

Sigara Karşıtı Radyo Spotlarının Etkisi: Sağlık İletişiminde İkna Edici Dil ve Davranış Değişikliği Stratejileri

Gökhan BAK^{1,*}, Alparslan BAK², Seçkin ÇELİKER³, Firuze BALCI⁴



TELHİS (ÖZ)

Araştırma Makalesi

Takvim-i Vekayi
ISSN: 2148-0087

Basım (Published): 31.12.2024
Kabul (Acceptance): 23.12.2024
Gönderi (Submitting): 14.12.2024

Cilt (Vol): 12
No (Issue): 2
Sayfa (Pages): 136-155

Adres: ¹Dr., Bağımsız Araştırmacı,
Adana, Türkiye.
ORCID: 0000-0003-4520-0930
²Bağımsız Araştırmacı, Ankara,
Türkiye.
ORCID: 0000-0002-5499-5264
³Milli Eğitim Bakanlığı, Okul
Yöneticisi, Adana, Türkiye.
ORCID: 0000-0002-0927-8901
⁴Milli Eğitim Bakanlığı, Okul
Yöneticisi, Adana, Türkiye.
ORCID: 0009-0000-5653-5408

***Sorumlu Yazar (Corresponding);**
E-mail:
gokhanbak2010@hotmail.com

Anahtar Kelimeler: Sigara
Bırakma, Sağlık İletişimi, Kod
Haritalama, Toplumsal Farkındalık,
Medya Kampanyaları.

Bu çalışma, sigara bırakma sürecinin karmaşıklığını anlamak ve sigara karşıtı kampanyaların etkinliğini değerlendirmek amacıyla kod yakınlık ve kod kesişim haritaları analizini kullanmaktadır. Sigara bırakma sürecinin sadece bireysel bir eylem değil, toplumsal ve çevresel faktörlerle etkileşime giren çok boyutlu bir süreç olduğu ortaya konmuştur. Araştırmanın amacı, bu sürecin başarıya ulaşmasında etkili olan toplumsal farkındalık, sağlıklı yaşam hedefleri, empati, çevresel değişiklikler gibi faktörlerin birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini anlamaktır.

Çalışmada, MAXQDA 2020 yazılımı kullanılarak sigara bırakma süreci üzerine yapılan kod yakınlık ve kesişim haritası analizleriyle, sigara bırakma sürecini etkileyen faktörlerin dinamikleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Analizler, toplumsal farkındalık ve olumlu değişim gibi faktörlerin sürecin merkezi unsurları olduğunu ve bu faktörlerin, sigara bırakmayı toplumsal bir dönüşüm hareketine dönüştürebileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca, sağlıklı yaşam ve empati arasındaki güçlü bağın, bireylerin sigara bırakma sürecinde daha fazla motivasyona sahip olmalarını sağladığı vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, bu çalışma, sigara karşıtı kampanyaların toplumsal farkındalık yaratmadaki etkinliğini ve sigara bırakma sürecini etkileyen faktörlerin etkileşimini anlamamıza önemli katkılar sağlamıştır. Sigara bırakma sürecinde toplumsal farkındalık ve sağlıklı yaşam hedeflerinin güçlendirilmesinin, bireylerin sürece daha kararlı bir şekilde katılmalarına olanak tanıyacağı ve sürecin başarısını artıracığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalar, diğer medya araçları ve kampanya stratejilerinin de benzer analizlere tabi tutulması gerektiğini ve sigara karşıtı mücadelede daha etkili stratejiler geliştirilmesi gerektiğini önermektedir.



The Impact of Anti-Smoking Radio Spots: Persuasive Language and Behavioral Change Strategies in Health Communication

Research Article

ABSTRACT

This study employs code proximity and code intersection mapping analysis to understand the complexity of the smoking cessation process and evaluate the effectiveness of anti-smoking campaigns. It reveals that the smoking cessation process is not merely an individual action, but a multidimensional process that interacts with societal and environmental factors. The aim of the research is to understand how factors such as social awareness, healthy living goals, empathy, and environmental changes interact to contribute to the success of this process.

In the study, code proximity and intersection mapping analyses on the smoking cessation process were conducted using MAXQDA 2020 software, offering a detailed examination of the dynamics of the factors influencing the smoking cessation process. The analyses show that factors such as social awareness and positive change are central to the process, and these factors can transform smoking cessation into a social transformation movement. Additionally, the strong connection between healthy living and empathy is emphasized, highlighting how this bond motivates individuals to be more determined in the smoking cessation process.

In conclusion, this study significantly contributes to our understanding of the effectiveness of anti-smoking campaigns in raising social awareness and the interaction of factors influencing the smoking cessation process. It is concluded that strengthening social awareness and healthy living goals in the smoking cessation process will allow individuals to participate in the process more decisively and improve the success of the process. Future research suggests that similar analyses should be applied to other media tools and campaign strategies, and more effective strategies should be developed in the fight against smoking.

KEYWORDS

Smoking Cessation, Health Communication, Code Mapping, Social Awareness, Media Campaigns.

1. GİRİŞ

Sigara kullanımı, dünya çapında önemli bir sağlık sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Her yıl milyonlarca insan, sigara içmenin yol açtığı hastalıklar nedeniyle hayatını kaybetmektedir. Sigaranın sağlığa zararı, sadece bireysel bir mesele olmanın ötesinde, toplumsal bir sorun halini almıştır. Bu bağlamda, sigaranın zararları hakkında toplumsal farkındalık yaratmak ve sigara içen bireyleri bırakmaya teşvik etmek, sağlık iletişiminin en önemli alanlarından birini oluşturur. Kamu spotları, bu tür farkındalık yaratma çabalarının en etkili araçlarından biridir.

Sağlık Bakanlığı gibi resmi kurumlar, sigara kullanımıyla mücadele etmek için farklı iletişim stratejileri geliştirmekte ve bu stratejilerin bir parçası olarak radyo spotları gibi kısa ama etkili medya araçlarını kullanmaktadır. Radyo spotları, düşük maliyetli ve geniş kitlelere ulaşabilen medya araçları olmaları nedeniyle sağlık iletişimi alanında sıkça tercih edilmektedir. Bu tür spotlar, genellikle sigara bırakma konusunda halkı bilinçlendirmeyi ve sigaranın zararları hakkında bilgi vermeyi amaçlar.

Bu çalışma, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından yayımlanan bir sigara karşıtı radyo spotunun metin analizine odaklanmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2024). "Sigaranın Sağlığa Zararları" konulu 53 saniyelik bu radyo spotu, sigara içmenin sağlık üzerindeki olumsuz etkilerine dair kişisel hikayelerle desteklenmiş mesajlar içermektedir. Çalışma, bu spotun, sigara içen bireylerin davranışlarını değiştirmeyi hedefleyen ikna edici dilini ve duygusal hitaplarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, radyo spotunun etkili iletişim stratejileri kullanıp kullanmadığı, hedef kitlesinin davranışlarını değiştirme potansiyeli ve mesajların içerdikleri duygusal öğeler ele alınacaktır.

Çalışmanın amacı, sigara karşıtı medya kampanyalarında kullanılan dilsel stratejileri anlamak ve bu stratejilerin toplumda nasıl bir değişim yaratabileceğini incelemektir. MAXQDA gibi nitel veri analiz yazılımları kullanılarak, radyo spotunun dilindeki temalar, duygusal ve ikna edici unsurlar analiz edilecek ve elde edilen bulgular ışığında kamu spotlarının etkisi tartışılacaktır. Sonuç olarak, bu çalışma, sigara karşıtı sağlık iletişiminin

etkinliğini değerlendirmek ve gelecekteki sağlık kampanyalarına yönelik önerilerde bulunmak amacı taşımaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Sağlık iletişimi, sağlık bilgisi ve farkındalık yaratma amacıyla kullanılan tüm iletişim süreçlerini kapsar. “Sağlık iletişimin amacı; evrensel bir sağlık vizyonunun oluşturulması, geniş kapsamlı ve tüm toplumun katılımını içeren bir hedefler zinciri belirlenmesi ve tüm tarafların enformasyona erişiminin etkin yönetimidir” (Başol, 2018: 81). Sigara gibi ciddi sağlık tehditlerinin önlenmesine yönelik yapılan iletişim çalışmaları, bu alandaki en önemli uygulamalar arasında yer almaktadır. Sigara karşıtı medya kampanyaları, bireylerin sigara kullanma davranışlarını değiştirmeyi ve sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı hedefler. Kamu spotları ise bu amaca ulaşmak için en yaygın kullanılan araçlardan biridir.

Sağlık iletişimi, sağlıkla ilgili bilgi ve mesajların doğru bir şekilde hedef kitlelere ulaştırılması amacıyla kullanılan stratejileri kapsar. Sağlık iletişimi alanında yapılan çalışmalar, medyanın toplumsal davranışları değiştirme gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle radyo, televizyon ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları, halk sağlığı konusunda farkındalık oluşturmak için etkili mecralar olarak kullanılmaktadır (Alden, 2011).

Radyo ve televizyon spotları, düşük maliyetli ve geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşabilen etkili medya araçları olarak öne çıkmaktadır. Sağlık bakanlıkları ve sivil toplum kuruluşları, bu araçları kullanarak sigara içen bireyleri sigarayı bırakmaya teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Türkiye'deki sağlık hizmetleri üzerine yapılan bir araştırmada, tedavi edici sağlık politikalarının ön planda olduğu, ancak koruyucu sağlık hizmetlerinin daha fazla öneme sahip olması gerektiği vurgulanmıştır. Çalışma, kamu spotlarının tedavi edici sağlık hizmetlerinin geliştirilmesindeki rolünü ve doğru bilgilendirme ile sağlık hizmetlerinin daha etkili hale nasıl getirilebileceğini ortaya koymuştur (Şen, 2018).

Sigara karşıtı kampanyalar, genellikle sigaranın sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamak, sigara içmenin sosyal kabulünü azaltmak ve sigara

bırakma davranışını teşvik etmek amacıyla yürütülmektedir. Medyanın, özellikle sigara içen bireylerin davranışlarını değiştirmedeki rolü, çok sayıda araştırma tarafından incelenmiştir. Sigaranın zararları hakkında yapılan kamu spotları, bireylerin sigara içme alışkanlıklarını değiştirmeye yönelik önemli araçlar olarak kabul edilmektedir. Bu tür kampanyaların, sigara içenlerin davranışlarını değiştirmede önemli bir rol oynadığı, sigara içmeyenleri ise sigaranın zararları konusunda daha bilinçli hale getirdiği gözlemlenmiştir. Sigara bırakma sürecinde kamu kampanyalarının ve çevresel faktörlerin etkisi üzerinde yapılan çalışmalar önemli bir yer tutmaktadır. Selçuk Üniversitesi Selçuklu Tıp Fakültesi Hastanesi Aile Hekimliği bünyesindeki sigara bıraktırma polikliniğine başvuran bireyler üzerinde yapılan bir araştırmada, T.C. Sağlık Bakanlığı'nın yürüttüğü "Dumansız Hava Sahası" kampanyasının sigara bırakma girişimlerinde önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir. Kesitsel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmada, 206 katılımcının sigara karşıtı kampanyayı hatırlama düzeyleri, tutumları ve kampanyanın etkileri incelenmiştir. Sonuçlar, katılımcıların kampanyayı yüksek oranda hatırladığını ve özellikle televizyon aracılığıyla reklam mesajlarına maruz kaldıklarını, ayrıca sigara içmenin sağlık açısından zararlı olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Çalışma ayrıca, sigara bırakma girişimlerinde en etkili faktörlerin "kampanya faktörü" ve "çevre-sağlık faktörü" olduğunu ortaya koymuş, bu faktörler arasında reklamlar, kapalı alanlarda sigara içme yasağı ve sigara bıraktırma polikliniğinin faaliyetlerinin yer aldığı belirtilmiştir. Bu bulgular, sağlık iletişimi ve sigara bırakma süreçlerinin etkinliğini artırmak için kampanya stratejilerinin ve çevresel etmenlerin nasıl birleştirilebileceğini göstermektedir (Aydın & Marakoğlu, 2014).

Sigara karşıtı kampanyaların etkinliğini artırmak için kullanılan ikna teorileri ve duygusal hitaplar da literatürde yaygın bir şekilde ele alınan konulardandır. Bu teoriler, bireylerin davranışlarını değiştirmek amacıyla duygusal ya da mantıklı argümanlar sunmanın etkili olabileceğini savunmaktadır. Özellikle sigara bırakma kampanyalarında, kişisel deneyimlerin paylaşıldığı ve bireylerin sigaranın sağlık üzerindeki zararlı etkilerini vurgulayan duygusal mesajların kullanıldığı görülmektedir. Bu tür mesajların, sigarayı bırakmaya yönelik motivasyonu artırmada daha etkili olduğu yapılan araştırmalarla desteklenmektedir. Bunun yanı sıra, kişisel

deneyimlerin paylaşıldığı ve doğrudan sigara bırakma süreçlerine dair anlatıların yer aldığı radyo spotları, izleyicilerle güçlü bir bağ kurma potansiyeline sahiptir. Sigara bırakan bireylerin kendi deneyimlerini aktararak, sigarayı bırakmanın zorluklarının aşılacağı mesajını iletmeleri, diğer bireyleri motive edebilir. Sağlık iletişimi alanında yapılan araştırmalar, duygusal içerikli mesajların ikna edici gücünü ortaya koymaktadır. Sigara karşıtı kampanyalarda, korku ve empati gibi duygusal stratejilerle yapılan iletişim, bireylerin sigara bırakma kararlarını olumlu yönde etkileyebilir. Korku uyandırıcı mesajlar, sigara içmenin sağlık üzerindeki tehditlerine dair farkındalık yaratmak suretiyle bireylerin riskleri daha iyi kavramalarını sağlar. Ayrıca, sigara içmenin kişisel ve toplumsal etkilerine dair empati uyandırıcı mesajlar, bireylerin sigara içen diğer insanlarla empati kurmalarını ve böylece kendi davranışlarını değiştirmelerini teşvik edebilir. Sağlık iletişimi, sağlık okuryazarlığı, ilaç kullanımı, beslenme alışkanlıkları ve spor yapma gibi geniş bir alanı kapsayan, sağlıkla ilgili tüm iletişim faaliyetlerini içine alan bir disiplindir. Bu faaliyetler, sağlıklı alışkanlıkların kazandırılması, istenmeyen davranışlardan kaçınılması, sağlık bilincinin artırılması ve doğru davranışların öğretilmesi hedeflenmektedir. Kamu spotları, bu süreçlerin önemli bir aracı olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle son yıllarda kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları, kamu yararına yönelik bilgi iletimi ve farkındalık oluşturma amacıyla bu tür spotları daha fazla kullanmaya başlamıştır. Bir çalışmada, sağlık iletişimi kavramı detaylı bir şekilde ele alınmış ve kamu spotlarının rolü incelenmiştir. Türkiye’de 2008 yılından itibaren sigarayı bırakmaya yönelik yapılan önemli yasal düzenlemeler çerçevesinde, Sağlık Bakanlığı tarafından yayımlanan sigara karşıtı kamu spotlarına odaklanılmıştır. Araştırma, iki farklı sigara karşıtı kampanyada yayımlanan yedi kamu spotunu göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle inceleyerek, sigarayı bırakmaya yönelik kullanılan anlam yapılarını analiz etmiştir. Sonuçlar, ilk altı spotun korku unsurlarına odaklandığını, ancak ikinci kampanyanın son spotunda strateji değişikliği yapılarak sigara bırakmanın olumlu sonuçlarına vurgu yapıldığını göstermiştir (Doğu Öztürk, 2020).

Sağlık iletişimi alanındaki araştırmalar, bireylerin ve toplumların sağlıkla ilgili tutum, inanç ve davranışlarını anlamaya ve gerektiğinde bu davranışları yönlendirmeye yönelik iletişim stratejilerini kapsamaktadır. Yapılan bir

çalışmada, sağlık iletişimi üzerine yapılan araştırmalarda mesajların üretim sürecinden veya metnin içeriğinden ziyade, mesajların en önemli kitle iletişim aracı olan televizyon aracılığıyla nasıl ele alındığı incelenmiştir. Alımlama analizleri, izleyici kitlesini tekdüze bir grup olarak değil, farklı deneyim ve pratiklerin birleştiği dinamik bir yapı olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarında yayımlanan mesajların izleyiciler tarafından nasıl algılandığı konusunda değerli bilgiler sunmaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın "Sigara Pişmanlıktır" temalı kamu spotu ve AVEA'nın sigarayı bir metafor olarak kullandığı "Siz de Bırakabilirsiniz" reklam filmi üzerine yapılan bu araştırmada, izleyicilerin veya okurların bu mesajlara nasıl yaklaştığını incelemek için odak grup görüşmelerini kullanmıştır. Araştırma sonucunda, izleyicilerin her iki mesajı da bağımsız olarak değerlendirdiği ve birinin etkinliğinin diğerini etkilemediği belirlenmiştir (Yıldırım Becerekli, 2012).

Sigara karşıtı kamu spotları, bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemeyi hedefleyerek, ikna edici mantıksal kanıtlar ve duygusal çağrılar kullanmaktadır. Bu iletişim sürecinde, görsel öğeler sıklıkla tercih edilmektedir çünkü dikkat çekme, duygusal aktarım yapma, karmaşık bilgileri basitleştirerek sunma, hikâye anlatma ve akılda kalıcılık sağlama gibi avantajlar sunar. İlgili literatür, ikna edici iletişimin etik temellerini belirleyebilecek ve iletişimciler için kavramsal ve sistematik bakış açıları geliştirebilecek çalışmalara da yer vermektedir. Bu çerçevede, sigara karşıtı kamu spotlarının etik yönlerini inceleyen bir araştırma, Yeşilay ve Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü'nün web sitelerinde yayımlanan on altı sigara karşıtı kamu spotunun içerik analizini gerçekleştirmiştir. Araştırma bulguları, söz konusu spotların çoğunun etik ilkeleri büyük ölçüde karşıladığını göstermektedir. Özellikle saygı, sosyal sorumluluk ve dürüstlük gibi ilkelerin tam olarak sağlandığı, doğruluk, özgünlük ve eşitlik ilkelerinin ise kısmi olarak yerine getirildiği saptanmıştır (Aydın, 2023).

Kamu spotları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için sağlık, eğitim, çevre ve insan hakları gibi önemli alanlarda toplumsal farkındalık oluşturmak ve insanları düşündürmek için güçlü araçlardır. Ancak, yanlış tasarlanmış mesajlar ve sınırlı yayın süreleri gibi problemler, bu araçların etkinliğini

kısıtlayabilir. Bu nedenle, doğru bir strateji izlemek ve hedef kitleye uygun bir yaklaşım benimsemek büyük önem taşımaktadır (Aytekin, 2016:250-251). Kamu spotları, sigara içmenin sağlık üzerindeki etkileri hakkında geniş kitlelere ulaşmayı amaçlayan medya araçlarındandır. Sağlık Bakanlıkları tarafından yayımlanan bu tür spotlar, toplumda farkındalık yaratma ve davranış değişikliği sağlama açısından büyük bir rol oynamaktadır. Radyo spotları, televizyon spotlarına kıyasla daha düşük maliyetli olup, hedef kitleye ulaşmada etkili bir yol sunmaktadır.

Yapılan literatür taramasında, sigara karşıtı radyo spotlarının içeriklerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu eksiklik göz önünde bulundurularak, söz konusu çalışma başlatılmıştır. Çalışma, hem akademik alanda katkı sağlamayı hem de konuya ilgi duyanlara rehberlik etmeyi amaçlayarak tamamlanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, "Sigaranın Sağlığa Zararları" başlıklı radyo spotunun içeriğini inceleyerek sağlık iletişimi alanındaki etkisini ve kullanılan iletişim stratejilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel bir araştırma deseniyle gerçekleştirilen bu çalışma, radyo spotunun dilindeki ana temalar, duygusal hitaplar ve ikna edici unsurları belirlemeyi hedeflemiştir. Çalışma, içerik analizi ve tematik analiz yaklaşımlarını benimsemiş olup, veri analizi MAXQDA 2020 yazılımı kullanılarak yapılmıştır. Bu bölümde, araştırmanın veri toplama yöntemi, analiz süreci ve kullanılan yazılım hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

Araştırma nitel bir yaklaşım benimsemekte olup, belirli bir fenomenin derinlemesine incelenmesini amaçlamaktadır. Nitel araştırmalar genellikle metin, konuşma veya diğer sözel veriler üzerinde yapılan içerik analizleriyle gerçekleştirilir. Bu bağlamda, "Sigaranın Sağlığa Zararları" radyo spotunun metni yazıya dökülerek içerik analizi yöntemiyle incelenmiş, iletişim stratejilerinin yapısı, kullanılan dil ve temalar analiz edilmiştir. İçerik analizi, metinlerin sistematik bir şekilde incelenmesi ve belirli kategorilere ayrılması işlemidir.

Veri toplama sürecinde, Sağlık Bakanlığı'nın resmi internet sitesinde yayımlanan "Sigaranın Sağlığa Zararları" başlıklı radyo spotunun metni kullanılmıştır. Bu metin, sağlıkla ilgili farkındalık yaratmayı ve sigara içen bireyleri sigara kullanmaktan caydırmayı amaçlayan bir içerik sunmaktadır. Metin, sağlık iletişimi ve sigara karşıtı medya kampanyaları üzerine yapılan mevcut literatürle uyumlu olarak, hedef kitlenin sigara içmeye yönelik tutumlarını değiştirmeye yönelik stratejik bir dil kullanmaktadır.

Veri analizi süreci MAXQDA 2020 yazılımı ile gerçekleştirilmiştir. MAXQDA, nitel verilerin analizini yapabilen ve özellikle içerik analizi için güçlü araçlar sunan bir yazılım programıdır. İlk olarak, radyo spotunun metni MAXQDA programına aktarılmış ve belirli ifadeler ve kelimeler kodlanmıştır. Kodlama işlemi, metin içinde yer alan ana temalar, duygusal hitaplar, ikna edici unsurlar ve diğer önemli noktaların tespitine yönelik yapılmıştır. Kodlar, literatürdeki sağlık iletişimi ve sigara karşıtı kampanyalarla ilgili kavramlar ve teorilerle uyumlu olarak belirlenmiştir.

Kodlama işleminden sonra tematik analiz aşamasına geçilmiştir. Tematik analiz, metnin içinde geçen farklı temaların ortaya çıkarılması ve bu temaların nasıl birbiriyle ilişkilendirildiğinin incelenmesidir. Radyo spotunda öne çıkan temalar arasında "sağlık", "sigara bırakma", "kişisel değişim" ve "toplumsal sorumluluk" gibi ana başlıklar bulunmaktadır. Bu temalar, sağlık iletişimi açısından sigara bırakma süreci ve toplumda farkındalık yaratma stratejilerinin nasıl bir rol oynadığını anlamamıza yardımcı olmuştur.

Duygusal hitapların ve ikna edici unsurların tespiti de bir diğer analiz aşamasıdır. Bu aşamada, spotta yer alan duygusal dilin (korku, empati, özdeşleşme) ve ikna stratejilerinin analizi yapılmıştır. Örneğin, "sigara içtiğim dönemde bırakırsam yerine ne koyarım diye düşünürdüm" gibi ifadeler, bireylerin sigara bırakma sürecindeki kaygılarını ve bu kaygıların nasıl aşılabileceğini vurgulamaktadır. Bu tür ifadeler, duygusal ve psikolojik bir etki yaratmayı amaçlamakta olup, sigara bırakma kararlarını etkileyebilir.

Çalışmanın geçerliliği, MAXQDA yazılımı kullanılarak gerçekleştirilen sistematik ve tutarlı analiz süreciyle sağlanmıştır. Veri kodlama sürecinde, bağımsız bir şekilde yapılan analizler, çalışmanın doğruluğunu ve

güvenilirliğini artırmıştır. Ayrıca, çalışmada kullanılan örnekler açıkça sunulmuş ve geçerlilik sağlanmıştır.

Araştırma etik ilkelere uygun bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Radyo spotunun metni, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın resmi internet sitesinde halka açık bir kaynak olarak yer almaktadır ve metnin kullanımı için herhangi bir etik onay gerekmemektedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmada kullanılan temalar, kodlar ve bu kodların mantıksal/anlamsal dayanakları Tablo 1'de sunulmuştur. Her bir tema, sigara bırakma sürecindeki belirli bir boyutu veya faktörü temsil ederken, kodlar bu temaların daha spesifik açılımlarını ve sürecin çeşitli yönlerini açıklamaktadır. Mantıksal ve anlamsal dayanaklar ise, bu temaların ve kodların literatür ve önceki araştırmalar ışığında nasıl şekillendiğini ve hangi teorik temeller üzerine kurulduğunu gösterir. Bu yapı, sigara bırakma sürecine dair daha derinlemesine bir anlayış geliştirmek ve sürecin dinamiklerini görselleştirmek amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmada, verilerin derinlemesine analizini sağlamak amacıyla kod yakınlık haritası ve kod kesişim haritası gibi görsel analiz araçları kullanılmıştır. Bu yöntemler, veri setindeki ilişki ve temaların daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesine olanak tanımış, böylece kodlar arasındaki örtüşen veya benzer bağlantılar daha belirgin hale getirilmiştir.

Kod yakınlık haritası, sigara bırakma sürecine ilişkin temalar arasındaki etkileşimleri görselleştirerek, sürecin karmaşıklığını ve çok boyutlu yapısını açığa çıkarmaktadır (Şekil 1). Harita üzerinde yer alan temalar, kodlar arasındaki uzaklık ve yakınlık ilişkilerine göre sıralanmıştır. Bu görsel analiz, sigara bırakma sürecindeki önemli faktörlerin ve bunlar arasındaki ilişkilerin anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılacak Tema, Kodlar ve Mantıksal/Anlamsal Dayanak Tablosu

Tema	Kod	Mantıksal/Anlamsal Dayanak
Sağlık	Sağlıklı Yaşam	Sigara içmemenin sağlık üzerindeki olumlu etkileri ve sağlıklı yaşamın teşvik edilmesi.
Sigara Bırakma Deneyimi	Sigara Bırakma Süreci	Sigara bırakmanın kişisel deneyimleri, kaygılar ve motivasyonlar.
Duygusal Hitap	Korku ve Kaygı	Sigara içmenin sağlık üzerindeki olumsuz etkilerine dair uyarıcılar, bireylerde korku yaratma.
Kişisel Değişim	Olumlu Değişim	Sigara bırakma sürecinde yaşanan olumlu değişiklikler, bireysel gelişim ve yaşam kalitesindeki artış.
Sosyal Sorumluluk	Toplumsal Farkındalık	Sigara içmenin çevresel ve toplumsal etkileri, kamu sağlığına yönelik sorumluluklar.
Psiko-sosyal Unsurlar	Empati ve Özdeşleşme	Bireylerin sigara bırakma sürecinde birbirleriyle empati kurma, deneyimleri paylaşma.
Mekan ve Çevre	Çevresel Değişim	Sigarasız alanların farkındalığı, çevreyi ve mekanları daha sağlıklı hale getirme.
Kurumsal Mesaj	Devletin Rolü	Sağlık Bakanlığı'nın mesajı ve sigara karşıtı kampanyaların devletin sorumluluğuyla yürütülmesi.

Harita üzerinde dikkat çeken temalardan ilki, "Toplumsal Farkındalık" ve "Olumlu Değişim" kodlarıdır. Bu temalar haritanın merkezinde yer almakta olup, diğer kodlarla güçlü ilişkiler kurmaktadır. Bu durum, bireylerin sigara bırakma kararını alırken toplumsal farkındalığın artırılmasının ve olumlu bir değişim perspektifine sahip olmanın kritik rol oynadığını vurgulamaktadır. Sigaranın zararları hakkında bilinçlenmek ve toplumsal bir değişim hareketine katılmak, sigara bırakma sürecindeki başarıyı doğrudan etkileyebilir.

Bir diğer önemli bulgu, "Sağlıklı Yaşam" ve "Empati-Özdeşleşme" arasındaki güçlü ilişkidir. Bireylerin sağlıklı yaşam hedeflerine ulaşırken, başkalarının sigara bırakma deneyimlerine empati duymaları ve bu deneyimlerden kendi hayatlarına ders çıkarmaları, sürecin önemli bir motivasyon kaynağı olabilir. Bu bağlamda, bireylerin başkalarının zorlukları ve başarılarıyla özdeşleşmesi, sigara bırakma sürecine katılmalarını teşvik edebilir.

"Çevresel Değişim" ve "Toplumsal Farkındalık" arasındaki ilişki, çevresel faktörlerin ve toplumsal duyarlılığın birlikte işlediğini göstermektedir. Çevresel değişim, sigara bırakma sürecinde bireylerin toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmelerini teşvik edebilir. Toplumsal farkındalığın artması, sigara bırakma hareketinin çevresel ve toplumsal bir boyuta taşınmasına katkı sağlayabilir.

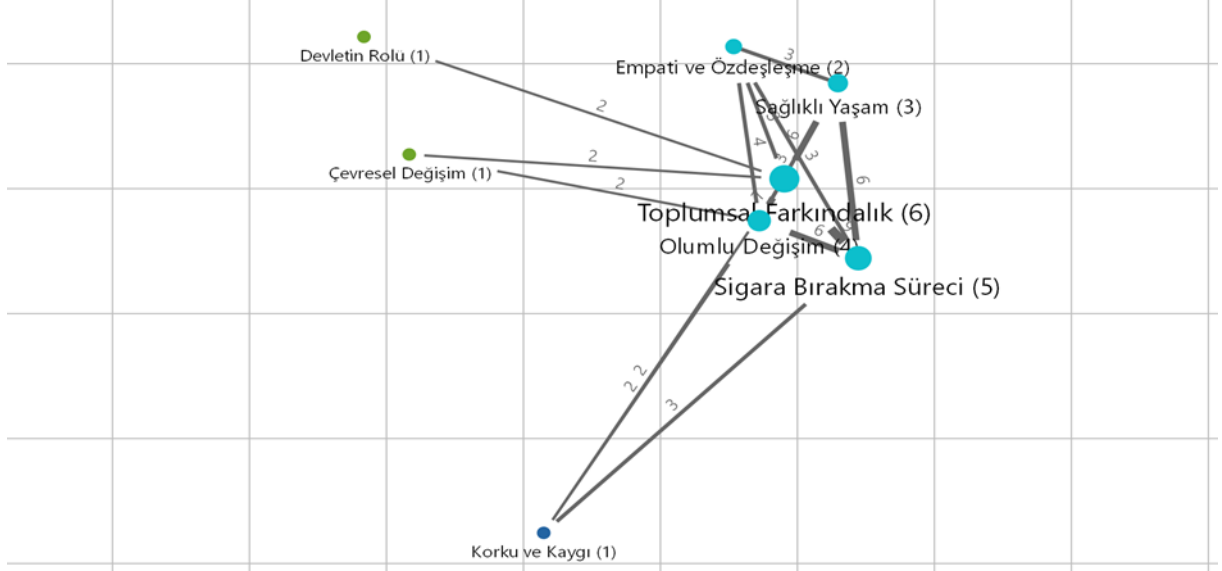
Öte yandan, "Korku ve Kaygı" kodu, haritada diğer temalardan uzak bir konumda yer almaktadır. Bu, sigara bırakma sürecindeki olumsuz duyguların, diğer pozitif temalardan bağımsız olarak ele alınması gerektiğini göstermektedir. Korku ve kaygı, bireylerin sigara bırakma sürecindeki zorluklarla başa çıkarken karşılaştıkları duygusal engelleri temsil etmektedir. Bu temanın izolasyonu, sigara bırakma sürecindeki psikolojik zorlukların ayrı bir dikkatle ele alınması gerektiğini işaret etmektedir.

"Devletin Rolü" teması ise, diğer kodlarla kıyaslandığında daha az ilişkilidir. Bu, devletin sigara bırakma sürecindeki rolünün, bireysel ve toplumsal faktörlere kıyasla daha sınırlı olduğu anlamına gelmektedir. Sigara karşıtı kampanyalar ve devletin desteği önemli olsa da, bireysel motivasyon ve toplumsal farkındalık gibi faktörler kadar etkili olmayabilir. Bu durum, devletin sigara bırakma sürecindeki rolünün yönlendirici ve destekleyici olmasının, bireylerin aktif katılımını teşvik etme gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Genel değerlendirme yapıldığında, kod yakınlık haritası, sigara bırakma sürecinde bireylerin yaşadığı içsel ve dışsal etkenleri ve bu süreçteki ilişkileri görselleştirerek sürecin karmaşıklığını ortaya koymaktadır. Toplumsal farkındalık, olumlu değişim, sağlıklı yaşam ve empati gibi unsurlar, sigara bırakma sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda, "Korku ve Kaygı" gibi olumsuz duyguların ve "Devletin Rolü" gibi dışsal faktörlerin sürecin tamamlayıcı unsurları olarak değerlendirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, kod yakınlık haritası sigara bırakma kampanyaları ve destek hizmetlerinin geliştirilmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir. Toplumsal farkındalık ve olumlu değişim gibi temasal kodların gücü, sigara bırakma sürecinde etkili stratejiler geliştirilmesinde yol gösterici olabilir. Ayrıca, bireysel çabaların yanı sıra, toplumsal destek ve çevresel faktörlerin etkisinin artırılması için daha kapsamlı kampanyalar ve eğitim programları

tasarlanabilir. Bu analiz, sigara bırakma süreçlerinin daha sağlıklı ve etkili bir şekilde yönetilmesine yönelik değerli bir akademik katkı sağlayabilir.



Şekil 1. Kod Yakınlık Haritası

Kod kesişim haritası, sigara bırakma sürecindeki farklı kavramlar arasındaki etkileşimleri görselleştirerek bu etkileşimlerin gücünü ve sıklığını ortaya koymaktadır (Şekil 2). Harita, her bir noktanın bir kodu temsil ettiği ve noktalar arasındaki çizgilerin, bu kodların birlikte kullanıldığını veya ilişkili olduğunu gösterdiği bir yapıya sahiptir. Çizgilerin kalınlığı ise arasındaki ilişkinin gücünü belirlemektedir; bu da belirli kodların sigara bırakma sürecindeki önem derecelerini anlamamıza yardımcı olur. Kod kesişim haritası, sürecin çok boyutlu doğasını daha iyi kavrayabilmemizi sağlamakta ve sigara bırakma sürecindeki ilişkileri daha derinlemesine incelememize olanak tanımaktadır.

Harita üzerinde belirgin olan temalardan biri, "Toplumsal Farkındalık" ve "Olumlu Değişim" kodlarıdır. Bu temalar, haritanın merkezinde yer almakta olup, güçlü etkileşimler sergileyen öğeler arasında bulunmaktadır. Bu yoğun ilişki, sigara bırakma sürecinin sadece bireysel bir eylem değil, aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm süreci olduğunu ortaya koymaktadır. Toplumsal farkındalık arttıkça, bireyler sigaranın zararları hakkında daha bilinçli hale gelmekte ve bu da olumlu bir değişim sürecini tetiklemektedir. Bu dinamik,

bireylerin sigara bırakma kararını almalarında ve süreci başarıyla geçirmelerinde kritik bir rol oynamaktadır.

Bir diğer önemli bulgu, "Sağlıklı Yaşam" ve "Empati-Özdeşleşme" kodları arasındaki güçlü bağıdır. Bireylerin sağlıklı bir yaşam sürme arzusunun, başkalarının deneyimlerine duyduğu empati ile nasıl şekillendiği harita üzerinde net bir şekilde gözlemlenmektedir. Empati, bireylerin diğer kişilerin sigara bırakma süreçlerine duyduğu ilgiyle ve kendi sağlıklarını iyileştirme yönündeki istekleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, sağlıklı yaşam hedefinin yalnızca kişisel bir istek değil, aynı zamanda başkalarının hikayeleriyle özdeşleşme yoluyla pekiştirildiği anlaşılmaktadır. Empati, sigara bırakma kararını alma sürecinde önemli bir motivasyon kaynağı olarak öne çıkmaktadır.

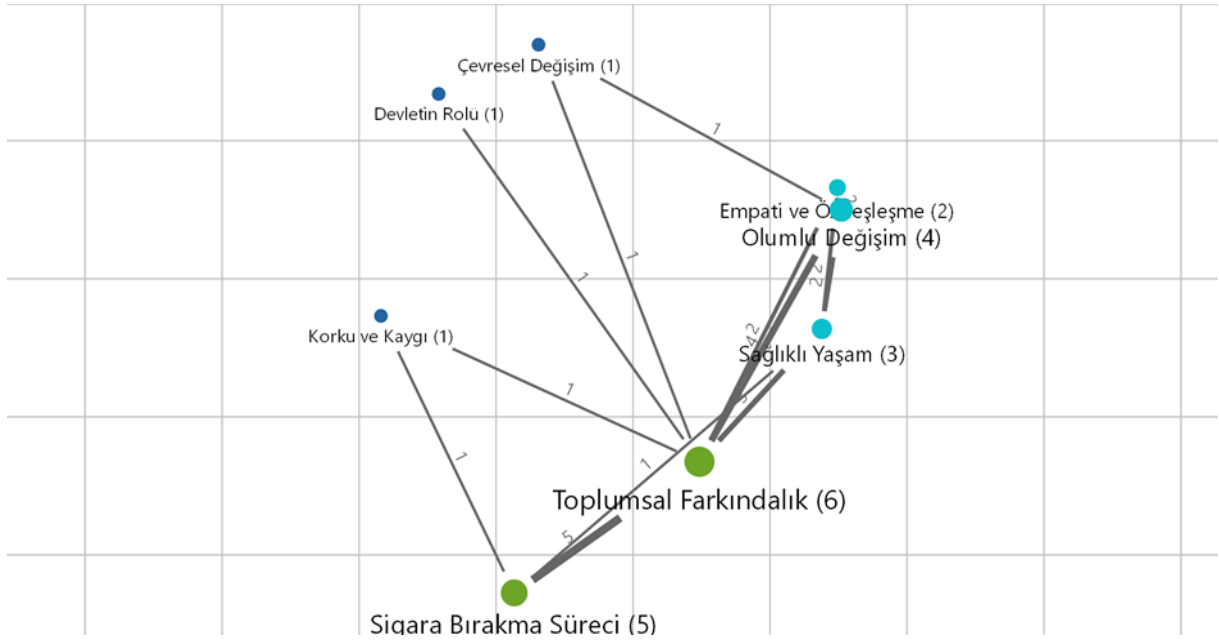
"Çevresel Değişim" ve "Toplumsal Farkındalık" arasındaki kesişim, çevresel faktörlerin toplumsal farkındalık üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Çevresel değişiklikler, örneğin sigara içmenin yasaklandığı alanların artması ve sigara reklamlarının yasaklanması gibi düzenlemeler, toplumsal farkındalığı artırarak sigara içmenin toplumsal açıdan kabul edilemez hale gelmesini hızlandırmaktadır. Bu durum, bireylerin sigarayı bırakma kararlarını almalarını kolaylaştırmakta ve toplumsal destek sağlamaktadır. Haritadaki kesişim, çevresel faktörlerin ve toplumsal bilinçlenmenin birbirini destekleyen, karşılıklı bir etkileşim içinde olduğunu vurgulamaktadır.

Diğer taraftan, "Korku ve Kaygı" kodu, haritada diğer temalardan oldukça uzakta yer almakta ve genellikle diğer kodlarla kesişim oluşturmakta zorluk yaşamaktadır. Bu durum, sigara bırakma sürecinde karşılaşılan olumsuz duyguların, genellikle bireysel bir deneyim olarak varlığını sürdürdüğünü ve toplumun genel olumlu hareketlerinden bağımsız değerlendirildiğini göstermektedir. Korku ve kaygı, sigara bırakma sürecinde kişilerin karşılaştıkları psikolojik engelleri temsil etmektedir ve diğer olumlu temalardan bağımsız bir şekilde harita üzerinde yer almaktadır. Bu, sürecin duygusal açıdan zorlu bir deneyim olduğunu ve bu temaların bireysel olarak ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

"Devletin Rolü" kodu ise, diğer kodlarla kıyaslandığında daha az bağlantıya sahip olup, devletin müdahalesinin sigara bırakma sürecindeki rolünün sınırlı olduğunu göstermektedir. Devletin sigara ile mücadeledeki rolü, sağlık politikaları, sigara yasakları ve sigara içmeyen alanların artırılması gibi çevresel düzenlemelerle sınırlı kalmakta, bireylerin kişisel motivasyonu ve toplumsal farkındalık gibi faktörlerle kıyaslandığında daha küçük bir yer tutmaktadır. Bu durum, devletin sigara bırakma sürecindeki rolünün genellikle yönlendirici olduğunu ve bireysel kararlar ile toplumsal destek mekanizmalarının daha belirleyici bir rol oynadığını işaret etmektedir.

Genel olarak, kod kesişim haritası, sigara bırakma sürecinde etkili olan temalar arasındaki etkileşimleri ve bu etkileşimlerin karar verme süreçlerindeki rollerini açıkça ortaya koymaktadır. "Toplumsal Farkındalık" ve "Olumlu Değişim" gibi temalar arasındaki güçlü etkileşim, sigara bırakma sürecinin toplumsal bir dönüşüm süreci olduğunu ve bireylerin bu süreci başarabilmesi için toplumsal bilinçlenme ve değişim perspektifine sahip olmalarının kritik önem taşıdığını vurgulamaktadır. Ayrıca, "Korku ve Kaygı" gibi olumsuz duyguların, diğer olumlu temalardan bağımsız bir şekilde varlık gösterdiği gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, kod kesişim haritası, sigara bırakma sürecinin karmaşık ve çok boyutlu yapısını anlamamıza yardımcı olan güçlü bir analiz aracıdır. Harita, toplumsal, çevresel ve bireysel faktörlerin etkileşimini ortaya koyarak, sigara bırakma kararlarını alırken bireylerin karşılaştığı zorlukları ve sürecin başarılı bir şekilde tamamlanabilmesi için hangi etmenlerin kritik olduğunu net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Bu analiz, sigara bırakma stratejilerinin ve destek programlarının geliştirilmesinde önemli bir rehber olarak kullanılabilir.



Nitel içerik analizi kapsamında MAXQDA programı ile oluşturulan kelime bulutu (Şekil 3), radyo spotunun tematik yapısı hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Analiz sonucunda, "sigara", "sağlıklı" ve "yaşamak" kelimelerinin sıklıkla tekrarlandığı görülmektedir. Bu bulgu, spotun temel olarak sigara bırakma eylemini, bireyin sağlığı ve yaşam kalitesiyle doğrudan ilişkilendiren bir iletişim stratejisi benimsediğini göstermektedir. Görsel bir metafor olarak kullanılan kelime bulutu, sigaranın bireysel ve toplumsal zararları, bırakma sürecinin getirdiği olumlu değişimler ve bireyin duygusal deneyimleri gibi çok yönlü bir mesajı görsel olarak aktarma amacını taşımaktadır.



Şekil 3. Kelime Bulutu

5. SONUÇ

Bu çalışma, sigara bırakma sürecinin karmaşıklığını ve sigara karşıtı kampanyaların etkinliğini anlamak amacıyla gerçekleştirilen kod yakınlık ve kod kesişim haritaları analizlerinin bulgularını sunmaktadır. Araştırma, sigara bırakma sürecinin toplumsal, çevresel ve bireysel faktörlerle etkileşime giren çok boyutlu bir süreç olduğunu ve bu etkileşimlerin sürecin başarısında belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Kod yakınlık haritası, toplumsal farkındalık ve olumlu değişim gibi unsurların sürecin merkezinde yer aldığını ve toplumsal farkındalığın artmasıyla birlikte sigara bırakma sürecinin toplumsal bir dönüşüm haline geldiğini göstermektedir. Bireylerin sigara içmenin zararları konusunda bilinçlenmelerinin önemli bir motivasyon kaynağı olduğu vurgulanırken, sağlıklı yaşam hedefleri ile empati arasındaki güçlü bağ, kişilerin başkalarının deneyimlerinden ilham alarak kendi sağlıklı yaşam hedeflerini daha kolay benimseyebileceklerini ortaya koymuştur. Çevresel değişikliklerin, toplumsal farkındalık üzerinde güçlü bir etkisi olduğu ve bireylerin sigara bırakma kararlarını almalarında önemli bir rol oynadığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, korku ve kaygı duygularının daha izole bir konumda yer alması, bu

duyguların sigara bırakma sürecindeki kişisel engelleri oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Kod kesişim haritası, sigara bırakma sürecindeki toplumsal ve bireysel etkileşimleri daha net bir şekilde sergileyerek, sürecin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal bir dönüşüm olduğunu vurgulamaktadır. Toplumsal farkındalık ve olumlu değişim arasındaki güçlü etkileşim, sigara bırakma sürecinin toplumsal bir hareket haline gelmesi gerektiğini ortaya koymuş ve bireylerin toplumsal farkındalık kazandıkça daha başarılı olacakları ve sigara bırakma kararlarını daha kararlı bir şekilde alacakları öngörülmüştür. Sağlıklı yaşam ile empati arasındaki ilişki, kişisel sağlık hedeflerinin başkalarının deneyimleriyle pekiştiğini göstermektedir. Çevresel değişikliklerin toplumsal farkındalık üzerindeki etkisi, bireylerin sigara bırakma sürecindeki rollerini artıran önemli bir faktör olarak belirlenmiştir. Korku ve kaygının izole konumu ise, bu duyguların psikolojik engeller olarak devam ettiğini ve dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Radyo spotu analizinde, sigara içmenin sağlık üzerindeki zararlarını anlatan duygusal hitapların ve ikna edici unsurların, dinleyicileri sigara bırakmaya teşvik etmek için etkili bir strateji oluşturduğu gözlemlenmiştir. Bu stratejiler, yalnızca bireysel bir sorunu ele almakla kalmayıp, sigara içmenin toplumsal bir sağlık sorunu olduğuna dair toplumsal sorumluluk bilincini de pekiştirmektedir. Sigara içmenin sosyal boyutunun vurgulanması, toplumsal farkındalığın güçlendirilmesinin, sigara bırakma sürecinin başarısında önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

Bu çalışma, sağlık iletişiminin gücünü ve sigara karşıtı kampanyaların toplumsal farkındalık yaratmadaki potansiyelini vurgulamaktadır. Sigara bırakma sürecinde toplumsal farkındalık, sağlıklı yaşam hedefleri ve empati gibi unsurların güçlendirilmesi, sürecin başarısını artıracaktır. Araştırmanın bulguları, gelecekteki sigara karşıtı medya kampanyalarının ve destek hizmetlerinin tasarımında rehberlik edebilir ve duygusal hitapların yanı sıra toplumsal sorumluluğun nasıl daha etkili bir şekilde kullanılabileceğine dair yeni perspektifler sunabilir.

Gelecekteki araştırmalar, diğer medya araçları ve kampanya stratejilerinin benzer analizlere tabi tutulmasını önerirken, kültürel ve toplumsal bağlamların

sigara bırakma süreçleri üzerindeki etkisinin daha derinlemesine incelenmesi gerektiği de vurgulanmaktadır. Böylece, sigara bırakma stratejilerinin daha geniş bir toplumsal kabul görmesi ve farklı demografik gruplara daha uygun hale gelmesi sağlanabilir. Sonuç olarak, bu çalışma, sigara bırakma sürecindeki toplumsal, çevresel ve bireysel faktörlerin etkileşiminin önemini vurgulamış ve bu etkileşimlerin güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Sigara bırakma sürecine dair stratejilerin ve destek hizmetlerinin geliştirilmesinde, toplumsal farkındalık, sağlıklı yaşam hedefleri ve empati gibi unsurların güçlendirilmesi, sürecin başarısını artıracak ve sigara karşıtı mücadelede daha etkili çözümler sunacaktır.

YAZARLARIN BEYANI

- 1. Katkı Oranı Beyanı:** Tüm yazarların katkısı eşittir.
- 2. Fon, Destek ve Teşekkür Beyanı:** Fon, destekleyici kuruluş yoktur.
- 3. Çatışma Beyanı:** Yazarlar arasında çatışma yoktur.

KAYNAKÇA

- Alden, S. L. (2011). The Role of Social Media in Public Health Marketing. <https://core.ac.uk/download/pdf/210607599.pdf> (Erişim Tarihi:05.11.2024).
- Aydın, D. & Marakoğlu, K. (2014). The Role of Anti-Smoking Campaign In Attempting to Quit Smoking. *Selçuk University Journal of Institute of Social Sciences*, 31, 199-207.
- Aydın, B. O. (2023). İkna Edici Görsel İletişim ve Etik: Sigara Karşıtı Kamu Spotlarının Analizi. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 65, 199-222.
- Aytekin, H. (2016). Görsel-İşitsel Medyada Sağlık-Güvenlik Halleri: Tartışılması Gereken Bir Alan Olarak Kamu Spotu. *Selçuk İletişim*, 9 (3), 249-275.
- Başol, E. (2018). Hasta İle Sağlık Çalışanları (Doktor ve Hemşire) Arasındaki İletişim Sorunları Ve Çözüm Önerileri. *International Anatolia Academic Online Journal*, 4 (1), 76-93.
- Doğu Öztürk, İ. (2020). Sağlık İletişiminde Kamu Spotu Kullanımı: Sigara Karşıtı Kamu Spotlarını Kültürel Göstergelerle Okumak. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (1), 170-189.
- Sağlık Bakanlığı (2024). <https://sggm.saglik.gov.tr/TR-105783/sigaranin-sagliga-zararlari-4207.html> (Erişim Tarihi:11.11.2024).
- Şen, D. (2018). Tedavi Edici Sağlık Hizmetlerinin Geliştirilmesinde Kamu Spotları. *International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal*, 4 (1), 58-75.
- Yıldırım Becerikli, S. (2012). Sağlık İletişimi Çalışmalarında Alımlama Analizinin Kullanımı: Odak Grup Çalışması Yoluyla Kamu Kampanyaları ve Reklam Metinlerine İlişkin Çapraz Bir Okuma Pratiği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 43, 163-177.