατρών και γενικά των μεγαλύτερων επιδρά δραστικά στην έναρξη του καπνίσματος. (Καμενίδου Ε, Πρίπορας Κ.Β., Γαλανόπουλος Κ. 2004)

1.4.2. Η επιρροή από την οικογένεια

Οι γονείς ασκούν σημαντική επιρροή στις καπνιστικές στάσεις και συνήθειες των εφήβων. Μέσα από τη στάση που τηρούν οι ίδιοι οι γονείς, επιδρούν στην ικανότητα των παιδιών τους να αντισταθούν ή να δεχτούν να δοκιμάσουν να καπνίσουν. Ακόμη και οι καπνιστές γονείς μπορούν να αντισταθμίσουν ως ένα βαθμό την επιρροή της δικής τους καπνιστικής συμπεριφοράς, αν εκφράσουν αρνητικές απόψεις για το κάπνισμα και δείχνουν ότι θα ήθελαν ή ότι προσπαθούν και οι ίδιοι να απεμπλακούν. Αρκετοί γονείς έχουν την εντύπωση ότι το να αποτρέψουν τα παιδιά τους από το κάπνισμα θα τα ωθούσε να αντιδράσουν και να καπνίσουν ακόμη περισσότερο και συχνότερα.

Όμως τα δεδομένα δείχνουν το αντίθετο, η συχνότητα του καπνίσματος αυξάνεται όταν οι γονείς είναι γενικώς επιτρεπτικοί. Ελάχιστοι γονείς έχουν την επίγνωση της επιρροής της δικής τους συμπεριφοράς στις συνήθειες των παιδιών τους. Αρκετοί ενθαρρύνουν τα παιδιά τους να καπνίσουν, ζητώντας τους να ανάψουν

ένα τσιγάρο μπροστά τους ή ακόμα τους προσφέρουν και οι ίδιοι το τσιγάρο. Από έρευνες που έχουν γίνει στον ελληνικό χώρο και στο εξωτερικό παρατηρήθηκε ότι έφηβοι που είχαν δοκιμάσει να καπνίσουν, το πρώτο τσιγάρο προσφέρθηκε από τους γονείς ή πρωτοκάπνισαν μπροστά στους γονείς τους. Εάν και οι δύο γονείς καπνίζουν, τα παιδιά τους έχουν διπλάσια πιθανότητα να γίνουν κανονικοί καπνιστές σε σύγκριση με τα παιδιά των μη καπνιστών γονέων.

Από έρευνα του Δεύτερου Γυμνασίου Σταυρούπολης για το Κάπνισμα., προκύπτει πως τα παιδιά που έχουν πατέρα και μεγαλύτερο αδελφό καπνιστή έχουν τέσσερις φορές μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν κανονικοί καπνιστές σε σύγκριση με τα παιδιά που δεν καπνίζει ο πατέρας και ο αδελφός τους. Οι πιθανότητες αυτές αυξάνουν για δύο κυρίως λόγους. Πρώτον, επειδή ο νέος και η νέα έχουν στις περιπτώσεις αυτές μεγαλύτερες ευκαιρίες για δοκιμή του καπνίσματος. Αρκετοί από τους νέους αυτούς παραδέχονται ότι το πρώτο τσιγάρο που δοκίμασαν στη ζωή τους το πήραν από την τσέπη του καπνιστή γονέα ή αδελφού. Δεύτερον, επειδή τα πρότυπα που διαμορφώνει το παιδί και ο έφηβος είναι συχνά αυτά του πατέρα, της μητέρας και του μεγαλύτερου αδελφού. Και φυσικά όταν τα πρότυπα είναι καπνιστές πολύ σύντομα ο νέος ή η νέα θα προσπαθήσει να τα μιμηθεί. (Δεύτερο Γυμνάσιο Σταυρούπολης)

1.4.3. Η επιρροή από τους φίλους

Η επιρροή που ασκεί μια ομάδα συνομήλικων στα μέλη της είναι ένας πολύ συνηθισμένος λόγος να ξεκινήσει κάποιος το κάπνισμα. Πολλοί έφηβοι και νέοι, σε νεαρή ηλικία συχνά αναφέρουν ότι ξεκίνησαν το κάπνισμα μετά από πίεση που ασκήθηκε από φίλους που ήδη καπνίζουν. Ξεκινούν το κάπνισμα γιατί η υπόλοιπη παρέα καπνίζει και δε θέλουν να νιώθουν διαφορετικοί. (Στεργιοπούλου Ε)

1.4.4. Η επίδραση της διαφήμισης και των ΜΜΕ

Οι καπνοβιομηχανίες ξοδεύουν μεγάλα οικονομικά ποσά προκειμένου να πείσουν όλο και περισσότερους ανθρώπους να αγοράσουν τα προϊόντα τους. Για να πείσουν τους ανθρώπους να ξοδέψουν χρήματα σε ένα προϊόν που πιθανότατα κάποια μέρα θα τους οδηγήσει στο θάνατο ή θα τους αρρωστήσει, κάνουν πολύ ελκυστικές διαφημιστικές καμπάνιες και πολλοί άνθρωποι ενδίδουν στις δελεαστικές διαφημίσεις.

Οι διαφημίσεις με κάθε τύπο τσιγάρου προβάλλουν και κάποιον ήρωα ή ανάγκη όπως ανεξαρτησία, αντοχή, δυναμισμό, ευφυΐα, ελκυστικότητα κ.ο.κ. Δίνουν στον αποδέκτη τον καταναλωτή ένα προϊόν μέσα σ' ένα συναισθηματικά όμορφα κομψοτεχνημένο και υποσυνείδητα εισβλητικό πακέτο διαφήμισης. Δεν πουλάνε μόνο ένα πακέτο τσιγάρο αλλά και όνειρα και ψευδαισθήσεις γύρω από τη χρήση του.

Σήμερα το τσιγάρο, παρότι δε διαφημίζεται ευθέως, κατέχει κυρίαρχη θέση στην καθημερινότητα του Νεοέλληνα, με τη σημαντική βοήθεια του δημοφιλέστερου μέσου: της τηλεόρασης. (Αντωνιάδη Κ. 2009) Σε πείσμα της απαγόρευσης της διαφήμισης των τσιγάρων, οι καπνοβιομηχανίες «πληρώνουν» παραγωγούς ταινιών, προκειμένου να προβάλλουν τα προϊόντα τους στις ταινίες, υποστηρίζουν οι επιστήμονες του Dartmouth -Hitchcock Medical Centre in Lebanon στο Νιου Χάμψαϊρ στη μελέτη τους, η οποία δημοσιεύεται στη βρετανική επιθεώρηση The Lancet. Οι ερευνητές συνέλεξαν στοιχεία για τις 250 πιο εμπορικές ταινίες από το 1988 έως το 1997 και αποφάνθηκαν ότι στο 85% αυτών οι ήρωες κάπνιζαν, ενώ στο 28% εμφανιζόταν και συγκεκριμένη μάρκα. Οι μάρκες των τσιγάρων παρουσιάζονταν ως επί το πλείστον σε ταινίες που απευθύνονταν σε ενήλικους, ενώ δεν ήταν λίγες αυτές που στόχευαν σε παιδιά.

Σύμφωνα με την έρευνα, τέσσερις αμερικανικές μάρκες τσιγάρων εμφανίζονταν στο 80% των ταινιών όπου κάπνιζε ο πρωταγωνιστής. Οι επιστήμονες κατέληξαν "Η έρευνα έδειξε πως το κάπνισμα στην οθόνη, ιδίως από προσφιλείς ηθοποιούς, επηρεάζει άμεσα τους εφήβους και τη συμπεριφορά των νέων απέναντι στο τσιγάρο". (U.S. Department of Health and Human Services. 2006). Μερικοί νέοι ξεκινούν ή και συνεχίζουν το κάπνισμα επειδή θέλουν να μοιάσουν σε διάσημες προσωπικότητες που προβάλλουν μέσω της τηλεόρασης την εικόνα ότι με το κάπνισμα είναι πιο άνετοι, ωραίοι και επιτυχημένοι. Στην τηλεόραση ο άντρας που καπνίζει είναι συνήθως αυτός που πετυχαίνει και είναι ικανός, έχει κατακτήσεις στο αντίθετο φύλο. Σε ότι αφορά το γυναικείο πληθυσμό, στην ταινία η γυναίκα που καπνίζει είναι αυτή που ξέρει τι ζητάει από τη ζωή και είναι δυναμική και σίγουρη για τον εαυτό της. Αυτά τα πρότυπα οδηγούν στο να διαμορφώνονται εικόνες σε ότι αφορά τη φιγούρα του καπνιστή. (Στεργιοπούλου Ε)

Σε πρόσφατη ανακοίνωση του Πανεπιστημίου Κρήτης (Κ. Βαρδαβάς και συνεργάτες) αποδεικνύεται ότι κάθε μαθητής της πόλης του Ηρακλείου εκτίθεται

κατά μέσο όρο σε 108 γιγαντοαφίσες που διαφημίζουν τσιγάρο και κάπνισμα κατά την καθημερινή μετάβασή του από το σπίτι στο σχολείο και αντίστροφα. Υπάρχουν δεκάδες σημεία πώλησης και διαφήμισης καπνού στο δήμο Ηρακλείου σε αρκετούς χώρους.

Πρώτη φορά γίνεται παγκοσμίως με τη μέθοδο αυτή στο Ηράκλειο και σε σχέση με άλλες χώρες όπου πραγματοποιείται έχουμε το μεγαλύτερο αριθμό διαφημίσεων ακόμα και αν πάρουμε υπόψη πόσο πυκνοκατοικημένη είναι η κάθε περιοχή έχουμε κατά μέσο όρο 17 σημεία πώλησης και διαφήμισης τσιγάρων μέσα σε ακτίνα 300μ. από την πύλη του κάθε σχολείου με το 32% όλων των σημείων αυτών να φαίνονται και από την πύλη. Σε κάθε σημείο πώλησης υπήρχαν μέχρι και 25 ξεχωριστές διαφημίσεις από τις οποίες το 80% βρίσκονται κάτω από το ύψος ενός παιδιού.

Αντίστοιχες μελέτες που ακολούθησαν στη Βοστώνη και την Κύπρο, έδειξαν ότι στο Ηράκλειο τα σημεία πώλησης και διαφήμισης καπνού είναι πολλαπλάσια συγκριτικά με τις άλλες περιοχές και πολύ περισσότερα ακόμη και από φτωχογειτονίες της Βοστόνης. Όλες οι μελέτες δείχνουν τον καθοριστικό ρόλο που παίζει η διαφήμιση του καπνού για να αρχίσουν το τσιγάρο τα νέα παιδιά. Το ενδιαφέρον τους αυξάνεται περισσότερο από 200%. (Βαρδαβάς Κ. 2008)

1.4.5. Άλλοι παράγοντες

Ο έλεγχος βάρους είναι ο λιγότερο σημαντικός λόγος για κάπνισμα. Έτσι οι καπνιστές αποδίδουν το κάπνισμα σε εσωτερικούς κυρίως παράγοντες.

- Ερεθισμός: Η συνήθεια του καπνίσματος από τους εφήβους είναι λόγω του ότι τους αρέσει η γεύση, η μυρωδιά και η αίσθηση του καπνίσματος.

- Αισθηματικοί λόγοι: Λόγοι που συνεχίζουν οι έφηβοι (κυρίως) να καπνίζουν είναι: η αυτοεκτίμηση, η κοινωνική στήριξη, η κοινωνική αποδοχή και η επαναστατικότητα. Αλλά και για ευχαρίστηση και μείωση των αρνητικών συναισθημάτων. Ο Jenks (1992) βρήκε ότι οι καπνιστές αναφέρουν την ψυχολογική εξάρτηση ως κύριο λόγο καπνίσματος, ακολουθούμενη από τη χαλάρωση και την επιθυμία-αρέσκεια.

- Χαλάρωση: Έρευνες έδειξαν ότι οι καπνιστές θεωρούν το κάπνισμα ως ηρεμιστικό. Το ίδιο αναφέρουν και οι Mates και Allison (1992) για τους εφήβους.

- Η συνήθεια: Άλλος παράγοντας είναι η εξάρτηση της συμπεριφοράς, στηρίζεται στο γεγονός ότι η επανάληψη μιας κίνησης πολλές φορές καταλήγει στο να γίνεται με τρόπο αυτόματο. Το κάπνισμα ενός τσιγάρου απαιτεί μια σειρά κινήσεων, επαναλαμβανόμενες μέχρι και 15.000 φορές το χρόνο καταλήγουν στο να γίνονται αυτόματα.

Η αυτόματη αυτή συμπεριφορά πολύ συχνά συσχετίζεται και με άλλες δραστηριότητες όπως το πρώτο τσιγάρο το πρωί, το τσιγάρο με τον καφέ, το τσιγάρο με τους φίλους. Έτσι, όταν συμβαίνουν καταστάσεις με τις οποίες ο καπνιστής έχει συνδυάσει το άναμμα του τσιγάρου, ο καπνιστής ανάβει τσιγάρο ασχέτως αν έχει ανάγκη για νικοτίνη εκείνη τη στιγμή. (Ιατρον. 2004)

1.5. Επιπτώσεις του καπνίσματος

Η συνήθεια του καπνίσματος διαμορφώνεται και αναπτύσσεται μέσα από συμπλοκές αλληλεπιδράσεις, από τη μια πλευρά ανάμεσα σε ατομικούς, βιολογικούς και ψυχολογικούς παράγοντες και στο κοινωνικό περιβάλλον από την άλλη. Η προληπτική παρέμβαση μπορεί να δράσει σε διάφορες φάσεις κατά την ανάπτυξη της συνήθειας, αρκεί να ανταποκρίνεται κάθε φορά στις ιδιαιτερότητες της συγκεκριμένης φάσης. Χρειάζεται λοιπόν να διερευνηθεί η διαδρομή που ακολουθεί η ανάπτυξη της συνήθειας του καπνίσματος, έτσι ώστε να εντοπιστούν οι κρίσιμες περίοδοι στις οποίες θα πρέπει να αντιστοιχεί η παρέμβαση. Τέσσερα είναι τα κρίσιμα στάδια μέσα από τα οποία το κάπνισμα εξελίσσεται σε αναπόσπαστο κομμάτι της συμπεριφοράς: α) η προετοιμασία β) η μύηση και ο πειραματισμός γ) το πέρασμα από την περιστασιακή στη συστηματική χρήση και δ) την τελική φάση της συστηματικής χρήσης και της εξάρτησης.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (Π.Ο.Υ.) και άλλα συλλογικά επιστημονικά όργανα αναφέρουν ότι τα νοσήματα που συνδέονται με το κάπνισμα αποτελούν την κυριότερη αιτία για την κακή υγεία και τους πρόωρους θανάτους στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Ο έλεγχος του καπνίσματος θα μπορούσε να συντελέσει ουσιαστικά σε μια καλύτερη και μακρύτερη ζωή, περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη ενέργεια στον τομέα της προληπτικής ιατρικής. Στην Ελλάδα κάθε χρόνο σημειώνονται 75.000-80.000 θάνατοι από τους οποίους 7.500 (ποσοστό 10%) αποδίδονται στο κάπνισμα. Ήδη από το 18ο αιώνα διατυπώθηκαν οι πρώτες υποψίες ότι το κάπνισμα μπορεί να συμμετέχει στην αιτιολογία διαφόρων νοσημάτων. Από το

1940 και μετά, πολλές μελέτες σε διάφορες χώρες τεκμηρίωσαν τη σχέση του καπνίσματος με μεγάλο αριθμό νοσημάτων. (Τριχόπουλος Δ., Τριχοπούλου Α. 1986)

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας εκτιμά ότι το ένα τρίτο του παγκόσμιου ενήλικου πληθυσμού, δηλ. 1,1 δισεκατομμύρια άνθρωποι, είναι καπνιστές και ότι ο καπνός προκαλεί 3,5 εκατομμύρια θανάτους ετησίως σε παγκόσμιο επίπεδο. Ποσοστό που ισοδυναμεί με 10.000 θανάτους την ημέρα από ασθένειες που σχετίζονται με το κάπνισμα, ενώ οι οφειλόμενοι στο κάπνισμα θάνατοι είναι περισσότεροι από το άθροισμα των θανάτων από τα πυροβόλα όπλα, τα ναρκωτικά, τις αυτοκτονίες, το AIDS και τα αυτοκινητιστικά ατυχήματα. Με τον τρέχοντα ρυθμό εξέλιξης, μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 2020, οι θάνατοι θα έχουν αυξηθεί σε περίπου 10 εκατομμύρια ετησίως. (MEINE ΔΥΝΑΤΟΣ-Be STRONG. 2014)

Το κάπνισμα αρχικά θεωρήθηκε αθώο και για πολλά χρόνια θεωρούταν σύμβολο και σήμα ανδρισμού και ανεξαρτησίας και στη συνέχεια παθών άνευ ορίων στα χείλη και στα χέρια «μοιραίων» γυναικών.

Το κάπνισμα έχει ενοχοποιηθεί για την πρόκληση τουλάχιστον 25 απειλητικών για τη ζωή ασθενειών ή ομάδες ασθενειών και θεωρείται ένοχο και για 8 από τις 16 κύριες αιτίες θανάτου ανθρώπων ηλικίας άνω των 65 ετών. Επιπλέον θεωρείται υπεύθυνο για την αύξηση της συχνότητας και της θνησιμότητας των παρακάτω νοσημάτων:

- Στεφανιαία νόσο
- Καρκίνο του πνεύμονα (αλλά και άλλων ειδών καρκίνου όπως φάρυγγα, λάρυγγα κ.α)
- Χρόνιες αποφρακτικές πνευμονοπάθειες
- Και αγγειακές παθήσεις του εγκεφάλου
- Επιπλέον σημαντικές επιπτώσεις έχουν παρατηρηθεί στις επιπλοκές της κύησης και στην βρεφική θνησιμότητα

Συμπερασματικά όσον αφορά τις συνέπειες του καπνίσματος ο κίνδυνος εμφάνισης διαφόρων νόσων αυξάνεται:

- Από την μικρή ηλικία έναρξης του καπνίσματος
- Από τη συνολική διάρκεια του καπνίσματος

- Από τη μέση κατανάλωση των τσιγάρων

Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι για ένα άτομο ηλικίας 25 ετών, η κατανάλωση ενός πακέτου τσιγάρων την ημέρα θα μειώσει το προσδόκιμο ζωής κατά 4,6 έτη, ενώ σε έναν καπνιστή 2 πακέτων την ημέρα, το προσδόκιμο επιβίωσης θα μειωθεί κατά 8.3 έτη.

Έναρξη του καπνίσματος σε ηλικία 15 ετών μειώνει κατά μέσο όρο το προσδόκιμο ζωής κατά 8 έτη, ενώ έναρξη σε ηλικία άνω των 25 ετών, επιφέρει μείωση του προσδόκιμου ζωής κατά 4 έτη. (National Health Promotion and Disease Prevention Objectives. 2000)

Το κάπνισμα έχει αναφερθεί ότι ευθύνεται για :

1. Καρκίνο

Το κάπνισμα ευθύνεται για:

- Το 70 - 90% των θανάτων από καρκίνο του πνεύμονα.
- Το 75 - 85% των θανάτων από καρκίνο του λάρυγγα.
- Το 50 - 75% των θανάτων από καρκίνο στόματος, φάρυγγα και οισοφάγου.
- Το 30 - 50% των θανάτων από καρκίνο της ουροδόχου κύστης και των νεφρών.
- Το 20 - 25% των θανάτων από καρκίνο του παγκρέατος, του στομάχου και μικρότερα ποσοστά άλλων καρκίνων.

Ένας καπνιστής έχει πολύ μεγαλύτερη πιθανότητα εμφάνισης καρκίνου του πνεύμονα από έναν μη καπνιστή. Συγκεκριμένα ο άντρας καπνιστής έχει 23,3 φορές μεγαλύτερη πιθανότητα εμφάνισης του καρκίνου και η γυναίκα 12,7 φορές μεγαλύτερη πιθανότητα από έναν μη καπνιστή.

2. Χρόνιες πνευμονοπάθειες

Η χρόνια αποφρακτική πνευμονοπάθεια (Χ.Α.Π.) οφείλεται κατά μεγάλο ποσοστό στο κάπνισμα, περίπου το 80-85% των κρουσμάτων από χρόνιες αποφρακτικές πνευμονοπάθειες όπως χρόνια βρογχίτιδα, άσθμα, πνευμονικό εμφύσημα κ.α. Οι καπνιστές μισού, ενός, δύο ή άνω των δύο πακέτων τσιγάρων την ημέρα, έχουν αντίστοιχα 5, 10, 15 και 20 φορές μεγαλύτερο κίνδυνο θανάτου από

χρόνιες αποφρακτικές πνευμονοπάθειες σε σύγκριση με τους μη καπνιστές. Οι μη καπνιστές που εκτίθενται παθητικά στο κάπνισμα και ιδίως τα παιδιά, αντιμετωπίζουν επίσης σημαντικά υψηλότερο κίνδυνο προσβολής από χρόνιες πνευμονοπάθειες σε σχέση με τους μη καπνιστές. (National Health Promotion and Disease Prevention Objectives. 2000)

3. Επίδραση στην κύηση

Κατά τη διάρκεια της κύησης είτε εκτεθεί μια γυναίκα παθητικά είτε ενεργητικά στο κάπνισμα έχει μεγάλες πιθανότητες να έχει επίπτωση στο έμβρυο. Οι κυριότερες επιπτώσεις του καπνίσματος πάνω στο έμβρυο είναι:

- Το χαμηλό βάρος γέννησης, το οποίο εμφανίζεται σε συχνότητα διπλάσια από ότι στις κύσεις μητέρων μη καπνιστριών.
- Η αύξηση του κινδύνου πρόκλησης εμβρυϊκού θανάτου.
- Η αύξηση του κινδύνου αυτόματης αποβολής του εμβρύου.
- Η αυξημένη πιθανότητα εμφάνισης πνευματικής καθυστέρησης.
- Η αύξηση της συχνότητας εμφάνισης εγκεφαλικής παράλυσης.
- Η αύξηση της συχνότητας κρουσμάτων επιληψίας, διεγερσιμότητας κ.λπ.
- Η συνολική αύξηση της βρεφικής θνησιμότητας κατά 60. (National Health Promotion and Disease Prevention Objectives. 2000)

4. Επίδραση στη σεξουαλική ζωή και αναπαραγωγή

Το κάπνισμα μπορεί να επηρεάσει τη σεξουαλική λειτουργία κυρίως των αντρών όπως και να μειώσει την ποσότητα αλλά και την κινητικότητα του σπέρματος. Ο κίνδυνος ανικανότητας στους άντρες ανέρχεται σε ποσοστό 50% λόγω καπνίσματος. Επιπλέον μπορεί να επηρεάσει τη γονιμότητα γυναικών και ανδρών. Η γονιμότητα των γυναικών που καπνίζουν μπορεί να μειωθεί κατά 28% σε σύγκριση με των μη καπνιστών και έχει παρατηρηθεί πρόωρη έναρξη της εμμηνόπαυσης στις καπνίστριες.

5. Επίδραση στην εμφάνιση

Το κάπνισμα μπορεί να επηρεάσει σοβαρά εσωτερικά τον οργανισμό αλλά και εξωτερικά. Ένας καπνιστής έχει πολλές αλλαγές στην εμφάνιση του με αλλοιώσεις στα δόντια, το δέρμα, το ατομικό βάρος και τη μορφή.

6. Επίδραση στο δέρμα

Το κάπνισμα επηρεάζει το δέρμα με δύο τρόπους. Ο πρώτος τρόπος επηρεάζει ενεργητικούς και παθητικούς καπνιστές. Ένα περιβάλλον με καπνό είναι αρκετά ξηρό για την επιδερμίδα, γιατί μειώνει την ροή του αίματος προς το δέρμα, περιορίζοντας το οξυγόνο με αποτέλεσμα να του στερεί τις θρεπτικές ουσίες. Ο άλλος τρόπος έχει επίδραση μόνο στους καπνιστές, δημιουργεί ρυτίδες γύρω από τα μάτια και τα χείλη, προκαλεί αποχρωματισμό στο δέρμα στα δάχτυλα (κιτρινίλα) και «κιτρινίζει τα δόντια».

7. Επίδραση στο σωματικό βάρος

Έχει διαπιστωθεί ότι το κάπνισμα αυξάνει το μεταβολισμό, πιθανόν γιατί η νικοτίνη δρα ως κατασταλτικό της όρεξης. Άνθρωποι που καπνίζουν φαίνεται να συγκρατούν μεγαλύτερες ποσότητες λίπους στο σώμα τους, οδηγούμενοι σε αυξημένο κίνδυνο για διαβήτη, καρδιοαγγειακά νοσήματα, υψηλή πίεση, προβλήματα χοληδόχου κύστης και καρκίνο της μήτρας.

Το κάπνισμα είναι η αιτία τουλάχιστον 50.000 πρόωρων θανάτων κάθε χρόνο. Μερικά νοσήματα που σχετίζονται με το κάπνισμα και οδήγησαν σε πρόωρους θανάτους είναι η καρδιοπάθεια, η χρόνια βρογχίτιδα, το εμφύσημα, ο καρκίνος του πνεύμονα, ο καρκίνος του στόματος, ο καρκίνος του λάρυγγα, ο καρκίνος της ουροδόχου κύστης. (MEINE ΔΥΝΑΤΟΣ-Be STRONG. 2014)

Σε κάθε χίλιους εφήβους που καπνίζουν :

- 6 θα πεθάνουν σε αυτοκινητιστικό ατύχημα.
 - 250 θα πεθάνουν νωρίτερα απ' ό,τι θα έπρεπε λόγω καπνίσματος.
- (Ιατρονετ. 2004)

Τα προβλήματα υγείας που δημιουργεί το κάπνισμα είναι πολλά. Μερικά από αυτά ο καπνιστής τα διαπιστώνει και τα βιώνει καθημερινά. Άλλα κτίζονται σταδιακά και τα αποτελέσματα εμφανίζονται σαν τη κορυφή του παγόβουνου, πολύ αργότερα στη ζωή του.

Ειδικότερα, το στόμα του καπνιστή μυρίζει άσχημα, τα δόντια αποχρωματίζονται και καταστρέφονται γρήγορα. Εξασθενεί η όσφρηση και η γεύση.

Επηρεάζονται οι φωνητικές χορδές και εμφανίζονται συχνά λαρυγγίτιδες και φαρυγγίτιδες. Ο πονόλαιμος είναι κάτι σχεδόν καθημερινό στον καπνιστή.

Στις παθήσεις των πνευμόνων, αναφέρουμε απλά ασθένειες που σχετίζονται με το τσιγάρο όπως τον καρκίνο, τη χρόνια αποφρακτική πνευμονοπάθεια, το πνευμονικό εμφύσημα, την καταστροφή των κυψελίδων, την ελάττωση της πνευμονικής χωρητικότητας.

Στις παθήσεις της καρδιάς και του κυκλοφοριακού συστήματος αναφέρονται η στεφανιαία νόσος (στηθάγχη), η ισχαιμική καρδιοπάθεια, το έμφραγμα του μυοκαρδίου, η υπέρταση, οι διαταραχές αιματώσεως των κάτω άκρων, (ιδίως η ευθραυστότητα των τριχοειδών), η ελάττωση της οξυγόνωσης των κυττάρων, η βαλβιδοπάθεια και η αρτηριοσκλήρυνση.

Στις παθήσεις του στομάχου και του δωδεκαδακτύλου, η γαστρίτιδα και το έλκος. Οι ξινίλες και οι καούρες είναι συχνές, ενώ το έντερο προσαρμόζεται ώστε να λειτουργεί μόνο με καφέ και τσιγάρο.

Το κάπνισμα συμβάλλει στις διαταραχές εμμήνου ρύσεως, την ψυχρότητα και τη μείωση της σεξουαλικής δραστηριότητας, αυξάνει την ανδρική ανικανότητα, συμβάλλει στη μείωση της παραγωγής ορμονών - οιστρογόνων, αυξάνει τις πιθανότητες οστεοπόρωσης κατά την εμμηνόπαυση, αυξάνει τις πιθανότητες αποβολής κατά την εγκυμοσύνη.

Περιγράφονται επίσης σοβαρές επιπτώσεις στο Ανοσολογικό (αμυντικό) σύστημα, με άμεση συνέπεια μεγαλύτερες πιθανότητες ασθένειας από οποιοδήποτε λοιμώδες νόσημα, αλλεργικό νόσημα ή δερματική πάθηση (ελαττώνεται η χημειοταξία των ουδετερόφιλων κυττάρων του αίματος με ταυτόχρονη ελάττωση της αμυντικής ικανότητας του οργανισμού). Σήμερα θεωρείται βέβαιο ότι το κάπνισμα επιδεινώνει τα συμπτώματα μιας υπάρχουσας ασθένειας μειώνοντας τη δραστηριότητα της φαρμακευτικής αγωγής και τελικά την ποιότητα ζωής και το προσδόκιμο επιβίωσης των ασθενών.

1,6 Ανακεφαλαίωση

Εν κατακλείδι, το κάπνισμα έχει συσχετισθεί κυρίως με τρεις κατηγορίες νοσημάτων: τα καρδιαγγειακά νοσήματα, τον καρκίνο (πνεύμονα, λάρυγγα,

ουροδόχου κύστης) και τις χρόνιες αποφρακτικές πνευμονοπάθειες (χρόνια βρογχίτιδα και πνευμονικό εμφύσημα).

Όμως, οι συνέπειες του καπνίσματος δεν σταματούν σ' αυτούς που καπνίζουν. Γι' αυτό, η επιστήμη και το κράτος βρέθηκαν υποχρεωμένοι, παράλληλα με την προστασία των καταναλωτών καπνού, να προστατέψουν και αυτούς που δεν καπνίζουν αλλά υφίστανται παρόμοιες συνέπειες με τους καπνιστές. Έχει διαπιστωθεί ότι στο αίμα, στο σάλιο, στα ούρα των παιδιών, στα έμβρυα στην κοιλιά της μάνας και στο γάλα των γυναικών που θηλάζουν, βρέθηκαν ορισμένα υποπροϊόντα καπνού. Ειδικά για τα βρέφη γυναικών που καπνίζουν, αναφέρονται αυξημένα ποσοστά αιφνίδιων θανάτων, συγγενών ανωμαλιών, μειωμένο βάρος, διαταραχές ψυχοσωματικής ανάπτυξης, νοητικές διαταραχές, καθυστέρηση ομιλίας. (Καράβης Μ. 2006)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΩΣ ΜΜΕ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ

2.1. Εισαγωγή

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, η έξαρση χρήσης των ηλεκτρονικών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ανασύρει διαυγέστερα στην επιφάνεια γνωσιολογικά και ηθικά ζητήματα, τα οποία μέχρι πρότινος δεν γίνονταν αντιληπτά, μολονότι προϋπήρχαν. Τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ δρουν ως εμφατικοί παράγοντες της ανθρώπινης κοινωνίας, αλλά και της ατομικής ιδιαιτερότητας του κάθε πολίτη. Παρόλα αυτά, τα σύγχρονα ΜΜΕ και μόνο αυτά δεν μπορούν να αποτελέσουν τη ρίζα των σημαντικότερων προβλημάτων μας.

Ωστόσο, επειδή ακριβώς δρουν ως παράγοντες που δίνουν έμφαση στο όποιο πρόβλημα, επιδεινώνοντας το, αλλά και στο «καλό» παρουσιάζοντας το καλύτερο, μας φέρνουν ενώπιον των ευθυνών μας. Σήμερα, δε διαθέτουμε την πολυτέλεια να αγνοήσουμε προβλήματα που παλιότερα δε μπορούσαν να μας αγγίξουν. Ο ηλεκτρονικός τρόπος επικοινωνίας απλώνεται πλέον σε ποικίλους τομείς της ζωής, στην ψυχαγωγία, στην καθημερινή πρακτική και εργασία, οδηγώντας μας να προβληματιζόμαστε για ζητήματα που άλλοτε δε μας απασχολούσαν. (Αντωνίου ΑΣ, Πέρρος Π. 2008)

Η τόσο ραγδαία διάδοση των ηλεκτρονικών ΜΜΕ λειτουργεί ως καταλύτης που μπορεί εύκολα να άρει την απροθυμία συλλογισμού πάνω σε ένα ευρέως προβαλλόμενο πρόβλημα ή φαινόμενο. Επομένως, ο εμφατικός ρόλος των ΜΜΕ, μολονότι τις περισσότερες φορές δεν αλλοιώνει την αξιολογική ουσία ενέα πραγματικότητα, ένα νέο πλαίσιο ιδεών, αντιλήψεων, προτύπων και τρόπων ζωής.

Κατά τη διάρκεια του Μεσοπολέμου το κάπνισμα αναδείχθηκε σε σύμβολο της γυναικείας χειραφέτησης, με τις καπνοβιομηχανίες να το αποκαλούν «πυρσό ελευθερίας» και να δημιουργούν διαφημίσεις ειδικά για γυναίκες. Γνωστοί και δημοφιλείς ηθοποιοί, σπουδαίοι καλλιτέχνες, πολιτικοί και μεγάλες προσωπικότητες ταύτισαν την εικόνα τους με το τσιγάρο. Ο ήρωας της καθημερινής τηλεοπτικής σειράς καπνίζει. Το ίδιο και οι κολητοί του. Ο πρωταγωνιστής της νέας χολιγουντιανής υπερπαραγωγής πρέπει να ανάψει τσιγάρο πριν πάρει μια σημαντική απόφαση. Στη στάση του λεωφορείου φιγουράρει η διαφήμιση μιας καλλίγραμμης

νεαρής που ρεμβάζει ανέμελα με ένα τσιγαράκι στο χέρι. Στις πρώτες σελίδες του life style περιοδικού η ντίβα της νυχτερινής πίστας φωτογραφίζεται με μισάνοιχτα χείλη, από τα οποία κρέμεται ένα τσιγάρο. Η έμμεση αυτή διαφήμιση των προϊόντων καπνού, η «γκρίζα» διαφήμιση του τσιγάρου, βομβαρδίζει το κοινό εκμεταλλευόμενη οποιοδήποτε παρεχόμενο μέσο. (Μουντοκαλάκης ΘΔ. 2004)

Στο παρελθόν το τσιγάρο προβαλλόταν ανεμπόδιστα από τα Μέσα, διαφημίζοντας με τρόπο χαλαρό και ελκυστικό την ευτυχία, την επιτυχία, την ομορφιά. Πολλές παλιές ταινίες του ξένου αλλά και του ελληνικού κινηματογράφου χαρακτηρίζονται από σκληρούς ήρωες και «καπάτσες» γυναίκες που πίνουν και καπνίζουν. Πολλοί γνωστοί «σuar» του ελληνικού κινηματογράφου εμφανίζονται να καπνίζουν σε ταινίες, σε διαφημίσεις ακόμα και στην καθημερινή τους ζωή προβάλλοντας έμμεσα ή άμεσα το τσιγάρο.



2.2. Τηλεόραση και έγγραφος τύπος

Η άμεση διαφήμιση τσιγάρων, όπως η διαφήμιση στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο και τα περιοδικά, έχει σταματήσει διεθνώς -και στην Ελλάδα- διά νόμου.

Το 1987, έπειτα από κοινοτική οδηγία, απαγορεύθηκε η διαφήμιση τσιγάρων από την τηλεόραση και στη χώρα μας. Θεωρητικά υπήρξε ένα πολύ θετικό μέτρο. Η αποτελεσματικότητά του, όμως, εξουδετερώθηκε από το γεγονός ότι το κάπνισμα εξακολουθεί να προβάλλεται συστηματικά από το κανονικό πρόγραμμα των τηλεοπτικών σταθμών. Οι επικοινωνιολόγοι γνωρίζουν πολύ καλά ότι η έμμεση

διαφήμιση (η καλούμενη «γκρίζα») έχει μεγαλύτερη διεισδυτικότητα από όσο η άμεση.

Στις περισσότερες τηλεοπτικές σειρές οι ηθοποιοί καπνίζουν, ακόμα και όταν το κάπνισμα δε δικαιολογείται από το σενάριο. Θα μπορούσε, δηλαδή, να κατανοήσει κάποιος τους λόγους για τους οποίους καπνίζει ένας ιδιωτικός ντετέκτιβ σε ένα φιλμ νουάρ ή ένας χρεοκοπημένος έμπορος σε μια κοινωνική ταινία, αλλά είναι τελείως ακατανόητοι οι λόγοι που οδηγούν τους σεναριογράφους ή τους σκηνοθέτες να βάζουν τους ηθοποιούς να καπνίζουν σε μια συνηθισμένη οικογενειακή σειρά. Μερικές φορές, μάλιστα, ο ηθοποιός καπνίζει τόσο θεριακλήδικα, ώστε να δημιουργείται στον θεατή η υποψία ότι το κάνει αυτό με δική του πρωτοβουλία, επειδή απλούστατα δε μπορεί να στερηθεί το τσιγάρο ούτε κατά τη διάρκεια του γυρίσματος. (Μουντοκαλάκης ΘΔ. 2004)

Σήμερα, όλα τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν μεταφέρει την οδηγία στο εθνικό τους Δίκαιο και η διαφήμιση τσιγάρων στην τηλεόραση και τον Τύπο, που απευθύνεται στο ευρύ κοινό, έχει, τυπικά, εξαφανιστεί. Τυπικά. Γιατί στην ουσία το τσιγάρο υπάρχει παντού: στην τηλεόραση, στα περιοδικά, στο δρόμο, στην καθημερινότητά μας.

Όσο πιστά κι αν εφαρμόζονται οι νόμοι, οι καπνοβιομηχανίες και οι διαφημιστές όλο και κάτι θα σκεφτούν για να περάσουν το δικό τους. Ο δειγματισμός, για παράδειγμα, δηλαδή η δωρεάν προσφορά τσιγάρων μέσω promoters σε χώρους όπου συχνάζει νεολαία, κερδίζει ολοένα έδαφος και εξελίσσεται σε νούμερο ένα μορφή άμεσης διαφήμισης.

Σήμερα το τσιγάρο, παρότι δε διαφημίζεται ευθέως, κατέχει κυρίαρχη θέση στην καθημερινότητα του νεοέλληνα, με τη σημαντική βοήθεια του δημοφιλέστερου μέσου: της τηλεόρασης.

Στις περισσότερες σειρές εγχώριας παραγωγής οι πρωταγωνιστές ανάβουν τσιγάρο με κάθε ευκαιρία: στην ερωτική απογοήτευση, στις σκηνές που γυρίζουν μέσα σε νυχτερινά μαγαζιά, συνοδεύοντας το ποτό τους ή μια βόλτα στην ακροθαλασσιά, στο αυτοκίνητο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Το τσιγάρο εμφανίζεται ακόμα και σε περιπτώσεις που η παρουσία του εμφανώς δεν προωθεί την εξέλιξη του σεναρίου ή τη σκιαγράφηση του χαρακτήρα του ήρωα.

Εκ διαμέτρου αντίθετη στάση έχουν κρατήσει εδώ και χρόνια οι εταιρείες παραγωγής στις αμερικανικές σειρές. Οι σεναριογράφοι συμμορφώθηκαν από πολύ νωρίς με τους κρατικούς νόμους, εξορίζοντας το τσιγάρο από το πλατό τους -ενώ συχνά εφευρίσκουν τρόπους να πολεμήσουν το κάπνισμα, γράφοντας σενάρια προσαρμοσμένα στην πραγματικότητα των Αμερικανών.

Εδώ και χρόνια οι παραγωγοί και οι πρωταγωνιστές δημοφιλών σειρών έχουν εφαρμόσει ουσιαστικά τους προβλεπόμενους νόμους. Άλλωστε, πολύ σπάνια, και ειδικά σε σειρές αγαπητές στο νεανικό κοινό, οι πρωταγωνιστές καπνίζουν. Το τσιγάρο εμφανίζεται μόνο όταν θέλει να καταδείξει αρνητικά συναισθήματα και τη δύσκολη ψυχολογική κατάσταση των ηθοποιών.(Αντωνιάδη Κ. 2009)

Είναι γεγονός πως οι έφηβοι ξοδεύουν πολύ από τον ελεύθερο χρόνο τους πηγαίνοντας κινηματογράφο, παρακολουθώντας ταινίες στην τηλεόραση καθώς και διαβάζοντας περιοδικά ή εφημερίδες. Η έκθεση σε εικόνες, σκίτσα ή σκηνές με καπνιστικό περιεχόμενο φαίνεται να έχει θετική επίδραση στην καπνιστική συμπεριφορά των εφήβων. Τα τηλεοπτικά προγράμματα παρουσιάζουν μικρό ποσοστό απεικόνισης προϊόντων καπνού ή συστηματικού καπνίσματος. Υπολογίζεται ότι οι έφηβοι επηρεάζονται 3 φορές περισσότερο σε σχέση με τους ενήλικες στην έναρξη του καπνίσματος λόγω της προβολής των προϊόντων καπνού από τις ταινίες ή τον κινηματογράφο.

Έρευνα του Αντωνιάδη Κ. το 2009 έδειξε ότι σε σύνολο 20 ταινιών υψηλής τηλεθέασης στην τηλεόραση, το κοινό είχε εκτεθεί σε καπνιστικό περιεχόμενο κατά μέσο όρο 5 λεπτά, ενώ τα αντικαπνιστικά μηνύματα περιορίζονταν στα 43 δευτερόλεπτα. Περιοδικά που απευθύνονται στη νεολαία συμβάλλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση του χαρακτήρα των νέων καθώς και στην προβολή προτύπων. Περιοδικά με περιεχόμενο μόδας και life -style φαίνεται να υιοθετούν την προβολή τους μέσω καλλίγραμμων μοντέλων ή προσωπικοτήτων που καπνίζουν.

Όλα τα παραπάνω αναφέρονται και στην έρευνα των Page et al, το 2010, οι οποίοι προσπαθούν να δείξουν ότι όπου αναφέρεται πως μερικά από τα υψηλότερα

ποσοστά του καπνίσματος και της κατανάλωσης τσιγάρων στον κόσμο βρίσκονται στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και οι χώρες αυτές παρουσιάζουν υψηλή νοσηρότητα και θνησιμότητα που συνδέονται με το κάπνισμα.

Λαμβάνοντας υπόψη τη δυσκολία και την ανέφικτη μείωση της έκθεσης των εφήβων στο κάπνισμα μέσω των ΜΜΕ, η βασική εκπαίδευση των ΜΜΕ έχει υποστηριχτεί ως συμπληρωματική και ελκυστική στρατηγική δημόσιας υγείας για την άμβλυνση των επιπτώσεων των μηνυμάτων των μέσων ενημέρωσης για το κάπνισμα των εφήβων. Η έμφαση στη διδασκαλία του καπνίσματος των μέσων επικοινωνίας είναι να βοηθήσει τους νέους να αποκτήσουν τις δεξιότητες για να κατανοήσουν, να αναλύσουν και να αξιολογήσουν τη διαφήμιση και άλλα μηνύματα των ΜΜΕ σχετικά με το κάπνισμα. Η απόκτηση αυτών των δεξιοτήτων διευκολύνει την ενεργό επεξεργασία και κριτική σκέψη από αυτά τα μηνύματα και δεν παραμένουν παθητικοί στόχοι των μηνυμάτων.

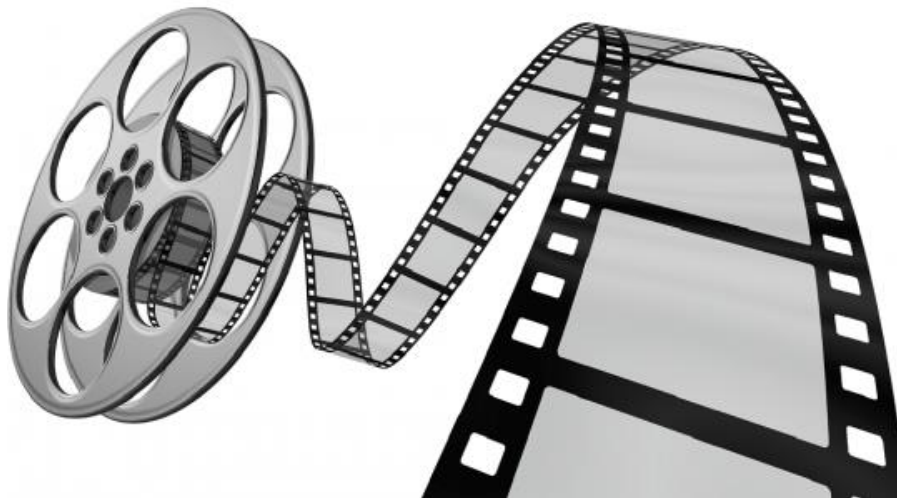
Έτσι, το δυναμικό των μέσων ενημέρωσης είναι η πρόληψη και η μείωση των επιβλαβών για την υγεία συμπεριφορών, συμπεριλαμβανομένου του καπνίσματος που προωθείται μέσω των μέσων ενημέρωσης.

Η παιδεία μέσων επικοινωνίας αποτελεί μια πολλά υποσχόμενη οδό για τις προσπάθειες προώθησης της υγείας, που έχουν σχεδιαστεί για να επηρεάσουν το κάπνισμα στη νεολαία. Ωστόσο, ενώ οι προσπάθειες επιταχύνονται, μέχρι σήμερα υπήρξε περιορισμένη έρευνα σε αυτόν τον τομέα. Η παιδεία μέσων επικοινωνίας έχει τη δυνατότητα να είναι αποτελεσματική σε χώρες της Κεντρικής Ευρώπης που αντιμετωπίζουν υψηλά ποσοστά καπνίσματος, επειδή λαμβάνεται υπόψη το πώς τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζουν τη νεολαία και πώς η νεολαία μπορεί να διαπραγματευτεί ενεργά την έννοια των μηνυμάτων μέσα από ερωτήσεις και προκλητικές υποθέσεις και παραδοχές που παρουσιάζονται στα μέσα ενημέρωσης.

Η παιδεία μέσων επικοινωνίας επικεντρώνεται στην παροχή βοήθειας για να αναπτύξουν οι νέοι δεξιότητες για την καλύτερη λήψη αποφάσεων. Βοηθώντας τους νέους να δημιουργήσουν τη δική τους αντίσταση σε πειστικά μηνύματα μέσω της κατάρτισης στα μέσα ενημέρωσης, μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική γέφυρα για την καλύτερη λήψη αποφάσεων σχετικά με τις συμπεριφορές υγείας. (Page et al, το 2010)

2.3. Κινηματογράφος

Ο κινηματογράφος ή όπως αλλιώς ονομάζεται σινεμά είναι η αποκαλούμενη έβδομη τέχνη. Όπως δηλώνει ο ίδιος ο όρος «κινηματογράφος» έχει σχέση με την κίνηση και την γραφή. Είναι μία τεχνική καταγραφής της κίνησης και οπτικοποίησής της. (<https://el.wikipedia.org/>). Κινηματογράφος είναι η οπτικοακουστική τέχνη, η οποία εκφράζεται με την εικόνα, το λόγο, τη μουσική και τους θορύβους και που εκδηλώνεται δια μέσου της ειδικής διαδικασίας που λέγεται μοντάζ. (Διζικιρίκης Γεώργιος)



Η εξέλιξη του κινηματογράφου οφείλεται κατά βάση στην ανακάλυψη, εξέλιξη και διάδοση της φωτογραφίας και μάλιστα αυτό ξεκίνησε με την ανάπτυξη της μεθόδου της διαδοχικής φωτογράφισης, περίπου το 1878, από τον Βρετανό φωτογράφο Edward Muybridge, όπου απεικόνισε τον καλπασμό ενός αλόγου.

Η λέξη «κινηματογράφος» επινοήθηκε από τον Λεόν Μπουλί, και αρχικά σήμαινε την μηχανή που είχε την δυνατότητα να καταγράφει κίνηση. Η αίσθηση της κίνησης που δημιουργείται όταν βλέπουμε μια ταινία βασίζεται στην εκμετάλλευση δυο οπτικών φαινομένων. Το πρώτο φαινόμενο είναι η διατήρηση της οπτικής εικόνας στον εγκέφαλο για ένα κλάσμα του δευτερολέπτου μετά την προβολή της στο φακό του ματιού (persistence of vision). Το δεύτερο φαινόμενο δημιουργεί την ψευδαίσθηση της κίνησης, όταν οι εικόνες διαδέχονται η μία την άλλη (φαινόμενο phi). Τα δύο αυτά φαινόμενα μαζί αποτελούν τη βάση του κινηματογράφου από φυσιολογικής πλευράς, ενώ από την τεχνική υπάρχει ένα φιλμ, που προβάλλει συνεχόμενες εικόνες σε συγκεκριμένο ρυθμό. Αυτός ο ρυθμός είναι συνήθως 16 καρέ

ανά δευτερόλεπτο για τις βουβές ταινίες και 24 για τις ταινίες με ήχο. Η διαφορά αυτή των 8 καρέ εξηγεί και το γεγονός ότι πολλές από τις βουβές ταινίες εμφανίζονται να διαδραματίζονται σε ταχύτερους από τη φυσιολογική κίνηση ρυθμούς, όταν προβάλλονται από σύγχρονες μηχανές προβολής των 24 καρέ ανά δευτερόλεπτο.

Γενικά δε μπορεί να αναδειχθεί ένας και μοναδικός εφευρέτης αν και ο κινηματογράφος θεωρείται εφεύρεση των αδερφών Λουί και Ογκίστ Λυμιέρ επειδή ήταν αυτοί που τον βελτίωσαν, τον καθιέρωσαν και τον έκαναν γνωστό στο ευρύ κοινό.

Η ανάπτυξη της κινηματογραφικής τεχνικής έγινε στα τέλη του 1880 με την εφεύρεση του κινητοσκοπίου από τον Ουίλιαμ Ντίκσον και Τόμας Έντισον. Το κινητοσκόπιο ήταν μια μηχανή προβολής για ένα και μόνο θεατή μέσω μιας οπής. Αργότερα στη Γαλλία οι Αδελφοί Λυμιέρ βασισμένοι στο κινητοσκόπιο, εφηύραν τον κινηματογράφο, μια φορητή κινηματογραφική μηχανή, λήψεως, εκτύπωσης και προβολής του φιλμ. Η επίσημη μέρα που ο κινηματογράφος έκανε την εμφάνιση του με τη σημερινή του μορφή, θεωρείται η 28^η Δεκεμβρίου του 1895. Οι πρώτες ταινίες ήταν πολύ μικρής διάρκειας, μερικών λεπτών, και παρουσίαζαν συνήθως σκηνές καθημερινότητας. Οι πρώτες κινηματογραφικές ταινίες που δεν είχαν σχέση με την καθημερινότητα άλλα έγιναν κάτω από όρους τέχνης έγιναν από τον Ζωρζ Μελιέ, ο οποίος μάλιστα θεωρείται από τους πρώτους σκηνοθέτες. Οι ταινίες του μάλιστα είχαν θέματα επιστημονικής φαντασίας. Ο Ζωρζ Μελιέ είχε ιδιότητες ταχυδακτυλουργού και εισήγαγε τεχνικές οπτικών εφέ στις ταινίες του, ενώ παράλληλα ήταν ο πρώτος που πρόβαλε έγχρωμη ταινία, χρωματίζοντας την με το χέρι.

Μέσα σε ελάχιστα χρόνια και με τις δυνατότητες που αναπτύχθηκαν, ο κινηματογράφος μετασηματίστηκε σε μία δημοφιλή μορφή τέχνης διεθνώς. Εκτιμάται ότι το 1908, στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής υπήρχαν περίπου 10,000 κινηματογράφοι.

Οι πρώτες ταινίες ήταν διάρκειας 10-15 λεπτών αλλά σταδιακά η διάρκεια αυξήθηκε. Επιπλέον αρχικά οι ταινίες δεν είχαν ήχο, «βωβός κινηματογράφος», μετά την ανακάλυψη του φωνογράφου οι ταινίες είχαν μουσική επένδυση αλλά όχι διαλόγους, ενώ σταδιακά κατάφεραν να συγχρονίσουν διαλόγους και ταινία με την

ανακάλυψη μια συσκευής που ονομαζόταν viotaphone και την παρουσίασε η εταιρεία Warner Brothers. Παράλληλα με την προσπάθεια προσθήκης ήχου ξεκίνησαν και οι προσπάθειες προσθήκης χρώματος. Στις πρώτες ταινίες μικρού μήκους τα καρέ χρωματίζονταν με το χέρι, αλλά όσο αυξάνονταν σε διάρκεια οι ταινίες τόσο δυσκολότερο γινόταν. Οι πρώτες συνθετικές μέθοδοι προσθήκης χρώματος έγιναν από την Technicolor και την Kodak, αλλά μειοψηφούσαν μέχρι την τελειοποίηση της σχετικής τεχνολογίας το 1960. (www.pare-dose.net)

Ήταν αρχές του αιώνα που πέρασε, όταν ο Σαρλό (Τσάρλι Τσάπλιν) έκανε εμφάνιση αρειμάνιου καπνιστή στο φιλμ του 1914 “Kid auto taces at Venice”.

Τα χρόνια περνούσαν και οι περισσότεροι σταρ της οθόνης έπαιρναν χιλιάδες δολάρια για να καπνίσουν στα φιλμ, στην προσωπική τους ζωή, ακόμη και στις δημόσιες εμφανίσεις τους. Έτσι οι περισσότεροι απ’ αυτούς πέρασαν στο συλλογικό υποσυνείδητο ως καπνιστές και το κάπνισμα ως μια συνήθεια, ένα πάθος, αν θέλετε, αυτοκαταστροφικό βέβαια, αλλά συμπαθητικό, σέξι, σύμβολο ανδρισμού, επαναστατικότητας, μαγκιάς, ονειροπόλησης και συντροφικότητας.

Η πρώτη αντίδραση από την επιστημονική κοινότητα για την επικινδυνότητα του καπνίσματος θα έρθει στη μέση σχεδόν της δεκαετίας του ’60, εποχή κατά την οποία συναντάμε την Μπριζίτ Μπαρντό και τον Ζαν Πολ Μπελμοντό να καπνίζουν, με αποτέλεσμα το τσιγάρο να γίνει σύμβολο της νουβέλ βαγκ. Από τη δεκαετία του ‘80 και μετά τα πράγματα θα αλλάξουν, καθώς ο κόσμος έχει πια ενημερωθεί για τους κινδύνους του καπνίσματος.

Το Χόλυγουντ στη συνέχεια υποχρεώθηκε να συμμορφωθεί. Έτσι οι ήρωες των φιλμ μπορούσαν να καπνίζουν μόνο για “ιστορικούς λόγους”. Δηλαδή μόνο όταν η ιστορία του φιλμ το απαιτούσε. Μάλιστα το κάπνισμα στα φιλμ έγινε κριτήριο χαρακτηρισμού τους σε “ακατάλληλα”.

Παρ’ όλα αυτά οι νόμοι και οι περιορισμοί δεν κρατήθηκαν από την κινηματογραφική βιομηχανία. Έτσι ακόμη και σήμερα γυρίζονται - τουλάχιστον από το λεγόμενο “ανεξάρτητο σινεμά”- ταινίες με θέμα το κάπνισμα. (Μιχελουδάκης Γ. 2009)



Τουλάχιστον μέχρι και τη δεκαετία του '70, η σχέση μεταξύ τσιγάρου και κινηματογραφικών μύθων ήταν αμφίδρομη και ανταποδοτική. Η καπνοβιομηχανία κέρδιζε πολύτιμη προβολή όταν τα προϊόντα της βρίσκονταν σε προβεβλημένα και ποθητά χείλη, ενώ, από την άλλη, οι σταρ φαίνονταν «κουλ» και ερωτικά διαθέσιμοι μέσα από ένα σύννεφο καπνού. Από τις περισσότερες φωτογραφίες διάσημων ηθοποιών της εποχής των ειδώλων της μεγάλης οθόνης δεν έλειπε το τσιγάρο. (IARC Working Group. 2004)

Οι έφηβοι, οι οποίοι παρακολουθούν κινηματογραφικές και τηλεοπτικές ταινίες με ηθοποιούς να καπνίζουν, είναι πιθανότερο να αρχίσουν και οι ίδιοι να θέλουν να ανάψουν τσιγάρο, σύμφωνα με μια νέα βρετανική επιστημονική έρευνα, που προτείνει να τεθούν νέου τύπου περιορισμοί στα φιλμ, όταν περιέχουν σκηνές καπνίσματος, ώστε να μη συνιστάται η παρακολούθησή τους για νέους κάτω των 18 ετών. (Παναγόπουλος Π. 2005)

Το κοινό στον κινηματογράφο

Το κοινό σε ένα κινηματογράφο είναι ένα ενεργό πλήθος από θεατές και δέκτες μηνυμάτων. Ο κινηματογράφος δεν επιλέγει το κοινό του αλλά το κοινό τον κινηματογράφο. Ο κινηματογράφος απευθύνεται σε όλους, σε οποιοσδήποτε συνθήκες και σε οποιαδήποτε περίοδο. Το κοινό δεν είναι συγκεκριμένο-αποκλειστικό, αλλά συνιστάται κάθε φορά από χαλαρά δομημένες ομάδες. Το κοινό μπορεί να «ενώνει» ο κοινός τόπος διαμονής, μια φίλια ή κοινωνική γνωριμία, μια επαγγελματική σχέση. Αποκλειστικό κοινό δεν μπορεί να θεωρηθεί ούτε η ομάδα φανατικών σινεφίλ. Το κοινό δεν έχει σταθερή δόμηση, στερείται από κοινωνική οργάνωση, από σύστημα κανόνων, από κοινά συναισθήματα, θεσμικούς ρόλους και

ηγεσία. Βέβαια, δε θεωρείται ούτε απρόσωπη μάζα γιατί διατηρεί ένα ποσοστό διαπροσωπικής επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων που το αποτελούν.(Νίκος Κολοβός, Βόλος 1998)

Γενικά η σύνθεση του κοινού χαρακτηρίζεται από:

1. Τάξη

Ο κινηματογράφος είναι για όλες τις κοινωνικές τάξεις και χαρακτηρίζεται από αταξικότητα και μαζικότητα. Η αταξικότητα ευνοεί τον κινηματογράφο γιατί δεν κάνει διακρίσεις στην είσοδο του κοινού με αποτέλεσμα να οδηγεί στην μαζικότητα και να αυξάνει ποσοτικά το μέγεθος του κοινού αλλά όχι πάντα ποιοτικά.

2. Φύλο

Το κοινό δεν έχει συγκεκριμένο φύλο. Σχηματίζεται συνήθως και από τα δύο φύλα ισομερώς, ίσως με κάποια ιδιαίτερη προτίμηση από τις γυναίκες.

3. Ηλικία

Έρευνες έχουν δείξει ότι η νεολαία προτιμά περισσότερο το σινεμά από τις μεγαλύτερες ηλικίες. Σε έρευνα της πολιτείας Iowa των ΗΠΑ, το 1942 παρατηρήθηκαν οι παρακάτω διαβαθμίσεις σε σχέση βασικά με την ηλικία αλλά και το φύλλο.

Πίνακας 2.1

Στατιστικά στοιχεία παρακολούθησης ταινιών

| Ηλικίες | Παρακολούθησαν 5ταινίες/μήνα | | Δεν παρακολούθησαν καμία ταινία | |
|---------|------------------------------|----------|---------------------------------|----------|
| | Άντρες | Γυναίκες | Άντρες | Γυναίκες |
| 15-20 | 31% | 24,9% | 9,2% | 15,6% |
| 21-35 | 11,4% | 7,6% | 32,4% | 35,8% |
| 36-50 | 3,4% | 3,5% | 54,4% | 51,5% |
| 50 άνω | 1,9 | 0,7% | 73,4% | 72,8% |

Σε πολλές έρευνες παρατηρήθηκε το ίδιο μοτίβο. Προτίμηση στο σινεμά δείχνουν οι νεαρότερες ηλικίες. Ο Flichy (1980) υποστήριξε ότι το 55% του κοινού αντιπροσωπεύεται από τους νέους.

4. Εκπαίδευση

Παρ' όλο ότι ο κινηματογράφος είναι μια μορφή τέχνης το κοινό δεν χρειάζεται εξειδικευμένες γνώσεις για την παρακολούθηση του. Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα της Iowa διαπιστώθηκε ότι «Όσα περισσότερα χρόνια πέρασε στο σχολείο ένα πρόσωπο, τόσο συχνότερα βλέπει κινηματογραφικές ταινίες» (Handel, 1950).

Πίνακας 2.2

Στατιστικά στοιχεία παρακολούθησης ταινιών

| | Φορές κατά μήνα | | | | |
|-----------------|-----------------|------|------|------|------------|
| Άνδρες | 0 | 1 | 2-3 | 4-5 | Πάνω από 5 |
| Κολλέγιο | 35,3 | 16,3 | 21,1 | 17 | 10,3 |
| Γυμνάσιο-Λύκειο | 39,9 | 17 | 20,5 | 13 | 9,5 |
| Δημοτικό | 65,4 | 13,1 | 11,4 | 6,8 | 3,3 |
| Γυναίκες | | | | | |
| Κολλέγιο | 36 | 19,1 | 23,8 | 13,7 | 7,5 |
| Γυμνάσιο-Λύκειο | 42,5 | 18,2 | 19,4 | 13,4 | 6,4 |
| Δημοτικό | 66,7 | 13,5 | 10,2 | 7 | 2,5 |

Πηγή Handel 1958 (Iowa Study)

(Νίκος Κολοβός, Βόλος 1998)

Προτιμήσεις κοινού

Σύμφωνα με τον Jarvie 1970 υπάρχουν τρεις θεωρίες που εξηγούν όπως προτιμήσεις του κοινού.

1. Η θεωρία της ταύτισης :Η ικανοποίηση «κερδίζεται» από την ταύτιση με έναν χαρακτήρα.
2. Η θεωρία της φυγής: Ο θεατής παρακολουθεί μια ταινία για να ξεφύγει από την μονοτονία και την καθημερινότητα.
3. Η θεωρία της διασκέδασης: Ο θεατής απλώς επιθυμεί να διασκεδάσει και να ικανοποιηθεί.

Υπάρχουν όμως θεωρίες σε σχέση με την προτίμηση του κοινού. Τις περισσότερες φορές ο λόγος που οδήγησε στην παρακολούθηση μιας ταινίας είναι απλά η διασκέδαση και η ψυχαγωγία, αλλά υπάρχουν και άλλοι λόγοι όπως η συνήθεια, η παρακολούθηση συγκεκριμένου τύπου ταινίας, η παρακολούθηση

συγκεκριμένου ηθοποιού, η άντληση πληροφορίας, η φυγή από την καθημερινότητα, η παρέα και πολλοί άλλοι λόγοι. (Νίκος Κολοβός, Βόλος 1998)

2.3.1. Η επιρροή του κινηματογράφου

Ο κινηματογράφος σε σύγκριση με οποιοδήποτε άλλο ΜΜΕ απευθύνεται σε ένα ευρύτερο κοινό, είναι πιο οικονομικός και δε χρειάζεται ιδιαίτερη μόρφωση ή ειδική κατάρτιση. Μέσα στην ανωνυμία μιας κινηματογραφικής αίθουσας ο θεατής νιώθει πως «ξεφεύγει» από την καθημερινότητα του και είναι εξαιρετικά δεκτικός σε επιδράσεις. Το θέμα όμως προκύπτει στο πόσο διαρκεί η επίδραση αυτή και αν είναι βλαπτική ή ωφέλιμη, το οποίο όμως εξαρτάται καθαρά από υποκειμενικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Βέβαια το κοινό δεν επηρεάζεται μόνο από το περιεχόμενο των ταινιών ώστε να εξουδετερώσει μια παραβατική κατεύθυνση ή να ανακόψει μια άνομη προώθηση υπάρχουν και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε ανθρώπου όπως η εκπαίδευση, η ψυχική ισορροπία, η ηλικία, η ωριμότητα, η ηθική θωράκιση και η κριτική ικανότητα του θεατή. Τα περιεχόμενα βίας και επιθετικότητας των ταινιών «αυξάνουν την πιθανότητα επιθετικής συμπεριφοράς, επιθετικών απόψεων και επιθετικών φαντασιώσεων».(Μαυρουδή Ε. 2011)

Υπάρχει η πεποίθηση ότι οι επιδράσεις από το περιεχόμενο των κινηματογραφικών ταινιών πάνω στη συμπεριφορά του κοινού είναι αμελητέες και μεταβατικές. Οι κινηματογραφικές ταινίες βασίζονται στη μυθοπλασία και είναι μία πρόσκαιρη διέξοδος διαφυγής από την καθημερινότητα για τον θεατή, ένα είδος διασκέδασης. Επιπλέον σύμφωνα με έναν άλλο μελετητή, ο κινηματογράφος απεικονίζει έναν «μυθικό κόσμο» που δεν είναι σαν αυτόν που μας περιβάλλει και «χαρακτηρίζεται από μια υπεραναπαράσταση του πλούτου και μια υποαναπαράσταση των κατώτερων τάξεων, απ' την έλλειψη κοινωνικών προβλημάτων, τον θρίαμβο της ηθικής των μεσαίων τάξεων και την υπεροχή της ποιητικής δικαιοσύνης». Το περιεχόμενο των κινηματογραφικών ταινιών αλλά και ευρύτερα των ΜΜΕ α) παρέχει νοηματική και ψυχολογική χαλάρωση, β) παρακινεί τη φαντασία, γ) παρέχει ένα μέσο υποκατάστατης αλληλεπίδρασης και δ) παρέχει ένα κοινό έδαφος για κοινωνική επαφή.

Βέβαια υπάρχει και η άλλη πεποίθηση, ότι οι ταινίες που θέτουν προβλήματα ψυχολογικού, κοινωνικού και ηθικού χαρακτήρα, με έντονες αντιπαραθέσεις και αδιέξοδα που επιδρούν σημαντικά στο κοινό και ειδικότερα σε ορισμένες ομάδες. Ο κινηματογράφος έχει ενοχοποιηθεί για πολλές «κοινωνικές ασθένειες», ξεκινώντας από τη νεανική εγκληματικότητα μέχρι και την αλλαγή στο στυλ της γυναικείας κόμμωσης. Σύμφωνα με την έρευνα της Payne Fund Studies, η επίδραση του κινηματογράφου και του περιεχομένου των ταινιών κυρίως στα παιδιά και στους εφήβους, «έχουν οριστικές και μετρήσιμες επιδράσεις πάνω στις στάσεις και την συμπεριφορά, ιδιαίτερα στην περίπτωση των παιδιών και των εφήβων, κι αυτές οι επιδράσεις είναι στο σύνολο τους κακές».

Η παρακολούθηση ταινιών στις οποίες οι ήρωες καπνίζουν μπορεί να παρακινήσει τους νέους ν' ανάψουν τσιγάρο και ν' αποκτήσουν μια διά βίου εξάρτηση, προειδοποιεί ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, ο οποίος καλεί τις χώρες να εφαρμόσουν ρεαλιστικές πολιτικές για τον περιορισμό τέτοιου είδους σκηνών.

Το πρόγραμμα "Smoking in Movies", το οποίο χρηματοδοτείται από το ευρύτερο πρόγραμμα "Υγεία" της ΕΕ, έφερε στο φως πρόσθετα στοιχεία για τη σχέση μεταξύ των σκηνών καπνίσματος στις ταινίες και της υιοθέτησης της βλαβερής συνήθειας του καπνίσματος από τους νέους, με βάση μελέτη που πραγματοποιήθηκε στη Γερμανία, την Ισλανδία, την Ιταλία, την Πολωνία, τις Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ομάδα Ευρωπαίων επιστημόνων συνιστά την ανάπτυξη μεγαλύτερης συνεργασίας σε επίπεδο ΕΕ, μέσω της επιβολής της υφιστάμενης νομοθεσίας για τη διαφήμιση, την προώθηση και τη χορηγία προϊόντων καπνού, καθώς και μέσω της θέσπισης σαφών κανόνων και οδηγιών για την κατάταξη των ταινιών με βάση τις σκηνές καπνίσματος. Μέχρι στιγμής, δεν υπάρχει ενιαία προσέγγιση σε επίπεδο ΕΕ, αν και οι περισσότερες ταινίες διανέμονται σε όλες τις χώρες και σε όλες τις γλώσσες. Το 71% των ταινιών που εξετάστηκαν περιλάμβαναν σκηνές καπνίσματος.

Στο πλαίσιο του προγράμματος, περισσότεροι από 16.000 νέοι ηλικίας 12–15 ετών ερωτήθηκαν ποιες από τις πιο επιτυχημένες εμπορικά ταινίες των τελευταίων πέντε ετών είχαν δει. Στη συνέχεια, όλες οι ταινίες που ανέφεραν οι νέοι αναλύθηκαν ως προς τις σκηνές καπνίσματος που περιείχαν. Το αποτέλεσμα έδειξε ότι το 71% των εισπρακτικών επιτυχιών την περίοδο 2004–2009 περιείχε τουλάχιστον μία σκηνή

καπνίσματος. Και όσο περισσότερες ταινίες με σκηνές καπνίσματος είχε παρακολουθήσει κάποιος νέος, τόσο πιθανότερο ήταν να ξεκινήσει το κάπνισμα

Διενεργώντας τη μελέτη σε επίπεδο ΕΕ, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι η σχέση μεταξύ της παρακολούθησης σκηνών καπνίσματος στην οθόνη και της επιθυμίας των νέων να δοκιμάσουν το τσιγάρο παρατηρείται σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες. Η μελέτη επιβεβαίωσε επίσης την ανάγκη για ανάληψη δράσης σε ευρύτερη κλίμακα, καθότι πρόκειται για παγκόσμιο πρόβλημα. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή. 2012)

2.3.2. Ο επηρεασμός της νεολαίας από τον Κινηματογράφο



Έρευνα του Hanewinkel, το 2007, στο έγκριτο επιστημονικό περιοδικό American journal of Preventive Medicine, συσχετίζει την παρακολούθηση ταινιών από τους εφήβους στη Γερμανία με το κάπνισμα. Η συσχέτιση ($p=0,41$) αυτή έχει εντυπωσιακά στατιστικά αποτελέσματα, καθώς όσο πιο πολύ οι νέοι εκτίθενται σε ταινίες που παρουσιάζεται το τσιγάρο, τόσο αυξημένα είναι τα ποσοστά αυτών των νέων ως καπνιστές. (Hanewinkel, 2007)

Οι έφηβοι ως ο πιο ευάλωτος πληθυσμός στον εθισμό της νικοτίνης, έτσι χαρακτηρίζονται από τον Hughes στο European Journal of Public Health, το 2010, καθώς εμφανίζουν ασταθή συμπεριφορά λόγω υπερέκρισης ορμονών, γεγονός που τους οδηγεί σε ασταθείς αποφάσεις και ανάγκη ευχαρίστησης. Πρώιμες εμπειρίες εισπνοής νικοτίνης μπορεί επίσης να είναι ένας σημαντικός προγνωστικός παράγοντας της συμπεριφοράς των νέων για τη συνέχιση του καπνίσματος. Είναι επίσης πιθανό ότι οι έφηβοι που πειραματίζονται στο κάπνισμα νωρίς, τελικά να επηρεάζουν την αντίληψη τους και να τους ωθεί ακόμα περισσότερο στο να γίνουν καπνιστές. Το οικογενειακό περιβάλλον, ακόμα ένας παράγοντας που είναι ικανός να επηρεάσει, προβαλλόμενος από τον

κινηματογράφο ως μέσο εικόνας για πολλές ταινίες. (Hughes S., Hughes K., Atkinson A., Bellis M., Smallthwaite L. 2010).

Αυξημένη δεκτικότητα των νέων της Ινδίας στη χρήση καπνού, αυτό είναι το συμπέρασμα παλαιότερης μελέτης στην Ινδία την περίοδο 2004-2005, η οποία υποστηρίχθηκε από τον παγκόσμιο οργανισμό και το υπουργείο υγείας της Ινδίας. Διαπιστώθηκε ότι η τοποθέτηση της μάρκας έχει αυξηθεί κατά 30%, εμπορικά σήματα καπνού εμφανίζονται στο 46% των ταινιών και όλες αυτές οι σκηνές παρουσιάζουν νέους και νέες να καπνίζουν σε πολύ μεγάλο ποσοστό των σκηνών.

Εν κατακλείδι, οι παραπάνω μελέτες σε διαφορετικές χώρες του κόσμου σε διαφορετική χρονική περίοδο, επιβεβαιώνουν και συμφωνούν, πως το κάπνισμα προβάλλεται κατά κόρον στον κινηματογράφο με στόχο την αποπλάνηση των νέων, ως πιο εύκολα θύματα και εν τέλει να γίνονται δεκτικοί στον καπνό και να ξεκινάνε το κάπνισμα.

2.4. Η επιρροή της διαφήμισης

Εδώ και πολλά χρόνια το κάπνισμα αποτελεί αντικείμενο έρευνας, μελέτης και παρατήρησης από την επιστημονική ερευνητική κοινότητα. Τα αποτελέσματα των μέχρι σήμερα ερευνών, καταδεικνύουν ότι το κάπνισμα αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα κινδύνου για την υγεία με αυξημένη νοσηρότητα και θνητότητα, που μπορεί ωστόσο να προληφθεί. (Center for Disease Control and Prevention. 1996-1997)

Σημαντικό ρόλο στην προώθηση της καπνιστικής συνήθειας και συμπεριφοράς φαίνεται να διαδραματίζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (M.M.E.). Οι άμεσες ή έμμεσες διαφημίσεις καθώς και η απενεχοποίηση της εξάρτησης, φαίνεται να αποτελούν τους κύριους άξονες των τμημάτων εμπορίας και διαφήμισης των καπνοβιομηχανιών.

Είναι γεγονός πως οι έφηβοι ξοδεύουν πολύ από τον ελεύθερο χρόνο τους πηγαίνοντας κινηματογράφο, παρακολουθώντας ταινίες στην τηλεόραση καθώς και διαβάζοντας περιοδικά ή εφημερίδες. Η έκθεση σε εικόνες, σκίτσα ή σκηνές με

καπνιστικό περιεχόμενο φαίνεται να έχει θετική επίδραση στην καπνιστική συμπεριφορά των εφήβων.(Amos A. 1992)

Τα τηλεοπτικά προγράμματα παρουσιάζουν μικρό ποσοστό απεικόνισης προϊόντων καπνού ή συστηματικού καπνίσματος. Υπολογίζεται ότι οι έφηβοι επηρεάζονται 3 φορές περισσότερο σε σχέση με τους ενήλικες στην έναρξη του καπνίσματος λόγω της προβολής των προϊόντων καπνού από τις ταινίες ή τον κινηματογράφο. Διάφορες έρευνες έχουν δείξει ότι ταινίες υψηλής τηλεθέασης εξέθεσαν το κοινό σε καπνιστικό περιεχόμενο κατά μέσο όρο 5 λεπτά, ενώ τα αντικαπνιστικά μηνύματα περιορίζονταν στα 43 δευτερόλεπτα, ενώ παράλληλα μεγάλη συμβολή για την προώθηση της καπνιστικής συνήθειας εμφανίζουν οι στίχοι μουσικής καθώς και τα μουσικά βίντεο. (Wakefield M, Flay B, Nichter M, Giovino G. 2003)

Το 2004, σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύτηκε στο C.D.C., το 34% των μαθητών του Γυμνασίου και το 39% των μαθητών του Λυκείου, δήλωσε πως είχε εκτεθεί σε διαφήμιση εμπορίας καπνού καθώς επίσης ότι τους παρεχόταν η δυνατότητα διαδικτυακής παραγγελίας. (Center for Disease Control and Prevention. 2004)

Το 2009, ο Jenssen και συν., πραγματοποίησε μελέτη καταγραφής της έκθεσης του καπνίσματος στο διαδίκτυο. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι από τις 1,2 εκατομμύρια ιστοσελίδες που επισκέφθηκαν οι 346 συμμετέχοντες, οι 8.702 (0,72%) περιείχαν υλικό σχετικό με το κάπνισμα εκ των οποίων οι 4.612 (53%) ήταν ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Το καπνιστικό περιεχόμενο των σελίδων εμφανίζονταν με τη μορφή αναφορών ή κειμένου ενώ το 3% με τη μορφή εικόνας.

Τα διαφημιστικά μηνύματα κατακλύζουν την κοινωνία μας, λόγω της προβολής τους από διάφορα μέσα. Το διαδίκτυο σήμερα αποκτά όλο και μεγαλύτερη προσβασιμότητα, παρέχοντας ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών. Όποια μορφή διασκέδασης ή ενημέρωσης επιλέξει κάποιος, είναι σχεδόν σίγουρο ότι θα εκτεθεί σε μια σειρά διαφημιστικών μηνυμάτων πολλά εκ των οποίων είναι συνυφασμένα με την καπνιστική ή αντικαπνιστική δραστηριότητα. (Jensen PB, Klein DJ, Salazar FL, Daluga NA, Ralph J. 2009)

Οι βιομηχανίες καπνού έχουν πολύ μεγάλη εμπειρία σχετικά με τον τρόπο προώθησης των προϊόντων. Δείγμα της αμεσότητας των διαφημιστικών μηνυμάτων είναι η αποδοχή τους στο κοινό στο οποίο απευθύνονται. Ένα γεγονός το οποίο έτυχε καθολικής αποδοχής, είναι η προώθηση στην αγορά τσιγάρων Light (ελαφρού τύπου) ή με λιγότερη πίσσα και νικοτίνη, δίνοντας την ψευδαίσθηση της ασφάλειας και της απενεχοποίησης του καπνίσματος. (Baska T, Warren WC, Baskova M, Jones RN. 2009)

Τόσο κατά τη διάρκεια των παρελθόντων ετών όσο και στις ημέρες μας, τα προϊόντα καπνού έχουν εξέχουσα θέση στη διαφημιστική προβολή των διαφόρων καταναλωτικών αγαθών. Τα διαφημιζόμενα προϊόντα καπνού μαζί με τα ενδύματα και τα υποδήματα καθώς και τον εξοπλισμό υπαίθριων δραστηριοτήτων φαίνεται πως έχουν θετική αντιμετώπιση και αποδοχή από τους νέους.

Ο σκοπός των διαφημίσεων καπνού είναι να ενημερώσουν τα άτομα για το σχετικό προϊόν, προβάλλοντας ταυτόχρονα μια ελκυστική εικόνα, ώστε να προκαλέσουν το θαυμασμό, την περιέργεια και το χιούμορ των νέων κυρίως ατόμων. Οι μηχανισμοί δράσεις των τμημάτων εμπορίας και διαφήμισης των καπνοβιομηχανιών έγκειται: α) στην ενθάρρυνση των νέων να πειραματιστούν με τα τσιγάρα, β) την καθημερινή (συστηματική) χρήση καπνού, γ) την αποθάρρυνση του καπνιστή να σταματήσει το κάπνισμα και δ) την ενθάρρυνση του πρώην καπνιστή να ξεκινήσει το κάπνισμα. Οι διαφημιστικές προσπάθειες προσαρμόζονται ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται, το πολιτιστικό τους υπόβαθρο, την ηλικία ή το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο. (Decicca P, Kenkel D, Mathios A, Shin JY, Lim JY. 2008)

Σύμφωνα με έρευνα του Pollay και συν., το 2001, η διαφήμιση ενός προϊόντος καπνού επέφερε αύξηση της εμπορικής και αγοραστικής του κίνησης από τους εφήβους σε ποσοστό 3 φορές μεγαλύτερο σε σχέση με αυτό των ενηλίκων. (Pollay RW, Dewhurst T. 2001)

Έρευνα του William και συν., το 2002, έδειξε ότι οι διαφημιστικές καμπάνιες των εταιρειών παραγωγής καπνού επιδρούν στην καπνιστική συμπεριφορά των νέων, ωθώντας τους προς αυτή την κατεύθυνση, σε αντίθεση με τα αντικαπνιστικά μηνύματα και αντίστοιχες διαφημίσεις, όπου φαίνεται να μην ασκούν καμία

απολύτως επιρροή. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα οι διαφημιστικές προσπάθειες με τη χρήση εικόνων είχαν επίδραση στην έναρξη του καπνίσματος. (Gately I. 2003)

2.5 Ανακεφαλαίωση

Ανακεφαλαιώνοντας δεν μπορέσαμε να αναδείξουμε έναν μοναδικό εφευρέτη στον κινηματογράφο. Η επιρροή που ασκούν τα ΜΜΕ και ο κινηματογράφος συγκεκριμένα είναι μεγάλη, με την μεγαλύτερη επιρροή να ασκείτε στους νέους. Το κάπνισμα προβάλλεται συνεχώς είτε άμεσα είτε έμμεσα απ' όλα τα ΜΜΕ.

Κάπνισμα και σινεμά πάνε παρέα. Δεν είναι απλά το τσιγάρο συμπλήρωμα του ντεκόρ στις ταινίες, είναι στις περισσότερες περιπτώσεις φετίχ στα χέρια των ηρώων, ενώ σε μερικές γίνεται ακόμα και μοχλός της δράσης. Το τσιγάρο στο στόμα σκληρών αντρών, το πούρο στα χέρια ισχυρών, η πίπα στα χέρια παλιών καπετάνιων, το πιπάκι στα ντυμένα με γάντια χέρια μοιραίων γυναικών, το συναντάς σε όλα τα είδη σινεμά και σε όλες τις κινηματογραφίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

3.1. Εισαγωγή

Ο ελληνικός κινηματογράφος αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κομμάτια του νεοελληνικού πολιτισμού, που παρά τη μικρή ηλικία του και τα φτωχά μέσα της ελληνικής κινηματογραφικής παραγωγής, δημιούργησε αριστουργήματα της κινηματογραφικής τέχνης και ανέδειξε σημαντικούς σκηνοθέτες, σεναριογράφους, διευθυντές φωτογραφίας, συνθέτες και ηθοποιούς.



Διακρίνεται σε 3 περιόδους:

- Την προπολεμική, που περιλαμβάνει τις πρώτες απόπειρες για τη δημιουργία ντόπιας κινηματογραφικής παραγωγής.
- Την μετακατοχική, που ξεκινάει ουσιαστικά στο τέλος της κατοχής με την ταινία "Χειροκροτήματα" του Γιώργου Τζαβέλλα.
- Και την μεταπολιτευτική, που ξεκινάει με την "απελευθέρωση" των καλλιτεχνικών δυνάμεων μετά την δικτατορία, με αφετηρία τον "Θίασο" του Θόδωρου Αγγελόπουλου. (www.cinemainfo.gr)

3.2. Ο κινηματογράφος στην Ελλάδα

Ο κινηματογράφος στην Ελλάδα ξεκίνησε σχετικά νωρίς. Στις 28 Νοεμβρίου του 1896 έγινε η πρώτη προβολή κινηματογραφικών εικόνων, μέσα σε ένα μαγαζί της στοάς Κολοκοτρώνη, με αρκετά ακριβό εισιτήριο. Οι εικόνες που προβλήθηκαν ήταν άλογα που έτρεχαν στα Ηλύσια Πεδία και χορούς της διάσημης χορεύτριας βαριετέ Λόις Φούλερ. Την περίοδο αυτή δεν υπάρχει ουσιαστική στέγη για τον κινηματογράφο, απλά περιφερόταν στις πλατείες και τα καφενεία. Οι πρώτες κινηματογραφικές λήψεις στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν το 1897 στα πεδία μαχών του Ελληνοτουρκικού Πολέμου, στο κάμπο της Θεσσαλίας από τον Άγγλο πολεμικό ανταποκριτή Frederic Villiers (1852-1922) και μάλιστα είναι η πρώτη κινηματογράφιση πολέμου στην Ιστορία. Βέβαια δεν σώθηκε καμία από τις λήψεις αφού τις κατέστρεψε ο ίδιος, επειδή ο Γάλλος George Melies (1861-1938) είχε γυρίσει 4 εντυπωσιακές ταινίες στο στούντιο του που αναπαριστούσαν τον Ελληνοτουρκικό Πόλεμο. Αργότερα εμφανίστηκαν και άλλοι κινηματογραφιστές ανταποκριτές ξένων εταιρειών παραγωγής. Παράλληλα εμφανίστηκαν και Έλληνες κινηματογραφιστές, με την ευρεία έννοια αφού συνήθως ο οπερατέρ, ο σκηνοθέτης, ο σεναριογράφος και ο παραγωγός ήταν το ίδιο πρόσωπο. Οι ταινίες ήταν μικρού μήκους, συνήθως ντοκιμαντέρ αλλά και απλοϊκές κωμωδίες. (<http://www.cinemainfo.gr>).

Οι πρώτοι Έλληνες κινηματογραφιστές θεωρούνται οι Ελληνόβλαχοι αδελφοί Ιωάννης και Μιλτιάδης Μανάκη (ή Μανάκια), οι οποίοι αρχικά εργάζονταν ως φωτογράφοι στα Γιάννενα, ενώ η πρώτη μεγάλου μήκους ταινία γυρίστηκε το 1911 από τον Κώστα Μπαχατόρη, ο οποίος γύρισε σε ταινία το θεατρικό κωμειδύλλιο του Περισιάδη «Γκόλφω».

Σημαντική εξέλιξη για τον κινηματογράφο θεωρείται και η μετατροπή του θεάτρου «Αττικό» σε κινηματογράφο το 1912. Η πρώτη εταιρεία παραγωγής ταινιών ιδρύεται από τον κωμικό Σπυρίδωνα Δημητρακόπουλο, το 1912 με το όνομα «Αθήνη φιλμ», ο οποίος είχε τον ρόλο παραγωγού, σκηνοθέτη και πρωταγωνιστή και γύριζε συνήθως ντοκιμαντέρ και κωμωδίες μικρού μήκους. Αργότερα εμφανίστηκαν και άλλες εταιρείες παραγωγής όπως η «Άστυ φιλμ» το 1916 και η «Νταγκ Φίλμς» που έδωσε σειρά από ταινίες με πρωταγωνιστές τους καλύτερους ηθοποιούς του Βασιλικού Θεάτρου. Το 1930 ιδρύθηκαν και άλλες πιο συγχρονισμένες εταιρείες για

τον ομιλών πλέον κινηματογράφο όπως η «Ηρώ Φιλμς» και η «Ακρόπολις Φιλμς». Πρώτη ολοκληρωμένη προσπάθεια για ομιλούσα ταινία έγινε από την «Ολύμπια Φιλμς» με τον «Αγαπητικό της Βοσκοπούλας», αλλά οι προσπάθειες συγχρονισμού ήχου έγιναν εκτός Ελλάδος. Η ελληνική παραγωγή ακινητοποιήθηκε προσωρινά μέχρι να εξελιχθεί ο ομιλών κινηματογράφος και το 1939, ο Φιλοποίμην Φίνος, ο οποίος είναι το νέο πρόσωπο που εμφανίζεται δυναμικά στο προσκήνιο της ελληνικής παραγωγής ιδρύοντας μαζί με συνεταίρους το 1939 στο Καλαμάκι τα «Ελληνικά Κινηματογραφικά Στούντιο».

Η πρώτη ταινία με σύγχρονα μηχανήματα εικόνας και ήχου είναι το «Τραγούδι του χωρισμού», με πρωταγωνιστή το Λάμπρο Κωνσταντάρα, τον Αλέκο Λειβαδίτη, τη Λίντα Μιράντα και την Ευτυχία Δανίκα.

Γενικά οι ταινίες της εποχής αυτής είχαν ποικίλη θεματογραφία αλλά ήταν κυρίως ταινίες εθνικού περιεχομένου με θέματα από την επανάσταση του 1821, κωμειδύλλια, ηθογραφίες και θέματα από τη νεοελληνική λογοτεχνία. Τα είδη των ταινιών χαρακτηρίστηκαν ως ταινίες «φουστανέλας» και ταινίες μελό. Οι περισσότερες ήταν έργα αγροτοποιμενικού περιεχομένου ηθών και εθίμων, με δραματικές, συνήθως δακρύβρεχτες, ερωτικές καταστάσεις. Είναι ψευτολαογραφικές ταινίες πέρα από κάθε συγκεκριμένη ελληνική χρονική και τοπική πραγματικότητα. Στα έργα αυτά πρωταγωνιστούσαν μεγάλα ονόματα του θεάτρου όπως οι Βεάκης, Μουσούρης, Παπάς, Πρινέας, Δενδραμής, Κυριακός, Νέζερ, Μαρίκος, Φυρστ, Κοκκίνης, Περγίκης, Μιράντα Μυράτ, Ελ. Παπαδάκη, Κοτοπούλη, Κατσέλη, Μαρίκου, Μπενάκη, Αρσένη, Λαζαρίδου κ.ά. (www.pare-dose.net)

Κατά τη γερμανική κατοχή γυρίστηκαν ελάχιστες ταινίες και το μόνο που αξίζει να σημειωθεί είναι η ίδρυση της «Φίνος Φιλμς» το 1942 που παρουσίασε ευσυνείδητη και αξιόλογη δουλειά. Κατά τη μεταπολεμική περίοδο κλείνουν στούντιο με μέτριο εξοπλισμό και ανοίγουν νέα εκσυγχρονισμένα στούντιο, όπως το «Άλφα» στα Μελίσσια και η «Ανζέρβος» στη Φιλοθέη και πολλά άλλα μικρότερα στούντιο. Παράλληλα εμφανίζονται συνεχώς νέες εταιρείες παραγωγής. Μετά την «Φίνος Φιλμς» και την «Ανζέρβος», ιδρύθηκαν η «Νόβακ». «Παρθενών», «Μεσόγειος», «Π.Μηλάς», «Λαμπρινός», «Τζάλ Φιλμς», «Κ. Κονιτσιώτης», «Γκρεγκ Τάλλας», «Κώστας Καραγιάννης», «Αφοί Καρατζόπουλοι», «Ψαρράς-Ρουσόπουλοι-Λαζαρίδης», «Δαμασκηνός-Μιχαηλίδης», «Σκούρας Φιλμ», «Χρ. Σπέντζος»,

«Σάββας Φιλμς», «Ρεξ Φιλμ», «Κόσμος Φιλμ», «Νίκος Παπαδόπουλος», «Νίκος Αβραμέας», «Σκαραβαίος Φιλμ», «Κοράλ Φιλμ», «Βασίλης Λαμπίρης», «Ντελέρνο Φιλμ», «Τάσος Γιαννόπουλος», «Γιώργος Σαρρής», «Απόστολος Τεγόπουλος», «Όσκαρ Φιλμ», «Χρ. Μανιάτης», «Ιωαννίδης Φιλμ», «Στέλιος Τατασόπουλος», «Λίλα Κουρκουλάτου», «Νίκος Μαρκίδης», «Τάκης Περγαντής», «Κώστας Στράντζαλης», «Ηλίας Περγαντής», «Σύλιας και Υιός», «Κορώνα Φιλμ», «Χαλιώτης Φιλμ», «Αφοί Κυριακόπουλοι», «Σ.Α.Κ.Ε.», «Γιώργος Χανιώτης», «Νίκος Σπέντζος», «Νίκος Βαρβέρης». Οι προσπάθειες όλων των εταιρειών ήταν φιλότιμες αλλά δεν ξεπερνούσαν τα όρια της εμπορικής σκοπιμότητας. Η ετήσια παραγωγή ταινιών κατά τα έτη 1948-1949 ήταν περίπου 7 ταινίες τον χρόνο με σχετικά χαμηλού επιπέδου ποιότητα.. Μετά το 1950 αυξήθηκε σταδιακά η παραγωγή ταινιών και η χρυσή εποχή του ελληνικού κινηματογράφου ήταν μεταξύ του 1960-1973 οπότε παράγονταν κατά μέσο όρο 80 ταινίες το χρόνο. Από το 1974 και μετά η παραγωγή μειώθηκε από 10 μέχρι και 40 ταινίες το χρόνο. (www.pare-dose.net)

Η μεταπολίτευση φέρνει την αναγέννηση όλων των δημιουργικών δυνάμεων του κινηματογράφου. Νέοι κινηματογραφιστές καταθέτουν καινούργιες ιδέες και χαράζουν τη δική τους διαδρομή. Το ελληνικό σινεμά μπαίνει σε μια διαφορετική περίοδο. Τη μεταπολίτευση σφραγίζει το έργο του Θεόδωρου Αγγελόπουλου, "Ο Θίασος". Αυτήν την εποχή όμως παρουσιάζεται το βίντεο και η τηλεόραση, της οποίας η άνοδος αποσύρει σιγά-σιγά το κοινό από τις κινηματογραφικές αίθουσες.

Η έλλειψη χρημάτων κάνει την κινηματογραφική παραγωγή να εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις κρατικές επιχορηγήσεις. Έτσι έχουμε τρεις κατηγορίες κινηματογράφου την επόμενη περίοδο. Μια κατηγορία με την κρατική ευλογία καλή ή κακή δεν έχει σημασία, μια των δημιουργών που με καλλιτεχνική συνέπεια προσπαθούν να κάνουν ταινίες που να αφορούν και το κοινό, προσπαθώντας να το ξαναφέρουν στις αίθουσες και μια τρίτη κατηγορία που είναι ταινίες προσωπικές, πειραματικές, που με χαμηλά κοστολόγια προσπαθούν να αρθρώσουν ένα διαφορετικό, πρωτοποριακό, κινηματογραφικό λόγο, χωρίς τις περισσότερες φορές να τα καταφέρνουν. Το αποτέλεσμα είναι το κοινό να μπερδεύεται και οι δημιουργοί να μη μπορούν απερίσπαστοι να δημιουργήσουν, αλλά να κινούνται συγχυσμένοι ανάμεσα σε αυτές τις τρεις κατηγορίες.

Η δεκαετία του '80 μπαίνει με την κυριαρχία του βίντεο. Η μεγαλύτερη παραγωγή σε βιντεοταινίες με πολύ κακής ποιότητας υλικό γίνεται αυτή την περίοδο. Οι κινηματογράφοι ο ένας μετά τον άλλο γίνονται σούπερ μάρκετ. Το σινεμά μοιάζει να περνάει μια περίοδο νάρκης. Παρόλα αυτά δεν είναι λίγοι οι δημιουργοί που επιμένουν και καταφέρνουν να ξαναβραβευτεί το ελληνικό σινεμά στο εξωτερικό, να ξαναφέρει το κοινό στις αίθουσες.

Η τελευταία δεκαετία σημαδεύεται από την είσοδο νέων δημιουργών στο χώρο του κινηματογράφου, που του ξανάδωσαν την φρεσκάδα που του έλειπε. Μαζί με τους κορυφαίους δημιουργούς που αποτελούν σταθερές αξίες έκαναν το κοινό να ξανά αγαπήσει το σινεμά. Και παρόλο που οι ελληνικές ταινίες αντιμετωπίζουν ακόμα προβλήματα διανομής, ο ελληνικός κινηματογράφος έχει μπει σε πολύ καλό δρόμο και έχει λαμπρό μέλλον. (www.cinemainfo.gr)

Τα πρώτα στατιστικά στοιχεία σε σχέση με τον ελληνικό κινηματογράφο μας έρχονται όταν οι ταινίες ξεκινούν να θεωρούνται τέχνη και αυξάνεται πολύ η παραγωγή ταινιών. Ο παρακάτω πίνακας δείχνει στατιστικά στοιχεία για τις ταινίες από τις αρχές της δεκαετίας του 50 μέχρι και τα μέσα.

Πίνακας 3.1

Στατιστικά στοιχεία πωλήσεων κινηματογραφικών εισιτηρίων 1948-1956

| <u>Περίοδος</u> | <u>Ταινίες</u> | <u>Αίθουσες</u> | <u>Εισιτήρια</u> | <u>Ποσοστά Ελληνικών ταινιών</u> |
|-----------------|----------------|-----------------|------------------|----------------------------------|
| 1948-49 | 10 | 60 | 22.795.835 | 7,34 |
| 1949-50 | 13 | 59 | 23.978.302 | 11,95 |
| 1950-51 | 13 | 59 | 24.825.992 | 13,51 |
| 1951-52 | 15 | 61 | 26.458.110 | 14,53 |
| 1952-53 | 22 | 62 | 22.279.532 | 14,47 |
| 1953-54 | 21 | 63 | 28.993.078 | 16,18 |
| 1954-55 | 14 | 65-161 | 31.638.190 | 12,81 |
| 1955-56 | 24 | 76-189 | 36.357.353 | 17,55 |

Πηγές: Σολδάτος 1979, Βαλούκος 1984, Κινηματογραφικές Στατιστικές Γεωργοπούλου, Σωτηροπούλου 1995

Τη δεκαετία του '60 ο ελληνικός κινηματογράφος έφτασε στο απόγειο του. Την περίοδο 1966-67 η παραγωγή ταινιών έφτασε στις 117 ταινίες, ενώ το κοινό του αριθμήθηκε σε 137,1 εκατομμύρια το 1967 και 137,8 εκατομμύρια το 1968. Με την δικτατορία του 1967 το ελληνικό δημόσιο αποφάσισε να παρέμβει στην παραγωγή

ταινιών και μέσω της «Ελληνικής Τράπεζας Βιομηχανικής Ανάπτυξης», ίδρυσε τη «Γενική Κινηματογραφικών Επιχειρήσεων ΑΕ» με σκοπό τη χρηματοδότηση και διανομή ταινιών με αρχικό κεφάλαιο 20.000.000 δρχ. (Νίκος Κολοβός, Βόλος 1998)

Την δεκαετία του '70 ο ελληνικός κινηματογράφος γνωρίζει σημαντική κάμψη, με περιορισμό της παραγωγής και μείωση του κοινού. (www.pare-dose.net). Τα στατιστικά στοιχεία φαίνονται στον πίνακα παρακάτω.

Πίνακας 3.2

Στατιστικά στοιχεία πωλήσεων κινηματογραφικών εισιτηρίων 1973-1981

| <u>Περίοδος</u> | <u>Ταινίες</u> | <u>Εισιτήρια</u> |
|-----------------|----------------|------------------|
| 1973-74 | 44 | 2.885.799 |
| 1974-75 | 47 | 1.651.614 |
| 1975-76 | 38 | 1.362.396 |
| 1976-77 | 17 | 381.721 |
| 1977-78 | 17 | 336.412 |
| 1978-79 | 15 | 1.468.012 |
| 1979-80 | 26 | 1.742.624 |
| 1980-81 | 25 | 3.182.563 |

Πηγή : Βαλούκος 1984 :330,332, Σολδάτος 1979: 289-292

Η χρηματοδότηση των ταινιών κατά τη δικτατορία είχαν ως βασικό λόγο να υπάρχει διασύνδεση με το καθεστώς και για αυτό το λόγο μετά την πτώση της δικτατορίας το 1975 η «Γενική Κινηματογραφικών Επιχειρήσεων ΑΕ» στηρίζει παραγωγές ανεξάρτητων σκηνοθετών- παραγωγών όπως του Τάκη Κανελλόπουλου και Κώστα Φέρρη και μετονομάζεται με το όνομα που είναι μέχρι σήμερα γνωστή ως «Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου» (ΕΚΚ). Από το 1980 και μετά συμμετέχει στις παραγωγές ταινιών αλλά όχι στη διανομή. Ο ρόλος του «Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου» ενισχύεται και με τη στήριξη του Υπουργείου Πολιτισμού με σαφή στροφή στη συμπαραγωγή ταινιών καλλιτεχνικής αξίας. Τα ποσά που διέθεσε το ΥΠΟ και το ΕΚΚ και ο αντίστοιχος αριθμός ταινιών που είχαν συμπαραχθεί με ποσοστό συμμετοχής του τελευταίου από 20% ως 50%, ήταν:

Πίνακας 3.3

Στατιστικά στοιχεία πωλήσεων κινηματογραφικών εισιτηρίων 1982-1986

| Έτος | Ποσά | Ταινίες | |
|------|-------------|----------------|---------------|
| | | Μεγάλου Μήκους | Μικρού Μήκους |
| 1982 | 80.000.000 | 13 | 13 |
| 1983 | 210.000.000 | 19 | 21 |
| 1984 | 250.000.000 | 10 | 11 |
| 1985 | 346.000.000 | 13 | 20 |
| 1986 | 328.000.000 | 16 | 11 |

Πηγή: 1981-1986 New Greek Cinema – Greek Film Centre 1987

(Νίκος Κολοβός, Βόλος 1998)

3.3. Η Πολιτική στον Ελληνικό Κινηματογράφο

Ο κινηματογράφος έχει ένα διπλό χαρακτήρα: είναι τέχνη και οικονομική διαδικασία. Αν αποκόψουμε τον ένα χαρακτήρα από τον άλλον, τότε δε μπορούμε να έχουμε μια ολοκληρωμένη λειτουργία και η παρουσία του, εντός και εκτός Ελλάδας, δε θα είναι ολοκληρωμένη.

Ο τρόπος λειτουργίας του ελληνικού κινηματογράφου κανονίζεται από δύο νόμους, ο ένας του Μεταξά και ο άλλος της Μερκούρη, και από κάποιες απόπειρες να γίνουν νόμοι.

Με τους νόμους αυτούς μπήκαν σε τάξη κάποια θέματα. Το σκεπτικό ήταν ότι ο κινηματογράφος είναι μια παραγωγική διαδικασία, ότι έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τη βιομηχανική παραγωγή, ιδίως ως προς την οικονομική διαδικασία της παραγωγής των ταινιών κι έτσι εντάχθηκε στο Υπουργείο Βιομηχανίας. Με αυτόν όμως τον τρόπο είχε βγει εντελώς απέξω η καλλιτεχνική πλευρά του, για την οποία δεν υπήρχε η ελάχιστη μέριμνα στο νόμο που είχε συνταχθεί επί κυβέρνησης Μεταξά. Όμως, με βάση αυτό το νόμο, δομήθηκε όλος ο παλιός ελληνικός κινηματογράφος, ο οποίος είχε έντονα τα στοιχεία μιας πολύ ανεπτυγμένης βιοτεχνίας που θα μπορούσε να εξελιχθεί σε μια βιομηχανία, αν μπορούσε να «ανοιχτεί» στις ξένες αγορές.

Μπορούμε να εξάγουμε ένα πρώτο συμπέρασμα: Οι δύο νόμοι, που προαναφέρθηκαν, δε μπόρεσαν να δουν τον κινηματογράφο σαν ένα ενιαίο σύνολο, δε στάθηκαν ικανοί να βάλουν κανόνες που θα ανταποκρίνονταν στον καιρό τους. Ο

κινηματογράφος στη Γαλλία αναπτύχθηκε σα βιομηχανία και σαν τέχνη από τις πρώτες δεκαετίες του 19^{ου} αιώνα, λίγο αργότερα στις ΗΠΑ είχαμε το Χόλυγουντ σα μια μικρή, στην αρχή, γιγαντιαία μετά βιομηχανία του θεάματος. Ανάλογες περιπτώσεις βλέπουμε στ Γερμανία, την Ιταλία (με νόμο του Μουσολίνι), την Αγγλία, τον Καναδά, την Ινδία, τη Ρωσία και λιγότερο στις πρώην ανατολικές χώρες, όπως την Τσεχοσλοβακία, την Πολωνία και την Ουγγαρία.

Το σημαντικό είναι ότι ο ελληνικός κινηματογράφος αναπτύχθηκε μονομερώς είτε προς τη μία είτε προς την άλλη πλευρά, σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Η ανάπτυξή του δεν ήταν ποτέ ισομερής. Ακολουθούσε πάντα ξένα πρότυπα, τα οποία προσπαθούσε να τα αντιγράψει και να τα εφαρμόσει σε μια κοινωνία, πολύ διαφορετική από αυτή που στα πρότυπα μοντέλα είχαν αναπτυχθεί.

Η πρώτη μεγάλη αλλαγή ήρθε όταν το 1992 ωρίμασαν οι συνθήκες και οι κινηματογραφιστές μόνοι τους βρήκαν το δρόμο τους, χωρίς να βοηθήσει είτε το Υπουργείο Πολιτισμού είτε το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου. Η ανάγκη προέκυψε από τη συμβίωση των Ελλήνων κινηματογραφιστών με άλλους συναδέλφους τους, σε διαφορετικά Φεστιβάλ που είτε γίνονταν στη χώρα μας είτε στο εξωτερικό. Το αποτέλεσμα που έβλεπαν ήταν ένας ανεπτυγμένος ή προς ανάπτυξη κινηματογράφος, ακόμα και από χώρες που μικρή οικονομική ανάπτυξη είχαν. (/www.cinemainfo.gr)

3.4 Ανακεφαλαίωση

Ο ελληνικός κινηματογράφος **Βγήκε... από τον Παράδεισο**. Φόρεσε **Κίτρινα Γάντια**, αναζήτησε **Κάτι να Καίει**, παντρεύτηκε **Αλά Ελληνικά**. Εμπιστεύτηκε την ασφάλειά του **στον Ηλία του 16ου**, έβαλε στους **Ήρωες Παντούφλες**, αγάπησε τη **Θεία από το Σικάγο**, αλλά και τη **Στέλλα**, τη **Λόλα** και τη **Στεφανία**.

Έζησε την **Οδύσσεια ενός Ξεριζωμένου**, άναψε τα **Κόκκινα Φανάρια**, αλλά δεν ξέχασε ποτέ πως **Μια ζωή την Έχουμε**.

Κάποιες φορές επέδειξε... **Διαγωγή Μηδέν** και κόντεψε να πάρει τον **Κατήφορο**, κατάφερνε όμως πάντα να σωθεί χάρη στην αστείρευτη ζωντάνια του, το ταλέντο και την ευρηματικότητα των συντελεστών του. Αγαπήθηκε όμως για την

καλλιτεχνική του αξία. Για τα δάκρυα από τα γέλια και τα... για γέλια δάκρυα. Για τους πληθωρικούς ανεπανάληπτους πρωταγωνιστές του, για τις αθάνατες ατάκες του, τα τραγούδια του. Για την αυθεντικότητά του και πάνω από όλα για το ότι μας παρέδωσε άφθαρτη την εικόνα μιας Ελλάδας που δεν υπάρχει πια και δεν θα πάψουμε ποτέ να νοσταλγούμε. (Σεραφεΐμ Φυντανίδης 2002)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΚΟΠΟΣ, ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΥΛΙΚΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Εισαγωγή

Η μεθοδολογία της έρευνας είναι επιστήμη που ασχολείται με τις μεθόδους σχεδιασμού και εκπόνησης της επιστημονικής έρευνας. Η ιδιαίτερη σημασία της επιστημονικής έρευνας, καθώς και της Μεθοδολογίας της Έρευνας, είναι συνυφασμένη με τους κύριους σκοπούς της που συνίστανται στην αναζήτηση και αποκάλυψη της αλήθειας και της γνώσης και την απάντηση σε σημαντικά ερωτήματα με την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων.

Η Μεθοδολογία της Έρευνας αποσκοπεί στο να εξοπλίσει τους φοιτητές και τις φοιτήτριες με την κατάλληλη επιστημονική ‘πανοπλία’, ώστε να γνωρίσουν πώς διεξάγεται η πρωτογενής επιστημονική έρευνα και πώς γίνεται η διδακτορική διατριβή, η οποία αποτελεί πρωτότυπη συμβολή στην επιστήμη. Έτσι, αυτοί θα είναι σε θέση να ασχοληθούν με την έρευνα και την παραγωγή πρωτότυπης και αξιόλογης γνώσης και να συμβάλλουν στην προώθηση της επιστήμης.

Ανάλογα με το σκοπό που επιδιώκεται, μπορούμε να διακρίνουμε τις επιστημονικές έρευνες σε τρεις βασικές κατηγορίες, τις διερευνητικές, τις περιγραφικές και τις πειραματικές.

• ΔΙΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

⇒ έμφαση στην ανακάλυψη

⇒ απαιτούν εμπειρία

⇒ χαρακτηριστικό τους η ευελιξία

⇒ εμπειρογνώμονες

• ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

⇒ είναι περισσότερο οργανωμένες, προδιαγραμμένες και σχεδιασμένες

⇒ απαιτείται προσοχή για τυχόν μεροληψία.

• ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

⇒ στηρίζονται στο πείραμα

⇒ απαιτούν ευελιξία και εμπειρία

Πρόκειται για ποσοτική έρευνα εμπλουτισμένη με ποιοτικά στοιχεία της αντιλαμβανόμενης από τον ερευνητή εκτίμησης, της επίδρασης των χαρακτήρων που καπνίζουν και της θέσης μέσα στην ταινία ως προς την προώθηση και των επηρεασμό των θεατών. Η ερευνητική διαδικασία περιλαμβάνει:

1. Επιλογή και καθορισμό του ερευνητικού ερωτήματος
2. Καθορισμός των υποθέσεων και ερωτημάτων
3. Συλλογή δεδομένων
4. Ανάλυση δεδομένων
5. Αναφορά αποτελεσμάτων – συμπεράσματα

Η μεθοδολογία της έρευνας στη μεταπτυχιακή εργασία μας χρησιμοποιήθηκε για την καταγραφή των δεδομένων και αναφέρεται στην εμπειρική συλλογή των δεδομένων, δηλαδή στην παρακολούθηση των ταινιών του δείγματος και της καταγραφής των πραγματικών συμβάντων μέσα σε αυτές.

4.2 Υλικό της έρευνας

Το δείγμα των ταινιών προέρχεται από τυχαία επιλογή ελληνικών ταινιών για το χρονικό διάστημα από το 1945 μέχρι το 2010 και είναι συνολικά 250 ταινίες τις οποίες και παρακολούθησα σε διάστημα περίπου 12 μηνών και παραδόθηκαν για θέαση από τον καθηγητή μου. Για την ανάλυση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η απλή περιγραφική στατιστική ανάλυση.

Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε, για τη συλλογή των στοιχείων, δημιουργήσαμε ερωτηματολόγιο το οποίο περιλαμβάνει και καταγράφει δημογραφικά στοιχεία πρωταγωνιστών και άλλων ηθοποιών, στοιχεία που αφορούν τις ταινίες που ερευνήσαμε καθώς και δεδομένα χρήσης καπνού μέσα στις ταινίες. Αναλυτικά στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αναφέρονται οι παρακάτω μεταβλητές οι πρωταγωνιστές των ταινιών, οι συμπρωταγωνιστές και κατά πόσο αυτοί σχετίζονται με το κάπνισμα, αν δηλαδή καπνίζουν, αν ο ηθοποιός που καπνίζει

είναι άνδρας ή γυναίκα, πόσα τσιγάρα καπνίζουν, αν καπνίζουν μπροστά σε παιδιά και άλλες παρόμοιου τύπου ερωτήσεις, οι οποίες μας βοήθησαν να διεξάγουμε ένα συμπέρασμα όσον αφορά το κάπνισμα στις ταινίες του Ελληνικού κινηματογράφου.

Η επιλογή και ο καθορισμός των ερευνητικών ερωτημάτων αποτελούν το πρώτο στάδιο για την διεξαγωγή της έρευνας. Οι ερωτήσεις στην παρούσα έρευνα τέθηκαν με στόχο την απάντηση σε βασικά ερωτήματα σχετικά με τον κάπνισμα στον ελληνικό κινηματογράφο και κατά πόσο επηρέασε και συνεχίζει να επηρεάζει τους θεατές του. Ο τίτλος της ταινίας και η διάρκεια της αποτελούν τις βασικές πληροφορίες της, με τον οποίο τίτλο αντιστοιχήσαμε ένα συγκεκριμένο κωδικό. Στόχος των ερωτήσεων ήταν η σκιαγράφηση των βασικών πρωταγωνιστών ως προς το φύλο, την ηλικία, το σωματικό βάρος και φυσικά αν καπνίζει ή όχι. Κατ' επέκταση του πρωταγωνιστή, ανάλυση του προφίλ επίσης έγινε ως προς τους συμπρωταγωνιστές.

Εν συνεχεία, οι ερωτήσεις οδηγούν στην κατανόηση της γενικότερης εικόνας, που δημιουργεί το κάπνισμα ως προς την συχνότητα χώρων στον οποίο εμφανίζεται καθώς επίσης και η προβολή του. Παράλληλα με την γενική εικόνα, βαρύτητα μέσω των ερωτήσεων δίνεται στο αν υπάρχει προβολή μάρκας τσιγάρων.

Εν κατακλείδι, το ερωτηματολόγιο ολοκληρώνεται με ακραίες ερωτήσεις ως προς το αν καπνίζουν παιδιά και αν εμφανίζονται ηθοποιοί να καπνίζουν μπροστά τους. Φυσικά η γνώμη του εκπονητή της έρευνας αποτελεί κύριο στοιχείο της έρευνας, για την εξαγωγή αποτελεσμάτων ως προς το καίριο ερώτημα της έρευνας μας αν το κάπνισμα επηρεάζει το τον θεατή του. (Παράρτημα Εικόνα 1.)

4.3 Ανακεφαλαίωση

Ανακεφαλαιώνοντας η μεθοδολογία της έρευνας που χρησιμοποιήθηκε για την καταγραφή των δεδομένων ,αναφέρεται στην εμπειρική συλλογή των δεδομένων, δηλαδή στην παρακολούθηση των ταινιών του δείγματος και της καταγραφής των πραγματικών συμβάντων μέσα σε αυτές.

Παρακολουθήθηκαν συνολικά 250 ταινίες από το 1945 μέχρι το 2010 και για την ανάλυση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η απλή περιγραφική στατιστική ανάλυση.

Δημιουργήσαμε ερωτηματολόγιο το οποίο κατέγραψε δημογραφικά στοιχεία πρωταγωνιστών και άλλων ηθοποιών και κατά πόσο προβλήθηκε το κάπνισμα μέσα σε αυτές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ- ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. Εισαγωγή

Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Μέσα από τις απαντήσεις μπορέσαμε να βρούμε τα απαραίτητα στοιχεία για την πλαισίωση της έρευνας.

Αφού συλλέξαμε όλες τις απαντημένες ερωτήσεις μεταφέραμε τα αποτελέσματα στο πρόγραμμα στατιστικής ανάλυσης *Microsoft Excel* και αφού τροποποιήσαμε όλα τα νούμερα σε ποσοστά. Τα ποσοστά αυτά χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία γραφημάτων, τα οποία απεικονίζουν τα αποτελέσματα. Με τη βοήθεια των γραφημάτων αναλύσαμε τα αποτελέσματα και καταλήξαμε στα συμπεράσματα.

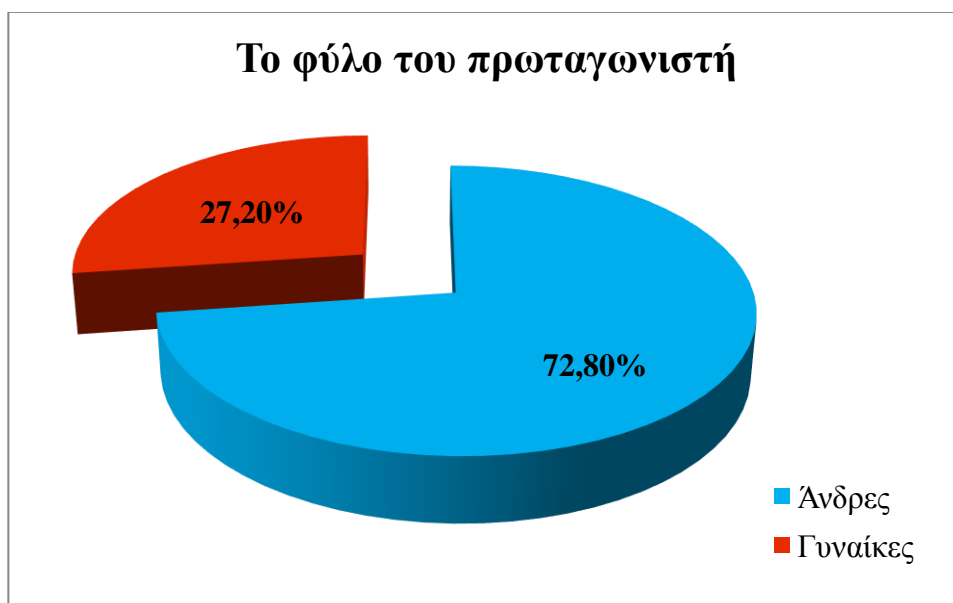
Παρακάτω θα αναφερθούν και οι περιορισμοί της έρευνας.

5.2. Αποτελέσματα της Έρευνας

1. Αναφέρατε το Φύλο του πρωταγωνιστή

Διάγραμμα 5.1

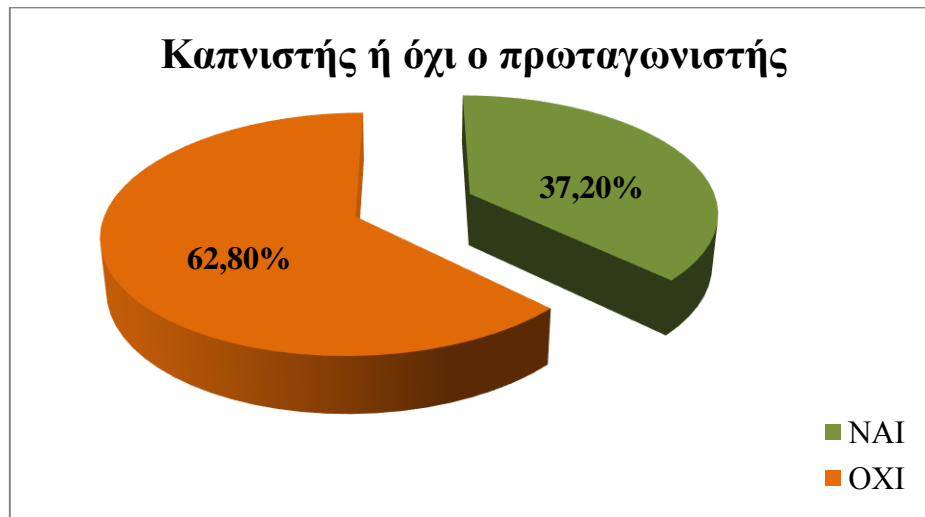
Το φύλο του πρωταγωνιστή



2. Ο πρωταγωνιστής καπνίζει?

Διάγραμμα 5.2

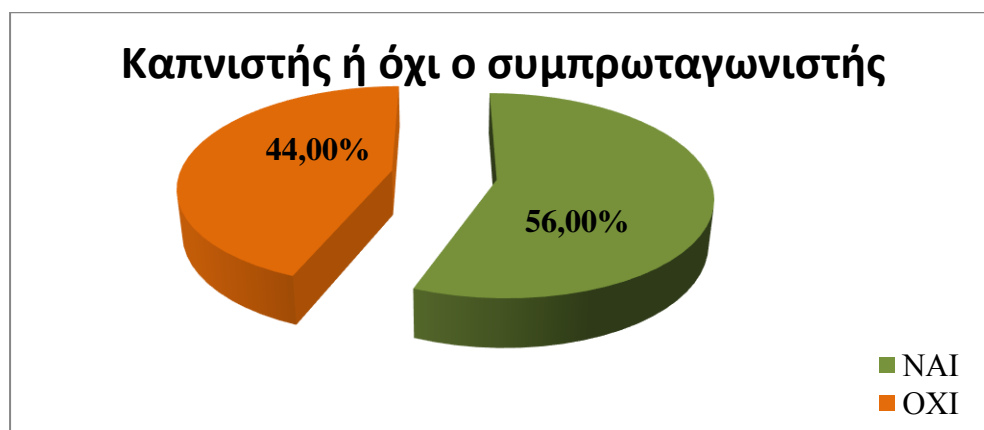
Καπνιστής ή όχι ο πρωταγωνιστής



8. Ο συμπρωταγωνιστής καπνίζει?

Διάγραμμα 5.3

Καπνιστής ή όχι ο συμπρωταγωνιστής



Πρόκειται για μια ποσοτική έρευνα η οποία στοχεύει να δώσει την εικόνα των πρωταγωνιστών του ένδοξου ελληνικού κινηματογράφου (και νεότερων) καθώς και των συνηθειών τους με απώτερο στόχο τη δημιουργία του κοινωνικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται και το οποίο μετέφεραν στο κοινό. Η μεταφορά των συνηθειών καθώς και τις προσωπικότητας τους είναι σημαντικό να γίνει

κατανοητή ώστε να σκιαγραφηθεί η χρήση του καπνίσματος και η προβολή του ως πιθανό μέσο διαφήμισης και χειραγώγησης του κοινού.

Αρχικά, στο σύνολο όλων των ταινιών σε ποσοστιαίο άθροισμα το 72,8% των πρωταγωνιστών αποτελούσαν άντρες με μόλις το 27,2% γυναίκες. Ένα αναμενόμενο αποτέλεσμα, καθώς την εποχή εκείνη ο ρόλος της γυναίκας ήταν δευτερεύων, καθώς οι οικογένειες ήταν ως επί το πλείστον πατριαρχικές. Εντύπωση προκαλεί όμως ότι οι συμπρωταγωνιστές εμφανίζονται μοιρασμένοι (Άντρες 52,8%, Γυναίκες 47,2%) γεγονός που επιβεβαιώνει τον δευτερεύοντα ρόλο της γυναίκας, αλλά δείχνει τη δυναμική τάση αυτής ώστε να αναδειχτεί ως εξίσου σημαντικό πρόσωπο προβολής και επηρεασμού του κοινού. [Διαγράμματα 5.1 και 5.3]

Ιδιαίτερα σημαντική ερώτηση με ξεχωριστό ενδιαφέρον απάντησης παρουσιάζει αν καπνίζει ο πρωταγωνιστής ή όχι. Το 37,2% των πρωταγωνιστών στο σύνολο των ταινιών εμφανίζονται να καπνίζουν με το 62,8% να μην καπνίζουν. Δεν είναι εύκολα αναλύσιμο το παραπάνω αποτέλεσμα όμως τη λύση για την ανάλυση έρχεται να δώσει το αποτέλεσμα αν καπνίζει ο συμπρωταγωνιστής ή όχι (ΝΑΙ 56%, ΟΧΙ 44%) . Ξεκάθαρα γνωρίζοντας ότι ο πρωταγωνιστής και ο συμπρωταγωνιστής επηρεάζουν το κοινό, κατανοούμε πλήρως από τα γραφήματα και τα ποσοστά τους, ότι το κάπνισμα προβάλλεται και δεν καταδικάζεται αλλά χρησιμοποιείται για διαφήμιση και χειραγώγηση του κοινού. [Διαγράμματα 5.2 και 5.8]

3. Θα χαρακτηρίζατε τον πρωταγωνιστή: Λιποβαρή, Κανονικό, Υπέρβαρο, Παχύσαρκο?

Διάγραμμα 5.4

Χαρακτηρισμός του πρωταγωνιστή σε σχέση με το βάρος του

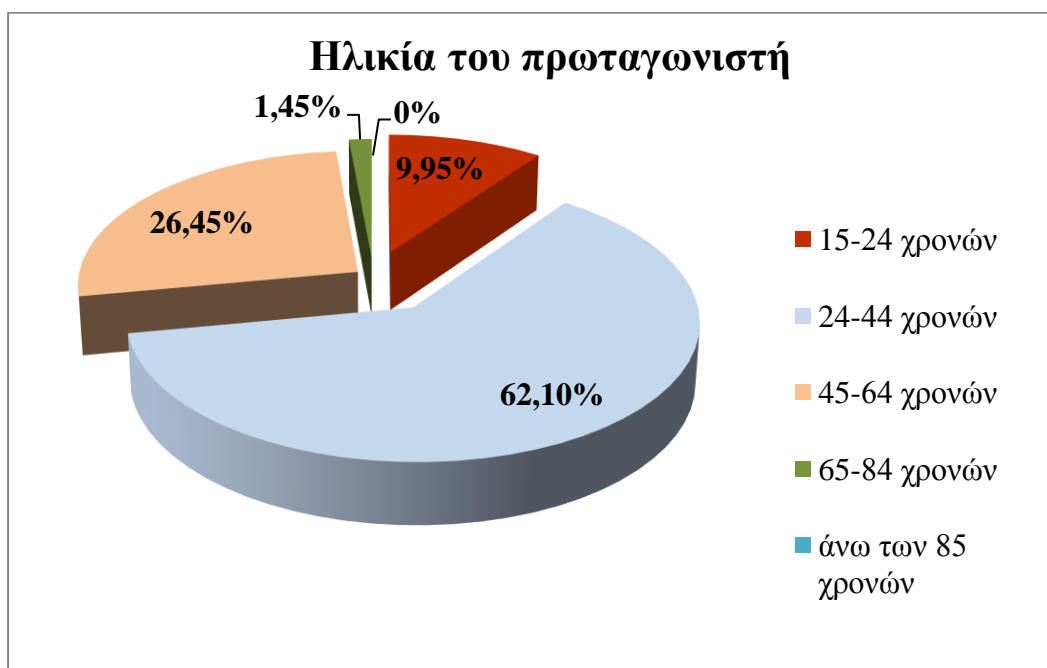


Η εικόνα των πρωταγωνιστών ως προς τη χειραγώγηση του κοινού επιβεβαιώνεται και με το παρακάτω αποτέλεσμα, το οποίο παρουσιάζει τη μάζα του πρωταγωνιστή. (Λιποβαρής 12%, Κανονικός 77,6%, Υπέρβαρος 10,4%). Ξεκάθαρα η εικόνα του κανονικού, χωρίς παραπάνω κιλά είναι μια άποψη για το πώς είναι το φυσιολογικό και κατ' επέκταση το ωραίο, ως προς την εμφάνιση. Η συσχέτιση του με το κάπνισμα, αφορά πιθανώς στην εικόνα του φυσιολογικού βάρους ακόμα και αν καπνίζει ο πρωταγωνιστής. [Διάγραμμα 5.4]

4. Αναφέρατε την ηλικία του πρωταγωνιστή.

Διάγραμμα 5.5

Ηλικία πρωταγωνιστή



Η ηλικία των πρωταγωνιστών κατά 62,8% βρίσκεται μεταξύ 24-44 χρόνων. Ακολουθεί με 26,45% ηλικίες 45-64, ενώ μικρότερα ποσοστά παρατηρούνται στα άκρα δηλαδή 9,95% 15-24 και 1,45% 65-84. Η τάση αυτή για υψηλά ποσοστά πρωταγωνιστών στις ηλικίες 24-44, δηλώνει την παρουσία στο κοινό ως πρωταγωνιστές νέους ανθρώπους με μέλλον και δυνατότητα να ταυτιστούν με τους ίδιους. Η ηλικία συνδέεται σαφώς με το κάπνισμα καθώς πάνω από τα 24 ο πρωταγωνιστής πλέον είναι ενήλικας και μπορεί να επιλέξει να καπνίσει με δική του πρωτοβουλία και δικαιοδοσία ως μια φυσιολογική ενέργεια. [Διάγραμμα 5.5]

5. Αναφέρατε με ακρίβεια το επάγγελμα του πρωταγωνιστή

Διάγραμμα 5.6

Επάγγελμα πρωταγωνιστή

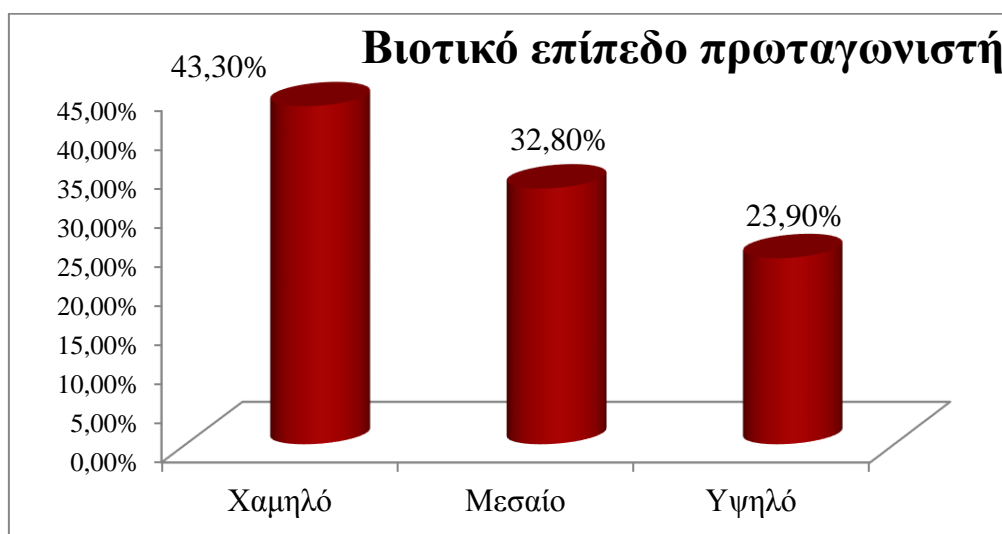


Η πληθώρα επαγγελμάτων η οποία παρουσιάζεται από τον ελληνικό κινηματογράφο αντικατοπτρίζεται στο Γράφημα 5. Καθώς τα επαγγέλματα προβολής παρουσιάζονται μοιρασμένα, ελαφρώς περισσότερα εμφανίζονται τα τεχνικά επαγγέλματα (20%) γεγονός που δείχνει την τάση της εποχής για τις τέχνες και την πληθώρα εργατών για την ανοικοδόμηση της χώρας. Ξεκάθαρα τα πολλά επαγγέλματα τα οποία εμφανίζονται στις ταινίες αποδεικνύουν ότι παρά την κοινωνική τάξη και την εργασία το κάπνισμα είναι μια συνήθεια για όλους. [Διάγραμμα 5.6]

6. Προσδιορίστε το βιοτικό επίπεδο του πρωταγωνιστή.

Διάγραμμα 5.7

Βιοτικό επίπεδο πρωταγωνιστή



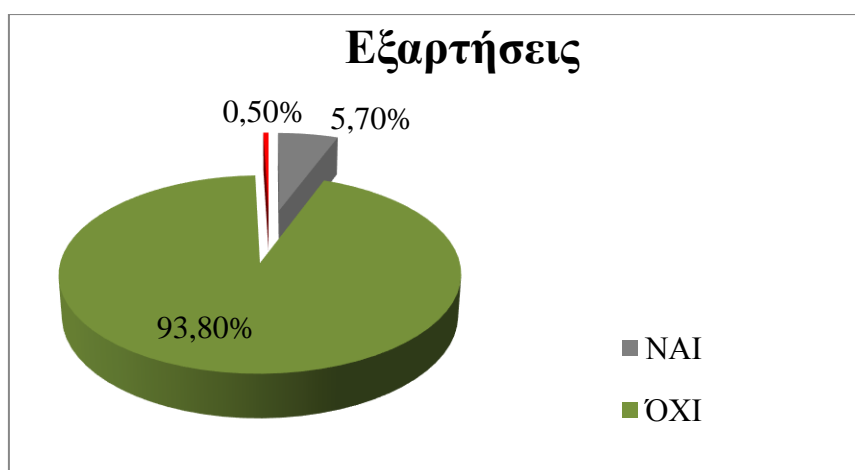
Το παραπάνω γράφημα ως προς τη συσχέτιση του τσιγάρου σχετικά με το κοινωνικό επίπεδο συμπληρώνει το αντίστοιχο γράφημα για το βιοτικό επίπεδο το οποίο παρουσιάζεται ως χαμηλό κατά 43,3%, μεσαίο κατά 32,8% και υψηλό 23,9%. Το βιοτικό επίπεδο εκείνη την εποχή στην Ελλάδα παρουσιάζεται χαμηλό, όμως δεν φαίνεται να επηρεάζει το κάπνισμα, καθώς παρά το πιθανό χαμηλό βιοτικό επίπεδο πρωταγωνιστών/συμπρωταγωνιστών παρουσιάζονται σχεδόν οι μισοί να καπνίζουν.

[Διάγραμμα 5.7]

7. Ο πρωταγωνιστής είναι εξαρτημένος από το αλκοόλ ή από ναρκωτικές ουσίες?

Διάγραμμα 5.8

Εξαρτήσεις

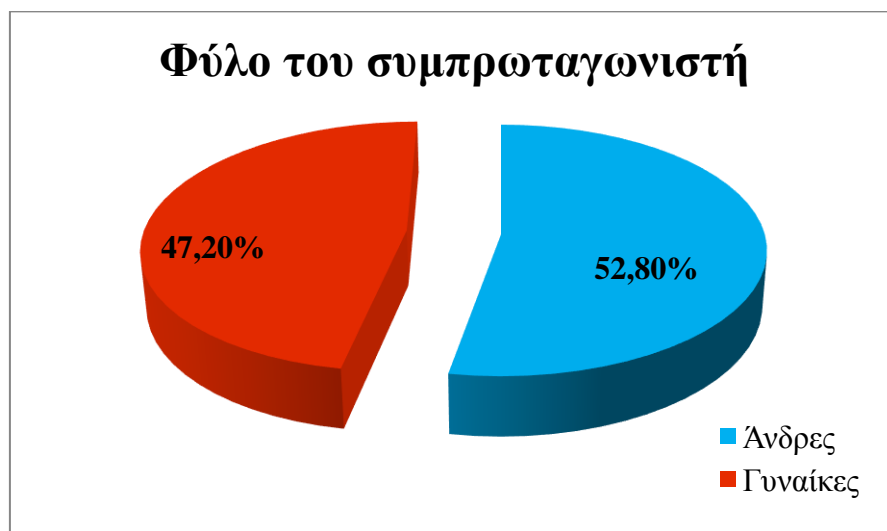


Ξεκάθαρο μήνυμα για μια γενιά μακριά από τις εξαρτήσεις ως προς το αλκοόλ και τα ναρκωτικά ο πρωταγωνιστής παρουσιάζεται νηφάλιος κατά 93,8% αυτών, με μόνη εξάρτηση το τσιγάρο και τη συνήθεια του για κάπνισμα έναντι 5,7% εξαρτημένο από ουσίες. [Διάγραμμα 5.8]

8. Αναφέρατε το φύλο του συμπρωταγωνιστή.

Διάγραμμα 5.9

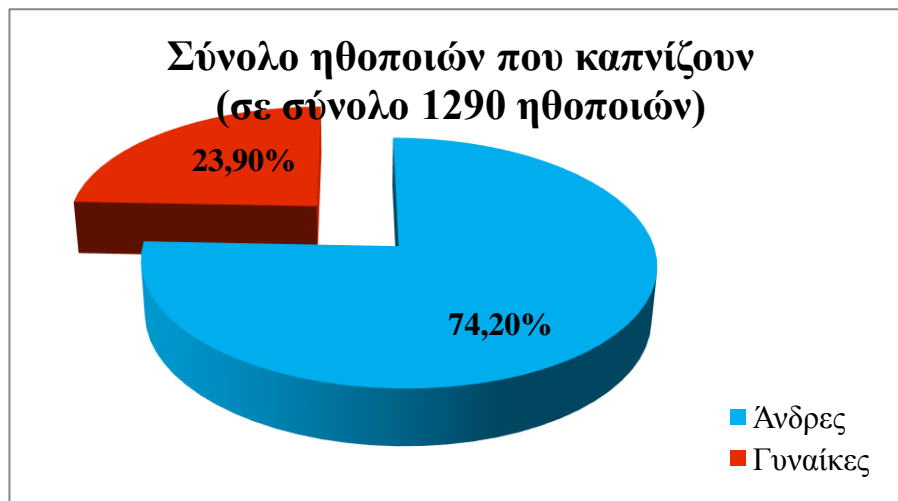
Φύλο συμπρωταγωνιστή



9. Συνολικά πόσους ηθοποιούς παρατηρήσατε να καπνίζουν?

Διάγραμμα 5.10

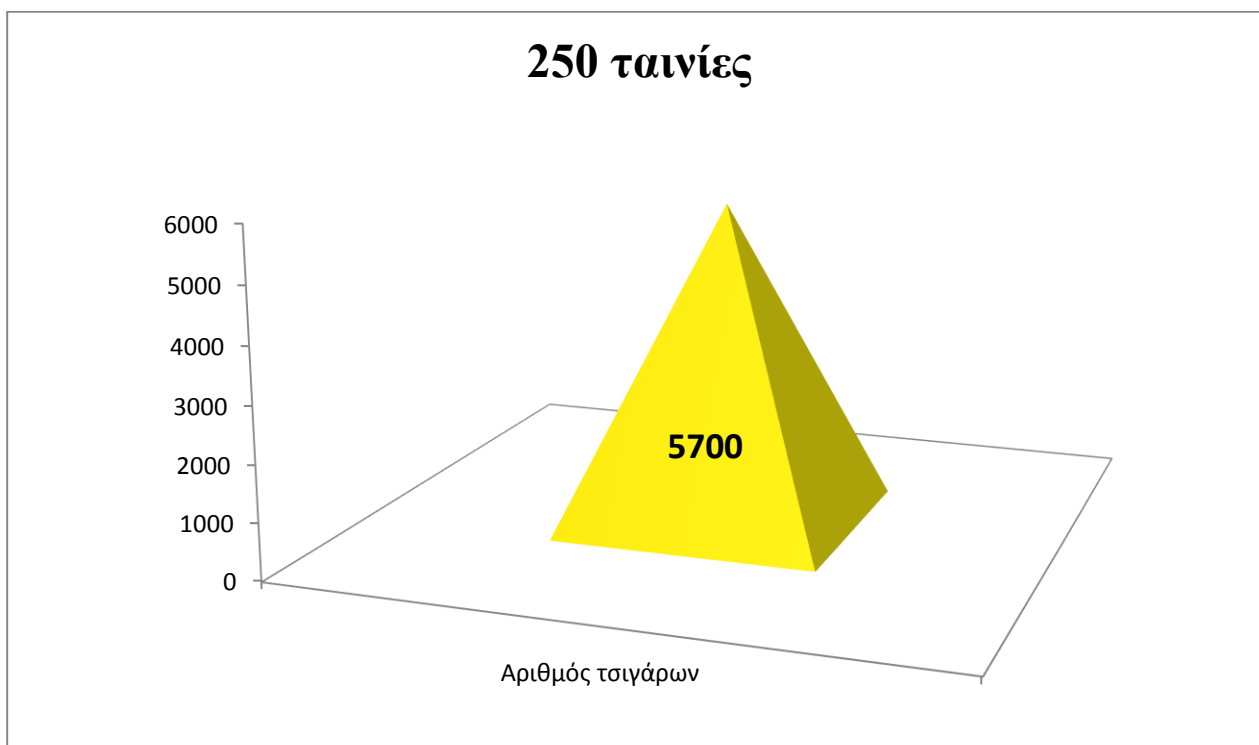
Σύνολο ηθοποιών που καπνίζουν



10. Συνολικά πόσα τσιγάρα παρατηρήσατε να καπνίζουν οι ηθοποιοί στην ταινία?

Διάγραμμα 5.11

Σύνολο τσιγάρων που εμφανίζονται στις ταινίες



11. Υπολογίστε με ακρίβεια για πόσα λεπτά της ώρας συνολικά εμφανίζεται να καπνίζει τουλάχιστον ένας ηθοποιός στην ταινία.

Συνολικά, ο μέσος όρος χρόνου που καπνίζει ένας ηθοποιός στην ταινία είναι 6,4 λεπτά.

Στο ερώτημα πόσοι ηθοποιοί καπνίζουν σε σύνολο 250 ταινιών η απάντηση είναι 1290 ηθοποιοί, ως μέσο όρο ανά ταινία προκύπτουν τρεις. Με αποκορύφωμα τα 5700 τσιγάρα σε όλες τις ταινίες και 13,5 τσιγάρα ανά ταινία κατά μέσο όρο. Ο χρόνος προβολής του καπνίσματος περιορίζεται στα 6 λεπτά κατά μέσο όρο σε μια ταινία, που όμως κυμαίνεται κατά 5'' το λιγότερο ως και 20 λεπτά το περισσότερο. Μετά από αυτά τα αποτελέσματα μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η προβολή, η χειραγώγηση και η διαφήμιση των τσιγάρων είναι δεδομένη, χωρίς να κρύβεται και με πολύ ωραίο τρόπο περασμένο στο κοινό του ελληνικού κινηματογράφου από τις κλασικές ταινίες μέχρι και τις νεότερες.

12. Αν παρατηρήσατε στην ταινία να αγοράζει κάποιος ηθοποιός τσιγάρα, προσδιορίστε από που: π.χ περίπτερο, μαγαζί ψιλικών κλπ.

Στις περισσότερες δεν εμφανίζεται κάποιος ηθοποιός να αγοράζει τσιγάρα, ενώ σε αυτές που οι ηθοποιοί αγοράζουν τσιγάρα, τα προμηθεύονται είτε από κάποιο περίπτερο είτε από μαγαζί ψιλικών.

13. Αν εμφανίζονται οι μάρκες των τσιγάρων που καπνίζουν, αναφέρατε ποιες

Στις ταινίες που παρακολοθήσαμε, οι ηθοποιοί που κάπνιζαν χρησιμοποιούσαν τις εξής μάρκες τσιγάρων: Marlboro και Marlboro light, Άρωμα, Παπαστράτος, Καρέλια, Players Navy Cut, Davidoff, Assos, Άριστα, Rothmans και Κεντ. Μεγαλύτερη συχνότητα όμως παρατηρήθηκε στα Assos και στα Marlboro.

14. Παρατηρήσατε διαφημίσεις τσιγάρων στην ταινία; Αν ΝΑΙ, αναφέρατε τα μέσα.

Στις διαφημίσεις των τσιγάρων, συχνότερο μέσο διαφήμισης αποτέλεσε η εμφάνιση του πακέτου των τσιγάρων και τα τασάκια. Παρόλα αυτά, διαφημίσεις έγιναν μέσω λεκτικών αναφορών, διαφημιστικών πινακίδων, διαφημίσεων σε περίπτερα, καθώς και με πρόταση ενός ηθοποιού σε κάποιον άλλο.

15. Αναφέρατε τους χώρους που οι ηθοποιοί εμφανίζονται να καπνίζουν

Οι χώροι στους οποίους εμφανίζονται να καπνίζουν οι ηθοποιοί είναι σε χώρους εργασίας, σε εξωτερικούς χώρους, σε κέντρα διασκέδασης, σε οικίες, σε δημόσιες υπηρεσίες, σε μέσα μεταφοράς, σε νοσοκομεία, σε θέατρα και κινηματογράφους, σε σχολεία και σε διάφορα άλλα μέρη, όπως ξενοδοχεία.

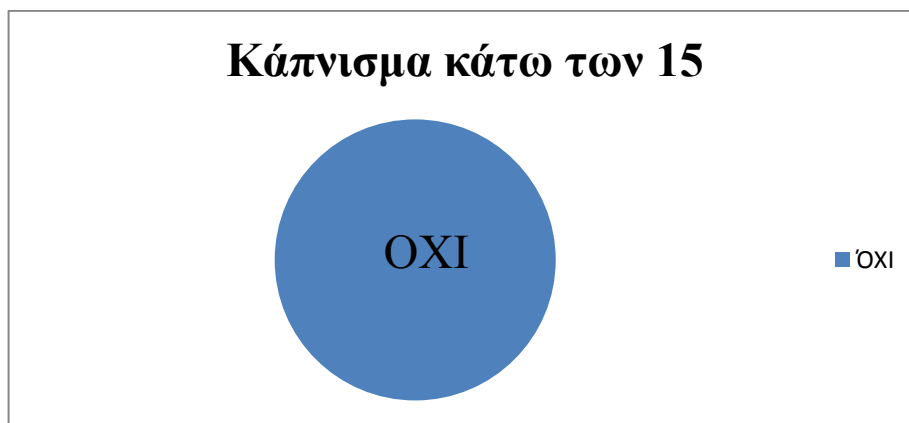
Από τους χώρους αυτούς μεγαλύτερη συχνότητα καπνίσματος παρουσιάζεται στις οικίες και αμέσως μετά σε κέντρα διασκέδασης και

εξωτερικούς χώρους. Παράλληλα, μικρότερη συχνότητα παρουσιάστηκε σε νοσοκομεία και σχολεία.

16. Εμφανίζονται να καπνίζουν παιδιά (κάτω των 15 ετών);

Διάγραμμα 5.12

Καπνιστές κάτω των 15 ετών



17. Εμφανίζονται να καπνίζουν με παρόντα παιδιά (κάτω των 15 ετών);

Διάγραμμα 5.13

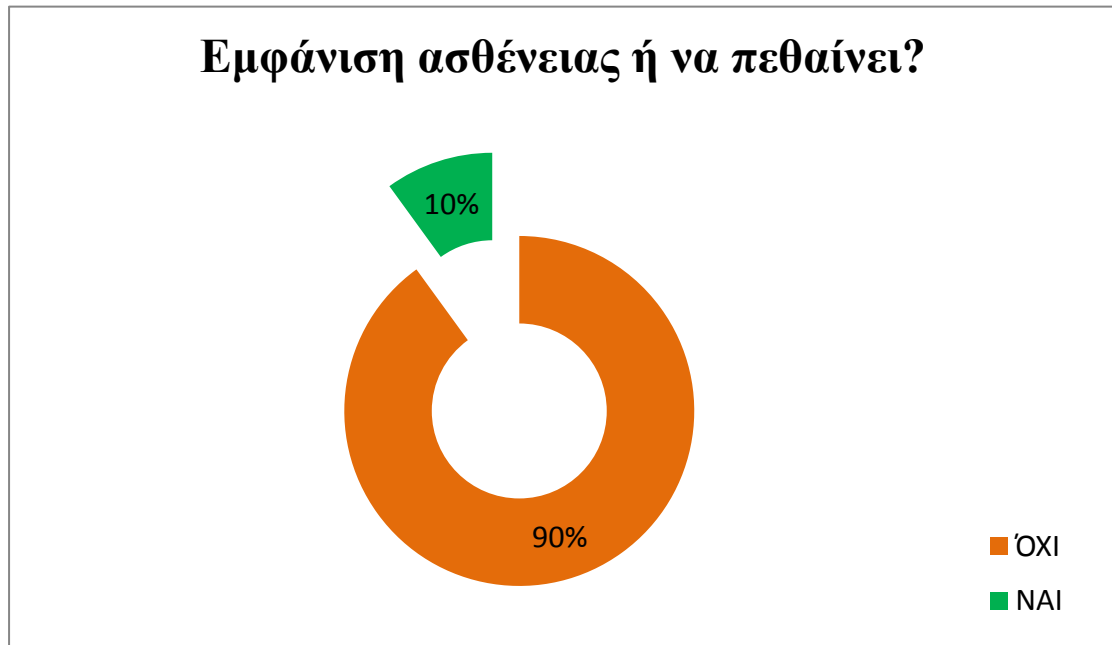
Προβολή καπνίσματος μπροστά σε παιδιά



18. Αν ο πρωταγωνιστής εμφανίζεται να ασθενεί ή να πεθαίνει, προσδιορίστε την ασθένεια ή την αιτία αντίστοιχα.

Διάγραμμα 5.14

Εμφάνιση Καπνίσματος



Διάγραμμα 5.15

Τρόπος θανάτου ή ασθένειας



Στις περισσότερες ταινίες (περίπου 95%) δεν εμφανίζεται κάποιος ηθοποιός να αγοράζει τσιγάρα, παρ' όλ' αυτά σε αυτές που οι ηθοποιοί αγοράζουν τσιγάρα, τα προμηθεύονται είτε από κάποιο περίπτερο είτε από μαγαζί ψιλικών, με στόχο να γίνει ξεκάθαρο στο κοινό ο τόπος από τον οποίο μπορούν να τα προμηθευτούν και κατ' επέκταση να τα αγοράσουν. Επίσης, οι ηθοποιοί που κάπνιζαν χρησιμοποιούσαν τις εξής μάρκες τσιγάρων: Marlboro και Marlboro light, Άρωμα, Παπαστράτος, Players Navy Cut, Davidoff, Assos, Άριστα, Rothmans και Κεντ. Μεγαλύτερη συχνότητα σε μάρκα τσιγάρων παρατηρήθηκε στα Assos και στα Marlboro, δυο μάρκες τσιγάρων που είναι μέχρι και σήμερα σταθερά από τις πιο δυνατές στον χώρο τους.

Όσον αφορά στις διαφημίσεις των τσιγάρων στις ταινίες, συχνότερο μέσο διαφήμισης αποτέλεσε η εμφάνιση του πακέτου των τσιγάρων και τα τασάκια. Παρόλα αυτά, διαφημίσεις έγιναν μέσω λεκτικών αναφορών, διαφημιστικών πινακίδων, διαφημίσεων σε περίπτερα, καθώς και με πρόταση ενός ηθοποιού σε κάποιον άλλο για τσιγάρο. Αναμενόμενος τρόπος διαφήμισης, με την εμφάνιση του πακέτου στις οθόνες ενώ υποσυνείδητο μήνυμα σίγουρα αποτελούν τα τασάκια.

Σχετικά με τους χώρους στους οποίους εμφανίζονται να καπνίζουν οι ηθοποιοί πρόκειται για χώρους εργασίας, εξωτερικούς χώρους, κέντρα διασκέδασης, οικίες, δημόσιες υπηρεσίες, μέσα μεταφοράς, νοσοκομεία, θέατρα και κινηματογράφους, σχολεία και σε διάφορα άλλα μέρη, όπως ξενοδοχεία.

Από τους χώρους αυτούς μεγαλύτερη συχνότητα καπνίσματος παρουσιάζεται στις οικίες και αμέσως μετά σε κέντρα διασκέδασης και εξωτερικούς χώρους. Παράλληλα, μικρότερη συχνότητα παρουσιάστηκε σε νοσοκομεία και σχολεία, όμως προκαλεί ενδιαφέρον η ύπαρξη αυτών των χώρων στην σχετική λίστα. Πιθανώς να πρόκειται για ταινίες πιο πρόσφατες και θεωρητικά πιο εναλλακτικές έχοντας ως στόχο να δείξουν ότι καπνίζουν και σε αυτούς τους χώρους μαθητές και σχολικό προσωπικό και νοσηλεύόμενοι και ιατρικό προσωπικό αντίστοιχα. Παρόλο που στη σχετική λίστα συναντάται το σχολείο, στη σχετική ερώτηση για το αν εμφανίζονται να καπνίζουν παιδιά κάτω των 15 ετών, το αποτέλεσμα είναι 100% όχι. Η πιθανότητα λάθους που δίνεται είναι μεγάλη και ίσως στις συγκεκριμένες ταινίες να μην προβλήθηκαν οι εικόνες των νέων αυτών με τα τσιγάρα. Παρ' όλ' αυτά 10,6% των ηθοποιών εμφανίζεται με τσιγάρο μπροστά στα παιδιά, χαμηλό ποσοστό συγκριτικά

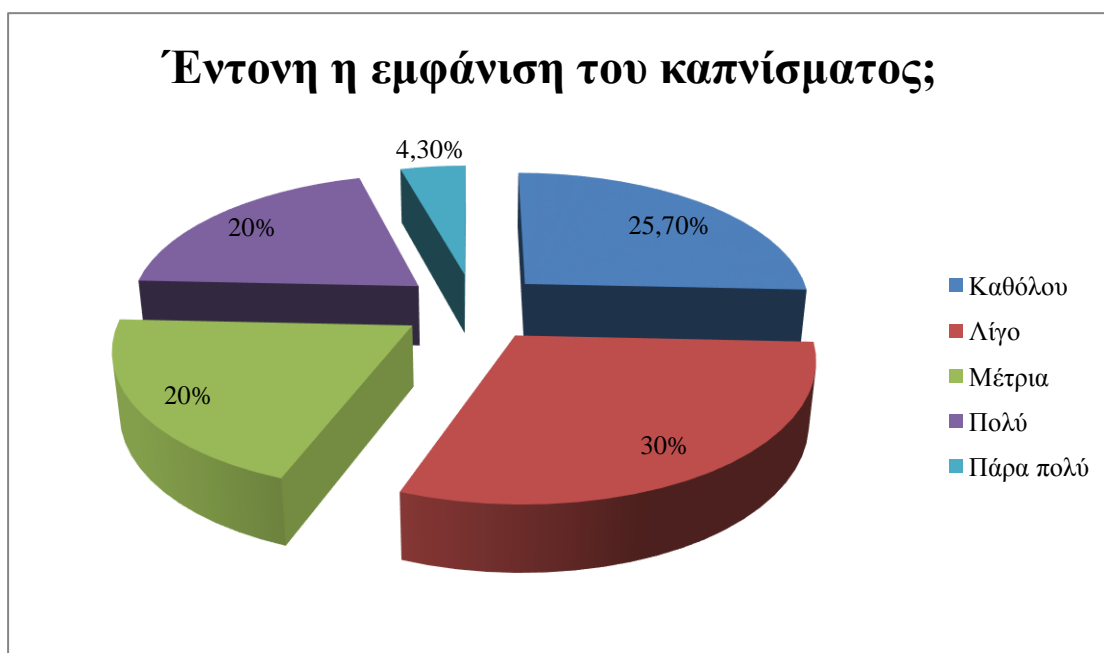
με τον αριθμό τσιγάρων ανά ταινία και τον αριθμών ηθοποιών που παρουσιάζονται να καπνίζουν.

Το 90% των ταινιών δεν παρουσίασαν θανάτους πρωταγωνιστών, όμως ένα 10% παρουσίασε με κλασικό τρόπο και άλλες φορές ευρηματικό όπως σχιζοφρένια, βρογχικό άσθμα, πνιγμό. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει την τάση των ελληνικών ταινιών για χαρούμενο τέλος και μια ζωή όμορφη χαρακτηριστική από απολαύσεις, όπως το τσιγάρο το οποίο και προβάλλεται πολύ αλλά όχι ως υπεύθυνο των θανάτων αυτών. [Διάγραμμα 5.15. Και ανάλυση υπόλοιπων ερωτήσεων χωρίς γραφήματα.]

19. Στην ταινία που είδες, θεωρείς ότι το κάπνισμα κάνει έντονα την εμφάνισή του;

Διάγραμμα 5.16

Εμφάνιση Καπνίσματος



Η εμφάνιση του καπνίσματος στο σύνολο των ταινιών γίνεται μέτρια, πολύ και πάρα πολύ έντονη σε ένα μέσο όρο (20%, 20%, 4,3%) αντίστοιχα, καταλαμβάνοντας στο σύνολο το 44,3% λίγο λιγότερο από το μισό. Γεγονός που

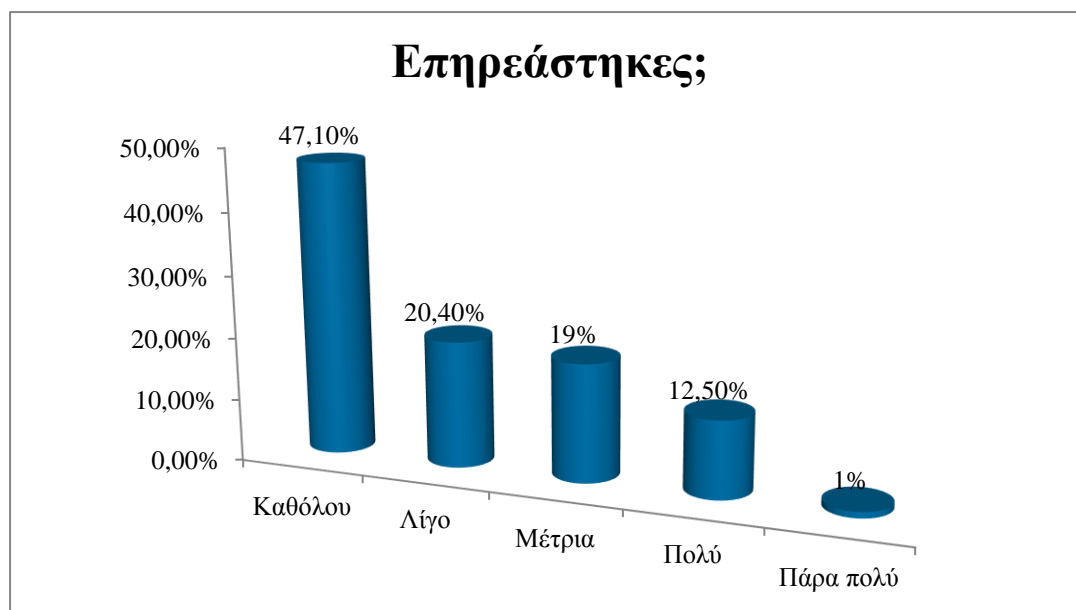
δηλώνει ότι η έμφαση του καπνίσματος υπάρχει τουλάχιστον στο ½ των ταινιών.

[Διάγραμμα 5.16]

20. Ο τρόπος, μέσα από τον οποίο παρουσιάζεται να καπνίζει ο πρωταγωνιστής, θεωρείς ότι επηρεάζει τον θεατή;

Διάγραμμα 5.17

Επιρροή

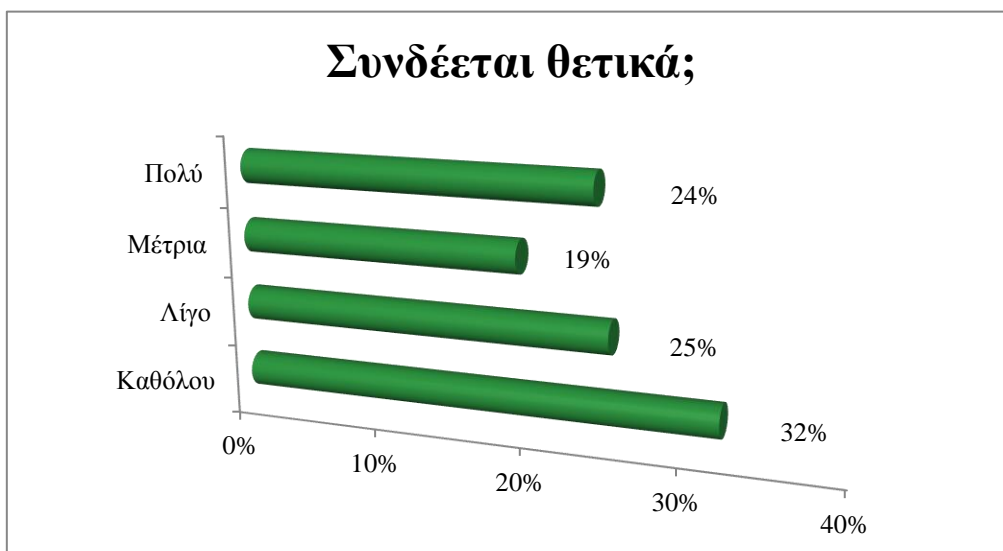


Βέβαια γίνεται και λιγότερο έντονη σε ποσοστό της τάξεως 30%, με ένα 25,7% των ταινιών να μη δίνει καθόλου έμφαση στο κάπνισμα. Παρ' όλ' αυτά ο τρόπος που παρουσιάζεται να καπνίζει ο πρωταγωνιστής δε φαίνεται να επηρεάζει στο μεγαλύτερο πλήθος των ταινιών αυτών (47,1%) γεγονός που δημιουργεί μια αντίστροφη σχέση μεταξύ της χειραγώγησης του κοινού και το αν τελικά το καταφέρνει αυτό. **[Διάγραμμα 5.17]**

21. Το κάπνισμα, στην ταινία που είδες, συνδέεται θετικά με την προσωπικότητα των ηθοποιών;

Διάγραμμα 5.18

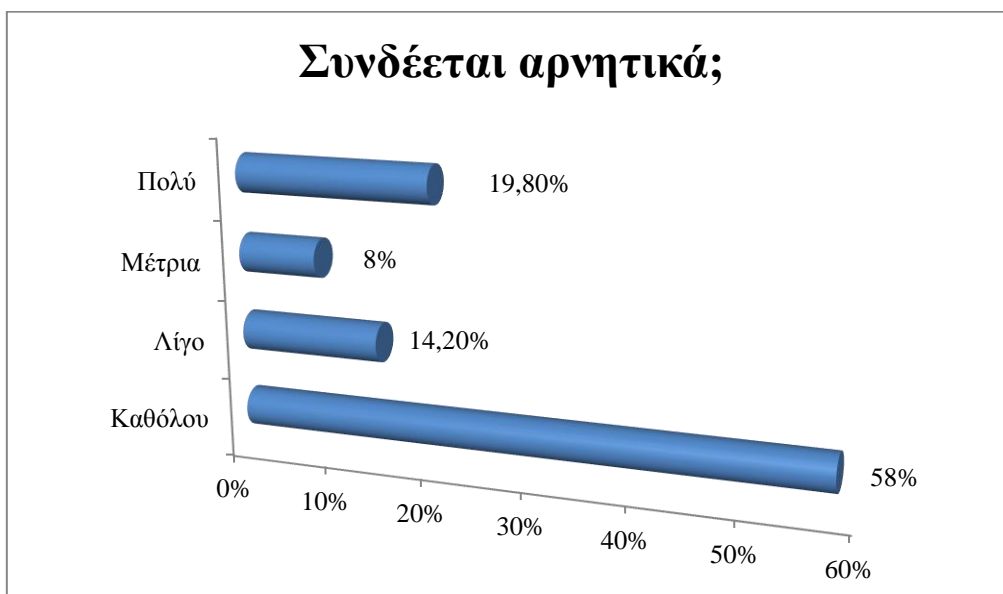
Σύνδεση προσωπικότητας ηθοποιού με το κάπνισμα



22. Το κάπνισμα, στην ταινία που είδες, συνδέεται αρνητικά με την προσωπικότητα των ηθοποιών;

Διάγραμμα 5.19

Σύνδεση προσωπικότητας ηθοποιού με το κάπνισμα

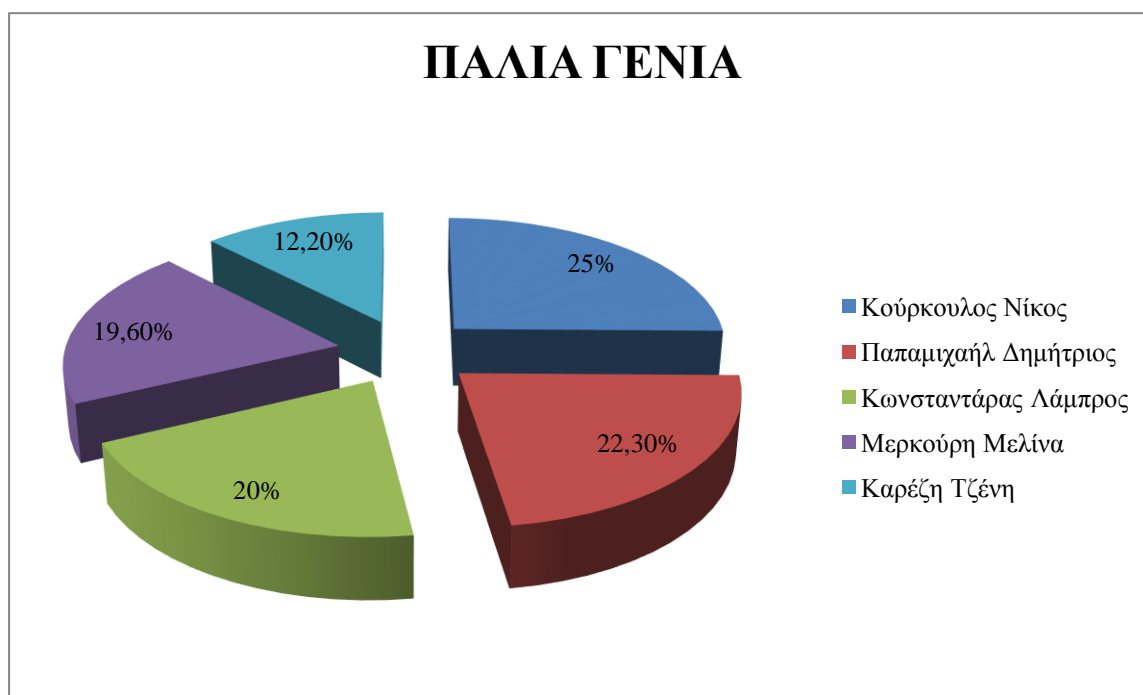


Η σύνδεση της προσωπικότητας του ηθοποιού με το κάπνισμα κατά πόσο είναι θετική ή αρνητική αφορά μια απάντηση με διπλό ενδιαφέρον. Εφόσον, συνδέεται θετικά με τον ηθοποιό, σημαίνει ότι επηρεάζει το κοινό ο ηθοποιός άρα κατ' επέκταση και η συνήθεια του για κάπνισμα. Αλλά αν τον επηρεάζει αρνητικά δε σημαίνει απαραίτητα κιόλας ότι δεν τον χειραγωγεί, γιατί παρόλο που τον κατακρίνει ο θεατής, στην ουσία δέχεται το μήνυμα το οποίο παρουσιάζεται στην οθόνη του. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης, επιβεβαιώνουν την παραπάνω θεωρία με το μεγαλύτερο ποσοστό των ταινιών να τάσσεται θετικά στο κάπνισμα και στη σύνδεση της με τον ηθοποιό. [Διάγραμμα 5.18. και 5.19]

23. Να αναφέρετε τα 3 πρώτα ονόματα Ελλήνων ηθοποιών που έρχονται στο μυαλό σου, που έχεις συνδέσει με την εικόνα του καπνιστή.

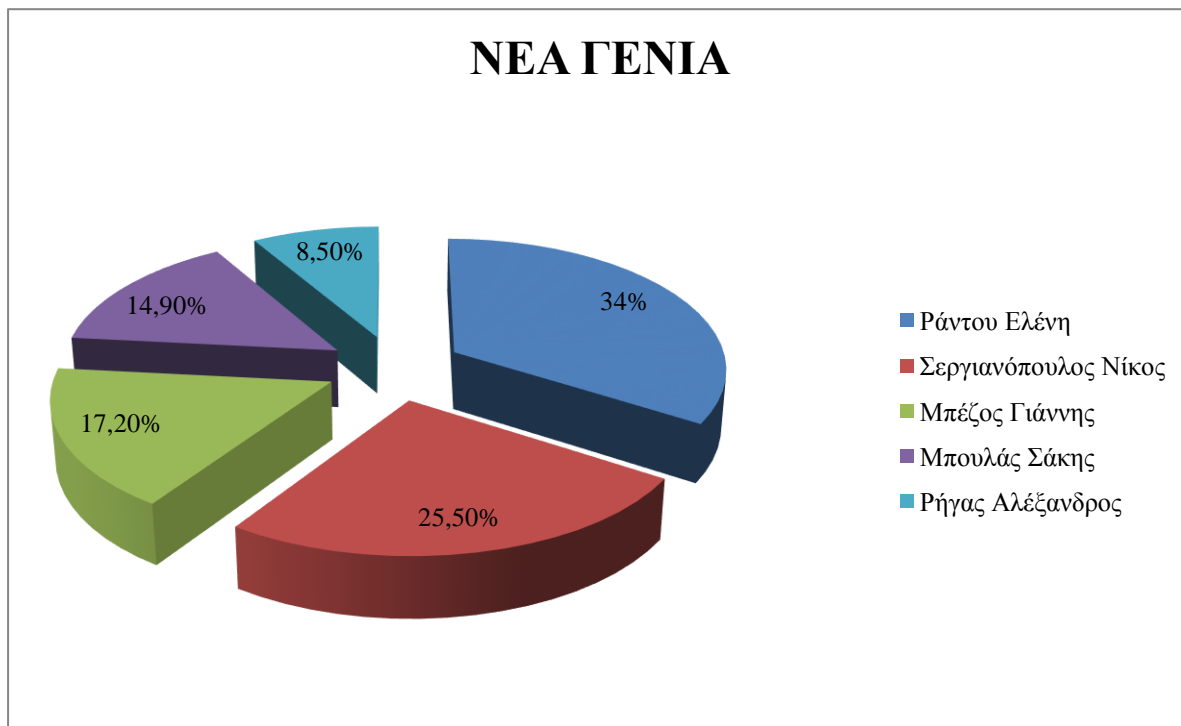
Διάγραμμα 5.20

Καπνιστές ηθοποιοί Παλιάς γενιάς



Διάγραμμα 5.21

Καπνιστές ηθοποιοί Νέας γενιάς



Τέλος, ενδιαφέρον παρουσιάζει στην έρευνα μας, ποιοι Έλληνες ηθοποιοί είναι συνδεδεμένοι με την εικόνα του καπνιστή. Σκοπίμως χωρίστηκαν σε δύο κατηγορίες, στη νέα γενιά και παλιά γενιά ηθοποιών. Οι πρώτοι πέντε ηθοποιοί της παλιάς γενιάς είναι: ο Νίκος Κούρκουλος, ο Δημήτρης Παπαμιχαήλ, ο Λάμπρος Κωνσταντάρας, η Μελίνα Μερκούρη και η Τζένη Καρέζη. Ενώ αντίστοιχα οι πέντε πρώτοι ηθοποιοί της νέας γενιάς είναι: η Ελένη Ράντου, ο Νίκος Σεργιανόπουλος, ο Γιάννης Μπέζος, ο Σάκης Μπουλάς και ο Αλέξανδρος Ρήγας. [Διάγραμμα 5.20 και 5.21]

Σε σύγκριση με άλλες έρευνες στην Ινδία και τη Γερμανία, παρατηρήθηκε το ίδιο φαινόμενο στους νέους καθώς φάνηκε ότι υπάρχει συσχέτιση του καπνίσματος με τη συχνότητα παρακολούθησης του κινηματογράφου καθώς επίσης και με την αποδοχή του καπνού. Αυξημένη δεκτικότητα των νέων στον καπνό παρουσιάστηκε σε όλες τις μελέτες. Γεγονός που φανερώνει ότι το μοντέλο είναι το ίδιο, γενιές επηρεασμένες από τον κινηματογράφο, οι οποίες χειραγωγούνται από την παρουσία του καπνίσματος. Ο παγκόσμιος οργανισμός υγείας πρέπει να λάβει μέτρα και το ίδιο η κάθε πολιτεία,. (Reiner Hanewinkel, PhD, James D. Sargent, MD. 2007) (*Hemant Goswami, Rajesh Kashyap. Tobacco in movies and impact on youth*)

5.3. Περιορισμοί έρευνας

Η έρευνα υπόκειται στους μεθοδολογικούς περιορισμούς οι οποίοι έχουν επισημανθεί για τις έρευνες που βασίζονται στην απάντηση ερωτηματολογίων και τα οποία συμπληρώνονται με βάση την κρίση του ατόμου που τα απαντάει. Η αντιπροσωπευτικότητα των ταινιών οι οποίες επιλέχθηκαν να συμμετάσχουν στην παρούσα έρευνα μπορεί να αποτελούν έναν ακόμα περιορισμό. Αυτό γιατί παρόλο που παρακολουθήθηκαν από ένα άτομο, στο σύνολο τους, δεν μπορεί να παραβλεφθεί η πιθανότητα λάθους και η ανάγκη για μεγαλύτερο αριθμό ταινιών. Επιπροσθέτως, η ανάλυση της έρευνας δε βασίζεται μόνο σε γεγονότα αλλά και σε απόψεις, πράγμα το οποίο καθίσταται από μόνο του ως μη αντικειμενικότητα.

5.4. Προτάσεις για μελλοντική διερεύνηση

Η μελλοντική διερεύνηση βασίζεται κυρίως στην κάλυψη των περιορισμών και στην επανάληψη της ίδιας ακριβώς έρευνας, για την επιβεβαίωση των αποτελεσμάτων. Ενδιαφέρον θα παρουσίαζε, να χωριστεί η έρευνα σε δύο κομμάτια, ένα για τις ταινίες στον ελληνικό κινηματογράφο πριν το 90' και το δεύτερο κομμάτι για αυτές μετά το 90'. Στόχος θα είναι, να παρατηρήσουμε, αν η προβολή του καπνίσματος αυξάνεται και αν ο τρόπος προβολής του διαφοροποιείται και κατά πόσο γίνεται αποδεκτός. Καθώς λοιπόν η παρούσα έρευνα καλύπτει και τα δυο τμήματα θα μπορούσε να επιβεβαιώσει ή να απορρίψει την νέα έρευνα.

Επιπροσθέτως, ενδιαφέρον θα παρουσίαζε έρευνα η οποία θα απευθύνεται ως επί το πλείστον, σε παιδικές ταινίες (κινούμενα σχέδια, animations, προεφηβικές σειρές) και κατά πόσο υπάρχουν αναφορές στο κάπνισμα και κατ' επέκταση χρήση του από τους ηθοποιούς (κινούμενοι χαρακτήρες).



Η μονογραφία του National Cancer Institute για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το κάπνισμα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι "τα αποδεικτικά στοιχεία από διατομικές, διαχρονικές, και πειραματικές μελέτες δείχνουν μια αιτιώδη σχέση μεταξύ της έκθεσης των απεικονίσεων του καπνίσματος της νεολαίας και της έναρξης του καπνίσματος της νεολαίας". Πρόσφατες συγχρονικές και διαχρονικές μελέτες στη Γερμανία δείχνουν τη συνοχή της αιτιακής σχέσης έξω από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Ωστόσο, υπήρξε μικρή έρευνα σχετικά με το κάπνισμα στις ταινίες ως παράγοντας κινδύνου για το κάπνισμα των νέων στις χώρες χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος, όπου το βάρος της παγκόσμιας επιδημίας του καπνού μετατοπίζεται. Η παγκόσμια διανομή των ταινιών από τις ΗΠΑ μπορεί να επηρεάσει τη νεολαία των χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος χωρών που φιλοδοξούν στις αμερικανικές πολιτιστικές αξίες.

Η έκθεση του καπνίσματος μέσω των ταινιών προβλέπει το κάπνισμα, αλλά έχει μόνο οριακή επίδραση στην προσπάθεια του καπνίσματος κατά την παρακολούθηση. Το υψηλότερο επίπεδο της έκθεσης του καπνίσματος στις ταινίες δεν συσχετίστηκε σημαντικά με αυξημένο κίνδυνο προσπάθειας καπνίσματος.

Διαχρονικές μελέτες στη Γερμανία και τις Ηνωμένες Πολιτείες βρήκαν μια ισχυρότερη πρόβλεψη, δόσης-απόκρισης σχέση μεταξύ της έκθεσης του καπνίσματος από τις ταινίες και την προσπάθεια καπνίσματος για πρώτη φορά. Ωστόσο, η σχέση αυτή ήταν ασθενέστερη στη Γερμανία από ότι στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι ερευνητές υπέθεσαν ότι αυτό μπορεί να οφείλεται σε ασθενέστερη ρύθμιση του καπνού και σε ένα αποτελεσματικά μεγαλύτερο εύρος των κοινωνικών επιρροών του καπνίσματος στη Γερμανική νεολαία. (Thrasher JF, Sargent JD, Huang L, Arillo-Santillán E, Dorantes-Alonso A, Pérez-Hernández R. 2009)

Το κάπνισμα στις ταινίες είναι ένας παράγοντας κινδύνου για την έναρξη του καπνίσματος μεταξύ των αμερικανών εφήβων. Ο περιορισμός της έκθεσης των νέων εφήβων στο κάπνισμα μέσω των ταινιών θα μπορούσε να έχει σημαντικές επιπτώσεις στη δημόσια υγεία.

Η υιοθέτηση του καπνίσματος κατά τη διάρκεια της εφηβείας, δε θεωρείται ότι είναι το αποτέλεσμα μιας ορθολογικής και ιδιαίτερα προμελετημένης διαδικασίας της σκέψης. Αντ' αυτού, η μύηση στο κάπνισμα σημαίνει συνήθως μια αντίδραση στις κοινωνικές εκδηλώσεις στις οποίες οι έφηβοι βρίσκονται αντιμέτωποι με την ευκαιρία να καπνίζουν. Δεδομένου της ευκαιρίας αυτής, κάποιοι έφηβοι υιοθετούν

αυτή τη συμπεριφορά, και κάποιοι όχι. Τα παιδιά γίνονται επιρρεπή στην προσπάθεια του καπνίσματος ως απάντηση στις κοινωνικές επιρροές, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων που παρατηρούν τη μοντελοποίηση της συμπεριφοράς στο κοινωνικό τους περιβάλλον. Από καιρό έχει αναγνωριστεί ότι οι κοινωνικές επιρροές είναι ο κύριος λόγος για τον οποίο τα παιδιά προσπαθούν να καπνίσουν και οι συμπεριφοριστικοί ερευνητές έχουν αναφερθεί εκτενώς στο αποτέλεσμα της κοινωνικής επίδρασης της οικογένειας και των συνομηλίκων στην εφηβική έναρξη του καπνίσματος. Οι κοινωνικές επιρροές περιλαμβάνουν επίσης εικόνες, όπως αυτές που περιέχονται στην εμπορία του καπνού, η οποία έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζει το εφηβικό κάπνισμα και τα μέσα ψυχαγωγίας.

Αν και τα αστέρια της ψυχαγωγίας έχουν διαμορφώσει το κάπνισμα στις ταινίες και στην τηλεόραση, προσελκύοντας μεγάλα ακροατήρια από τις πρώτες ημέρες των βιομηχανιών αυτών, η σχετική συμβολή των μέσων ψυχαγωγίας στην προώθηση του καπνίσματος δεν έχει μελετηθεί εκτενώς.

Μια σύγχρονη επιστημονική βιβλιογραφία αναπτύσσεται στη σχέση μεταξύ των απεικονίσεων του καπνίσματος στις ταινίες και την υιοθέτηση του καπνίσματος ξεκινώντας με τη δημοσίευση δυο διατομικών μελετών που σύνδεσαν το εφηβικό κάπνισμα με την κατάσταση καπνίσματος του αγαπημένου αστεριού του εφήβου. Τα ευρήματα αυτά ενισχύονται από μια συγχρονική μελέτη στην οποία βρέθηκε μια ισχυρή σχέση ανάμεσα στην περιεκτικότητα ενός ειδικού μέτρου της έκθεσης του καπνίσματος στις ταινίες και την έναρξη του εφηβικού καπνίσματος, ανεξάρτητα από μια σειρά άλλων παραγόντων κινδύνου του καπνίσματος. (Sargent JD, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Gibson JJ, Titus-Ernstoff LT, Carusi CP, Swain SD, Heatherton TF, Dalton MA. 2005)

Η χρήση του καπνού μεταξύ των εφήβων είναι ένα σημαντικό πρόβλημα υγείας παγκοσμίως. Πρόσφατες στατιστικές δείχνουν ότι η έκκληση του καπνίσματος έχει αυξηθεί κατά τη διάρκεια των ετών, κυρίως μεταξύ του πληθυσμού των εφήβων γυναικών. (Easley J. 1997)

Όπως αναφέρει ο Charpman στην έρευνα του το 2008, η απεικόνιση του καπνίσματος είναι διάχυτη σε ταινίες, που εμφανίζονται στα τρία τέταρτα ή περισσότερο σύγχρονες επιτυχίες του box office. Αναγνωρίσιμες μάρκες τσιγάρων εμφανίζονται στο περίπου ένα τρίτο των ταινιών. Το συνολικό βάρος των στοιχείων

από τις διατομικές, διαχρονικές και πειραματικές μελέτες δείχνει μια αιτιώδη σχέση μεταξύ της έκθεσης σε απεικονίσεις του καπνίσματος σε ταινίες και την έναρξη του καπνίσματος των ανηλίκων.

Πολλά έθνη απαγορεύουν όλες τις διαφημίσεις προϊόντων καπνού, λόγω της επιρροής τους σχετικά με το κάπνισμα. Η ιδέα ότι οι ταινίες με σκηνές καπνίσματος θα πρέπει είτε να απαγορευθούν ή τουλάχιστον να ρυθμίζονται μέσω της κατάταξης «μόνο για ενήλικες», έχει κερδίσει έδαφος σε ένα μικρό αριθμό των εθνών, ιδιαίτερα την Ινδία, την Ταϊλάνδη και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Η απαγόρευση του καπνίσματος από τους κινηματογράφους, αποτελεί μια θεμελιώδη απειλή για την ελευθερία της έκφρασης, προσκαλώντας τον αναπόφευκτο εμπαιγμό για τις ασυνέπειες και "αερογραφίες" της πραγματικότητας, που θα εξαπέλυε η υιοθέτησή της. Αυτό είναι πιθανό να αλλοτριώσει πολλούς απλούς και επιδρώντες ανθρώπους, οι οποίοι σε διαφορετική περίπτωση θα ήταν έντονα ενθαρρυντικοί για τον περιεκτικό και σκληρό έλεγχο του καπνού.

Στην ίδια έρευνα αναφέρει ακόμη πως τα έθνη θα πρέπει να τροποποιήσουν τους νόμους ώστε να απαιτούν γνωστοποιήσεις "μη τοποθέτηση προϊόντων". Οι παγκόσμιες προσπάθειες θα πρέπει να αυξηθούν για να εκθέσουν την έκταση και τις συνέπειες του καπνίσματος σε ταινίες και οι πληροφοριοδότες πρέπει να ενθαρρυνθούν για να εκθέσουν τις περιπτώσεις παροτρύνσεων βιομηχανίας καπνών στη κινηματογραφική βιομηχανία, ώστε να καταστεί δυνατό να προκύψουν διώξεις, όπου είναι δυνατόν. Οι προσπάθειες πρέπει να συνεχίσουν ώστε να πείσθουν οι διευθυντές όπου αυτό είναι περιττό στην αληθοφάνεια των παραγωγών τους. Και τέλος, το κάπνισμα θα πρέπει να γίνει ένα από τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη κατά την ταξινόμηση των ταινιών, αλλά όπως συμβαίνει τώρα με τη βαθμολογική ταξινόμηση των ταινιών σε σχέση με άλλα ενήλικα στοιχεία, θα πρέπει να εξεταστεί σε γενικό πλαίσιο για κάθε περίπτωση χωριστά παρά να προκαλέσει την αυτόματη ανοδική ταξινόμηση.

Οι κινηματογράφοι είναι από καιρό βραβευθέντες φορείς για τους κατασκευαστές για να προαγάγουν τα προϊόντα τους. Όταν οι εξέχοντες ηθοποιοί καπνίζουν σε επιτυχίες του box office οι ισχυρές και ανεξίτηλες ενώσεις προστίθενται στο κάπνισμα. Παγκοσμίως, εκατοντάδες εκατομμύρια των νέων βλέπουν αυτές τις ταινίες κάθε χρόνο, συχνά ανεξάρτητα από το κόστος που έχουν οι ταινίες αυτές

στους ίδιους. Συνεπώς, κανείς δεν θα πρέπει να εκπλήσσεται από το γεγονός ότι η βιομηχανία καπνού έχει μακρά ιστορία στην προώθηση τόσο του καπνίσματος όσο και των ιδιαίτερων εμπορικών σημάτων, με τους παραγωγούς να δείχνουν τα προϊόντα στα χέρια και ανάμεσα στα χείλη των πρωταγωνιστών.

Ο ίδιος ο Charman αναφέρει πως «εάν προωθήθηκε η λογικότερη πρόταση ότι το κάπνισμα οφείλει να θεωρηθεί ως ένα στοιχείο μέσα στις ταινίες, εκτιμώντας τις αξιολογήσεις των επιτροπών για το πώς μια ταινία πρέπει να εκτιμηθεί, θα προέβλεπα ότι πολλές από τις κυβερνήσεις και τις κινηματογραφικές βιομηχανίες θα ήταν πιο δεκτικές και θα σημειωνόταν περισσότερη πρόοδος. (Charman S. 2008)

5.5 Ανακεφαλαίωση

Εν κατακλείδι, το κάπνισμα εξακολουθεί να αποτελεί το μεγαλύτερο παράγοντα θνησιμότητας που μπορεί να προληφθεί. Η εξάρτηση από το τσιγάρο μπορεί να προκαλέσει πολλών ειδών ασθένειες, μεταξύ των οποίων και ο καρκίνος, ιδιαίτερα ο καρκίνος του πνεύμονα. Η παρακολούθηση ταινιών στις οποίες οι ήρωες καπνίζουν μπορεί να παρακινήσει τους νέους και να εφησυχάσει τους μεγαλύτερους να ανάψουν τσιγάρο και να αποκτήσουν μια διά βίου εξάρτηση ή να την διατηρήσουν αντίστοιχα.

Είναι δύσκολο να είναι κανείς κατηγορηματικός ότι οποιαδήποτε κάπνισμα σε μια ταινία πρέπει να σημαίνει ότι όλες αυτές οι ταινίες "προωθούν" το κάπνισμα. Είναι, όμως, αναμφισβήτητο ότι πολλές από αυτές τις ταινίες το προωθούν, με τις ίδιες ακριβώς συνέπειες για την υγεία των εκατομμυρίων που είχαν επικαλεσθεί ως δικαιολογία για τον έλεγχο της διαφήμισης των προϊόντων καπνού.

Συμπερασματικά, κρίνεται απαραίτητη η αλλαγή του συστήματος κατάταξης των ταινιών, έτσι ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι σκηνές καπνίσματος, συνίσταται μια αποτελεσματική μέθοδο για τη μείωση της έκθεσης των παιδιών και των εφήβων σε σκηνές καπνίσματος, χωρίς όμως να γίνεται παρέμβαση στο περιεχόμενο της ταινίας. Η σχέση μεταξύ της παρακολούθησης σκηνών καπνίσματος στην οθόνη και της επιθυμίας των νέων να δοκιμάσουν το τσιγάρο παρατηρήθηκε καθώς στη συγκεκριμένη έρευνα παρακολούθηθηκαν ταινίες που απευθύνθηκαν σε διαφορετικές γενιές. Έτσι, εφόσον συνεχίζεται να προβάλλεται η ταινία, αυτό σημαίνει ότι προβάλλεται το αντίστοιχο μήνυμα σε πάροδο χρόνου. Η εφαρμογή ρεαλιστικών

πολιτικών για τον περιορισμό τέτοιου είδους σκηνών, πρέπει να γίνει αντιληπτή. Δεν αρκεί μόνο ο περιορισμός καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους, αλλά και ο περιορισμός προβολής αντίστοιχων εικόνων στην τηλεόραση και στον κινηματογράφο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ

| Τίτλος ταινίας | | | | | | |
|--|--------------------------------|---|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Κωδικός | | | | | | |
| Διάρκεια (σε λεπτά) | | | | | | |
| Κατηγορία περιεχομένου | | | | | | |
| Ερωτήματα | Επιλογές-Επεξήγηση | Επιλογές-Επεξήγηση | | | | |
| Αναφέρατε το φύλο του πρωταγωνιστή | Ανδρας | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Γυναίκα | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Ο πρωταγωνιστής καπνίζει; | Ναι | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Όχι | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Θα χαρακτηρίζατε τον πρωταγωνιστή | Λιποβαρό | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Κανονικό | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | Υπερβαρό | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | Παχύσαρκο | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Αναφέρατε την ηλικία του πρωταγωνιστή | Επιλέξτε από την ομάδα ηλικιών | 15-24 | 25-44 | 45-64 | 65-84 | 85+ |
| | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Αναφέρατε με ακρίβεια το επάγγελμα του πρωταγωνιστή | | Κωδικός ΣΤΕΠ-82 | | | | |
| Προσδιορίστε το βιοτικό επίπεδο του πρωταγωνιστή | Χαμηλό | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Μεσαίο | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | Υψηλό | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Ο πρωταγωνιστής είναι εξαρτημένος από το αλκοόλ ή από ναρκωτικές ουσίες; | Ναι | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Όχι | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | Δεν διευκρινίζεται | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Ο/Η συμπρωταγωνιστής καπνίζει; | Ναι | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Όχι | <input type="checkbox"/> | | | | |
| | Δεν διευκρινίζεται | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Αναφέρατε το φύλο του συμπρωταγωνιστή | Ανδρας | <input type="checkbox"/> | Μια μόνο επιλογή | | | |
| | Γυναίκα | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Συνολικά, πόσους ηθοποιούς παρατηρήσατε να καπνίζουν (συμπεριλαμβανομένων των πρωταγωνιστή/συμπρωταγωνιστή); | <input type="checkbox"/> | Ανδρες | <input type="checkbox"/> | Γυναίκες <input type="checkbox"/> | | |
| Συνολικά, πόσα τσιγάρα παρατηρήσατε να καπνίζουν οι ηθοποιοί στην ταινία; | | Συμπληρώστε τον ακριβή συνολικό αριθμό των τσιγάρων | | | | |
| Υπολογίστε (μετρήστε) με ακρίβεια, για πόσα λεπτά της ώρας συνολικά εμφανίζεται να καπνίζει τουλάχιστον ένας ηθοποιός στην ταινία; | | Συμπληρώστε τον συνολικό χρόνο σε λεπτά της ώρας | | | | |
| Αν παρατηρήσατε στην ταινία να αγοράζει κάποιος ηθοποιός τσιγάρα, προσδιορίστε από που: π.χ. περίπτερο, μαγαζί ψαλικών κλπ | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Αν εμφανίζονται οι μάρκες των τσιγάρων που καπνίζουν, αναφέρατε ποιες | | | | | | |
| Παρατηρήσατε διαφημίσεις τσιγάρων στην ταινία; Αν ΝΑΙ, αναφέρατε τα μέσα (διαφημιστικές πινακίδες, λεκτικές αναφορές, τασάκια, διαφημίσεις στα περίπτερα, σε αγωνιστικά αυτοκίνητα, κλπ) | | | | | | |
| Αναφέρατε τους χώρους που οι ηθοποιοί εμφανίζονται να καπνίζουν (επιτρέπεται η πολλαπλή επιλογή) | | Οκία | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Χώρος εργασίας | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Εξωτερικός χώρος (π.χ.δρόμος, γήπεδο) | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Μέσα μεταφοράς | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Κέντρο διασκέδασης | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Θέατρο, κινηματογράφος | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Σχολείο, εκπαιδευτικό ίδρυμα | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Δημόσιο κτίριο, υπηρεσία | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Ιατρείο, Νοσοκομείο | <input type="checkbox"/> | | | |
| | | Άλλο | (αναφέρατε) | | | <input type="checkbox"/> |
| Εμφανίζονται να καπνίζουν παιδιά (κάτω των 16 ετών); | Ναι | <input type="checkbox"/> | | | | Μία μόνο επιλογή |
| | Όχι | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Εμφανίζονται να καπνίζουν με παρόντα παιδιά (κάτω των 16 ετών); | Ναι | <input type="checkbox"/> | | | | Μία μόνο επιλογή |
| | Όχι | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Αν ο πρωταγωνιστής εμφανίζεται να ασθενεί ή να πεθαίνει, προσδιορίστε την ασθένεια ή την αιτία αντίστοιχα | Ασθένεια (προσδιορίστε | <input type="checkbox"/> | Κωδικός ICD-10 | | | |
| | Θάνατος | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Στην ταινία που είδες, θεωρείς ότι το κάπνισμα κάνει έντονα την εμφάνισή του; | | Καθόλου | Λίγο | Μέτρια | Πολύ | Παρα πολύ |
| | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ο τρόπος, μέσα από τον οποίο παρουσιάζεται να καπνίζει ο πρωταγωνιστής, θεωρείς ότι επηρεάζει τον θεατή; | | Καθόλου | Λίγο | Μέτρια | Πολύ | Παρα πολύ |
| | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Το κάπνισμα, στην ταινία που είδες, συνδέεται θετικά με την προσωπικότητα των ηθοποιών (π.χ με την εικόνα του ήρωα, του "cool" τύπου, του επιτυχημένου, του περιπετειώδη, του κατακτητή, της μοιραίας ή απελευθερωμένης γυναίκας, κλπ) | | Καθόλου | Λίγο | Μέτρια | Πολύ | Παρα πολύ |
| | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Το κάπνισμα, στην ταινία που είδες, συνδέεται αρνητικά με την προσωπικότητα των ηθοποιών (π.χ με την εικόνα του κακοποιού, του αποτυχημένου, του περιθωριακού, του εξαρτημένου από ουσίες ή καταστάσεις, κλπ) | | Καθόλου | Λίγο | Μέτρια | Πολύ | Παρα πολύ |
| | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Να αναφέρεις τα 3 πρώτα ονόματα Ελλήνων ηθοποιών που έρχονται στο μυαλό σου, που έχεις συνδέσει με την εικόνα του καπνιστή | | | | | | |
| Παρατηρήσεις - Σχόλια | | | | | | |

Το παρόν πληροφοριακό δελτίο συμπλήρωσε ο/η

Ημερομηνία

Εικόνα 1 Ερωτηματολόγιο έρευνας

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

✚ Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αντωνιάδη Κ. 2009. Η παράπλευρη διαφήμιση του τσιγάρου. Εφημερίδα Ελευθεροτυπία. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=47102>
- Αντωνίου ΑΣ, Πέρρος Π. 2008. Η ηθική των επιχειρήσεων: Κεφ. 8, Η ηθική των ηλεκτρονικών ΜΜΕ. Εκδ. Σακκούλα, τόμος 1.
- Αντωνίου Θανάσης, Μελίδου Θώμη, Νικολόπουλος Χαράλαμπος. Το Κάπνισμα στην Ελλάδα <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22733&subid=2&pubid=4358805>
- Βαρδαβάς Κ. 2008. Ο δορυφόρος εντόπισε τις διαφημίσεις των τσιγάρων. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.satleo.gr/news/347-%CE%BF-%CE%B4%CE%BF%CF%81%CF%85%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%B F%CF%82-%CE%B5%CE%BD%CF%84%CF%8C%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%B 5-%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%B7%CE%BC%CE%AF%CF% 83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%84%CF%83%CE%B9%CE%B3%CE%AC%CF%81%CF%89%CE%B D>
- Γιακουμάκη Π. 1997. Η ιστορία του τσιγάρου. Εφημερίδα "Η Καθημερινή "
- Διζικιρίκης Γεώργιος. Λεξικό αισθητικών και τεχνικών όρων του κινηματογράφου, Εκδόσεις Αιγόκερως
- Καμενίδου Ε, Πρίπορας Κ.Β., Γαλανόπουλος Κ. 2004. Γιατί οι φοιτητές καπνίζουν: Εφαρμογή της παραγοντικής ανάλυσης. Ελληνικό Στατιστικό Ινστιτούτο, Πρακτικά 17ου Πανελληνίου Συνεδρίου Στατιστικής, 217 – 224
- Καραβής Μ. 2006. _Οι επιπτώσεις του καπνίσματος στην υγεία. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.in2life.gr/features/dossier/dossierarticle/112174/oi-epiptoseis-toy-kapnismatos-sthn-ygeia.html>
- Κολοβός Νίκος, Βόλος 1998, Ο κινηματογράφος ως ΜΜΕ στο τέλος του 20ου αιώνα

- Λαμπριανίδης, Λ. 1997. Η ιστορία του τσιγάρου. Εφημερίδα "Η Καθημερινή"
- Μαλανδράκης Άρης. Το αλφαβητάρι του παλιού ελληνικού κινηματογράφου Εκδόσεις Bell, Πρόλογος του Διευθυντή της Ελευθεροτυπίας, Σεραφείμ Φυντανίδα 2002
- Μαυρουδή Ε. 2011. Το τσιγάρο στις ταινίες ενθαρρύνει το κάπνισμα. Εφημερίδα Σημερινή
- Μιχελουδάκης Γ. 2009. Το τσιγάρο, ο μύθος και η ιστορία του. Εφημερίδα Πατρίς, Κρήτη.
- Μουντοκαλάκης ΘΔ. 2004. Το κάπνισμα, η τηλεόραση και οι νέοι. Εφημερίδα Καθημερινή. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.kathimerini.gr/173428/article/epikairothta/ellada/to-kapnisma-h-thleorash-kai-oi-neoi>
- Μπούρα Π., Χαρπίδου Α. 2009. Η επιδημιολογία του καπνίσματος και η Ελληνική πραγματικότητα. Αγκαλιάζω, 14:9
- Νικητάκης Μ. 2014. Η ιστορία του τσιγάρου. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.mylefkada.gr/monimes-stiles/kata-markon/h-istoria-tou-tsigarou-17815/>
- Ντάβου Μ. 1992. Το κάπνισμα στην εφηβεία: Ψυχοκοινωνικές διαστάσεις της σχέσης του εφήβου με το κάπνισμα. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Παναγόπουλος Π. 2005. Το τσιγάρο στη μεγάλη οθόνη. Εφημερίδα Καθημερινή
- Σιδηροπούλου Μ. 2012. Το κάπνισμα στην Ελλάδα, μια ιστορία που συνεχίζεται. PharmaTeam. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://pharmateam.blogspot.it/2012/09/blog-post_873.html#axzz3nPAoDUZp
- Στεργιοπούλου Ε. Ψυχολογικοί παράγοντες που επηρεάζουν την έλξη μας στο τσιγάρο. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.rnews.gr/el/news.php?n=1327>
- Τραΐου, Ε. 1997. Η ιστορία του τσιγάρου. Εφημερίδα "Η Καθημερινή"
- Τριχόπουλος Δ., Τριχοπούλου Α. 1986. Προληπτική Ιατρική, Αγωγή υγείας - κοινωνική ιατρική – δημόσια υγιεινή. Αθήνα
- Τσοκόπουλος, Β. 1997. Η ιστορία του τσιγάρου. Εφημερίδα "Η Καθημερινή"
- Φραγκούλης Γ. Η Πολιτική στον Ελληνικό Κινηματογράφο. <http://www.cinemainfo.gr/cinema/politics/hpolitikistonneoellinikokinimatograf/o/index.html>

Ξένη Βιβλιογραφία

- Amos A. 1992. Style and image - Tobacco and alcohol images in selected style and fashion magazines. London UK health Education Authority.
- Baska T, Warren WC, Baskova M, Jones RN. 2009. Prevalence of youth cigarette smoking and selected social factors in 25 European countries: findings from the global youth Tobacco Survey. *International Journal of Public Health*, 54:439-445
- Chapman S. 2008. What should be done about smoking in movies? *Tob Control*;17(6):363-367.
- Decicca P, Kenkel D, Mathios A, Shin JY, Lim JY. 2008. Youth smoking, cigarette prices and anti-smoking sentiment. *Health Econ*; 17:733-749.
- Easley J. 1997. Smoking Behaviour and Smoking Health Risk Awareness of Adolescent Girls and Young Women in New Brunswick. University of New Brunswick
- Gately I. 2003. Tobacco: A Cultural History of How an Exotic Plant Seduced Civilization. Grove Press, 3rd ed., New York
- Hanewinkel R. 2007. Exposure to smoking in Popular contemporary Movies and Youth smoking in Germany. *American journal of Preventive Medicine*: 32(6).
- *Hemant Goswami, Rajesh Kashyap.* Tobacco in movies and impact on youth
- Hughes S., Hughes K., Atkinson A., Bellis M., Smallthwaite L. 2010. Smoking behaviours, access to cigarettes and relationships with alcohol in 15- and 16-year-old schoolchildren. *European Journal of Public Health*; 21(1):8-14.)
- Jensen PB, Klein DJ, Salazar FL, Daluga NA, Ralph J. 2009. Exposure to tobacco on the internet: Content analysis of adolescents internet use. *Pediatrics*; 124:180-186..
- Page R.M., Piko B.F., Balazs M.A., Struk T. 2010. Media literacy and cigarette smoking in Hungarian adolescents. *Health Education Journal* 20(10), pp. 1-10
- Pollay RW, Dewhurst T. 2001. Marketing cigarettes with low machine measured yields. Risk associated with smoking cigarettes with low machine measured yields of tar and nicotine. *Smoking and tobacco control, monograph* 13.

- Reiner Hanewinkel, PhD, James D. Sargent, MD. 2007. Exposure to Smoking in Popular Contemporary Movies and Youth Smoking in Germany
- Sargent JD, Beach ML, Adachi-Mejia AM, Gibson JJ, Titus-Ernstoff LT, Carusi CP, Swain SD, Heatherton TF, Dalton MA. 2005. Exposure to movie smoking: its relation to smoking initiation among US adolescents. *Pediatrics*.;116(5):1183-1191
- Shadel GW, Niaura R, Abrams BD. 2002. Adolescents' reaction to the imagery displayed in smoking and antismoking advertisements. *Psychology of Addictive Behaviors*;16;2:173-176.
- Thrasher JF, Sargent JD, Huang L, Arillo-Santillán E, Dorantes-Alonso A, Pérez-Hernández R. 2009. Does film smoking promote youth smoking in middle-income countries?: A longitudinal study among Mexican adolescents. *Cancer Epidemiol Biomarkers Prev*. 18(12):3444-3450.
- Wakefield M, Flay B, Nichter M, Giovino G. 2003. Role of the media in influencing trajectories of youth smoking. *Society for the study of addiction to alcohol and other drugs*. *Addiction*, 98;79-103.

Διαδικτυακές πηγές

- Βικιπαίδεια. Ελληνικός Κινηματογράφος. Wikipedia, the free encyclopedia http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CE%9A%CE%B9%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%BF%CF%82
- Βικιπαίδεια. Κάπνισμα. Wikipedia, the free encyclopedia. <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%AC%CF%80%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B1>
- Βικιπαίδεια. Κινηματογράφος. Wikipedia, the free encyclopedia <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B9%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CF%86%CE%BF%CF%82>
- Βικιπαίδεια. Τσιγάρο. Wikipedia, the free encyclopedia <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CF%83%CE%B9%CE%B3%CE%AC%CF%81%CE%BF>

- Δεύτερο Γυμνάσιο Σταυρούπολης, Κάπνισμα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα : <http://2gym-stavroup.thess.sch.gr/kapnisma/protaseis.htm>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. 2012. Πως το κάπνισμα στις κινηματογραφικές ταινίες επηρεάζει τους νέους. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://ec.europa.eu/health/highlights/2012/1/news_20120629_smoking_el.htm
- Η Επιδημιολογία του Καπνίσματος Νέα Υγεία <http://www.neaygeia.gr/page.asp?p=430>
- Ιατρονετ. 2004. Εθιστικές ουσίες – Κάπνισμα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.iatronet.gr/article.asp?art_id=175
- Η ιστορία του κινηματογράφου. <http://www.pare-dose.net/712#ixzz39FQQ0Pds>
- Ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου. <http://www.cinemainfo.gr/cinema/greekcinema/history/index.html>
- Κάπνισμα και Νεολαία. <http://www.e-cardio.gr/default.aspx?pageid=649>
- MEINE ΔΥΝΑΤΟΣ-BeSTRONG. 2014. Κάπνισμα & υγεία. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.bestrong.org.gr/el/health/nosmoking/smokingandhealth/>
- Σαν Σήμερα – Πολιτιστικό Ινστιτούτο Ακαδημαϊκών Ερευνών και Μελετών. Αφιέρωμα: Η ιστορία του καπνίσματος. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.sansimera.gr/articles/62>
- Center for Disease Control and Prevention. 1996. States –Specific prevalence of cigarette smoking among adults and children’s and adolescents’ exposure to environmental tobacco smoke. United States, 46:1038-1043.
- Center for Disease Control and Prevention. 1997. Tobacco use among high school students. United States, JAMA, 279:1250-1251.
- Center for Disease Control and Prevention. 2004. Tobacco use, access and exposure to tobacco in media among middle and high school students. United States, 54:297-301.
- IARC Working Group. 2004. Tobacco Smoke and Involuntary Smoking. World Health Organization, International Agency for Research on Cancer. Vol83, Lyon, France

- National Health Promotion and Disease Prevention Objectives. 2000. Healthy People 2000: Final Review. Centers for Disease Control and Prevention
- U.S. Department of Health and Human Services. 2006. The health consequences of involuntary exposure to tobacco smoke: a report of the Surgeon General. U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Centre for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

- <http://www.agelioforos.gr/files/Karezi5/Karezi5.jpg>
- http://www.athenstimeout.gr/sites/default/files/styles/scalecrop_540x300/public/articles/13-11/cinema.png?itok=WFbmYK9b
- www.elnplex.com
- <http://www.epoxi.gr/%CF%83%CE%B9%CE%B3%CE%B1%CF%81%CE%AD%CF%84%CE%BA%CE%B1%CF%80.jpg>
- <http://www.espressonews.gr/sites/default/files/oldarticles/keranis6.jpg>
- https://fbcdn-photos-b-a.akamaihd.net/hphotos-ak-xal1/v/t1.0-0/s480x480/150152_813442272030626_5116914644035325842_n.jpg?oh=0601911ae3361292d4722770130f5607&oe=56D2C311&_gda_=1455747401_8eaae21f9c4bdc838d21620aade45ed4
- https://www.google.it/search?q=%3F+Koterba,+Omaha+World-Herald,+2008&es_sm=93&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAcQ_AUoAWoVChMI39bBuKWpyAIVJ6dyCh2JKAIA&biw=1366&bih=667#tbm=isch&q=smoking+cinema+adolescent&imgc=x3nTAlkILBxgbM%3A
- <https://itzikas.files.wordpress.com/2009/06/cf83ceaccf81cf89cf83ceb70001.jpg?w=538>
- <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/3b/9e/78/3b9e78bd83f8bc5f197c821b6d3136ea.jpg>
- <http://tsigaro.weebly.com/uploads/1/4/9/1/14912262/8097083.jpg>
- http://2.bp.blogspot.com/-m1OraNnPf0Q/UppJDf4zM-I/AAAAAAAAAPvY/ThhBbo7D638/s1600/11_GR_cigars.jpg
- <http://4.bp.blogspot.com/-51Bw0BVCang/UhB6N0yxLcI/AAAAAAAAAOvc/w5k4mBlAKLo/s1600/33.jpg>