

**T.C.  
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SİGARA KULLANAN VE SİGARA KULLANMAYI BIRAKMIŞ BİREYLERİN  
SİGARAYA KARŞI TUTUMLARININ  
DEĞİŞMESİNDE KAMU SPOTLARININ ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN  
GAMZE SAMYELİ CANPOLAT**

**Gaziantep – 2019**

**T.C.  
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
BAĞIMLILIK PSİKOLOJİSİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**SİGARA KULLANAN VE SİGARA KULLANMAYI BIRAKMIŞ BİREYLERİN  
SİGARAYA KARŞI TUTUMLARININ  
DEĞİŞMESİNDE KAMU SPOTLARININ ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**

**GAMZE SAMYELİ CANPOLAT**

**TEZ DANIŞMANI**

**PROF. DR. MEHMET HAKAN TÜRKÇAPAR**

**Gaziantep – 2019**



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE  
YÜKSEK LİSANS KABUL VE ONAY FORMU**

Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Gamze Samyeli CANPOLAT tarafından hazırlanan “Sigara Kullanan ve Sigara Kullanmayı Bırakmış, Bireylerin Sigaraya Karşı Tutumlarının Değişmesinde Kamu Spotlarının Etkisi başlıklı tez, 03/ 05 /2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi

Unvanı, Adı ve Soyadı

İmzası:

Kurumu/Üniversitesi

Jüri Başkanı

Prof. Dr. M. Hakan TÜRKÇAPAR

Tez Danışmanı

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Prof. Dr. Levent SÜTÇİGİL

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Jüri Üyesi

Prof. Dr. Selçuk ASLAN

Gazi Üniversitesi

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Mazlum ÇELİK**  
Enstitü Müdürü

## TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “ **Sigara Kullanan ve Sigara Kullanmayı Bırakmış Olan Bireylerin Sigaraya Karşı Tutumlarının Değişmesinde Kamu Spotlarının Etkisi**” başlıklı çalışmanın tarafımda, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım. 03/05/2019



GAMZE SAMYELİ CANPOLAT

## ÖNSÖZ

Bu çalışmada sigara kullanan ve sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde kamu spotlarının etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma neticesinde elde edilmiş olan bulguların literatüre yardımcı olmasını temenni ederim. Tez sürecim boyunca ilgisini ve desteğini üzerimden esirgemeyen, verdiği değerli önerileri ile tez süresince yol gösteren saygıdeğer hocam ve tez danışmanım sayın Prof. Dr. M. Hakan TÜRKCAPAR'a; çalışma sürecimin en başından itibaren kıymetli bilgilerini benimle paylaşan ve tezimin oluşmasında büyük katkısı olan Prof. Dr. Osman Tolga ARICAK'a; yüksek lisans eğitimim boyunca verdikleri değerli bilgiler ile gelişimime ışık tutan saygıdeğer hocalarıma; tez sürecimde ölçeklerini kullanmama izin veren Rufen ORAL'a teşekkür ederim.

Tezime başladığım ilk günden itibaren benden desteğini ve bilgilerini esirgemeyen Öznur DOĞAN ve Zuhâl YİĞİTBAŞI'na; tezimin en başından bu zamana kadar olan ki süreçte ve analiz sürecinde benden desteğini esirgemeyen, sorduğum her soruyu sabırla ve içtenlikle cevaplayan Dr. Yasin AKAY ve Hüseyin Barış KAYA'ya; tez sürecim boyunca üzerimde sonsuz hakları olan aileme teşekkür ederim.

**Gaziantep, 2019**

**Gamze Samyeli CANPOLAT**

## ÖZET

Bu araştırmanın amacı sigara kullanan ve sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde kamu spotlarının etkileyciliğini ölçmektir. Araştırma Hatay il sınırları içerisinde yürütülmüştür. Çalışmanın örneklemini Hatay ilinde ikamet eden yaş aralığı 18-60 arasında olup, son 6 ay içerisinde yayınlanan kamu spotlarını izleyen, en az asgari ücret ile çalışan sigara kullanan ve en az son 1 yıldır sigara kullanmayı bırakmış olan bireyler oluşturmuştur. Araştırmaya 154'ü sigara kullanan 54'ü ise sigara kullanmayı bırakmış olan 208 birey katılmıştır. Verilerin toplanmasında demografik bilgi formu, kamu spotu tutum anket formu, kamu spotları akut ölçeği ve sigara kullanımı ile ilgili inanç ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; sigara kullanan bireylerde kamu spotlarının kişiler üzerinde sigarayı bırakmaya yönelik beklenen düzeyde etkiyi yapmadığı saptanmıştır. Sigara kullanmayı bırakmış bireylerde kamu spotlarının kişiler üzerinde yeniden sigaraya başlamayı azaltıcı etkisi olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** sigara, bağımlılık, kamu spotu

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to evaluate the effectiveness of the public service announcements on altering the attitude of individuals, who currently smoke or who have smoked but quit, towards smoking. The research has been conducted inside the provincial borders of Hatay. The samples of this study include individuals who are between 18-60 years old, living in Hatay, who have been watching the last six months' public service announcements, who earn at least the minimum wage, smoke or have quit and haven't smoked for at least a year. 208 individuals, 154 of whom are smokers and the remaining 54 have quit smoking, have participated in this research. The scales used in gathering data are demographic information forms, survey forms on the attitude towards public service announcements, acute scales of public service announcements and scale of belief on smoking. According to the research results, it has been established that although the public service announcements have not created the anticipated effect on smokers towards quitting. It has been concluded that public service announcements have reduced the effect of starting smoking again on those who have quit smoking.

**Keywords:** smoking, addiction, public announcement

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ.....	i
ÖZET .....	ii
ABSTRACT .....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	ix

### BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu .....	3
1.1.1. Problem Cümlesi .....	3
1.1.2. Alt Problemler .....	3
1.2. Araştırmanın Amacı .....	5
1.3. Araştırmanın Sayıltıları .....	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	5

### İKİNCİ BÖLÜM

SİGARA VE BAĞIMLILIK .....	6
2.1. Sigaranın Tarihsel Süreci .....	6
2.2. Sigara ve Bağımlılık İlişkisi .....	7
2.2.1. Sigara Bağımlılığını Diğer Bağımlılıklardan Ayıran Noktalar .....	7
2.2.2. Hangi İnsanlar Sigara İçmeye Daha Yatkındır?.....	7
2.3. Sigara Kullanımının Sebepleri .....	8
2.3.1. Akranların Etkisi.....	8
2.3.2. Ailede Sigara Kullanan Üyelerin Etkisi .....	8
2.3.3. Sigaranın Ücreti ve Ulaşılabilirliği.....	9
2.3.4. Sigara ve Cinsiyet Faktörü.....	9
2.4. Türkiye’de Sigara Kullanım Sıklığı .....	9
2.5. Sigara Bağımlısı Olma Olasılığını Artıran Faktörler.....	10
2.5.1. İlk Gençlik Dönemi .....	10
2.5.2. Aile İçindeki Sevgi Eksikliği.....	10
2.5.3. Spor ve Sanat Faaliyetlerinin Kısıtlanması .....	11
2.5.4. Gelecek Kaygısı .....	11



2.5.5. Kendini İfade Edememe.....	11
2.6. Bağımlılığın Tanımı ve Kriterleri.....	11
2.7. Bağımlılık Çeşitleri .....	13
2.8. Bağımlılık Nasıl Oluşur? .....	13
2.8.1. Psikolojik Bağımlılık.....	14
2.8.2. Fiziksel Bağımlılık .....	14
2.9. Sigara Bağımlılığı ve Beyin Ödül Mekanizması Arasındaki İlişki.....	15
2.10. Sigaranın Sağlığa Verdiği Zararlar.....	15
2.11. Sigara ve Sigara Dumanı İçinde Yer Alan Zararlı Maddeler ve Tesiri .....	17
2.12. Sigara Bağımlılığının Tedavisi.....	18
2.12.1. Sigara Bağımlılığının Psikolojik Tedavisi .....	18
2.12.2. Sigara Bağımlılığının Farmakolojik Tedavisi .....	20
2.13. Relaps Olma ve Nedenleri.....	22
2.13.1. Duygu durum Değişkeni.....	23
2.13.2. Davranışsal Değişkeni.....	23
2.13.3. Çevresellik Değişkeni.....	23
2.13.4. Psikolojik Değişken.....	23
2.14. Türkiye’de Sigara ile Mücadele Kapsamında Yasal Düzenlemeler.....	23
2.15. Dünya’da Sigara ile Mücadele Kapsamında Yasal Düzenlemeler.....	24

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>İKNA VE KAMU SPOTLARI.....</b>	<b>27</b>
3.1. İkna.....	27
3.1.1. İkna Nedir?.....	27
3.1.2. İknanın Tarihçesi.....	27
3.2. İkna ve Tutum Arasındaki İlişki.....	28
3.3. Tutumun Oluşumu.....	28
3.3.1. Anne Baba Faktörü.....	28
3.3.2. Arkadaş Faktörü .....	28
3.3.3. Kitle İletişim Araçları.....	29
3.4. Tutumun Değişmesi .....	29
3.5. İkna Edici Mesaj Stratejilerinde kavram olarak Korku ve Çekicilik .....	29
3.5.1. Kavram Olarak Korku .....	29
3.5.2. Kavram Olarak Çekicilik.....	30
3.5.3. Korku Çekiciliği.....	30
3.6. Türkiye’de Kamu Spotları ve Tarihçesi .....	31

3.6.1. Türkiye’ de Kamu Spotu Kavramı .....	31
3.6.2. Türkiye’de Yayınlanan Kamu Spotlarının Tarihsel Süreci.....	31
3.7. Zorunlu Yayınlar ve Kamu Spotları Arasındaki Farklılıklar.....	32
3.8. Kamu Spotlarının Etkileyciliği.....	32

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

<b>YÖNTEM.....</b>	<b>34</b>
4.1. Araştırma Deseni.....	34
4.2. Araştırmanın Örneklemi.....	34
4.3. Veri Toplama Araçları.....	34
4.3.1. Demografik Bilgi Formu .....	34
4.3.2. Kamu Spotu Tutumları Anket Formu .....	34
4.3.3. Madde Kullanımı İle İlgili İnançlar Ölçeği .....	35
4.4. İşlem sırası ve İstatistiki Analizler .....	35

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

<b>BULGULAR .....</b>	<b>37</b>
5.1. Sosyodemografik Özellikler.....	37
5.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı .....	37
5.1.2. Katılımcıların Yaş Dağılımı .....	37
5.1.3. Katılımcıların Medeni Durum Dağılımı .....	38
5.1.4. Katılımcıların Ailesi ile En Uzun Yaşadığı Yer Dağılımı .....	38
5.1.5. Katılımcıların Gelir Dağılımı .....	38
5.1.6. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı.....	39
5.1.7. Katılımcıların Sigara İçme Durumlarına Göre Dağılımı .....	39
5.1.8. Sigara Kullanmayı Bırakan Katılımcıların Sigarayı Kaç Yıl Kullandıklarına Göre Dağılımı.....	39
5.1.9. Katılımcıların Sigaraya Başlama Yaşlarına Göre Dağılımı.....	40
5.1.10. Katılımcıların Ailesinde Sigara Kullanımına Göre Dağılımı .....	40
5.2. Güvenirlilik Analizleri.....	41
5.3. Normallik Analizleri.....	41
5.4. Korelasyon Analizleri.....	41

## **ALTINCI BÖLÜM**

<b>TARTIŞMA .....</b>	<b>45</b>
-----------------------	-----------

## **YEDİNCİ BÖLÜM**

**SONUÇ VE ÖNERİLER** ..... 48

**KAYNAKÇA** ..... 50

**EKLER**..... 57

EK 1. Veri Toplama Araçları ..... 57



## TABLULAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı .....	37
<b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı .....	38
<b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı .....	38
<b>Tablo 4.</b> Katılımcıların Ailesi ile En Uzun Yaşadığı Yere Göre Dağılımı .....	38
<b>Tablo 5.</b> Katılımcıların Gelirlerine Göre Dağılımı .....	39
<b>Tablo 6.</b> Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı .....	39
<b>Tablo 7.</b> Katılımcıların Sigara İçme Durumlarına Göre Dağılımı .....	39
<b>Tablo 8.</b> Katılımcıların Sigarayı Kaç Yıl Kullandıklarına Göre Dağılımı.....	40
<b>Tablo 9.</b> Katılımcıların Sigaraya Başlama Yaşlarına Göre Dağılımı.....	40
<b>Tablo 10.</b> Katılımcıların Ailesinde Sigara Kullanımına Göre Dağılımı .....	41
<b>Tablo 11.</b> Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları .....	41
<b>Tablo 12.</b> Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları .....	41
<b>Tablo 13.</b> Pearson Korelasyon Analizleri .....	42

## KISALTMALAR

<b>DDK</b>	:	Devlet Denetleme Kurulu
<b>DSM</b>	:	Diagnostic Statistical Manuel
<b>DSÖ</b>	:	Dünya Sağlık Örgütü
<b>KSAÖ</b>	:	Kamu Spotları Akut Ölçeği
<b>KST</b>	:	Kamu Spot Tutumları
<b>KOAH</b>	:	Kronik Obstrüktif Akciğer Hastalığı
<b>RTUK</b>	:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
<b>SKİİİ</b>	:	Sigara Kullanma İsteği İle İlgili İnançlar
<b>STK</b>	:	Sivil Toplum Kuruluşları
<b>TAPDK</b>	:	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu
<b>TMİAŞ</b>	:	Tütünle Mücadele İçin Avrupa Şartı (The European Charter Against Tobacco)
<b>TRT</b>	:	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
<b>TUİK</b>	:	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>WHO</b>	:	World Health Organization

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞ

Sigara kullanımı dünyada en sık görülen alışkanlıkların başında gelmekle beraber içerisinde barındırdığı zararlı maddeler ile birlikte insanların sağlığını bozarak ölümlerine neden olmaktadır. Her yıl pek çok insan sigaradan ya da sigaraya doğrudan maruz kalarak sağlığını kaybetmektedir. Dünya sağlık örgütünün yaptığı açıklamada takribi olarak yılda 6 milyon insan sigaradan ölmektedir (WHO, 2016). Bu oldukça yüksek bir orandır. Kişinin küçük yaştan itibaren örnek aldığı aile üyesi, arkadaşı veya sevdiği ünlü ismin özendirici şekilde sigara kullanması bireyin bu davranışa karşı istek geliştirmesine yol açmaktadır (Emiroğlu ve Ark., 2014).

Sigaraya başlama yaşının gün geçtikçe düşmesiyle birlikte sigara tüm dünya toplumları için ortak bir sorun haline gelmiştir. Özellikle küçük yaştan itibaren sigara kullanan bireylerin sigaraya karşı olan tutumlarında yaşın önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir (Göçkan ve Yaman, 2015).

Gelişmekte olan veya gelişmiş toplumlarda sigara ile mücadelenin artmasıyla birlikte sigara kullanımını önlemek veya sigarayı bıraktırmak amacıyla farklı politikalar izlenmiştir. Günümüzde sigara paketlerinin üzerinde sigara kullanan bireyleri caydırıcı resimler veya yazılar yer alırken çok daha geniş kitlelere hitap edebilmek amacıyla kamu spotlarından yararlanılmaktadır.

Kamu spotu reklamları sivil toplum kuruluşları tarafından hazırlanan toplumun konu hakkında bilgi sahibi olmasını ve kişilerde zararlı olan davranışla ilgili değişimi amaçlayan eğitici bir nitelik taşıyan kısa filmlerdir (RTÜK, 2012). Yayınlanan kamu spotlarında ki temel amaç; hedef kitleye ulaşmak ve daha sonrasında hedef kitle üzerinde davranış değişikliği yapmak olsada daha önce hiç sigara kullanmamış bireylerin de sigaraya başlamasını önlemek açısından büyük önem teşkil etmektedir.

Kamu spotları gündüz ve akşam kuşağında yayınlanarak kişilerde sigara kullanımı ile ilgili farkındalık yaratmaktadır. Kamu spotlarında kullanılan dış ses ve oyuncuların oynadığı rollerde realite arttırılarak sigara içen bireylerin yaşamlarında kendilerine ait olan unsurları fark etmesi sağlanmaktadır (Şeker ve Tiryaki, 2013).

Son birkaç yıl içerisinde ülkemizde yayınlanan kamu spotlarının sayısında artış

görülmektedir. Kamu spotu reklamları gündüz ve akşam kuşağında hemen hemen tüm kanallarda belirli aralıklarla yayınlanmaktadır. Sigara kullanan ve kullanmayan ev hanımları, öğrenciler ve emekli bireylerin gün içerisinde yayınlanan kamu spotları ile karşılaşma sıklığı çalışan bireylere oranla daha fazladır. Kamu spotları ile daha sık karşılaşan bireylerin, sigaraya olan tutumlarında reklamları izleme sıklığının etkili olduğu belirtilmiştir (Göçkan ve Yaman, 2015).

Toplumları ise herhangi bir konuda bilgilendirme ve harekete geçirmede kamu spotlarının rolü yadsınamayacak derecede önem arz etmektedir. Kamu spotlarında kullanılan teknikler arasında ikna ise ilk sırada gelmektedir. Kamu spotlarında günlük hayattan kesitler sunulması, gerçek yaşanmışlıkların işlenmesi, bireyleri ikna edici öğelere yer verilmesi kişilerde bir güven duygusu uyandırmakta ve amaçlanan davranışı değiştirmeye yönelik girişimi daha başarılı kılmaktadır.

Toplumumuzda erkeklerin daha baskın bir rol üstlendiği tartışılmaz bir gerçektir. Eskiden tütün paketlerinin üzerinde kovboy resimleri olurdu. Bu gibi özendirici resimler geçmişten beri tütün kullanımının erkeklerde daha yaygın olmasına sebep olmuştur. Geçmişten beri erkekler kadınlara oranla daha fazla sigara kullanmaktadır (Günaydın, Güzel, Tengilimoğlu 2013). Fakat son yıllarda erkekler ile kadınlar arasındaki sigara tüketim oranı farkı azalmıştır (Tengilimoğlu ve ark., 2013).

Yapılan istatistiklere göre kadınlar sigarayı bırakma tutumunda erkeklere oranla çok daha isteklidirler (TÜİK, 2012). İstatistik sonuçlarına göre sigarayı bırakma davranışının cinsiyetlere göre farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür.

Sigara kullanımı çağımızın önlenemeyen bağımlılıklarından bir tanesidir. En sık görülen bağımlılık çeşidi olmakla birlikte gerek sağlık gerek maddi gerekse manevi açıdan pek çok sorunu beraberinde getirmektedir. Tek bir nefes ile başlayan kullanım giderek daha fazla kullanıma yol açarak büyük problemlere neden olmaktadır. Birçok insan sigara kullanımı için çeşitli sebeplerden bahsetmektedirler. Kimi duygusal sebeplerden kimisi psikolojik kimisi ise rahatlama hissiyatı için içtiklerinden bahsetmektedirler. Kullanıcıların birçoğu bağımlılıktan kurtulmak için pek çok yol denemişlerdir ve  $\frac{3}{4}$  'ü tekrardan kullanıma başlamıştır (Uzbay, 2015). Bağımlılıktan kurtulmak isteyen bireylere öncelikle bağımlılığın uzun bir süreç olduğu ve sabırlı bir şekilde tedaviye devam etmenin başarı şansını arttıracığı anlatılmalıdır. Tedavide önem arz eden bir diğer konu ise pek çok tedavi seçeneğinin

içerisinden kişi için en uygun tedavinin seçilip uygulanmasıdır (Ögel, 2010).

Türkiye’de bireylerin sigara kullanımını önlemek ve sigara kullanmayan bireyleri korumak amacıyla sigara için yasal düzenlemeler getirilmiştir. Bu düzenlemeler ile kapalı alanlarda ve kamu hizmeti yapan kurumlarda sigara kullanımı yasaklanmıştır (Çalışkan, 2015). Sigara ile mücadele etmek sağlık, çevresel ve ekonomik problemlerin giderilmesine katkı sağlamaktadır (Özcan, Taş, Çetin, 2013). Türkiye’ de sigara ile mücadelede katı kuralları uygulayan ülkeler arasında yerini almaktadır.

Sonuç olarak; Sigara kullanımının ve sigaradan çıkan dumana maruz kalmanın kişiler üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Hızla gelişen ve gelişmeyi sürdüren toplumlarda sigaranın olumsuz etkileri pek çok araştırmacı için üzerinde durulması gereken bir konu haline almıştır. Pek çok ülkede kamu spotları ve sigara konusunda araştırmalar yapılmıştır. Fakat kamu spotlarını inceleyen araştırmaların genelinde sigaraya olan bağımlılık, bireylerin ekonomik durumu, cinsiyetleri ve kamu spotlarının etkileyciliği üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada ise kamu spotlarının sigara kullanan ve sigara kullanmayan bireyler üzerindeki etkisi, sigara bırakma tutumuna etkisi, yaş kriterinin bireylerin sigaraya karşı tutumları üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmayacağı araştırılacaktır. Ayrıca çalışmanın makro bir örneklem üzerinde çalışılacağı, süreli biçimde ilerleyeceği ve karşılaştırmalı olarak yapılacağından bu çalışmanın diğer çalışmalardan farklı olacağı düşünülmektedir.

## **1.1. Problem Durumu**

### **1.1.1. Problem Cümlesi**

- Kamu spotları ve bireylerin sigaraya karşı tutumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

### **1.1.2. Alt Problemler**

Araştırmada ayrıca katılımcıların demografik özellikleri yaş, medeni durumu, cinsiyeti, eğitim durumu, gelir düzeyi, sigara kullanma durumları, sigara kullanmaya



başlama yaşı, ailede sigara kullanan kişi sayısı, sigara ile ilgili inançlar ölçeği, kamu spotları tutum ölçeği ve spot akut ölçeği puanları arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçlar ile birlikte aşağıdaki sorulara da cevap aranmıştır.

1. Sigara kullanan bireylerin sigarayı kullanma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

2. Sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

3. Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylerin sigara kullanma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

4. Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp sigara kullanmayı bırakan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

5. Sigara kullanan bireylerde ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

6. Sigara kullanmayan bireylerde, ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

7. Sigara kullanan bireylerde Ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

8. Sigara kullanmayan bireylerde Ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

9. 18 yaş üstü sigara kullanmaya başlayan ve sigara kullanan bireylerin sigara kullanma tutumları ile kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

10. 18 yaş üstü sigara kullanmaya başlayan ve sigara kullanmayı bırakan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ile kamu spotlarının etkileyciliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı sigara kullanan ve sigara kullanmayı bırakmış bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde kamu spotlarının etkisini incelemektir.

## **1.3. Araştırmanın Sayıtları**

Bu çalışmada kullanılacak olan anket sorularını araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcıların sorular için verdikleri cevaplar samimi ve doğru varsayılacaktır.

## **1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu çalışmanın sınırlılıklarını Hatay ilinde ikamet eden yaş aralığı 18 ve 60 arasında olup, en az asgari ücret ile çalışan sigara kullanan ve son 1 yıldır sigara kullanmayı bırakmış olan bireyler oluşturacaktır. Bu çalışmanın diğer bir sınırlılığı ise yalnızca sigara ile alakalı olan kamu spotlarının tetkik edilecek olması ve araştırmaya katılan bireylerin tümünün televizyonlarda yayınlanan kamu spotlarını daha önce izlemiş olmalarıdır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SİGARA VE BAĞIMLILIK

#### 2.1. Sigaranın Tarihsel Süreci

Tütün, Amerika kıtasını bulan Avrupalılar aracılığı ile fark edilmiştir (Uzby, 2015). Tütün dünya genelinde bilinmiyorken Kuzey ve Güney Amerika' da yaşayan yerli halk tarafından kullanılmaktaydı. Hatta Colomb Amerika'ya ulaştığı ilk bölge olan San Salvador' da halk tarafından kendisine ıslak olmayan tütün yaprakları armağan edilmişti. Colomb ve arkadaşları tütün yapraklarının bu şekilde sarılarak sigara biçiminde içildiğini halktan öğrenmişlerdir. Bu sayede tütünün dünyada yayılmasına sebep olmuşlardır. Avrupa tarihinde ilk kez kullanılmaya başlanan tütünün içilmesinin ya da çiğnenmesinin kişiyi veba gibi pek çok hastalığa karşı koruyucu bir etkisinin olduğuna inanılıyordu. Fakat bir süre sonra Kral 1. James tarafından yayınlanan tütünün yararlı bir şey olmadığı aksine pek çok zararlı etkisinin bulunduğu bir tebliğ yayınlamıştır. Yayımlanan bu tebliğ ise tarih boyunca tütüne ve sigaraya karşı başlatılan ilk tepkidir. Tütünün sigara olarak üretilip ticaretinin hızla yapılması ise James Buchanan Duke aracılığı ile olmuştur. Duke tütünü hızla ve ince olarak saran bir makine üretti. Gün içerisinde çok fazla sigara üretmeye başlayınca bunları satmak üzere ilk sigara reklamını gerçekleştirmiştir. Tütüne karşı 1960 yılına kadar dünya genelinde ciddi anlamda bir engelleme olmamıştır. Fakat her geçen günde sigaranın zararlı olduğu ve pek çok hastalığa davetiye çıkardığı ile ilgili haberler artıyordu. 1980 yılının ortalarına doğru pek çok ülkede sigaranın satışındaki yaşa ve gösterilen sigara reklamlarına belirli kısıtlamalar getirilmiş olmakla birlikte tütüne karşı ciddi bir kampanya oluşturulmuştur. Bu kampanyada asıl önemli olan nokta tütünün bağımlılık yapması değil, kansere sebep olması nedeni ile kişiye zarar vermesidir. Sebebi ise kanser ve benzer hastalıkların ortaya çıkışında tütünün yanmasının rol oynamasıdır. Tütüne karşı oluşturulan kampanyalarda Türkiye'nin de arasında olduğu pek çok ülkede sigara paketlerinin üzerinde sigaranın sebep olduğu rahatsızlıkları gösteren görsel uyarılar, resim ve yazı gibi ibareler kullanılmaktadır. Yapılan bu uyarılar sayesinde gelişmiş olan ülkelerde sigara kullanımında azalma meydana gelmiştir. Yapılan tüm uyarılara rağmen ise gelişmiş ülkeler dışındaki ülkelerde tütün bağımlılığı ve tüketimi yıl içerisinde ortalama %1,4 büyüklüğünde artmaktadır. Dünya geneline bakıldığında ise kafeinden sonra tüketilen en fazla madde tütün olmakla birlikte nikotin bağımlılığı da en sık görülen bağımlılık türüdür. Tütün bağımlılığı DSM-V' te ise tütün ve tütün bağımlılığı diğer bağımlılık yapıcı maddeler

ile eş sınıfta tanımlanmıştır.

## **2.2. Sigara ve Bağımlılık İlişkisi**

Dünya sağlık örgütünün yaptığı tanımlamada her gün düzenli biçimde günde en az 1 tane sigara kullanmayı sigara bağımlılığı olarak adlandırmaktadır. Bununla birlikte fiziksel bağımlılıkla beraber psikolojik bağımlılık gelişme olasılığı daha fazla olmaktadır (Özcan, Taş ve Çetin, 2013). Bazı maddeler uzun süre kullanım sonucu bağımlılık yaparken bazıları da kısa süre içerisinde kişide bağımlılık oluşturabilmektedir. Sigara ise kısa sürede bağımlılık yapıcı maddelerden bir tanesidir. Nikotin beyin içerisinde ki pek çok noktaya farklı tesir eder. Normal şartlarda alfa-4 ve beta-2 almaçları inaktiftir. Sigara içildiğinde ise bu almaçlar aktif olur. Bu almaçların yeniden aktif olması için geçen süre ise 2 sigara arasındaki zaman dilimi kadardır yani gün içerisinde ortalama olarak 1 paket sigara kullanan ve uyku harici 16 saat uyanık olan bir birey için ise bu süre 45 dakikadır. Bu durum ise bir paket sigaranın içerisinde neden 20 tane sigara olduğunu açıklamaktadır. (Uzbay, 2015). Kişinin denemek için içtiği 1 adet sigara bile bağımlılık açısından büyük bir tehlike oluşturmaktadır.

### **2.2.1. Sigara Bağımlılığını Diğer Bağımlılıklardan Ayıran Noktalar**

Sigara bağımlılığı ve diğer bağımlılıklar arasında bazı farklar mevcuttur. Sigara bağımlılığının çevreye verdiği sosyal zarar alkol, esrar ve başka maddeleri kullananlara oranla daha düşüktür (Uzbay, 2015). Sigara kullanan bireyler diğer bağımlılıklara göre günlük yaşamdaki görevlerini aksatmadan yerine getirebilmektedirler. Tütünün içindeki nikotine uzun bir süre zarfında maruz kalınması başka bağımlılık türlerindeki gibi sağlık ile ilgili ciddi problemlere neden olmaktadır.

### **2.2.2. Hangi İnsanlar Sigara İçmeye Daha Yatkındır?**

Herkesin sigara içmediği bilinen bir realitedir. Bu konuda yapılan birçok çalışmada sigara kullanan ve kullanmayan bireyler arasında bazı farklılıklar olduğundan bahsedilmiştir. Alkol kullanarak alkole bağımlı hale gelen bireylerde olduğu gibi sigara tüketen bireylerde de nikotine bağımlı hale gelenlerde de genetik bir eğilim vardır (Uzbay, 2015). Tek yumurta ikizlerinde çift yumurta ikizlerine göre sigara içme davranışında daha çok yoğunlukta benzer özellikler göstermişlerdir. Ancak aile üyelerinden

hiç kimse sigara içmemesine rağmen sigaraya bağımlı birçok kişi vardır. Bir başka özellik ise sigara kullanan bireylerin diğer bağımlılık yapıcı maddeleri de (alkol, kafein) sigara kullanmayan bireylere oranla daha çok tüketmeleridir. Yapılan bazı araştırmalarda sigara kullanan bireylerin kullanmayan bireylere oranla iş yaşamlarında daha çok değişikliğe gittiklerini, boşanma yüzdelerinin daha fazla olduğunu ve cinsel yaşamlarının daha düşük olduğunu belirtmişlerdir (Uzbay, 2015).

## **2.3. Sigara Kullanımının Sebepleri**

### **2.3.1. Akranların Etkisi**

Ergenlik çağına giren gençler bağımlılık yapan alkol, uyarıcı madde, sigara kullanımı bakımından en riskli kümeyi oluşturmaktadırlar. Bu dönem sigara kullanmaya başlamak ve kullanımını sürdürmek için en kritik dönemdir. Akran grubunda bulunan sigara kullanan bireylerin varlığında, gençler, onların dışında kalmamak, kendini ispatlamak veya grup içerisinde kendisine yer edinebilmek amacıyla sigara kullanmaya başlamaktadırlar. Sigara kullanmaya başlamanın yaşı pek çok faktöre göre değişkenlik göstermekle birlikte sigara içen bireylerin pek çoğunun sigaraya ergenlik çağına başladığı görülmektedir. Özellikle üniversite çağına gelen gençlerin üstünden kalkan aile baskısı, para harcama ve okul kontrolü bireylerin sigara kullanmaya başlamasını kolaylaştıran sebepler arasında göstermektedir (Aykut vd., 2009:127, Çalışkan,2015). Yapılan pek çok çalışmada sigaraya kullanmaya başlamada sigara kullanan arkadaşların tesirinin aile üyelerine oranla daha önemli olduğunu açıklamaktadır. Yaşın ilerlemesi ile birlikte bireyler yaşam tarzlarını benimsemiş oldukları için yeni bir alışkanlık edinmek için daha istekli oluyorlar bu nedenle de genç bireylerin sigara kullanmaya başlama ihtimalinin yaşlı bireylere oranla daha yüksektir (Bilgiç, 2016).

### **2.3.2. Ailede Sigara Kullanan Üyelerin Etkisi**

Aile içerisinde sigara tüketen bireylerin olması diğer aile üyelerinin de sigaraya kullanmaya başlamasında büyük bir risk faktörü oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalarda ailenin eğitim seviyesi de evdeki diğer üyelerin sigara kullanma prevalansını etkileyebilmektedir. Eğitim seviyesi düştükçe ev içerisindeki çocukların sigara kullanma olasılığı artmaktadır (Çalışkan, 2015). Gençler için aile ilk modeldir. Dolayısıyla aile içerisinde model aldıkları bireylerin sigara kullanması gençleri sigaraya karşı

özendirmektedir. Bu sebeple sigaraya karşı mücadele ilk olarak aile içerisinde başlamalıdır.

### **2.3.3. Sigaranın Ücreti ve Ulaşılabilirliği**

Günümüze bakıldığında sigara tek başına bile ön önemli ölüm sebepleri arasındadır. Dünyada en sık kullanılan maddedir. Sigaraya ulaşılabilirliği kolaylaştıran etmenler arasında sigaranın fiyatı ve yaş sınırı önemli bir etkidir. 18 yaşının altındaki bireylere sigara satışının yapılmaması sigara kullanımını önlemek amacıyla önem taşımaktadır. Sigara ile ilgili yapılan araştırmalarda sigaranın fiyatındaki artış karşısında oluşan tepkilerin büyük çoğunluğunun ergenler tarafından gösterildiği vurgulanmıştır (Çalışkan, 2015). Fakat yapılan çalışmalarda sigaranın fiyatındaki yükselme sigara içmeyi azaltmadığı bundan ziyade sigara miktarını hafiflettiğini söylemişlerdir (Çalışkan, 2015).

### **2.3.4. Sigara ve Cinsiyet Faktörü**

Pek çok ülkede sigara için kadınlara yakışmayan bir davranış şeklinde yorumlanmaktadır. Bu durum ise sigara kullanımının erkeklerde daha yüksek olmasının nedenleri arasında gösterilebilmektedir. Bu konuda toplumun normları da çok önemli bir etkiye sahiptir. Fakat bir taraftan da kadının doğum yapması ve anne olması da doğum öncesi ve daha sonrası için bebeğin sağlığı ve gelişimi açısından sigara kullanmaması da kadınlarda sigara kullanma oranını düşüren etkenler arasındadır. Erkeklerin sigara içme oranı kadınlara göre daha yüksek olduğu bilinmesine karşın son zamanlarda yapılan araştırmalara göre kadınların da sigara içme oranının arttığı bilinmektedir. Türkiye’de ise erkeklerin sigara kullanımı kadınlara göre oldukça yüksek bir ivmeye sahiptir. Yapılan çalışmalarda kadın olmanın sigara kullanma ihtimalini düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır (Çalışkan, 2015). Bu durumda cinsiyet faktörünün sigara içme ihtimalini ne denli etkilediği ortaya konmuştur.

## **2.4. Türkiye’de Sigara Kullanım Sıklığı**

Türkiye, sigara kullanma oranının en fazla olduğu ülkeler arasında gelmekle beraber Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi içerisinde ise erkekler arasında en fazla sigara kullanma sıklığına ehil olan memleketler arasındadır. Bireyler sigara kullanmaya genel olarak ergenlik çağında başlamakla birlikte bir kısmı ise üniversitede sosyalleşmek amacı ile başlayıp kullanımı sürdürmektedir. Yapılan tüm araştırmalar incelendiğinde ise kadınlara oranla

erkeklerin sigara kullanım sıklığı daha fazla (Çalışkan, 2015). Yapılan bir araştırmada ise yıllar içerisinde tüm yaş grupları baz alındığında erkeklerin sigara kullanım sıklığındaki belirgin düşüş dikkati çekmektedir (Çalışkan, 2015). Fakat buna rağmen erkeklerdeki sigara kullanım sıklığı kadınlara oranla daha yüksektir. Kadınlarda ise 45 ile 54 yaşları arasında sigara kullanım sıklığında artma olduğu gözlemlenmiştir. Türkiye içerisinde yapılan sigara kullanım sıklığını tespit etmek amacı ile yapılan çalışmalar bölgesel olmaktadır. Ulusal boyutta yapılan çalışmalar ile mukayese edilebilecek çalışmalar yapılarak kullanım sıklığı hakkında daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir.

## **2.5. Sigara Bağımlısı Olma Olasılığını Artıran Faktörler**

Hemen hemen tüm rahatsızlıkların başlamasında bir sebep olduğu gibi sigaraya bağımlı olma riskini çoğaltan pek çok çeşitli sebep bulunmaktadır. Doğuştan gelen, yaşam tarzı veya çevresel faktörlerden kaynaklanan nedenlerde sigara bağımlılığına katkıda bulunmaktadır.

### **2.5.1. İlk Gençlik Dönemi**

Günümüzde sigara kullanımını özellikle ergenlik ve genç erişkinlik dönemi içerisinde sıklıkla görülen bir davranış olmaya başlamıştır. Bağımlılık yapıcı bir madde olan sigaraya ilk ulaşım ve ilk denemede ergenlik çağıının öteki yaşlara oranla ciddi derecede bir üstünlük sağladığı görülmektedir. Ergenlik çağı cinsiyetin tayin edilmesinde etkili olan hormonların en sık çalıştığı dönemlerden bir tanesidir. Bu dönem içerisinde ergen bireylerin duygu durumlarında meydana gelen değişiklikler olaylara karşı reaksiyon gösterme ve risk alma eğilimini destekler niteliktedir. Kolayca öfkelenme veya öfkeyi kontrol altına almada yaşanan güçlük ise suç sayılabilecek davranışların meydana gelmesine sebep olurken, basitçe risk almayı da bir büyüme ölçütü olarak görme sigara kullanma girişiminde bulunmak gibi kural dışı olan davranışları daha da kolaylaştırmaktadır. Bağımlılık yapıcı bir madde olan tütün ürünlerini satan kişiler ise ergenlik dönemini iyi bir şekilde değerlendirerek buna uygun stratejiler belirlemektedirler. Fakat bir gerçek vardır ki sigara kullanım yaşı gittikçe düşmektedir.

### **2.5.2. Aile İçindeki Sevgi Eksikliği**

Bağımlılık yapıcı bir madde olan sigaraya karşı yönelimin artmasını sağlayan bir diğer

önemli etken ise sevgi eksikliğidir. Sevginin asıl kaynağını oluşturan ilk ve en önemli platform ise ailedir. Aile ortamında bir şekilde şiddet görmüş, düzenli aile ortamından uzak olan ve bölünmüş ailelerde büyüyen bireylerde tütün ürünlerini deneme niceliklerinin daha fazla olması ise sevgiyi yaşamamanın ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

### **2.5.3. Spor ve Sanat Faaliyetlerinin Kısıtlanması**

Dünyaya gelmiş olan her kişinin birbirinden farklı özellikleri vardır. Bazı kişiler spor dallarında yetenekliyken, kimisi yemek yapmaya kimisi de iyi yazı yazmakta yeteneklidir. Kişilerin bu yeteneklerini ise keyif veren bir şekilde kullanabilmeleri içinde bu yeteneklerini teşhir edebilecekleri bir ortamın oluşturulması ile mümkündür. Kişilerin en verimli olabilecekleri ve yeteneklerini sergilemekten keyif alarak hem kendileri ile hem de çevrelerine karşı daha yararlı ve daha barışık bireyler olacaklardır. Spor ve sanat ile ilgilenmek bağımlılık riskini azaltan faktörlerden bir tanesidir.

### **2.5.4. Gelecek Kaygısı**

Bireyler yaş aldıkça gelecek ile ilgili kaygıları da artmaktadır. Bu durum ise bireylerin anksiyetesini arttırarak ilk sigara deneyimine zemin hazırlamaktadır. İlk sigarayı deneme ve bireydeki kaygı hissini rahatlatma arzusu arasında doğru orantı bulunmaktadır. Bu durum ise bağımlılık için bir risk faktörü oluşturmaktadır.

### **2.5.5. Kendini İfade Edememe**

Yaşadığı ortam içerisinde bireylerin kendilerini ifade edememesi ve baskıcı bir ortam içerisinde bulunması bağımlılık yapıcı madde olan sigara kullanımının başlamasında önemli bir etkidir. Kişilerin kendilerini ifade edebilecekleri bir ortam sağlamak ise bağımlılık riskini azaltmaya yönelik alınabilecek önlemlerde bir tanesidir.

## **2.6. Bağımlılığın Tanımı ve Kriterleri**

Anlam yönünden bakıldığında bağımlılık olabildiğince geniş bir kavram olarak nitelendirilir. Genel manası ile bağımlılık psikolojik veya fiziksel açıdan kişiye zarar vermesine karşın herhangi bir objeye, kişiye veya bir varlığa karşı duyulan önlenemeyen arzu veya bir başka istencin baskısı altına girme halidir (Uzbay, 2015). Tütün bağımlılığı DSM-5 tanı ölçütleri kitabında madde ile ilişkili bozukluklar ve bağımlılık bozuklukları bölümü



içerisinde tütün ile ilişkili bozukluklar alt başlığında ele alınmıştır. Tütün bağımlılığın tanı ölçütleri ise şu şekildedir;

A. On iki aylık bir süre içinde, aşağıdakilerden en az ikisi ile kendini gösteren, klinik açıdan belirgin bir sıkıntıya veya işlevsellikte düşmeye yol açan, sorunlu bir tütün kullanım örüntüsü alınır. Çoğu kez, istendiğinden daha büyük ölçüde veya daha uzun süreli olarak tütün:

1. Tütün kullanmayı bırakmak veya denetim altında tutmak için sürekli bir istek veya bir sonuç vermeyen çabalar vardır.

2. Tütün elde etmek, tütün kullanmak veya yarattığı etkilerden kurtulmak için gerekli etkinliklere çok zaman ayrılır.

3. Tütün kullanmaya içinin gitmesi veya tütün kullanmak için çok büyük bir istek duyma veya kendini zorlanmış hissetme.

4. İşte, okulda veya evdeki konumunun gereği olan başlıca yükümlülüklerini yerine getirememe ile sonuçlanan, yineleyici tütün kullanımı (ör., işini engelleme).

5. Tütünün etkilerinin neden olduğu ya da alevlendirdiği, sürekli ya da yineleyici toplumsal ya da kişilerarası sorunlar olmasına karşın tütün kullanımını sürdürme (ör., tütün kullanımıyla ilgili olarak başkalarıyla tartışmalara girme).

6. Tütün kullanımından ötürü önemli birtakım toplumsal, işle ilgili eksikliklerin veya eğlenme-dinlenme etkinliklerinin bırakılması veya azaltılması.

7. Yineleyici bir biçimde, tehlikeli olabilecek durumlarda tütün kullanma (ör., yatakta sigara içme).

8. Büyük bir olasılıkla tütünün neden olduğu veya alevlendirdiği, sürekli veya yineleyici bedensel veya ruhsal bir sorunu olduğu bilgisine karşın tütün kullanımını sürdürülür.

9. Aşağıdakilerden biriyle tanımlandığı üzere, dayanıklılık (tolerans) geliştirmiş olması: a. Esrikliği veya istenen etkiyi sağlamak için belirgin olarak artan ölçülerde tütün kullanma gereksinimi. b. Aynı ölçüde tütün kullanımının sürdürülmesine karşın belirgin olarak daha az etki sağlanması

10. Aşağıdakilerden biriyle tanımlandığı üzere, yoksunluk gelişmiş olması: a. Tütüne özgü yoksunluk sendromu b. Yoksunluk belirtilerinden kurtulmak veya kaçınmak için tütün (veya nikotin gibi yakından ilişkili bir madde) alınır.

## 2.7. Bağımlılık Çeşitleri

Tütün kullanımı dışında da bağımlılığın pek çok çeşidi vardır. Tütün bağımlılığın yanında en sık bilinen ise madde ve alkol bağımlılığıdır. Uzun yıllardan beri insanlar arasında da en çok zarar verici olarak da bilinen bağımlılık çeşitleridir. Fakat madde bağımlılığının dışında davranışsal bağımlılıklar olarak adlandırılan günümüzde de sıkça kullanılmaya başlanan bağımlılık çeşitleri bulunmaktadır. Kumar, seks, ilişki, yeme, alışveriş ve teknoloji bağımlılığı davranışsal bağımlılıklar arasında bulunmaktadır. Davranışsal bağımlılıklarında madde bağımlılığından pek de bir farkı yoktur. Kişiler alkol, sigara veya madde gibi bağımlılık yapan maddeleri kullanmadan kişi belirli bir davranışı yaparak rahatlama hisseder diğer bir ifade ile kişi ödül alır. Bu davranışların ödüllendirici tesiri ise gün geçtikçe bu davranışa karşı bağımlılık geliştirilmesine sebep olur.

## 2.8. Bağımlılık Nasıl Oluşur?

Kişiler niye bağımlılık yapıcı bir madde kullanmaya ihtiyaç duyarlar? Bir kişi neden sigara kullanır? Bu sorulara genellikle şu yanıtlar “acılarımı hafiflettiği için”, “uyanmak için”, “keyif aldığım için” veya “daha iyi konsantre olmak için” biçiminde olabilir. Sigara kullanan bireylerin verdiği bu yanıtlar sigaranın keyif verici tesiri veya kişinin rahatlamasını sağlaması hakkındaki bu bilgiler ise sigara kullanan kişiler tarafından deneyimlenmiş ve sunulmuştur. Bazı bireylerin ise bu bilgilerin yol açtığı merak veya aynı tesiri almak istemesi ile birlikte ilk denemeler meydana gelmektedir. İlk deneme ile birlikte başlayan bağımlılık yolunda birey bir daha asla sigara kullanmayacağını düşünür ama muhtemel olan son bir türlü gelmemektedir. Bir sonraki evrede ise birey sigara kullanımı ile alakalı bir problem olduğunu kabullenmez ve kontrolün kendisinde olduğunu ve istediği takdirde sigara kullanmaya bırakabileceğini söyler sonrasında ise bireyin işlevsel yetenekleri bozulmaya başlar ve bu saatten sonra bırakmak zorunda olduğunu anlar. Bir süre sigara içmeyi bırakır. Kişinin nefes alışması düzelmiştir ve artık sigara içtiği günlerdeki gibi üzerinde kötü bir kokmamakta, eşiyile arası düzelmiştir. İyi giden bu süreçte kişi yaşadığı bir olumsuzlukta sigara içtiği dönemdeki yaşadığı kötü süreçleri unuttur ve yeniden bir kere dener. Yeniden sigara içmenin vermiş olduğu suçluluk duygusu ile de sigara içmeye kaldığı yerden devam eder. Bu durum ise birbirini takip ederek bağımlılık

için bir kısır döngüye dönüştürür. Pek çok kişi sigarayı denemeden önce sigaranın yol açtığı zararlı etkilerin farkındadır. Bunu bilmesine rağmen bu davranışı deneme eğilimi göstermesi normal bir davranış değildir. Literatüre göre 2 tür bağımlılık bulunmaktadır. Bir tanesi fizyolojik diğeri ise psikoloji bağımlılıktır.

### **2.8.1. Psikolojik Bağımlılık**

Maddeye karşı aşerme seviyesinde aşırı bir şekilde özlem duyma biçiminde ortaya çıkan yoksunluk psikolojik bağımlılık şeklinde tanımlanmaktadır (Uzbyay, 2015). Ciddi derecede bir yoksunluk krizi mevcut olmasına rağmen bu yoksunluk bağımlı olunan madde olan sigarayı elde etme arzudur. Bu tip bağımlılık gelişen bireylerde beyin sigara olmadan normal bir fonksiyonda çalışamaz ve o maddeye karşı aşırı bir özlem duygusu meydana getirir. Psikolojik bağımlılık 1987 senesinde Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından Psikoaktif maddelerin kontrolsüz kullanımını açıklamak amacıyla DSM-III (Diagnostic Statistical Manuel)' te tanımlanmıştır. Bazı yazarlar tarafından psikolojik bağımlılık madde kötüye kullanımı bulunan ancak yoksunluk sendromunun görülmediği kişiler içinde kullanılmaktadırlar. Aşerme seviyesinde madde arayışı davranışı ile yoksunluk sendromu benzerdir. Sebebini açıklayacak olursak eğer yoksunluk sendromundan kurtulmak isteyen bireylerde olduğu gibi maddeyi aşermedeki güçlü isteği doyumak amacıyla da bireyler kanuna aykırı davranışlar gösterebilirler. Diğer taraftan da halk arasında psikolojik bağımlılığı problem yaratmayan ve daha hafif bir bağımlılık olarak düşünölmektedir. Misal, esrar gibi bağımlılık yapıcı maddelerin psikolojik olarak bağımlılık yaptığını ve sigaradan daha zararsız olduğu biçiminde şehir efsaneleri bireyler tarafından üretilmektedir. Bu tip şehir efsaneleri ve söylemler ise tütün ürününü vb. gibi zararlı maddeleri deneme konusunda kararsız olan gençlerin bu maddeleri daha kolay denemelerine sebep olmaktadır.

### **2.8.2. Fiziksel Bağımlılık**

Fiziksel bağımlılık terimi ilk defa 1930'lu yılların başında morfin vb. madde kullanıcılarının maddelere erişemediklerinde birtakım hastalık semptomları gösterdiklerinin anlaşılmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Bu semptomlar ise yoksunluk krizi şeklinde adlandırılmıştır. Maddenin verdiği tesiri ortadan kaldırmak ve maddeyi bulma arzusu ile beraber büyüyen bu durum için ise fizyolojik bağımlılık denmiştir. Fizyolojik bağımlılığın en önemli işareti ise bağımlı olunan madde alınmadığı vakitte meydana gelen ve madde

alındığında yok olan yoksunluk semptomlarıdır. Fiziksel bağımlılığın yalnızca madde kullanıcılarında değil, diğer tip bağımlılıklarda da görülmesi ile birlikte bu kavram yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Tolerans terimi de fiziksel bağımlılık ile beraber hareket eden bir değişkendir. Kullanılan maddenin tesirine tolerans gelişmesi demek eş zamanda fiziksel bağımlılığında ilerlediğini gösterebilmektedir. Toleransın hızlı gelişmesi demek daha fazla doza ihtiyaç duymakla doğru orantılı olmakla birlikte fiziksel bağımlılığın gelişimini hızlandırabilmektedir.

## **2.9. Sigara Bağımlılığı ve Beyin Ödül Mekanizması Arasındaki İlişki**

Kişinin kendisine nikotin uygulamasının ilk ve en tesirli yolu sigara içmektir. Özellikle nikotinden alınacak olan keyfi en üst seviyeye çıkarmak için en iyi metot sigarayı yakarak içmektir. Kişilerin aralıklı olarak aldığı yoğun miktardaki nikotin beyindeki ödül devrelerinin harekete geçmesini sağlayarak bireylerin bağımlı olmasını da kolaylaştırmaktadır. Nikotin vücuda girdiği ilk andan itibaren ödül devrelerindeki kolinerjik nikotidik reseptörleri direk etkiler. Reseptörlerin kendi ünitelerine göre bölümlendiği pek çok alt çeşidi bulunmaktadır. Bu üniteler arasında 2 adet önem arz eden reseptör bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi alfa 7 nikotidik reseptör bir tanesi de alfa4-beta2 reseptörüdür. Bu 2 reseptörden alfa7 olanı presinaptik olabilir ve asetilkolinin serbest kalmasına yardımcı olmakla birlikte postsinaptikte olabilir ve bununla birlikte kognitif işlevlerin düzenlenmesinde vazife alabilirler (Uzbay, 2015). Alfa4-beta2 reseptörleri ise postsinaptik olup dopaminin serbest kalmasını düzenlerler. Normal şartlarda bu alfa4-beta2 reseptörleri dinleme halinde olup inaktiftir. Vücuda nikotin girişi olduğu anda bu reseptörler bir anda aktifleşir ve dopamin serbest bırakılır. Uzun süre uyarıya maruz kalan reseptörler duyarsızlaşma ile neticelenir ve kalıcı olmayacak şekilde nikotine cevap vermeyecek duruma gelirler. Bu durum ise ilk yakılan sigaranın bitinceye kadar ki geçen süre ile hemen hemen aynıdır. Reseptörler tekrardan duyarlılaştıkça aşırme düzeyinde bir sigara bulma arayışıyla birlikte yoksunluk başlar.

## **2.10. Sigaranın Sağlığa Verdiği Zararlar**

Sigara kullanan bireyler alkol ve madde bağımlısı olan kişiler gibi olamasa da çevresinde ki bireyleri zehirleyerek onlara ciddi boyutlarda zara vermektedirler. Kişinin kendisi sigara kullanmadığı halde, yanında sigara içen kişilerin dumanını solumak zorunda kalmasına pasif içicilik denilmektedir. Yanmakta olan sigaranın dumanı sadece içen kişinin

değil içmeyen kişinin de soluduğu havaya karışmaktadır. Duman direk olarak havayla temas ettiği için zehirli maddeler bakımından da daha zengindir (DDK, 2014). Yapılan pek çok çalışmada pasif içici olan kişilerin sigara içen bireylerde gözüken akciğer kanseri, bronşit, kan kanseri vb. gibi rahatsızlıkların arttığını göstermektedir (DDK,2014). Sigara erkek bireylerde ki sperm sayısını azaltarak cinsel isteğin azalmasına neden olmakla birlikte sigara kullanan kadınların doğurganlığının azaldığı yapılan çalışmalarla birlikte ortaya konmuştur (Shea and Steiner, 2008). Ayrıca, sigara kullanma ailelerin çocuklarında astım ve bronşit gibi hastalıkların görülme olasılığı daha fazladır. Özellikler ileri yaş ölüm sebeplerinden bir tanesi olan koroner kalp rahatsızlığının bilinen sebeplerinden bir tanesi de sigara kullanımınıdır. Sigara kullanan bireylerde kalp hastalığı görülme olasılığı sigara kullanmayan bireylere oranla en az 2 kat fazladır. Sigaranın sağlığa verdiği bir diğer zarar ise sigara içmeyen bireylerle kıyaslandığında kanser riskini 15 kat arttırmasıdır. Kanser riskinde ise listenin en başında akciğer kanseri gelmektedir. Bu olgunun ise % 90'ını sigara oluşturmaktadır. KOAH (kronik obstrüktif akciğer hastalığı) ise sigaranın sebep olduğu bir başka hastalıktır. Türkiye'de 2000 senesinde sigaranın sebep olduğu KOAH yüzünden 12.902 kişi hayatını kaybetmiştir (DDK, 2014).

Öte yandan bakıldığında sigara kullanımı birtakım rahatsızlıkların meydana gelmesinde etkili olmasa bile rahatsızlık ile beraber sigara kullanıldığında olumsuz tesirleri daha fazladır. Örneğin; sigara kullanımı bazı bel rahatsızlıklarının tedavisini engellemektedir. Bunun sebebi olarak da sigara içildiğinde omurilikte bulunan disklere çok az sayıda oksijen gitmesidir.

Sigara içme bir tür kendine zarar verme davranışı olmakla birlikte bu davranışın ortaya çıkmasında altında yatan nedenleri tetkik etmek ise psikiyatrist ve psikologların görevidir. Sigara kullanan bireylerde sigara kullanmayan bireylere oranla psikiyatrik rahatsızlıkların görülme olasılığı daha fazladır. Bireyin kullandığı sigaranın miktarı ve yaşadığı sıkıntılar arasında bir doğru orantı mevcuttur, bireyin sıkıntıları arttıkça sigara içme davranışı, sigara içme davranışı arttıkça ise sıkıntılar artmaktadır.

Sigara kullanımından dolayı meydana gelen sorunların birçoğu ölümle neticelenmektedir. Dünya genelinde 5.5 milyon insan sigara yüzünden ölmektedir. Bu rakam ise her 6.5 saniyede bir insanın ölmesi anlamına gelmektedir. Sigara kullanımı önlenemediği takdirde uzmanlar tarafından bu sayının daha fazla olacağı bildirilmiştir (DDK,2014).

## 2.11. Sigara ve Sigara Dumanı İçinde Yer Alan Zararlı Maddeler ve Tesiri

Sağlık açısından bakıldığında kişiye zararı olan şey sigaranın kendisi değil nefes ile vücuda giren dumanın içinde bulunan zararlı maddelerdir. Sigaranın yakılması ile birlikte kanser yapıcı etkisi bulunan 4000'den fazla farklı türde gaz ve tanecik halinde olan zararlı madde gün yüzüne çıkmaktadır. Sigaranın yanması ile açığa çıkan dumanın içinde bulunan başlıca maddeler şu şekildedir;

**Nikotin:** Sigara denilince herkesin aklına gelen ilk madde olan nikotin bir tür böcek zehri olmakla birlikte bağımlılık yapmaktadır.

**Katran:** Sigara yakıldığında ortaya çıkan dumanın içe çekilmesiyle birlikte vücuda alınan katı parçacıkların toplamına katran denilmektedir. Kansere yol açtığı bilinmektedir.

**Arsenik:** Zehrin imal edilmesinde kullanılmakta olup sigara içindeki en tehlikeli maddelerden bir tanesidir. Kalp ve kan damarlarına zarar vermektedir.

**Benzen:** Sınai bir madde olmakla birlikte kan kanserine sebep olmaktadır.

**Kadmiyum:** Akü ve Pil imalatında kullanılmaktadır.

**Formaldehit:** Ölü bedenleri bozulmadan muhafaza etmek ve bakterileri yok etmek amacıyla kullanılmaktadır. Akciğer ve solunum yolları rahatsızlıklarına sebep olduğu düşünülen en önemli zararlı maddedir.

**Polonyum-210:** kanserojen olup radyoaktif bir maddedir. Solunum yollarında toplanarak direk çevre hücrelere radyasyon yaymaktadır.

**Krom:** boya ve buna benzer ürünlerin imalatında kullanılmakla birlikte akciğer kanserine sebep olmaktadır.

**Polisiklikaromatik hidrokarbonlar:** Kansere neden olan kuvvetli kimyasal maddelerin meydana getirdiği gruptur. DNA'ya zarar verirler.

**Karbon monoksit:** Motorlu vasıtaların egzoz gazlarına eşittir. Organlara ulaşması

gereken oksijen miktarını düşürür.

**Hidrojen siyanür:** Zehirli bir gaz türüdür. Akciğerlerin görevini düzgün yapmamasına sebep olur. İdam mahkûmlarının öldürülmesi için gaz odalarında kullanılan zehirdir.

**Nitrojen:** Sigara dumanı içerisinde olan bu gaz direk akciğerlere zarar verir.

**Amonyak:** Kuvvetli bir gaz olmakla birlikte temizlik için kullanılmaktadır.

## **2.12. Sigara Bağımlılığının Tedavisi**

Kuvvetli bir bağımlılık olan nikotin, kimi insanlar için eroin gibi bağımlılık yapabilir. Pek çok kişi sigarayı tamamen bırakmadan önce iki veya daha fazla kez sigarayı bırakmayı denerler. Kişi her denemesinde onu bırakmak için neyin zorladığını keşfedebilir ve bir sonraki denemesinde bunları düşünerek hareket edebilir. Bireylerin sigarayı bırakmak için pek çok sebepleri vardır. Kimi birey daha uzun ve sağlıklı yaşayacağını hayal ederek, kimisi ailesi ve çocuklarının ekonomisi ve geleceğini düşünerek, kimi de sağlıklı çocuklar dünyaya getirmek için sigarayı bırakmayı düşünmektedirler.

Sigaranın bağımlılık yapıcı bir madde olduğu bilinen bir gerçektir. Bu sebepten dolayı bağımlılık tedavisinin tüm ilkeleri burada da geçerli olacaktır. Bununla birlikte sigarayı bırakmak isteyen bireylerin bağımlılık konusunda uzman olan kişilerden yardım alması en doğrusudur. Sigara kullanmayı bırakan kişilerin pek çoğu bıraktıktan sonra 3 ay içerisinde tekrardan sigaraya başladığı görülmüştür. Bu yüzden ilk 3 ay en kritik dönemdir. Bağımlılık yineleyen bir rahatsızlık olmakla birlikte sigara bıraktırma tedavisinde bilimsel yöntemlerin kullanılması önem arz etmektedir. Günümüzde sigara bırakmak isteyen bireyler için pek çok tedavi yöntemi mevcuttur. Sigarayı tamamen bırakmak için farklı metotlar uygulanabilir. Ancak en önemli olan nokta birey için en uygun yöntemin seçilip uygulanmasıdır.

### **2.12.1. Sigara Bağımlılığının Psikolojik Tedavisi**

#### **2.12.1.1. Psikososyal Tedaviler**

Bu tedaviler grup terapileri ve bireysel terapiler şeklinde yapılmakla birlikte nikotin bağımlısı olan kişilerde riskli platform ve vaziyetlerde baş etme metotları geliştirilmesine

olanak sağlar. Bireysel terapiler aile içerisinde yaşanan sorunlar ve aile bağlantıları arasındaki sorunların çözülmesinde bireysel terapilerin önemi büyüktür. Grup terapilerinin ise bağımlılıktaki önemi küçümsemeyecek kadar fazladır. Grup terapilerinde amaç bağımlı olan kişilere bu konuda yalnız olmadıklarını ve onlar gibi bağımlılık problemi yaşayan insanlarında var olduğunu göstermektir. Bu yüzden yapılan grup terapilerine kararlı olarak katılmak ise iyileşme sürecini hızlandırabilmektedir.

#### ***2.12.1.2. Sosyal Destek***

Sigarayı bırakma sürecinde olan bireylerin eşlerinin, yakın çevresinin aile üyelerinin ve aile üyelerinin desteği ise bağımlı olan bireylerin sigaraya yeniden başlamaması bakımından önemli bir paya sahiptir. Bireylerin tedavi sürecinde yaşayacağı tedaviyi sonlandırmak veya tedaviye katılmama gibi pek çok zorlukta aile üyeleri ve yakın çevresinin kişiye vereceği sosyal destek ve moral bireylerin tedavideki motivasyonunu arttıracaktır. Sosyal destek nikotin bağımlılarının tedavisindeki kilit noktalardan bir tanesidir.

#### ***2.12.1.3. Bilişsel Davranışçı Terapiler***

Bilişsel davranışçı terapi kişilerin kendilerine karşı zarar veren davranışlarının ve duygusal reaksiyonlarının altında yatan, doğruluğu yansıtmayan, yanlış düşünceleri ve bu düşüncelere olan inançlarını azaltarak değiştirmeyi amaçlayan bir psikoterapi yöntemidir (Ögel, 2010). Bilişsel davranışçı terapi kısa sürelidir. Terapi esnasında danışana karşı eleştirel bir tavır sergilenmez. Terapi esnasında terapötik ilişkiler kurulurken danışan ile terapist arasında bir takım limitler koyulur. Bu sayede hasta ile danışan arasında güven ve saygı korunmuş olur. Bilişsel davranışçı terapide amaç danışanın sahip olduğu altta yatan inançlarının esas tabanını çürütmek ve sigara kullanım sıklığını azaltmaktır. Başka bir amaç ise sigara içmeye karşı duyulan fazla isteğin denetlenmesinde özgül yöntemleri kişiye öğretmektir. Terapist, danışanın hoş olmayan hislerle başa çıkmak maksadıyla sigara içmesinden kaçınarak yeni yollar keşfetmesine yardımcı olur. Buradaki gaye ise kontrolü arttırmaktır.

#### ***2.12.1.4. Hipnoterapi***

Hipnoterapi ise sigara kullanımını bırakmak için kullanılan bir başka yoldur. Bu terapi şekli ile kişilerin bilinç altına inerek sigara kullanımına sebep olan alışkanlığın kaynağı yok edilmeye çalışılır. Terapi sırasında kişilere verilen telkinler sayesinde sigara bırakmadaki en



büyük engel olan kilo alma sorununa da engel olunmaktadır (Tarhan ve Nurmedov, 2017).

### **2.12.2. Sigara Bağımlılığının Farmakolojik Tedavisi**

Tedavisi en zor bağımlılık çeşitlerinden bir tanesidir nikotin bağımlılığı. Özellikle halk arasında ki yanlış inançlardan birisi olan sigaranın psikolojik bağımlılık olduğu ve irade gücüyle birlikte sigarayı kolay bir şekilde bırakmanın muhtemel olabileceği sanılmaktadır. Bu yanlış inanışlar ile sigara kullanım yaşının günde günden düşmesi ve sigaranın kullanım sıklığının artmasıyla doğru orantılıdır. İlk deneme ile birlikte başlayan nikotin bağımlılığı hayvanlar üzerinde yapılan deneylerde ilk nikotinin vücuda alındıktan sonra tesirinin bir ay gibi kısa olmayan müddette sürdüğü görülmüştür. Bununla birlikte bir ay boyunca her gün sigara içen bir bireyin sigarayı bırakması durumunda aşerme düzeyinde bir sigara arama tutumu meydana gelmektedir (Uzbay, 2015).

#### **2.12.2.1. Tedavi İçerisinde Kullanılan Yaklaşımlar**

Psikofarmakolojik ajanlarca nikotin bağımlılığın tedavisinde birinci başarılı olan şey nikotinin kendisidir. Sigara ile olmayan bu durum sakız, inhaler, pastil, nazal sprey ve transdermal bantlardır. Kişilerin bu usulle nikotin alması sigaraya oranla daha az nikotin düzeyine yol açmaktadır. Bununla birlikte alternatif usullerden nikotin alınması tekrardan duyarlılaşan çok sayıdaki reseptörün duyarsızlaşmasını sağlayarak aşermeyi hafifletebilir.

#### **2.12.2.2. Nikotin Yerine Koyma ( Replasman) Tedavisi**

Tütün bağımlılığında kullanılan replasman tedavisi günümüzde yaygın olarak kullanılan metotlardan bir tanesidir. Buradaki amaç ise tütünü farklı yöntemle vererek nikotinin yol açtığı yoksunluk buhranının önüne geçmek veya daha az şiddette olmasını sağlayarak sigaranın daha kolay bırakılmasına yardım etmektir. Bunun için ise nikotin sakızları, nikotin nazal spreyi veya vücuda yapıştırılabilen bantlar kullanılmaktadır. Bu tedavi şekli ağır sigara kullanan bireylerde sigaranın bırakıldığı erken periyotta görülen zorlu yoksunluk semptomlarının kontrolünde olabildiğince etkilidir. Sigarayı bırakmanın erken periyotlarında kullanılacak bir metottur. Fakat, bağımlılığın hızına ve bireyin sigara kullanım derecesine göre uzun bir süre sürdürülebilir. Kullanım müddetinin ve dozunun azaltılmasında kişilerin meşgul olabilecekleri uğraşı, psikoterapiler ve egzersizin devreye girmesi bu açılardan yardımcı olacaktır. Bu tedavide en tesirli yöntem nazal spreydir. Daha sonra ise sakız ve bantlar gelmektedir (Uzbay, 2015)

### ***2.12.2.3. Nikotik Parsiyel Agonistler ile Tütün Bağımlılığı Tedavisi***

Vareniklin nikotin bağımlılığı tedavisinde lider olan nikotik parsiyel agonisttir. Sigara bırakma tedavisin için kullanılan vareniklin Amerika birleşik devletlerinde tasdik edilen ilk parsiyel agonisttir. Vareniklinin ödül devrelerindeki en önemli tesiri dopamin nöronları içerisinde yer alan alfa4-beta2 bölgesidir. Bir başka kullanılan parsiyel agonisti ise dianiklidir. Dianiklin üzerinde yürütülen çalışmalar halen devam etmektedir. Kişi sigara içtiğinde beyin nikotin seviyesi artar ve 2 nefes arasında bu seviye azalır. Tek sigara bu reseptörleri duyarsızlaştırmak için kâfidir fakat zaman geçtikçe nikotin düzeyi azaldıkça, bu reseptörler tekrardan duyarlaşır ve aşerme gerçekleşir. Öfori meydana gelmeden aşermeyi sağaltmak için bir diğer çözüm ise kişiye nikotinin transdermal yol ile verilerek düzenli nikotin düzeyi meydana getirmektir. Bu sayede aşermenin şiddeti hafifleyecektir. Yoksunluk halinde ise birey evvelde yoksunluk içindedir sonradan vareniklin ile birlikte reseptörleri aktive olur ve aşermeye transdermal nikotine oranla daha fazla eksilme meydana gelir. Bunun beraberinde aynı bireye sigara kullandığı anda vareniklin verildiğinde eskiden ödüllendirici olan nikotin artık ödüllendirici etkisini kaybetmiştir. Çünkü reseptörler parsiyel reseptör etkinliği gösteren bu ajanlar aracılığıyla engellenmiştir. Bu yüzden vareniklin kullanan bireyler ilacı kullandıktan sonra sigara içme isteği duymazlar. Eğer ki sigara kullanmak isterse eskisi gibi keyif almayacaklardır.

### ***2.12.2.4. Dopamin Noradrenalin Gerilim İnhibitörleri ile tütün Bağımlılığı Tedavisi***

Sigara bıraktırma tedavisinde bir başka yöntem ise bupropion ile birlikte yoksunluk durumunda meydana gelen aşermeyi azaltmaktır. Bu ilaçla hedeflenen amaç ise nikotinin yoksunluğunda şiddetli bir biçimde nikotin isteği olan reseptörlere birazda olsa dopamin temin etmektir. Kişi bupropion kullandığında ise bu arayışı bir miktar da olsa azaltmaktadır (Uzbay, 2015).

Vareniklinin sigara bıraktırmada ki başarı yüzdesi bupropiyonun iki katı kadardır. Kişiler için sigara bıraktırmada Bupropion tedavisi uygun görüldüğü takdirde kişi bupropiyonun cinsel arzu ve motivasyonu yükseltici tesiri hakkında hastaya bilgi verilmelidir.

### ***2.12.2.5. Aşı Çalışmaları***

Nikotin bağımlılığının önüne geçmek veya kontrolünü sağlamak amacıyla

araştırmacılar tarafından aşı çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Hayvanlar üzerinde ve klinikte yapılan çalışmalarda başarılı neticelere ulaşılmıştır (Uzby, 2015).

### **2.12.2.6. Elektronik Sigara İle Tütün Kullanımını Bırakma**

Elektronik sigara sağlık ve emniyetli kullanım açısından üzerinde çok fazla münakaşa yapılan bir ürün olmakla birlikte kimi ülkelerde kullanımı serbest iken kimi ülkelerde de izin verilmemektedir. Elektronik sigara, kullanan kişiye taşıyıcı aerosol bir düzenek içerisinde nikotin servis eden elektronik bir aletten oluşmaktadır (Uzby, 2015). Elektronik sigara 3 bölümden oluşmaktadır. İçerisinde nikotin bulunan bir kartuş, batarya ve püskürteçten meydana gelmektedir. İçerisinde bulunan batarya bu düzeneğin çalışması için lüzumlu olan enerjiyi temin eder. Elektronik sigaranın şarj edilebilen veya pil ile çalışabilen çeşitleri de bulunmaktadır. Fakat kullanan kişiler tarafından şarjlı olan çeşidi daha fazla tercih edilmektedir. Kartuş içerisinde ise nikotinin yanında bu nikotinin buhar içerisinde ilerlemesini sağlayacak olan su ile seyrekleştirilen gliserol ve propilen glikol gibi bir takım taşıyıcılar bulunmaktadır (Uzby, 2015). Bazı üretici firmaların kartuşun içerisinde bulunan nikotin hakkında bilgi vermemesi ise elektronik sigaranın sağlık açısından güvenilirliğini zedeleyen bir durum olmakla birlikte bu türlerin tercih edilmemesi gerektiği vurgulanmıştır (Uzby, 2015). Yine üretici firmalar tarafından içerisine çeşitli aromalar katılarak tadı ve ürünün kokusunu güzel bir hale dönüştürmektedirler. Bu durum ise gençler ve küçük çocuklar için elektronik sigarayı daha cazip kılabilmektedir. Üretici firmalara göre değişmekle birlikte bir kartuş içerisinde sağlanan nikotin 10 ile 250 nefes aralığında değişir. Bu ise en az 5 en fazla 30 arasındaki sigaraya eşittir (Uzby, 2015). Elektronik sigaralar ilk üretilmeye başlandığında kişiye sigara içiyormuş hissi verecek biçimde kırmızıyken daha sonraki üretimlerde ise mavi renk gibi sigarayı hatırlatmayan renk içerikleri kullanılmıştır. Son üretilenlerde ise herhangi bir ışık ibaresi bulunmamaktadır.

### **2.13. Relaps Olma ve Nedenleri**

Relaps bireyin kullandığı maddeyi (alkol, sigara, uyarıcı madde) bıraktıktan sonra yeniden kullanmaya başlamasıdır. Kullandığı maddeyi bırakan bireylerde relaps ile karşılaşılma olasılığı % 40 ile % 80 civarındadır. Sigarayı bıraktıktan sonraki ilk 3 ay en kritik dönemdir. Bu dönemde bireylerde relaps meydana gelebilmektedir. Relapsın meydana gelmesinde pek çok etken söz sahibidir. Bunların bazıları şunlardır;

### **2.13.1. Duygu durum Değişkeni**

Olumlu olmayan duygu durumlar relapsa sebep olabilmektedir. Örneğin; yalnızlık hissi veya iş yerinde öfkelenen bu durumla başa çıkmayacağını düşünebilir ve bu sebepten yeniden kullanıma dönebilmektedir. Olumlu olan duygularda relaps nedeni olarak gösterilebilmektedir. Örneğin; çocuğu üniversiteyi kazanmış olan bireyin çocuğunun evden ayrılması gibi.

### **2.13.2. Davranışsal Değişkeni**

Bireylerin sorunları çözme becerilerinin yetersiz olması ve sosyal becerilerinin az olması relapsa zemin hazırlamaktadır.

### **2.13.3. Çevresellik Değişkeni**

Relapsla ilgili olan bir başka sebep ise kişinin kullandığı maddeye kolayca erişebiliyor olması ve tekrar kullanım için sosyal çevresinin kişiye baskı uygulamasıdır. Örneğin; sigara kullanımını yeni bırakmış bir bireyin sigara içilen bir ortamda bulunması zaten yanlışken bir de çevresindeki kişilerin bireyin tekrardan sigara kullanması için ısrar etmesi (ne zamandır içmiyorsun tadını unutmuşundur zaten bir kereden bir şey olmaz veya bak bu ortamı bir daha bulamazsın vb.).

### **2.13.4. Psikolojik Değişken**

Bireyin psikiyatrik bir rahatsızlığının olması, geçmiş yaşamında yaşadığı taciz öyküsünün bulunması ve kişilik özellikleri relapsa sebep olan etmenler arasında sayılmaktadır.

## **2.14. Türkiye’de Sigara ile Mücadele Kapsamında Yasal Düzenlemeler**

Sigara kullanımının önüne geçmek için alınan tedbirler tütün kontrolü adı altında yer almaktadır. Tütün kontrolü kişilerin sigara kullanımını ve sigaradan çıkan dumana maruz kalmasını (pasif içicilik) yok etmek veya azaltmak amacıyla hazırlanan zararı azaltma çalışmasıdır (Çalışkan, 2015). Türkiye’de ise tütün kullanımının mücadelesi Osmanlı Devletine kadar ulaşmaktadır. Tütün kullanım yasağı, Osmanlı sınırları içerisinde tütün kullanımından dolayı çıkan bir yangın sonucu IV. Murat ile başlamıştır. Sonrasında Osmanlı

Devleti'nin tütün ithalini yasaklaması ile sürmüştür. Türkiye'de ise tütün ile yasal mücadelenin geçmişi oldukça yenidir. Tütün kullanımını sınırlamak gayesiyle ilk geniş çaplı düzenleme 1996 yılında yapılmıştır. 7 Kasım 1996 tarihinde Tütün Mahsullerinin Zararlarının Önlenmesine dair 4207 Sayılı Kanun Çıkarılmıştır. Yeni çıkan kanun ile birlikte sigara kullanımını özendiren her türlü reklam ve kampanyalar yasaklanmıştır. Her türlü kapalı alan, sağlık ve eğitim hizmetinde bulunan kurumlar, toplu taşıma araçları ve kapalı alanlarda sigara kullanılması yasaklanmıştır. Aynı kanun ile 18 yaşın altındaki bireylere sigara satışının yasaklanmasıyla birlikte çocukların korunması amaçlanmıştır. Yine bu kanunla her kişiyi sigara konusunda bilgilendirmek amacıyla devlet ve özel olan televizyon kanallarında her ayın 90 dakikasında sigara içmenin zararlarının anlatıldığı programların yayınlaması zorunluluğu getirilmiştir (Çalışkan, 2015). 2002 senesinde Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) kurulmuştur. Bu kurumun amacı sigara paketlerinin üzerinde bulunan sigara içmenin zararlarını kişilere gösteren yazı ve resimleri tayin etmektir.

Tüm dünyada artan sigara kullanımından kaynaklı sağlık sorunlarını engellemek, sigara dumanında rahatsız olan bireyleri korumak ve tütün kullanımını azaltılmasını sağlamak için DSÖ tarafından Tütün Kontrolü Çevre Sözleşmesi hazırlanmış ve üye olan ülkelere sunmuştur. Dünya çapında tütün kontrolüne yönelik yapılan ilk uluslararası anlaşmadır. 21 Mayıs 2003 tarihinde kabul edilmiştir. Kısa süre zarfında birçok ülke tarafından imzalanmıştır. Türkiye ise bu sözleşmeyi 24 Nisan 2004 senesinde imzalamıştır. Bu sözleşmenin imzalanması Türkiye için 4207 sayılı kanundan sonraki sigara ile mücadele adı altında atılan en büyük adımdır. Tütün kontrolü ile ilgili en mühim düzenleme ise 2008 senesinde çıkarılan 5727 sayılı Tütün ve Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanundur. 19 Temmuz 2009 tarihinde 4207 sayılı kanunda değişiklikler yapılmış ve açık olmayan mekânlarda sigara kullanımı yasaklanmıştır. Türkiye sigara ile mücadele konusunda bu yeni düşünciyi uygulamaya koyan Avrupa'da 3. Dünyada ise 6. Ülke olmuştur. Artık günümüzde sigara yasağından ziyade sigaranın tümüyle yasaklanmasına yönelik çalışmalar gündemi oluşturmaktadır. Örneğin; Finlandiya yetkilileri 2050 senesinde sigarayı tümüyle yasaklayacağını söylemişlerdir.

## **2.15. Dünya'da Sigara ile Mücadele Kapsamında Yasal Düzenlemeler**

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) sigarayı, dünyanın en hızlı gelişen ve en uzun süre devam eden salgını şeklinde gördüğünü söylemiştir (DDK, 2014). Günümüzde ise tütün sanayisinin

hızla büyümesi ve tütün ürünlerini pazarlama stratejilerinin de gelişmesi ile birlikte tütün kullanımını artmaktadır. Tütün üreticileri tütün kullanımını arttırmak için her sene milyarlarca doları kabiliyetli pazarlamacılara yatırmaktadır (DDK, 2014). Tütün kullanımı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Fakat dünya çapına bakıldığında her 3 kişiden 1 tanesi sigara kullanmaktadır. Tütün ürünlerinin kullanım sıklıklarına bakıldığında ülkeler arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Tütün kullanım alışkanlığı gelişmekte olan ülkelere bakıldığında artarken, gelişmiş olan ülkelerde ise azalmaktadır.

Tütün kontrolünde tüm ülkelerin başarılı olabilmesi için uluslararası kurumların eş güdümlü çalışması önem arz etmektedir. Tütünle mücadelede ise uluslararası çapta ilk ana düzenleme Dünya Sağlık Örgütü tarafından oluşturulan Tütün Kontrol Çerçeve Sözleşmesidir. Bu sözleşme DSÖ' nün bu konuda yaptığı en önemli etkinlik olup 21 Mayıs 2013 senesinde kabul edilmiştir. Bu sözleşme ile birlikte tütün konusundaki mücadeleye meşru bir dayanak oluşturulmuştur.

Tütün kontrolünün uluslararası bir seviyede ele alınması açısından önemli olan bu sözleşmede kaçakçılığın önlenmesi, tütün ücretlenmesi, çocuklara satışının yasaklanması, tütün ekimi ve üretimi ve pasif içiciliğin engellenmesi gibi konularda düzenlemeler bulunmaktadır. Tütün Kontrolü çevre sözleşmesinin onaylanmasında 5 yıl sonra ise sözleşme içerisinde bulunan maddelerin etkili bir biçimde uygulanmasına olanak sağlamak amacıyla etkisi ispat edilmiş olan 6 uygulamayı içinde barındıran bir siyaset paketi (MPOWER) oluşturulmuştur. Bu paket şu şekildedir;

M-Monitor, tobacco use and prevention policies: Tütün kullanımını görme ve kullanımın önüne geçme politikaları

P-Protect people from tobacco smoke: Sigara kullanmayan bireyleri pasif içicilikten korunma

O-Offer help to quit tobacco use: Sigarayı bırakmak isteyen kişilere yardımcı olunması

W-Warn about dangers of tobacco: Kişilerin sigaranın verdiği zararlar hakkında uyarılması

E-Enforce bans on tobacco advertising, promotion and sponsorship: Tütün reklamı

yapma ve tanıtımı ile alakalı yasakların uygulanması,

R-Raisetaxes on tobacco: Tütüne uygulanan vergi miktarını yükseltilmesi.

MPOWER paketi Dünya Sağlık Örgütü Eylem Planı'nın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. MPOWER paketi içerisinde yer alan önleme çalışmaları ve politikaların uygulanması için titiz bir izlem çalışması gerekmektedir. Tütüne karşı müdahaleler geniş bir kapsamda olmalıdır aksi takdirde yürütülen çalışmalar tütünü azaltma anlamında yeterli olmamaktadır. Öte yandan ise 1988 senesinde Madrid'te düzenlenen 'Tütün Politikasına Dair Avrupa Konferansı' sonrasında alınan hükümler Tütünle Mücadele İçin Avrupa Şartı (The European Charter Against Tobacco) şeklinde ilan edilmiştir (DDK, 2014). 1988 senesinde ilan edilen Avrupa şartında, kapalı alanlarda sigara içilmesinin ve reklamının yasaklanması, üreticilerin pazarlama tekniklerinin engellenmesi gibi çeşitli yollar tayin edilmiştir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İKNA VE KAMU SPOTLARI

#### 3.1. İkna

##### 3.1.1. İkna Nedir?

Sözcük kökenini Arapçadan alan ikna kavramının Türk dilinde kullanıldığı anlam olan “inandırma” tam anlamıyla iknayı açıklayamamaktadır. Bunun sebebi ise inandırma kelimesinde karşıt kişi söyleyene ve karşısındakinin söyledikleri şeylere inanmıştır fakat ikna için inanma sürekli bir kılavuz olmayabilir. Çünkü iknada aynı olmayan nedenlerden ötürü kişi kendisine söylenen şeyi onaylayıp, kendisinden beklenen davranışı yapmaya rıza gösterebilmektedir (Seki, 2017). İknanın tam manasıyla ne anlama geldiği konusunda pek çok tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamalar tetkik edildiğinde ise makul bir gaye doğrultusunda, karşıt olan tarafın tutumu, düşüncesi, davranışı ve inancı üstünde değişiklik yaratmaktır. İknanın bilinen en bariz özelliği ise herhangi bir zorlama veya baskının olmayışıdır. Zira kişilere psikolojik ya da fiziksel olarak yapılan hemen hemen her baskı kişinin davranışını ve ya tutumunu değiştirmesine sebep olabilmektedir (Seki, 2017). İknanın bir diğer önemli özelliği ise toplum içerisinde yaşanan kaosun önüne geçilmesinde azımsanmayacak bir öneme sahip oluşudur. İknanın sahip olduğu özellikler nedeni ile insanlık tarihi süresince sanat ve bilim olarak ele alınmıştır (Seki, 2017).

##### 3.1.2. İknanın Tarihçesi

İknanın ortaya çıkışı uzun zaman önceye dayanmaktadır. Bilim insanları tarafından ikna hakkında pek çok kuram ortaya atılmıştır. Eski zamanlarda ikna hakkında ortaya atılan kuramlar ile şimdiki ikna kuramları incelendiğinde her ikisinin hemen hemen aynı olduğu görülmüştür. Bu kavramın ortaya çıkmasında ki en önemli kuramcı ise Aristodur (Seki, 2107). Aristo'nun günümüzde de varlığını sürdürdüğü modern iknanın yapı taşını oluşturacak 400 taneden fazla çalışması vardır (Seki, 2017). Zamanla kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi ile beraber insanlar hızlı bir şekilde kitle iletişim araçlarının tesirinde kalmaya başlamışlardır. Bu araçların özelliği ise birtakım konuları seçerek dikkati daha fazla o noktalara çekmektedir. Çünkü kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi daha fazla hedef kitlesine ulaşmayı sağlamaktadır. Geçmiş dönemlere oranla günümüzde bilgiye çabuk bir biçimde ulaşabilen ve eğitim seviyesi daha iyi olan büyük kitlenin istenilen doğrultu yönünde davranış değişikliği yaptırmak kolay olmamaktadır. İknanın önemi ise burada kendini göstermektedir.



### **3.2. İkna ve Tutum Arasındaki İlişki**

Tutum, iknayı gerçekleştirebilmenin önemli ölçütlerinden birisidir. Bu yüzden ikna ile ilgili pek çok kaynakta özellikle tutumdan bahsedilmektedir. Tutum, bireyin etrafındaki herhangi bir şeye, bir olaya, hislerine, tecrübelerine göre biçimlendirdiği davranışsal, bilişsel ve duygusal bir ilk reaksiyonda bulunma meyili şeklinde tanımlanmaktadır. İknanın amacının davranış değişikliği yaratmak olduğu dikkate alındığında, davranış değişikliğinden önce tutumların değişmesi gerekmektedir. Bu nedenle de ilk önce tutumların tam olarak ne olduğunun incelenmesi iknanın ilerleyen süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır.

### **3.3. Tutumun Oluşumu**

Tutum, doğumlar birlikte gelmeyen öğrenme yöntemi ile sonradan kazanılan bir oluşum olmakla birlikte bireyseldir. Tutumun oluşumu hayat boyunca devam ederken, en önemli kısmı ise yaşamın ilk 25 yılı içerisinde oluşur. Tutumların oluşumu pek çok etken tarafından şekillenir. Tutumu etkileyen faktörler arasında anne-baba, akran ve kitle iletişim araçlarının rolü oldukça fazladır.

#### **3.3.1. Anne Baba Faktörü**

Tutumların biçimlenmesindeki en mühim etkenlerden birisidir anne baba faktörü. Birey doğumundan hayatının sonuna kadar tüm hayatı boyunca anne-baba ile pek çok konuda etkileşim içerisinde olacaktır. Karşılaşılan herhangi bir olayda Anne-babanın göstereceği tutumlar doğal olarak çocuklar tarafından öğrenilerek ilerleyen yaşamlarında etkili olacaktır (Özkalp ve ark. 2004). Pek çok araştırmada tutumların oluşumunda anne- baba etkisinin önemli olduğunu göstermektedir (Sümer, Aktürk-Gündoğdu ve Helvacı, 2010).

#### **3.3.2. Arkadaş Faktörü**

Bireyin yaşı ilerledikçe anne-baba haricinde dış çevreyle de etkileşim içinde olmaya başlayacaktır. Bu durum ise anne-babanın dışındaki faktörlerin de tutumların oluşmasında önemli bir etken olduğunu göstermektedir (Özkalp ve ark. 2004). Şüphesiz bu faktör ise arkadaşlardır. Literatüre göre benzer fikirlere sahip olan arkadaş gruplarının olaylara karşı gösterdikleri tutumlarının da benzer olduğu görülmüştür (Özkalp ve ark. 2004). Bazı bireyler ise kendi fikri ile örtüşen kimseleri arkadaş olarak seçmektedirler. Literatürdeki pek çok araştırmaya göre bulunan tutumun değişmesi ve yeni tutumların oluşmasında arkadaş

faktörünün yeri küçümsenemeyecek kadar fazladır.

### **3.3.3. Kitle İletişim Araçları**

Kitle iletişim araçları tutumların değişmesinde önemli bir yere sahiptir. Televizyonlarda yayınlanan reklamlar, gazete haberleri ve yayınlanan yazılar da hakkında bilgi sahibi olmadığımız şeylere karşı pozitif veya negatif bir tutum içinde olmamıza ya da tutumlarımızın değişmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin sigara ile ilgili televizyonda yayınlanan kamu spotlarında sigara hakkında az çok bilgi sahibi olan ya da bilgi sahibi olmayan bireylerin sigaraya karşı olan mevcut tutumunun değişmesi veya olağan tutumunu geliştirmesi kitle iletişim araçları sayesinde gerçekleşmektedir.

### **3.4. Tutumun Değişmesi**

Tutumun değişimi ile ilgili ilk çalışmaları Carl Hovland ve arkadaşları yapmışlardır. Hovland yaptığı çalışmalarda tutumların öğrenme yöntemi ile kazanılıp daha sonrasında ise yeniden öğrenme yöntemi ile değişebileceğini söylemiştir (Özkalp ve ark. 2004). Hovland iknanın gerçekleştirilebilmesi için yalnızca bir uyarana sahip olmanın yeterli olmayacağını iletişim ve iletişim araçlarının tüm elemanlarının bu süreçte etkili olduğunu söylemiştir (Özkalp ve ark. 2004). Özetle, tutumun değişimini sağlamak için öncelikle bireyin hangi tutuma sahip olduğunu saptamak ve birden fazla uyarana sahip olmak gerekmektedir.

### **3.5. İkna Edici Mesaj Stratejilerinde kavram olarak Korku ve Çekicilik**

#### **3.5.1. Kavram Olarak Korku**

Korkuyu tanımlarken herhangi bir olası tehlike karşısında hissedilen yoğun kaygı hissidir demek yanlış olmayacaktır. Tehlikenin şiddeti ne kadar yüksek olursa bireyde ki korkunun şiddeti de o kadar fazla olacaktır. Korku, canlıların gözle görülebilen veya görülemeyen tehlikelere karşı gösterdikleri en tabii reaksiyonlardan oluşur (Seki, 2017). İnsanlık tarihi açısından bakıldığında günümüze kadar gelen süreçte korkunun aslında insanlığa hiçte yabancı olmayan bir kavram olduğunu görmek mümkündür. İlk çağlara bakıldığında dünyada gerçekleşen tabiat olayları (güneşin açması, yağmurun yağması) yaşayan ilk insanlar tarafından tehlike olarak algılanmış ve bunun sonucunda ise onların korkmalarına sebep olmuştur. İlk insanların tabiat ile ilgili korkularıyla kimisi kaçarak, kimisi bu duruma uyum sağlayarak, kimisi de savaşarak uzaklaşmayı denemişlerdir. Günümüze

bakıldığında insanların tehdit olarak da algıladığı tabiat korkusu dışında pek çok korku çeşidi vardır. Ama şüphesiz ki insanların en çok korktuğu şeylerden bir tanesi de sağlıklarını kaybetme korkusudur. Bireyler sağlık ile ilgili olan en basit şeyi bile ciddiye almaktadırlar. Bu yüzden de sağlığı en fazla tehdit eden maddelerden birisi olan sigara kullanımının sağlığa verdiği büyük zararlar insanların korkusu olmaktadır.

### **3.5.2. Kavram Olarak Çekicilik**

Sosyal psikoloji cephesinden bakıldığında çekiciliği bir bireye karşı harekete geçirilen pozitif tutumların tümü olarak adlandırılabilir. Çekicilikler ikna hakkında yapılan araştırmalarda da sıklıkla kullanılmaktadır. Duygusal ve bilgisel olmak üzere İki tür çekicilik vardır. Bilgisel çekicilik daha çok tüketicinin yararçı ve fonksiyonel ihtiyaçlarına hitap ederken duygusal çekiciliğe bakıldığında bireylerin sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına seslenir. Kamu spotu gibi topluma hitap eden reklamlarda duygusal çekiciliğin alt ögesi olan korku çekiciliğinden faydalanılmaktadır.

### **3.5.3. Korku Çekiciliği**

Alıcıyı ikna etmenin yollarından bir tanesi de korku çekiciliği ögesidir ve alıcının önemli değerlerinden olan sağlık, yaşam vb. ile ilgili olan değerlerin tehlikede olduğuna dair ikazlar içeren temelinde ikna edici pek çok mesaj içeren öğeler olarak tanımlanabilmektedir. Bu ikna metodunun ilk amacı korku çekiciliğini meydana getiren sözlü veya yazılı gereçlerle alıcının korkularına dikkat çekerek, kişinin tutum ve davranışlarında değişiklik yoluna gitmesini sağlamaktır. Korku ile meydana gelen ikna mesajlarında genel olarak sana teklif edilen davranışı veya tutumları ortaya koymazsan sonucunda negatif ve tehlikeli durumlarla karşılaşabilirsin tarzındaki anlatımlarla oluşturulmaktadır. Bilhassa korkular hakkında vurgunun yapılması, kişide psikolojik bir tedirginlik ortaya çıkartmaktadır. Birey bu vaziyetten hızlı bir şekilde kurtulmak için de ona sunulan içinde korku ögesi barındıran çözüm yolunu başka yöntemlerle karşılaştırdığında daha fazla kabullenme aşamasında bulunacaktır. Zararlı maddeler ve sigara kullanımına yönelik yapılan spotlarda en fazla tercih edilen yöntem korku çekiciliğidir. Örneğin; “sigarayı bırak hayatı bırakma” kamu spotunda kişi sigara içmeye devam ederse kişinin sağlığının bozulacağı ve bunun sonucunda ölüm olduğunu söyleyen spotta kişinin sağlığından olma korkusunu barındırır. Bu sayede kişiden yapması istenilen davranışı sergileme yoluna gidilmektedir. Korku çekiciliğinde ki mesajlar korku ve tehdit gibi özellikler taşıırken kullanılan görsellerin ve

sesler de bir o kadar önemlidir. Korku çekiciliği diğer çekiciliklere nazaran daha çok kişinin esas korkularını ele almaktadır.

### **3.6. Türkiye’de Kamu Spotları ve Tarihçesi**

#### **3.6.1. Türkiye’ de Kamu Spotu Kavramı**

Kamu spotları, sivil toplum kuruluşları (STK) ve kamu kurumları aracılığıyla hazırlanan kişilerde olumlu yönde fikir ve davranış değişikliği sağlamak amacıyla gerçekleştirilen RTÜK tarafından onay almış bütün milli televizyon ve radyo kanallarında herhangi bir ücret olmadan yayınlanan ve yayımlandığı süre içerisinde reklam ögesi taşımayan, uzun süreli olmayan bilgi verici alt bantlar, sesler ve filmlerdedir (Bilgiç, 2016).

RTÜK tarafından hazırlanan kamu spotları yönergesinde bahsi geçen kamu spotu tanımlaması “kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantları” biçimindedir (RTÜK, 2014). Kamu spotlarının asıl niyeti ise halk yararadır. Fikirlerin somut bir şekilde gerçekleşmesini sağlamakta ancak kişilerde davranış değişikliği yaparak olası olabilir. Örneğin; “ dumansız hava sahası” sloganı ile kapalı alanlarda sigara içmenin yasak olduğu ve sigaranın kullanılmaması şeklinde kanunlara uygun olan bir davranışı özendirmek niyetiyle hazırlanmıştır. Sigaranın vücuda verdiği zararlar üzerine ilgili yayınlanan bazı spotların sonunda kanser olma riskinin arttığı ve sigara içtikten sonra ciğerlerde biriken yoğun katrandan bahsedilerek insanlarda korku oluşturulmaktadır (Şeker ve Tiryaki, 2013). Spotlarda sigaranın bırakılması üzerinde çalışılırken bir yandan da sigarayı bırakamayan bireylere devletin bu konuda yardımcı olacağından da bahsedilmektedir.

#### **3.6.2. Türkiye’de Yayınlanan Kamu Spotlarının Tarihsel Süreci**

Kamu Yararı Spotlar radyo aracılığı ile Türkiye’de ilk kez 1927 yılında yayınlanmıştır. Spotların asıl geliştiği dönem ise 1960 yılında olmuştur. 1979 yılında Süha Arın’ın senaryosunu kendi öğrencilerine yazdırdığı, Dünya Sakatlar Yılı sebebiyle hazırlanan ve yayınlaması maksadıyla TRT’ye sunduğu spot ilk kez televizyonlarda yayınlamıştır. Türkiye’de yayınlanan ilk kamu spotlarında hamilelikte sigara kullanımı, bebeklikte yapılması gereken aşıların ihmal edilmemesi gerektiği ve engelli bireylerin sosyal hayata

kabulü gibi konular işlenerek bireylerin bu konularda bilgi sahibi olması sağlanmıştır. Topluma verilmek istenen mesajlar tüm spotların son kesitinde yer almaktadır. “Kamu spotu” kelimesi televizyonda ilk olarak 1980 li yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin; ‘ Önce alışveriş, Sonra fiş’ sloganı ile alışveriş sonrasında fiş alınmasının lüzumlu olduğu kamu spotları ile birlikte tanıtılıp yaygınlaştırmaya çalışılmıştır. 1996 yılından itibaren kamu spotlarına bazı düzenlemeler getirildi. Bu düzenlemelerden bir tanesi de ‘ zorunlu yayın’ mecburiyetidir. Bir ay içerisinde 90 dakikadan az olmayacak şekilde yayınlanma zorunluluğu olan bu yayınlar eğitici nitelikte ve sağlığa zararlı olan alışkanlıklar konusunda uyarıcı nitelik taşımaktadırlar. Zorunlu yayın kavramı RTÜK yönetmeliğinde “Kanunlar çerçevesinde yayınlanması mecburi olan ve kamu kurumlarınca hazırlanıp Üst Kurulca uygun görüşle yayın kuruluşlarına gönderilen yayınlar” şeklinde tarif edilmektedir ( RTÜK, 2014).

### **3.7. Zorunlu Yayınlar ve Kamu Spotları Arasındaki Farklılıklar**

Kamu spotları hazırlanırken radyo ve televizyonlarda yayınlanacağı süreler bir yönerge ile önceden sınırlandırılmıştır. Zorunlu yayınlar ise kamu spotuna benzemekle birlikte herhangi bir süre sınırlaması yoktur. Kamu spotları ve zorunlu yayınların arasındaki en temel fark ise kamu spotlarının radyo ve televizyonlardaki yayın saati tamamıyla yayıncıların isteğine göre belirlenirken, zorunlu yayınların yayını ile bu yayınların gün içerisinde hangi saat diliminde yapılacağı yasalar tarafından belirlenmiştir. Hazırlanan kamu spotlarında RTÜK tarafından yapılan kontrollerde kamu yararı ile karşılaşmadığında spotlar reddedilmektedir. Bu durumda ise müracaatı yapan kurum hazırladığı spotu televizyon kanallarında ücretsiz bir şekilde yayınlama gibi bir ihtimal söz konusu olmayacaktır. Fakat zorunlu yayınlarda ise durum farklıdır, zorunlu yayınlarda yasalar çerçevesinde hazırlanan ses ve dosyalar herhangi bir onay işleyiş içerisinde olmamaktadır. Eğer hazırlanan zorunlu yayınlar sınırlanan konuları kapsamıyorsa zorunlu yayın olarak değil kamu spotu olarak yayınlanmasına izin verilmektedir (Bilgiç, 2016). Ayrıca yayıncılara her ay yayınladıkları zorunlu yayınları RTÜK’ e vermek durumundadır. Fakat kamu spotları için böyle bir zorunluluk yoktur.

### **3.8. Kamu Spotlarının Etkileyciliği**

Sigara ile ilgili hazırlanan kamu spotlarının kişiler üzerindeki etkileyciliği hakkında yapılan çalışmalarda pek çok sonuç ortaya konmuştur. “Sigarayı bırak hayatı bırakma” sloganını inceleyen bir çalışmada bu slogan içerisinde yer alan “kahveyi sigarasız

içemiyorum”, “sigarasız birkaç saat bile duramıyorum”, “sonunda başardım” metinlerinin hafızada kalıcı olduğunu ve spotların kişileri uyarıcı bir nitelik taşıdığını ancak spotların bireyler üzerinde sigarayı bıraktırmada etkili olmadığını söylemiştir (Akova, 2017). Aynı çalışmada spotların etkisinin sigara kullanmayan bireylerde daha fazla olduğu ve daha çok dikkate alındığı görülmüştür (Akova, 2017).

Sigara ile ilgili yapılan spotları araştıran başka bir çalışmada ise çalışma kamu kuruluşunda çalışan kişiler üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre katılımcılar yayınlanan spotları açıklayıcı bulmakta fakat iyi bir bilgilendirici olarak görmemektedir. Erkekler için ise kadınlar spotların daha açıklayıcı olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir sonuç ise spotları izlemiş olan katılımcıların yarısından fazlası spotların sigara içme davranışı üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığını belirtmişlerdir (İnce ve Koçak, 2018).

Diğer bir çalışmada ise eğitim ve gelir seviyesi yüksek olmayan katılımcıların kamu spotlarına karşı daha olumlu bir tutum sergiledikleri görülmüştür (Oral, 2016). Aynı çalışmada gelir seviyesi yükseldikçe kamu spotlarına karşı olumsuz bir tutumun ortaya çıktığı görülmüştür. Televizyonlar da yayınlanan spotların tutum ve davranış değişimi üzerinde etkili olduğu görülmüştür (Oral, 2016).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 4.1. Araştırma Deseni

Kamu spotları ile bireylerin sigara kullanma tutumları ve sigarayı bırakma tutumları arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışma, değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konabilmesi için çalışmada nedensel karşılaştırma deseni kullanılmıştır.

#### 4.2. Araştırmanın Örneklemi

Çalışmaya katılmayı kabul eden katılımcılarda sigara kullanımı ya da sigara kullanım geçmişi şartı aranmıştır. Bu amaç ile birlikte çalışmanın örneklemini Hatay ilinde ikamet eden Kasım2018- Aralık 2018 tarihleri arasında yaş aralığı 18 ve 60 arasında olup son 6 ay içinde yayınlanan kamu spotlarını izleyen, en az asgari ücret ile çalışan sigara kullanan ve son 1 yıldır sigara kullanmayı bırakmış olan bireyler oluşturmuştur. Araştırmaya 154'ü sigara kullanan 54'ü sigara kullanmayı bırakmış olan toplamda 208 kişi dahil edilmiştir. Anketi yanlış çözen 13 kişi ise araştırmaya dahil edilmemiştir. Katılımcıların 114'ü kadın 94' ü ise erkek bireylerden oluşmaktadır. Gönüllülük ilkesine dayalı olarak gerçekleştirilmiş olan bu araştırmada katılımcılar, anketleri doldurmadan önce hem sözlü hem de yazılı olarak bilgilendirilmiştir.

#### 4.3. Veri Toplama Araçları

##### 4.3.1. Demografik Bilgi Formu

Bu form bireyin yaşı, cinsiyeti, medeni hali, eğitim durumu, gelir düzeyi, sigara kullanıp kullanmadığı, sigaraya başlama yaşı ve kapsayan sorulardan oluşacaktır.

##### 4.3.2. Kamu Spotu Tutumları Anket Formu

Anket 39 sorundan oluşmakta olup 4 ana kısma ayrılmaktadır. Ankette bulunan ilk 22 soru kamu spotlarına ait tutumu ölçmekte olup 2. Kısımda bulunan 7 soru demografik bilgileri, 5 soru spotların izlenme alışkanlığını, geriye kalan 5 soru ise spotların hatırlanma sıklığını kontrol etmektedir. Ancak bu tez çalışmasında Rufen Oral'ın hazırladığı anketin içinde yer alan kamu spotlarına ait tutumu ölçen ilk 22 soruluk kısım

kullanılmıştır. Bu kısmın geçerlik ve güvenilirlik çalışması 130 kişi üzerinde yapılmış olup Cronbach Alpha değeri .86 çıkmıştır.

### **4.3.3. Madde Kullanımı İle İlgili İnançlar Ölçeği**

Orijinal ismi The Beliefs about Substance Use (BSU) scale olan ölçek iki psikiyatrist aracılığı ile Türkçe'ye çevrilmiştir. Ölçek içerisinde yer alan maddelerin anlamlarının farklılaşp farklılaşmadığını tayin etmek maksadıyla ölçeğin Türkçe yorumu yeniden İngilizceye çevrilmiştir. Yapılan ön çalışmalar ile birlikte hastalara uygulanan ölçek üstünde gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra araştırmalar için hazır hale getirilmiştir. Yapılan geçerlik çalışmasında Madde Kullanımı ile İlgili İnançlar Ölçeği'nin ortalama puanları, alkol bağımlısı olan kişilerde, sağlıklı kontrol grubuna ve sosyal alkol kullanıcısı olan gruba oranla anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür. Ölçeğin maddelerinin toplam korelasyon katsayıları ise .33 ve .69 aralığında değişmektedir. Cronbach Alfa değeri ise alkol bağımlıları için .91 olarak tespit edilmiştir. Ölçekte yüksek puanların alınması kişilerin madde kullanımına ait uyumsuz inançların bulunduğunu göstermektedir. 7'li likert tipi olan ve 20 maddeden oluşan ölçekten alınabilecek en düşük puan 20 olup en yüksek ise 140 puandır.

### **4.4. İşlem sırası ve İstatistik Analizler**

Hatay bölgesinde ikamet eden, yapılan çalışmaya katılmayı kabul eden yaş aralığı 18-60 olan sigara kullanmayı bırakmış ve hala sigara kullanmaya devam eden bireyler ile yüz yüze görüşülerek öncelikle araştırma hakkında ve araştırmanın amacı ile ilgili kısa bir açıklama yapılmış ve katılımcıların yapılan çalışma hakkındaki soruları dinlenip cevaplanmıştır. Sonrasında, katılımcılara, araştırmacı tarafından önceden belirlenmiş olan kamu spotları izletilmiş olup ardından anketin doldurulması istenmiş katılımcılara ilk olarak spotlar izletilmiş ardından kamu spotu akut anketi verilerek anlık ölçüm yapılmıştır. Ertesi gün ise aynı katılımcılara sigara ile ilgili inanç ve tutumlarını ölçmek üzere kamu spotu tutum anketi ve sigara ile ilgili inançlar ölçeği verilmiş ve çalışma için gerekli olan veriler toplanmıştır. Gereken durumlarda araştırmacı tarafından katılımcılara ilave açıklamalar yapılmıştır. Sigara kullanan katılımcıların hepsi anketi çözerken sigara içme davranışında buldukları araştırmacı tarafından gözlemlenmiştir. Ölçeklerin uygulanması toplamda 7-15 dakika arasında sürmüştür. Araştırma verileri ise Hatay ilinde Kasım 2018- Aralık 2018 tarihleri arasında toplanmış olup araştırma esnasında etik ilkeler doğrultusunda hareket edilmiştir.



Bu çalışma içerisinde toplanan tüm verilerin analizi SPSS 25 paket programı ile yapılmıştır. Çalışmada sosyodemografik özelliklerin analizleri incelendikten sonra çalışmada normallik analizine bakılmış olup basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Çalışmanın temel problemi olan değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi için ölçeklerden alınan toplam puanlar arasındaki ilişkiye Pearson korelasyon analizi ile bakılmıştır.



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### BULGULAR

Araştırmada bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkilerin istatistiksel açıdan incelenebilmesi için sigara içme durumu, ailesinde sigara kullanım durumu, sigarayı bırakmış ise kaç yıl kullandığı, sigaraya başlama yaşı, kamu spot tutum ölçeği, spot akut ölçümü, sigara kullanmayla ilgili inanç ölçeği puanları arasında korelasyon analizi uygulanmıştır. Anket formunda kullanılan medeni durum, yaş, ailenizle en uzun yaşadığınız yer, eğitim düzeyi gibi demografik maddeler analize etki etmeyeceği düşünüldüğünden dahil edilmemiştir.

#### 5.1. Sosyodemografik Özellikler

Katılımcıların sosyodemografik özelliklerine ilişkin betimsel istatistikler aşağıda verilmiştir.

##### 5.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Araştırmaya katılanların 114'ü(%54,8) kadın, 94'ü(%45,2) erkek bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Sıklık	% (Yüzde)
<b>Kadın</b>	114	54,8
<b>Erkek</b>	94	45,2
<b>Toplam</b>	208	100,0

##### 5.1.2. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Araştırmaya katılan bireyler 60'ı (%28,8) 18-30, 118'i(%56,2) 31-49, 30'u(%14,5) yaş aralıklarından oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>18-30 yaş aralığı</b>	60	28,8
<b>31-49 yaş aralığı</b>	118	56,7
<b>50-60 yaş aralığı</b>	30	14,5
<b>Toplam</b>	208	100,0

### 5.1.3. Katılımcıların Medeni Durum Dağılımı

Araştırmaya katılanların 81'i (%38,9) bekar, 127'i (%61,1) evli bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 3.** Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>Bekar</b>	81	38,9
<b>Evli</b>	127	61,1
<b>Toplam</b>	208	100,0

### 5.1.4. Katılımcıların Ailesi ile En Uzun Yaşadığı Yer Dağılımı

Araştırmaya katılan bireylerin 7'si (%3,4) köy, 6'sı(%2,9) kasaba, 86'sı(%86,5) şehir, 15'i (%7,2) büyükşehirde yaşamış insanlardan oluşmaktadır.

**Tablo 4.** Katılımcıların Ailesi ile En Uzun Yaşadığı Yere Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>Köy</b>	7	3,4
<b>Kasaba</b>	6	2,9
<b>Şehir</b>	180	86,5
<b>Büyükşehir</b>	15	7,2
<b>Toplam</b>	208	100,0

### 5.1.5. Katılımcıların Gelir Dağılımı

Araştırmaya katılan bireylerin 89'u (%42,8) 1600 lira, 44'ü(%21,2) 3000 lira, 34'ü(%16,3) 4000 lira, 41'i (%19,7) 5000 lira ve üzeri gelir sahibi olan bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 5. Katılımcıların Gelirlerine Göre Dağılımı**

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>1600 lira</b>	89	42,8
<b>3000 lira</b>	44	21,2
<b>4000 lira</b>	34	16,3
<b>5000+ lira</b>	41	19,7
<b>Toplam</b>	208	100,0

#### **5.1.6. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı**

Araştırmaya katılan bireylerin 22'si (%10,6) ilköğretim, 48'i(%23,1) lise, 126'sı(%60,6) üniversite, 12'si (%5,8) yüksek lisans eğitimini tamamlamış bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 6. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı**

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>İlköğretim</b>	22	10,6
<b>Lise</b>	48	23,1
<b>Üniversite</b>	126	60,6
<b>Yüksek lisans</b>	12	5,8
<b>Toplam</b>	208	100,0

#### **5.1.7. Katılımcıların Sigara İçme Durumlarına Göre Dağılımı**

Araştırmaya katılanların sigara içme durumuna 154'ü(%74) evet, 54'ü(%26) hayır diyen bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 7. Katılımcıların Sigara İçme Durumlarına Göre Dağılımı**

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>Evet</b>	154	74,0
<b>Hayır</b>	54	26,0
<b>Toplam</b>	208	100,0

#### **5.1.8. Sigara Kullanmayı Bırakan Katılımcıların Sigarayı Kaç Yıl Kullandıklarına Göre Dağılımı**

Araştırmaya katılan bireylerin 5'i (%9,26) 1 yıl, 1'i(%1,85) 2 yıl, 3'ü(%5,55) 3 yıl, 2'si (%3,7) 4 yıl, 6'sı (%11,12) 5 yıl 6'sı (%11,12) 6 yıl, 3'ü (%5,55) 8 yıl, 1'i (%1,85) 9 yıl, 27'si (%50) 10 yıl ve üzeri yıl sigara kullanım geçmişine sahip olan bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 8.** Katılımcıların Sigarayı Kaç Yıl Kullandıklarına Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>1 yıl</b>	5	9,26
<b>2 yıl</b>	1	1,85
<b>3 yıl</b>	3	5,55
<b>4 yıl</b>	2	3,7
<b>5 yıl</b>	6	11,12
<b>6 yıl</b>	6	11,12
<b>8 yıl</b>	3	5,55
<b>9 yıl</b>	1	1,85
<b>10+ yıl</b>	27	50
<b>Toplam</b>	54	100,0

### **5.1.9. Katılımcıların Sigaraya Başlama Yaşlarına Göre Dağılımı**

Araştırmaya katılanların sigara başlama yaşına 76'sı (%36,5) 18 altı (çocuk yaş) 132'si (%63,5) 18 ve üzeri olan bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 9.** Katılımcıların Sigaraya Başlama Yaşlarına Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>18 altı</b>	76	36,5
<b>18 ve üzeri</b>	132	63,5
<b>Toplam</b>	208	100,0

### **5.1.10. Katılımcıların Ailesinde Sigara Kullanımına Göre Dağılımı**

Araştırmaya katılan bireylerin ailesinde sigara kullanımı sorusuna 63'ü (%30,3) 1 kişi, 22'si(%10,6) 2 kişi, 17'si(%8,2) 3 kişi, 9'u (%4,3) 4 kişi, 5'i (%2,4) 5 kişi, 5'i (%2,4) 6 kişi, 1'i (%0,5) 7 kişi, 1'i (%0,5) 8 kişi, 85'i (%40,9) hiç sigara kullanımı olmayan şekilde cevap veren bireylerden oluşmaktadır.

**Tablo 10.** Katılımcıların Ailesinde Sigara Kullanımına Göre Dağılımı

	<b>Sıklık</b>	<b>% (Yüzde)</b>
<b>Hiç kullanmayan</b>	85	40,9
<b>1 kişi</b>	63	30,3
<b>2 kişi</b>	22	10,6
<b>3 kişi</b>	17	8,2
<b>4 kişi</b>	9	4,3
<b>5 kişi</b>	5	2,4
<b>6 kişi</b>	5	2,4
<b>7 kişi</b>	1	,5
<b>8 kişi</b>	1	,5
<b>Toplam</b>	208	100,0

## 5.2. Güvenirlilik Analizleri

Araştırmada kullanılan bütün maddelerin Cronbach Alpha değeri .917 olarak bulunmuştur.

**Tablo 11.** Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik Katsayıları

<b>Ölçekler</b>	<b>Güvenirlilik katsayısı</b>
<b>Kamu Spotu Tutumu Ölçeği</b>	.908
<b>Kamu Spotu Akut Ölçümü</b>	.836
<b>Sigara Kullanma İsteğiyle İlgili İnanç Ölçeği</b>	.958

## 5.3. Normallik Analizleri

Araştırmada uygulanan ölçeklerin alt ölçek dağılımının basıklık ve çarpıklık katsayıları hesaplanmıştır. Dağılımlara bakıldığında, basıklık ve çarpıklık katsayıları -1 ile +1 aralığında olmakla birlikte dağılımlar normal olarak değerlendirilebilmektedir.

**Tablo 12.** Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	<b>Çarpıklık</b>		<b>Basıklık</b>	
<b>Kamu Spotu Tutum Ölçeği</b>	,456	,169	-,407	,336
<b>Sigara Kullanma İsteğiyle İlgili İnanç Ölçeği</b>	,926	,169	,113	,336
<b>Kamu Spotu Akut Ölçümü</b>	-,453	,169	-,725	,336

## 5.4. Korelasyon Analizleri

Sigara kullanan bireylerin sigarayı kullanma tutumları ve kamu

spotlarının etkileyciliği arasındaki ilişkiye bakılmış olup sonuçlar Tablo 13'te gösterilmiştir.

**Tablo 13.** Pearson Korelasyon Analizleri

		KSAÖ Puanı	SKİİİÖ Puanı
Sigara kullanan bireylerin sigarayı kullanma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,400 **	,245 **
Sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,549 **	-,004
Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylerin sigara kullanma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,512 **	,187
Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olan bireylerin sigara kullanma tutumları ile kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,324 **	,281 **
Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp sigara kullanmayı bırakan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,697 **	-,446
Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olup sigara kullanmayı bırakan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,511 **	,098
Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin sigara kullanma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,334 **	,076
Sigara kullanmayı bırakan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,426 *	,119
Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigara kullanma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,438 **	,297 **
Sigara kullanmayan ve ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigarayı bırakma tutumları ve kamu spotu tutum ölçeği arasındaki ilişki	KST Puanı	,527 **	-,299

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

Sigara kullanan 154 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.400$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.245$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Sigara kullanmayı bırakmış 54 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu

akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.549$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigarayı kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=-.004$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan 63 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.512$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki olduğu saptanmıştır.. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=.187$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olan 91 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.324$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki olduğu saptanmıştır. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.281$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki vardır.

Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp sigara kullanmayı bırakan 13 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.697$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=-.446$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olup sigara kullanmayı bırakan 41 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.511$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki vardır. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=.098$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunamamıştır.

Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan 63 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.334$ ,  $p>.05$ ) ilişki olduğu saptanmıştır. Kamu spotları tutum puanları ve sigarayı kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=.076$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sigara kullanmayı bırakan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan 22 bireyin kamu



spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan ( $r=.426$ ,  $p<.05$ ) anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigarayı kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=.119$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olan 91 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.438$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde anlamlı ( $r=-.297$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur.

Sigara kullanmayan ve ailesinde sigara kullanımı olan 31 bireyin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı ( $r=.527$ ,  $p<.01$ ) bir ilişki bulunmuştur. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında ( $r=-.299$ ,  $p>.05$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

## ALTINCI BÖLÜM

### TARTIŞMA

Sigara kullanan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde sigara kullanan bireylerin kamu spotundan daha az oranda etkilendiği ortaya konmuştur (Akova, 2017). Bu çalışmanın analiz sonuçları ise literatürü destekler niteliktedir. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteği ile ilgili inanç ölçeği puanları arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Sigara kullanma isteği ile ilgili inanç ölçeği puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Bu çalışmanın analiz sonuçlarına göre sigara kullanan bireylerde kamu spotlarının kişiler üzerinde sigarayı bırakmaya yönelik beklenen düzeyde etkiyi yapmadığı saptanmıştır.

Sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yapılan çalışmalarda sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigara kullanan bireylere oranla kamu spotlarından daha fazla etkilendiği görülmüştür (Akova, 2017). Bu çalışmanın analiz sonuçlarına bakıldığında çalışmanın diğer çalışmaların sonuçları ile uyumlu olduğu görülmüştür. Kamu spotu tutum puanları ve sigarayı kullanma isteği ile ilgili inanç ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Bu alanda yapılan başka bir çalışmada spotların sigarayı bırakma üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir (Güllülü ve Türk, 2015). Bu çalışmanın analiz sonuçlarına göre kamu spotlarının bireylerin sigara kullanım isteğini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylerin kamu spotu tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Çalışmanın analiz sonuçlarına göre çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde kamu spotlarının etkili olduğu saptanmıştır. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Bu alanda yapılan araştırmalarda çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylerin sigarayı bırakmalarının oldukça zor olduğunu göstermiştir (Hamzaçebi ve ark., 2008). Bu çalışmanın analiz sonuçları ise literatürü destekler niteliktedir.

Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olan bireylerin kamu spotları tutum

puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalarda bireylerin sigara karşı tutumlarında kamu spotlarının etkili olduğu ortaya konmuştur (Oral, 2016). Bu çalışmanın analiz sonuçları ise literatürü destekler niteliktedir.

Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp sigara kullanmayı bırakan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde kuvvetli bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Araştırmanın analiz sonuçlarına göre çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp sigara kullanmayı bırakan bireylerin spotlardan etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteği ile ilgili inançlar ölçeği arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Kamu spotları bireylerin sigara ile ilgili inançlarını etkilememiştir.

Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olup sigara kullanmayı bırakan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yapılan çalışmalarda kamu spotlarının bireylerin sigarayı azaltma/bırakma üzerinde bir etkisinin olmadığını göstermiştir (Güllülü ve Türk, 2015). Bu çalışmada yapılan analiz sonucu literatürü destekler nitelikte olup bireylerin kamu spotlarına karşı olan tutumları sigara içme isteği ile ilgili inançlarını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bireylerin sigara karşı tutumlarının değişmesinde spotların etkili olduğu saptanmıştır. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteği ile ilgili inanç ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Analiz sonuçlarına göre kamu spotlarını bireylerin sigara kullanma isteğini etkilemediği saptanmıştır.

Sigara kullanmayı bırakan ve ailesinde sigara kullanımı olmayan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Kamu spotu tutum puanları ve sigarayı kullanma isteği ile ilgili inançlar arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Bireylerin spotlardan etkilendiği fakat bu etkinin bireyin sigara kullanma isteği ile ilgili inancına yansımadağı varsayımı yapılabilir. Kamu spotları tutum puanları ve sigara içme akut ölçüm puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Spotlardan etkilendiğini göstermiştir. Ölçümü yapılan bir başka analizde ise kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteğiyle ilgili inanç ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan negatif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Sigara ile ilgili yapılan araştırmalarda ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigara kullanma olasılığının daha yüksek olduğu görülmüştür (Çalışkan, 2015). Analiz sonuçlarına göre ailesinde sigara kullanan bireylerin sigara bağımlılığının yüksek olduğunu göstermiştir.

Sigara kullanmayan ve ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin kamu spotları tutum puanları ve kamu spotu akut ölçüm puanları arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Yapılan çalışmalarda sigara kullanmayan fakat ailesinde sigara kullanan bireylerin ilerleyen dönemlerde sigaraya başlamayı düşündüklerini ortaya koymuştur (Hamzaçebi ve ark., 2008). Bu çalışmada da literatürü destekler niteliktedir. Kamu spotları tutum puanları ve sigara kullanma isteği ile ilgili inanç ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

## YEDİNCİ BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişmiş ülkelerde sigara tüketimi hızla azalmaya devam ederken gelişmemiş ülkelerde ise durum tam tersidir ve kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Sigara en yaygın görülen bağımlılık çeşitlerinden bir tanesi olmakla birlikte önlenebilen ölüm nedenleri arasında yer almaktadır. Sigara kullanım yaşının düşmesi ile beraber sigara tüm dünya için ortak bir sorun teşkil etmeye başlamış ve dünyada sigara kullanımının azaltılması için birçok önlemler alınmıştır. Televizyonlarda günün belli saatlerinde her gün yayınlanan kamu spotları da bu önlemlerden bir tanesidir. Kamu spotları bireylerde tutum ve davranışı değiştirmeyi amaçlayan kısa filmlerden oluşmaktadır.

Bu çalışmada sigara kullanan ve sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde kamu spotlarının etkisini incelenmiştir. Bu çalışmanın sonuçları ise araştırmaya katılmayı kabul eden 208 kişi ile sınırlıdır. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcıların 154'ü sigara kullanan 54'ü ise sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerden oluşmaktadır. Anketi yanlış çözen 13 kişi ise araştırmaya dahil edilmemiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; sigara kullanan bireylerde kamu spotlarının kişiler üzerinde sigarayı bırakmaya yönelik beklenen düzeyde etkiyi yapmadığı saptanmıştır. Sigara kullanmayı bırakmış bireylerde kamu spotlarının kişiler üzerinde yeniden sigaraya başlamayı azaltıcı etkisi olduğu saptanmıştır.

Sigara kullanmaya başlama yaşı 18 ve üstü olan bireylerin, çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan bireylere göre daha bağımlı olduğu saptanmıştır.

Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayıp daha sonra sigara kullanmayı bırakan bireylerin, sigara kullanan bireylere göre kamu spotlarından daha fazla etkilendiği saptanmıştır. Çocuk yaşta sigara kullanmaya başlayan ve sonrasında sigara kullanmayı bırakan bireylerin, 18 yaş sonrası sigara kullanmaya başlayıp bırakan bireylere göre sigara kullanmayı reddetme isteği daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Sigara kullanmayı bırakmış fakat ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin ilerleyen senelerde sigara kullanmayı düşündükleri saptanmıştır.

Sigara kullanan ve ailesinde sigara kullanımı olan bireylerin sigara bağımlılığının

yüksek derecede olduğu saptanmıştır.

Bu çalışmada televizyonlarda yayınlanan kamu spotlarının sigara kullanan ve sigara kullanmayı bırakmış olan bireylerin sigaraya karşı tutumlarının değişmesinde spotların etkileyciliğinin ne denli olduğu değerlendirilmeye çalışılmıştır. Sigara ile ilgili yayınlanan kamu spotlarında korku unsurunun kullanılması ve gerçek yaşamdan kesitler sunmasıyla birlikte istenen etkinin meydana gelmesi amaçlanmıştır. Yapılan çalışmada son zamanlarda yayınlanan kamu spotlarının akılda kalıcılığının daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Spotların sigarayı azaltmaları konusunda bireyleri uyarıcı nitelikte olduğu fakat bireyleri sigarayı bıraktırma konusunda ise ne yazık ki etkili olamadığı açıktır. Araştırmaya katılan katılımcılar, yeni spot ilk yayınlandığında dikkatle izlediklerini fakat spotların gün içerisinde sık yayınlanması ve aynı spotları pek çok kez izlemeleri sebebiyle spot izleyicinin karşısına çıktığı zamanlarda gidip bir sigara yakma isteği, kanal değiştirme, spotlardaki cümleleri tekrarlama gibi davranışlarda bulduklarını sözlü olarak ifade etmişlerdir. Yapılan spotların sağlık ve iletişim alanında çalışan uzmanlar ile birlikte ortak hareket edilerek yapılması spotların farkındalığını arttıracacağı gibi bireylerin spotlar hakkındaki olumsuz düşüncelerinin de değişmesi açısından faydalı olacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Yapılan spotlarda sigara kullanmayı bırakmış bireyler için ise aile ve arkadaş etkisinin sigaraya tekrar başlamada etkili olduğunun vurgulanması yeniden sigara kullanımını önlemek açısından faydalı olacaktır.

Ayrıca yapılan spotlar ile ilgili geri dönütler alınarak spotların alınan dönütlere göre şekillenmesi spotların istenen amaca ulaşması için yarar sağlamakla birlikte spotların uzun süre zarfında ekranda kalması spotların bireyler üzerindeki etkileyciliğini azalttığını göstermektedir. Bu durumda Spotların ekranlarda daha kısa süre kalması ve daha fazla spot yapılıp spotların yenilenerek farklı spotların ekranda gösterilmesinin spotların etkileyciliğini arttıracacağı düşünülmektedir. Bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için çalışmanın, daha geniş bir örneklem üzerinde uygulanması, 18 yaşının üzerinde tüm yaş gruplarının dahil edilmesi ve geniş bir zaman dilimi içerisinde yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Amerikan Psikiyatri Birliği, *Ruhsal Bozuklukların Tanımsal ve Sayımsal Elkitabı*, Beşinci Baskı (DSM-5), Tanı Ölçütleri Başvuru Elkitabı'ndan, çev. Köroğlu, E. Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2014.
- Antalyalı, L. Ö. ve Havare, S.(2015). Sağlık sektöründe tanıtım veya tedavi amaçlı bilinçaltı yöntemlerinin kullanılabilirliği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(12), 161-180.
- Akova, S. ( 2017). “sigarayı bırak, hayatı bırakma” sloganlı kamu spotları örneklemlerinin alımlama analizi yöntemi ile incelenmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 15-36.ü
- Aslan, S., Türkçapar, M. H., Yapıcı-Eser, H., & Uğurlu, M. (2012). Reliability and validity of beliefs ababout Substance Use (BSU) Qustionnaire in alcohol dependent patients. *Journal of Cognitive Behavioral Pscyhotherapyand Research*, 1(3), 162-170.
- Atak, H. (2011). Yetişkinliğe geçiş yıllarında sigara içme davranışının Psikososyal belirleyicileri ve sigara içmenin yaşam doyumu ve öznel iyi oluşla ilişkisi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 14, 29-43.
- Balcı, Ş. (2006). *Negatif siyasal reklamlarda ikna edici mesaj stratejisi olarak korku çekiciliği Kullanımı*( Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya
- Becerikli, S. Y. (2012). Sağlık iletişimi çalışmalarında alımlama analizinin kullanımı: Odak grup çalışması yoluyla kamu kampanyaları ve reklam metinlerine ilişkin çapraz bir okuma pratiği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, II(43),163-177.
- Bilgiç, B. (2016). Türkiye'de kamu spotu oluşum süreci ve yayın politikaları. *İkna Çalışmaları Dergisi*, (1), 25-61.

- Buturak, Ş.V., Günal, N., Özçiçek, G., Özdemir Rezaki, H., Koçak, O. M., Güneş Kırıcı, A., ..... Özpolat B. (2016). Sigara bırakma polikliniğine başvuran hastalar sosyodemografik özellikleri ve sigara bağımlılık şiddetleri. *Turkish Journal of Clinics and Laboratory*, 7(3),72-76.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (21. baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Çalışkan, Ş. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Sigara Kullanımını Etkileyen Faktörler *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 23-48.
- Çapık, C. ve Özbıçakcı, Ş. (2007). Hemşirelik Yüksekokulu Öğrencilerinin Sigara Bağımlılık Düzeyleri Ve Etkileyen Etmenler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-12.
- Demirtaş, A. H., ( 2004). Temel ikna teknikleri: Tutum oluşturma ve tutum değiştirme süreçlerindeki etkilerinin altında yatan nedenler üzerine bir derleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 19, 73-92.
- Derince, M. ( 2016). Toplumsal cinsiyet bağlamında erkek kimliğinin televizyon reklamlarına yansımaları (televizyon Kozmetik reklamlarında göstergebilimsel çözümleme). *İletişim Çalışmaları dergisi*, (1). 63-93.
- Dikmen, N. (2005). “Türkiye’de Sigara Tüketimi ve Tüketimi Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir Model Çalışması”, *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 1-19.
- Doğanay, S.,Sözmen, K., Kalaça, S. ve Ünal, B.( 2012).Türkiye’de toplumda sigara içme sıklığı nasıl değişiyor?. *Türkiye Halk Sağlığı Dergisi*, 10(2), 93-115.
- Emiroğlu, P. Ş.,Taneri, P. E., Yapa, A. B., Göksal, E., Çakır, R.,İrgil, E. (2014). Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinde sigara içme prevalansı ve etkileyen etmenler ile sigara yasağına karşı düşünceleri. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 40 (2) 57-61.



- Gencoğlu, P.,Bağlıtaş, H. H. ve Kuşkaya, S. ( 2017). Sosyal pazarlama aracı olarak kamu spotlarının birey davranışları üzerindeki etkileri: parametrik olmayan istatistiksel bir analiz. *Uluslar arası Sosyal Araştırma Dergisi*, 10(48) 622-629.
- Göçmen, L. T. ve Ayvaz, S. (2017). Kamu spotlarının gösterge bilimsel yöntemle çözümlenmesi: sağlık bakanlığı örneği. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimler Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 25(2), 112-128.
- Güler, M. (2015). Tütün ile mücadelenin erişkin sigara bağımlılarına etkileri. ( Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul
- Güllülü, U. ve Türk, B. (2015). Kamu spotlarının sigara bırakma/azaltma niyeti üzerine etkileri. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (6), 23-41.
- Günay, T. ve Kılınç, O. ( 2014). Türkiye tütün kontrolünde hangi noktada? Engeller ve çözüm önerileri. *Sürekli Tıp Eğitim Dergisi*, 23, 4-7.
- Hamzaçebi, H., Ünsal, M., Dabak, Ş., Bilgin, S. ve Aker, S. (2008). Samsun Tekkeköy İlçesi ilköğretim öğrencilerinde sigara içme prevalansı ve etkileyen faktörler. *Toraks Dergisi* 9(1), 34-39.
- İkinci, S. ve Akdur, R. ( 2013). Sosyokültürel faktörler ve sigara.*Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı* 1-18.
- İnce, M.ve Koçak. C. M.( 2018). Sigarayı Bırakmada, Kitle iletişim Araçlarında Yer Alan Kamu Spotlarının Etkisi. *Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi*, 8(1), 1-11
- Kara, S., Baş, Y. F. ve Açıkalin, C. (2011). Sigara içme davranışları ve etkili faktörler: Tıp ve dış hekimliği fakültelerinin ilk ve son sınıf öğrencileri üzerinde çalışma. *Smyrna Tıp Dergisi*, 16-20.

- Kurtoğlu, S. (2007). Sosyal pazarlama kavramının analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 125-134.
- Macmillan, T.,&Sisselman- Borgia, A.(2018). *New Directions in Treatment, Education, and Out reach forMental Health and Addiction*. New York: USA
- Sümer, N., Aktürk- Gündoğdu, E., Helvacı, E. (2010). Anne-baba tutum ve davranışlarının psikolojik etkileri: Türkiye’de yapılan çalışmalara toplu bakış. *Türk Psikoloji Yazıları*, 13(25), 42-61.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (1996). Tütün ürünlerinin zararlarının önlenmesi ve Kontrolü hakkında kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4207.pdf> ( 10. 08. 2018).
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2014). Yayın hizmeti usul ve esasları hakkında yönetmelikte değişiklik yapılmasına dair yönetmelik, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/04/20140403-1.htm> (10.08.2018).
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ( 2012). Kamu spotları yönergesi, <https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari/5029/3985/kamu-spotlari-yonergesi.html> (02.04.2017).
- Kükreer Aydın, Ö. (2016). Çevresel iletişim kapsamında çevre temalı kamu spotlarına yönelik bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2 (3), 785-800.
- Oral, R. (2016). *Televizyonda yayınlanan kamu spotlarının hedef kitlenin tutum ve davranışları üzerindeki etkisi: Beyhekim devlet hastanesi çalışanları örneği* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Ögel K. (2010). *Sigara, Alkol ve Madde Kullanım bozuklukları: Tanı, Tedavi ve Önleme*. <http://ogelk.net/makale/112-kisisel-kitaplarim-bagimlilik-temel-kitabi.html>

Özcan, S., Taş, H. Y. ve Çetin, Y. (2013). Sigara ile mücadelede toplumsal bilinç. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(4), 152-175.

Özkalp, E., Arıcı, H., Bayraktar, R., Aydın, O., Erkal, B., ve Uzunöz, A. (2004). *Davranış Bilimlerin Giriş*.  
<https://books.google.com.tr/books?id=JUcWfHnMRQkC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q=tutum&f=false> ( 10.09.2018)

Seki, Ö. ( 2017). *İkna edici iletişim açısından korku çekiciliği kullanımı: sağlık bakanlığı tarafından yayınlanan kamu spotları örneği* ( Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya

Shea, A.K. and Steiner, M. 2008. Cigarette smoking during pregnancy. *Nicotineand Tobacco Research*, 10, f 267–278.

Şeker, M. ve Tiryaki, S. (2013). Sigara ile ilgili kamu spotlarında moral panik etkisi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (33). 223-241.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, (2014). *Madde ve Diğer Bağımlılıklar ile Mücadele Kapasitesinin ve Bu Bağlamda Türkiye Yeşilay Cemiyetinin Değerlendirilmesi*. 1- 841.

T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, ( 2010). “Küresel Yetişkin Tütün Araştırması Türkiye Raporu”  
<https://havanikoru.org.tr/dosya/dokumanlar/yayinlar/KYTA-Turkiye-Raporu-2010-TR.pdf> ( 01.09.2018).

Tarhan, N. ve Nurmedov, S. ( 2017). *Bağımlılık* (5. baskı).İstanbul: Timaş Yayınları.

Tengilimoğlu, D., Güzel, A. ve Günaydın, E. (2013). Sosyal pazarlama kapsamında dumansız hava sahası: Örnek bir uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 1-26.

Torun, T. ve Ekinci, F. (2014). Sigara ve benzer nitelikli alışkanlık yaratan ürünlerin tüketiminin azaltılmasına yönelik sosyal pazarlama uygulamalarında vergilerin etkinliği. *Sakarya İktisat Dergisi*, 3(2),19-39.

Türk Dil Kurumu (2006). Korku.  
[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=KORKU](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KORKU)

Türkiye İstatistik Kurumu (2012). Küresel yetişkin tütün araştırması, haber bülteni. Sayı 13142. 31.08.2012  
[http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13142\(01.04.2017\)](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13142(01.04.2017))

Uzday, T. ( 2015). *Madde bağımlılığı tüm boyutlarıyla bağımlılık ve yapan maddeler* (1.baskı). İstanbul: İstanbul medikal yayıncılık.

Yaman, F. ve Göçkan, İ. (2015). Kamu spotu reklamlarının sigara kullanıcıları Üzerindeki etkisi: Afyonkarahisar ilinde bir uygulama. *Kafkas Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), 53-66.

Yıldız, Ö. E. ve Deneçli, C. (2011) Sosyal sorumluluk kampanyalarının ikna sürecinde sosyal içerikli reklamların kullanımı: Bir çözümleme örneği. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 96-110.

Yüksel, A. H. (2005). *İkna ve Konuşma*.  
[https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=q5iDa0D-ftsC&oi=fnd&pg=PR9&dq=tutum+nas%C4%B1+de%C4%9Fi%C5%9Fir&ots=\\_9zKcYqZk0&sig=NGIaQ4BMQAsXkZG2BPQIDVRmc\\_I&redir\\_esc=y#v=onepage&q=tutum%20nas%C4%B1%20de%C4%9Fi%C5%9Fir&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=q5iDa0D-ftsC&oi=fnd&pg=PR9&dq=tutum+nas%C4%B1+de%C4%9Fi%C5%9Fir&ots=_9zKcYqZk0&sig=NGIaQ4BMQAsXkZG2BPQIDVRmc_I&redir_esc=y#v=onepage&q=tutum%20nas%C4%B1%20de%C4%9Fi%C5%9Fir&f=false) ( 09. 07.2018).

World HealthOrganization (2016).Tobacco, factSheet, June 2016.  
<http://http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/index.html> (24.03.2017)

Wright, F. D. (1993). TheBeliefsaboutSubstanceUse (BSU) scale. In A. T. Beck, F. D. Wright, C. F. Newman, & B. S. Liese (eds.), *CognitiveTherapy of SubstanceAbuse*, 311-323. New York: GuilfordPress

Zalluhoğlu, E. A., Karalı, C., Candemir, A. ve Gđnay, N. G. (2015) *Sosyal pazarlama çerçevesinde kamu spotlarının incelenmesi: keşifsel bir analiz*.20. ulusal pazarlama kongresi, 467-478.



## EKLER

### EK 1. Veri Toplama Araçları

#### ANKET FORMU

*Bu çalışma, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Ana Bilim Dalı'nda yürütülen, "Sigara Kullanan Ve Sigara Kullanmayı Bırakmış Bireylerin Sigaraya Karşı Tutumlarının Değişmesinde Kamu Spotlarının Etkisi" isimli Yüksek Lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Aşağıda yer alan sorular, televizyonda yayınlanan kamu spotlarının hedef kitle üzerindeki etki düzeyini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Vereceğiniz yanıtların samimiyeti araştırmanın doğru sonuçlara ulaşması ve geçerliliği açısından büyük önem arz etmektedir. Katkınız ve katılımınız için teşekkür ederim.*

Gamze Samyeli CANPOLAT  
Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Psikoloji Ana Bilim Dalı

1. Cinsiyetiniz: **KADIN ( )** **ERKEK ( )**
2. Medeni durumunuz **BEKAR ( )** **EVLİ ( )**
3. Yaşınız **18-30 ( )** **31-49 ( )** **50-60 ( )**
4. Ailenizle en uzun süre yaşadığınız yer:  
**KÖY ( )** **KASABA ( )** **ŞEHİR ( )** **BÜYÜKŞEHİR ( )**
5. Gelir düzeyiniz (Miktar):
6. Eğitim düzeyiniz:  
**İLKÖĞRETİM ( )** **LİSE ( )** **ÜNİVERSİTE ( )** **YÜKSEK LİSANS ( )**
7. Sigara içiyor musunuz? **EVET ( )** **HAYIR ( )**
8. Hayır ise kaç yıl sigara kullandınız?.....
9. Sigaraya başlama yaşınızı belirtiniz:
10. Ailenizde sigara içen kişi sayısı kaçtır(Sizden hariç)?.....

<b>Şuanda izlediğiniz kamu spotu ile ilgili aşağıda yer alan yargılara ilişkin düşüncenizi ilgili kutucuğu işaretleyerek lütfen belirtiniz.</b>					
1. İzlediğim kamu spotundan etkilendim.	1	2	3	4	5
2. İzlediğim kamu spotu gerçekçiydi.	1	2	3	4	5
3. İzlediğim kamu spotu bilgilendirici değildi.	1	2	3	4	5
4. İzlediğim kamu spotu beni düşündürdü.	1	2	3	4	5
5. İzlediğim kamu spotu dikkat çekici değildi.	1	2	3	4	5
6. İzlediğim kamu spotu farkındalığımı artırdı.	1	2	3	4	5

<b>Televizyonda yayınlanan kamu spotları ile ilgili aşağıda yer alan yargılara ilişkin düşüncenizi ilgili kutucuğu işaretleyerek lütfen belirtiniz.</b>	<b>Tamamen Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Fikrim Yok</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Tamamen Katılıyorum</b>
1. Televizyon izlediğim için dikkatimi çekiyor.					
2. Toplumsal farkındalık oluşturuyor.					
3. Sağlığım geliştirilmesine ya da yaşam tarzı değişimine					
4. Sağlıkla ilgili önemli bilgiler veriyor.					
5. Sağlıkla ilgili kamu spotlarını inandırıcı buluyorum.					
6. Eğlenceli içeriklere yer veriliyor.					
7. Sıkıcı bir üslupla hazırlanıyor.					
8. Oldukça değerli bilgilere yer veriliyor.					
9. Sağlıklı yaşam açısından yararlılar.					
10. Toplumunu doğru yönlendiriyorlar.					
11. Yapılmasına gerek yok.					
12. İzleyenler kötü alışkanlıklarından kurtulabilirler.					
13. Toplum sağlığı için oldukça önemli işlevleri var.					
14. Amaçları sadece sağlık bilgisi sağlamaktır.					
15. Kamusal bir hizmet yerine getiriliyor.					
16. Yaşam kalitesinin artırılmasına katkıda bulunuyorlar					
17. Sağlıkla ilgili mesajlar verilirken uyarıcı ve dikkat çekicidir.					
18. Korku ve kaygı oluşturan ifadeler kullanılıyor.					
19. Konu abartılıyor.					
20. Bilgilendirici ve açıklayıcı ifadelere yer veriliyor.					
21. Spotlarda konuşanların yaşadıkları ve yaşam tarzı toplumsal yaşama uygundur.					
22. Bu kamu spotları sayesinde sağlığa zararlı bazı alışkanlıklarımı bıraktım.					

## Sigara Kullanma İsteğiyle ilgili İnançlar

Aşağıda sigara kullanma isteğiyle ilgili bazı inançlar ve düşünceler sıralanmıştır. Her birini dikkatlice okuyarak yan tarafına size ne kadar uyduğunu rakamla belirtiniz. Puanlarken aşağıda belirtilen rakamları kullanın.

1	2	3	4	5	6	7
Tamamıyla Karşı	Çok Karşı	Biraz Karşı	Ortada	Biraz doğru	Çok doğru	Tamamıyla doğru

[1: Tamamıyla yanlış/ hiç katılmıyorum; 2: Çoğunlukla katılmıyorum/yanlış buluyorum; 3: Biraz karşıyım/katılmıyorum; 4: Fikrim yok/ ne doğru ne de yanlış, ortadayım 5: Biraz katılıyorum/doğru buluyorum; 6: Oldukça katılıyorum/doğru buluyorum; 7: Tamamıyla doğru/ tam olarak aynı görüşteyim.]

1. \_ Sigara bulamadığımda içme isteği bedensel bir tepki, bu nedenle bu istekle ilgili elimden bir şey gelmez
2. \_ Sigara bulamadığımda içme isteğimi gidermezsem bu istek daha da artar
3. \_ Sigara bulamadığımda içme isteği insanı çıldırtabilir
4. \_ Sigarayı aşırı içme isteği yüzünden kullanıyorum
5. \_ Her zaman sigara içme isteği duyarım
6. \_ Sigara içme isteğimi kontrol edemiyorum
7. \_ Bir kez sigarayı aramaya başlayınca hareketlerimi kontrol edemez hale geliyorum
8. \_ Yaşamım boyunca hep sigara içme isteğini duyacağım
9. \_ Sigara bulamadığımda olan bedensel sıkıntılara dayanamıyorum
10. \_ Sigarayı bulamadığımda aşırı istek, sigara kullanmamın cezasıdır
11. \_ Sigarayı kullanmayan, onu bulamadığımda içmek istemenin nasıl bir şey olduğunu bilemez (bu nedenle benim bu isteğe direnmemi bekleyemezsiniz)
12. \_ Sigarayı isterken aklıma gelen düşünceler ve hayaller benim kontrolüm dışında
13. \_ Sigara bulamadığımda içme isteği beni çok sinirli yapıyor
14. \_ Asla sigarayı bırakmaya hazır olamayacağım
15. \_ Yaşamımın geri kalanında da sigaraya aşırı isteğim süreceğinden kullanmayı sürdürebilirim
16. \_ Sigarayı aradığım zamanlar hiç bir şey yapamıyorum
17. \_ Ya sigara kullanıyorum, ya da sigara arıyorum, bunun dışında bir yaşamım yok
18. \_ Sigarayı almadığımda içme isteği ortaya çıktığında ve yoğunlaştığında bu istekle baş etmenin tek yolu içmektir
19. \_ Sigarayı bulamadığımda içme isteğiyle baş etmek için hap kullanabilir
20. \_ Sigarayı alma isteğim benim irademin karşı koyabileceğinden güçlüdür