



Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama

Candan YILMAZ UĞUR*

Öz

Bu çalışma, paternalist devlet (müdahaleci devlet) anlayışı çerçevesinde düzenlenen sigara uyarı etiketlerinin sigarayı bırakma davranışı üzerindeki etkisini dikkat, negatif etki, sosyal etkileşim, uyarıyı düşünme değişkenleri ile incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla sigara kullanan Gümüşhane Üniversitesi öğrencilerinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 209 katılımcının yer aldığı çalışma yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar; sosyal etkileşim ile uyarıyı düşünme; uyarı ve dikkat; negatif etki ve sosyal etkileşim arasında pozitif ve güçlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ek olarak dikkat, uyarıyı düşünme, negatif etki ve sosyal etkileşim değişkenlerinin sigarayı bırakma davranışı üzerinde dolaylı ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Paternalizm, Sigara Uyarı Etiketleri, Sigarayı Bırakma, Yapısal Eşitlik Modeli.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

The Effect Of Cigarette Warning Labels On Smoking Cessation Behavior: A Study On Gumushane University Students

Abstract

This study aims to measure the effect of warning labels on cigarette packages on smoking cessation behavior with the variables of attention, negative effect, social interaction, and stimulus thinking within the framework of the paternalistic approach. The study, which included 209 smokers studying at Gumushane University, was analyzed with the structural equation model. The results obtained from the study show that there is a positive and strong relationship between social interaction and stimulus thinking, alert and attention, negative influence and social interaction. In addition, it is seen that the variables of attention, stimulus thinking, negative effect and social interaction have an indirect and statistically significant effect on smoking cessation behavior.

Keywords: Paternalism, Smoking Warning Labels, Quit Smoking, Structural Equation Model.

Article Type: Research Article

* Dr. Öğr. Üyesi., Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, e-mail, candanyilmaz@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0002-7915-4786

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization - WHO) 2021 Haziran ayı Raporuna göre sigara, dünyanın karşı karşıya kaldığı en büyük halk sağlığı tehditlerinden biridir ve dünya çapında yılda 8 milyondan fazla insanın ölümüne neden olmaktadır. Doğrudan sigaradan kaynaklanan ölümlerin 7 milyondan fazla olduğu, 1,2 milyon insanın ölümünün ise pasif içicilikten kaynaklandığı belirtilmektedir. Ayrıca sigara kullanımından kaynaklanan tıbbi (doğrudan) maliyetler ile ölüm ve sakatlıktan kaynaklanan üretkenlik kayıpları, iş verimliliğinin azalması gibi (dolaylı) maliyetler de hem bireyler hem de toplum için önemli bir yük yaratmaktadır (WHO Report, 2017). Sigaranın bağımlılar ve üçüncü kişiler üzerinde yarattığı doğrudan ve dolaylı maliyetler negatif dışsallık olarak tanımlanmakta ve bu durum devlet müdahalesini gerekli kılmaktadır.

Bu kapsamda bireylere, üçüncü kişilere ve topluma zarar veren sigaranın tüketiminin azaltılması amacıyla müdahaleci politikalar geliştirilmekte, bu politikalarla bireyler tarafından göz ardı edilen ya da küçümsenen maliyetlerin önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda sigara ile mücadelede “paternalist devlet” anlayışı ile yürütülen politikalar vergiler gibi mali araçları ya da sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri gibi yasal prosedürleri kapsamaktadır.

Çalışmanın amacı, paternalist devlet anlayışı çerçevesinde düzenlenen uyarı etiketlerinin dikkat, negatif etki, uyarıyı düşünme ve sosyal etkileşim aracılığıyla sigarayı bırakma üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu bağlamda sigarayı bırakma motivasyonunda hangi değişkenin daha büyük rol oynayabileceği ve sigara kullanıcıları üzerindeki etkilerine değinilmektedir. Çalışmada, uyarı etiketlerinin aracı değişkenler aracılığıyla sigarayı bırakma üzerindeki etkisinin açıklanmaya çalışılması yapılan literatür incelemesi neticesinde Türkiye özelinde bu yönde bir çalışmaya rastlanamaması nedeniyle literatürde var olduğu düşünülen boşluğun doldurulması amaçlanmaktadır.

Çalışma giriş ve sonuç bölümleri dahil toplamda dört bölüm olarak tasarlanmıştır. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde teorik arka plan ve literatür taraması, üçüncü bölümünde metodoloji ve bulgulara yer verilmektedir. Çalışma elde edilen sonuçların tartışıldığı ve bu sonuçların değerlendirmesinin yapıldığı sonuç kısmı ile sonlandırılmaktadır.

2. TEORİK ARKA PLAN ve LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Teorik Arka Plan

Klasik ekonomik yaklaşımın temel varsayımlarından biri bireyin rasyonel olduğu, seçimlerinde fayda ve maliyetleri göz önünde bulundurduğudur. Ancak sigara gibi zararlı alışkanlıklar göz önünde bulundurulduğunda; bireylerin faydalarını maksimize etmeye yönelik seçimlerinin her zaman geçerli olmadığı, sigaradan kaynaklanan riskleri küçümsediği görülmektedir (Lee, 2006: 1). Bu kapsamda sigara; bireyin karşılaştığı sağlık sorunları ve katlanacağı maliyet açısından “tutarsız” bir seçim olarak görülmektedir (O’Donoghue ve Rabin, 2003: 186). Ayrıca sigara kullanıcılarının üçüncü kişilere yüklediği doğrudan ya da dolaylı maliyetler negatif dışsallık olarak tanımlanmakta ve müdahaleci (paternalist) yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır. Bu amaçla hükümetin bireylerin davranışlarını etkilemeye çalışmasının müdahaleci devlet anlayışının gereği olduğu kabul edilmektedir.

Sigara konusunda hükümetlerin müdahaleci yaklaşımı; Özel Tüketim Vergisi kapsamında sigaranın vergilendirilmesi, kapalı alanlarda sigara kullanımının yasaklanması, reklam, promosyon ve sponsorluk yasaklarının uygulanması gibi sert (hard) paternalist politikalar ya da sigara paketlerinin düzenlenmesi gibi daha yumuşak (soft) paternalist politikalar oluşabilir. Yumuşak (soft) yaklaşımı benimseyen politikalar; sigara kullanımının azaltılmasına yardımcı olmakla birlikte bireyleri daha “iyi” olana yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca hükümetler bireylerin seçim özgürlüğünü de belli

noktalarda korumuş olmaktadır (Leonard, 2008: 357). Bu sayede sigara uyarı etiketleri ile bireyler “sigara içmek ya da sigara içmemek?” kararı ile karşı karşıya kalmakta dolayısıyla sigara bağımlısı bireylerin en azından sigaradan kaynaklanan risklerin farkında olmasını ve kararını buna göre vermesini sağlamaktadır.

Günümüzde de birçok ülke tarafından sigarayı bırakmayı motive etmek için sigara paketleri üzerinde uyarı etiketleri yer almaktadır. Sigara uyarı etiketleri ilk olarak 1985'te tanıtılmış ve 2000'li yılların başlarına kadar salt metin olarak kullanılmıştır. Bu tarihten itibaren salt metin uyarıların yerini resimli uyarı etiketleri almıştır (Hiilamo vd., 2014: 2). Türkiye’de ise 01.03.2019 tarihinde yayınlanan “Tütün Mamullerinin Üretim Şekline, Etiketlenmesine ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” ile sigara paketlerinin düzenlenmesine yönelik önemli bir adım atılmıştır. Buna göre; sigara paketlerinin üzerinde yer alan salt metin uyarılarının yerini resimli sağlık uyarıları almış, 30.07.2021 tarihinde yayınlanan yönetmelik ile de sigara birim paketlerinin arka yüzeylerinde yer alan resimli sağlık uyarısının yüzde 85'ten yüzde 100'e çıkarılmıştır.



Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Erişim Tarihi: 12.08.2021.

Şekil 1: Türkiye’de Sigara Paketleri Üzerinde Yer Alan Uyarı Etiketleri

Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri; sigaranın olumsuz etkilerinin tasvirlerini kullanarak sigara kullananların risk algılarını artırmayı amaçlamaktadır (Hammond, 2011). Risk algısı artan sigara bağımlılarının sağlıklı bir davranışta bulduklarını fark etmeleri halinde söz konusu davranışını azaltmaları beklenmektedir (Ferrer vd., 2015: 3).

Sigara uyarı etiketlerine sigara kullanımı sırasında maruz kalındığı ve sigara kullananların bu uyarı ile günde birçok kez karşılaştığı düşünüldüğünde, bu uyarıların sigara kullanma davranışı üzerinde olumsuz etki yaratacağı düşünülmektedir (Hammond vd., 2003: 391). Yapılan çalışmalarda da; sigara uyarı etiketlerinin “kirli, tuhaf, çirkin” olarak algılandığı, salt metin uyarılarına göre daha fazla dikkat çektiği, bilişsel ve duyuşsal tepkileri ortaya çıkardığı ve sigara kullananların sigara bırakma niyetlerini artırdığı görülmektedir (Hammond vd., 2003; Hammond, 2011; Azagba ve Sharaf, 2013; Yong vd., 2013; Yong vd., 2014; Noar vd., 2016; Brewer vd., 2019).

2.2. Literatür Taraması

Literatürde sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerinin sigarayı bırakma üzerindeki etkisine ilişkin belirli dönemlerde ve ülke / ülke gruplarına ait çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Uyarı etiketlerine ilişkin çalışmaların 2000 yılından itibaren ağırlık kazandığı görülmekte; bu çalışmalarda sigara uyarı etiketlerinin fark etme, korku, tikslenme, endişe, sigaranın riskleri hakkında bilgi sahibi olma gibi pek çok değişken aracılığıyla sigarayı bırakma motivasyonu üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıları etiketlerinin sigara bırakma üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar; ele alınan ülke / ülkeler, kullanılan yöntem / yöntemler ve elde edilen bulgular Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1: Literatür Özeti

Çalışma	Ülke	Yöntem	Bulgular
Hammond vd. (2003)	Kanada	Lojistik Regresyon Modeli	Sigara kullananların resimli sağlık uyarılarını okuma, düşünme ve tartışma ile bırakma niyetleri arasında güçlü ve pozitif ilişki gözlemlenmiştir.
Hammond vd. (2004)	Kanada	Lojistik Regresyon Modeli	616 katılımcının yer aldığı çalışmada, katılımcıların yaklaşık beşte biri resimli sigara etiketleri sonucunda daha az sigara kullandığını bildirmiştir. Ayrıca katılımcılar, korku (% 44) ve tikslenme (% 58) gibi uyarılara olumsuz duygusal tepkiler bildirmiş ve daha fazla olumsuz tepki gösteren katılımcıların 3 ay sonra sigarayı bırakma, bırakma girişiminde bulunma veya sigarayı azaltma olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür.
Fathelrahman vd. (2010)	Malezya	Çoklu Lojistik ve Çoklu Doğrusal Regresyon	Resimli uyarılara maruz kalma, sigaranın risklerine ilişkin farkındalığın artmasına, uyarılara daha güçlü davranışsal tepki verilmesine ve sigarayı bırakmaya yönelik ilginin artmasına yol açmıştır.
Kees vd. (2010)	Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri	Yapısal Eşitlik Modeli	Resimli uyarıların salt metin uyarıları ile kıyaslandığında sigara içenlerin sigarayı bırakma niyetlerini güçlendirdiği görülmüştür. Resimli uyarıların ayrıca korkuyu tetiklediği ve buna karşılık korkunun, sigara içen örneklem için bırakma niyetleri üzerindeki etkilerine aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.
Schneider vd. (2012)	Almanya	ANOVA	Sigara paketleri üzerinde yer alan resimli uyarılar, daha yüksek bir bırakma motivasyonu ve daha yüksek korku yoğunluğu ile ilişkilendirilmiştir.

Green vd. (2014)	Mauritius	Genelleştirilmiş Doğrusal Karma Model	Çalışma üç aşamada gerçekleşmiştir. İlk aşama (1. Dalga) resimli sağlık uyarılarının uygulanmasından 6 ay önce, 2. ve 3. Dalgalar ise uygulamadan sonra sırasıyla 10-12 ay ve 20-21 ay sonra yürütülmüştür. Resimli uyarı etiketlerinin 1. ve 2. Dalgalar arasında belirginlik, bilişsel ve davranışsal tepkiler üzerinde önemli ölçüde arttığı görülmüştür. Bununla birlikte, 2. ve 3. Dalgalar arasında, resimli sağlık uyarılarına “bakmaktan kaçındığını” bildiren sigara kullananların oranında önemli bir düşüş olduğu da gözlemlenmiştir.
Yong vd. (2014)	Avustralya, Kanada, Birleşik Krallık ve ABD	Yapısal Eşitlik Modeli	Sigara uyarı etiketlerinin belirginliği; sigaranın riskleri hakkında düşünme, sigaranın olumsuz sonuçları hakkında artan endişe ve sigarayı bırakma girişimleri ile pozitif ilişkilidir.
Wu vd. (2014)	Çin	Ki – Kare Testi	Çalışmada sigara kullananların % 50'den fazlası, resimli sağlık uyarılarını gördükten sonra sigarayı bırakmakla ilgilendiklerini bildirmiştir. Ayrıca “çocuk” ve “kadın” içeren uyarıların, diğer uyarılar ile kıyaslandığında sigarayı bırakma niyeti üzerinde daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Marshall vd. (2015)	Çin ve Malezya	Genelleştirilmiş Doğrusal Karma Model	Malezya ile karşılaştırıldığında, Çin'deki salt metin uyarı etiketleri yalnızca sigarayı bırakma ve uyarı etiketlerini okuma üzerinde etkili olmuştur. Malezya'da resimli uyarı etiketleri ise fark etme, okuma, vazgeçme, kaçınma, bırakmayı düşünme değişkenleri üzerinde önemli artışlara yol açmıştır.
Brewer vd. (2018)	Amerika Birleşik Devletleri	Intention – To - Treat (ITT) Analizi	Resimli uyarıların yer aldığı gruptaki sigara kullananların, yalnızca metin uyarısı bulunan gruptakilere göre sigarayı bırakma girişiminde bulunma olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Resimli uyarılar ayrıca sigarayı bırakma, sigarayı bırakma niyeti, olumsuz duygusal tepki, sigaranın zararları hakkında düşünme ile ilgili konuşmaları artırmıştır.
Hall vd. (2018)	Amerika Birleşik Devletleri	Yapısal Eşitlik Modeli	Sigara paketleri üzerinde yer alan resimli uyarılar; olumsuz etkiyi, mesaj tepkisini ve sigarayı bırakma niyetlerini artırmıştır.
Romer vd. (2018)	Amerika Birleşik Devletleri	Yapısal Eşitlik Modeli	Resimli uyarıların yer aldığı grupta bulunanların, salt metin uyarılarında yer alan gruptakilere göre daha güçlü duygusal tepkiler verdiği, sigaradan duyulan hazın azaldığı görülmüş ve söz konusu grupta yer alanlar daha düşük sigara tüketimi ile ilişkilendirilmiştir.
Brewer vd. (2019)	Amerika Birleşik Devletleri	Yapısal Eşitlik Modeli	Resimli uyarıların; dikkat, olumsuz duygu, sosyal etkileşim, sigaranın zararları ve uyarıları hakkında düşünme aracı değişkenleri yoluyla sigara bırakma girişimini pozitif yönde artırdığı görülmüştür.
Kunst vd. (2019)	Fransa, İngiltere, İrlanda, Norveç, Danimarka ve İsviçre	ARIMA	Sigara paketleri üzerinde yer alan resimli sağlık uyarılarına ilişkin uygulama sonrası sigarayı bırakma ile ilgili çevrimiçi aramalarda; Fransa'da, uygulamadan sonraki ilk ayda % 4'lük bir artış olmuştur. İngiltere'de uygulamadan sonraki 2-3 ay içinde sigarayı bırakma ile ilgili çevrimiçi aramalarda % 3'lük bir artış meydana gelmiştir. İrlanda, Norveç, Danimarka ve İsviçre için herhangi bir artış gözlemlenmemiştir.
Mannocci vd. (2019)	İtalya	Mann Whitney Testi	Çalışmanın 1. dalgası, resimli sağlık uyarılarına ilişkin yasa yasasının uygulanmasından 6 ay önce 2. Dalgası ise uygulamadan 8-18 ay sonra gerçekleştirilmiştir. Sigara içenlerin % 7.7'si 2. Dalgada sigarayı bıraktığını ve bunların % 29'u resimli sağlık uyarılarının bırakma nedenlerinden biri olduğunu beyan etmiştir.

Mourik vd. (2019)	Hollanda	Yapısal Eşitlik Modeli	Resimli sağlık uyarıları daha fazla sağlık endişesi ve sigarayı bırakmaya yönelik daha olumlu bir tutum ile ilişkili olduğu görülmüştür. Sağlık endişesi ve sigarayı bırakmaya yönelik tutum değişkenlerinin de daha güçlü bırakma niyetine aracılık ettiği görülmüştür.
Shadel vd. (2019)	Pittsburgh / Amerika Birleşik Devletleri	Lojistik Regresyon Modeli	Resimli sağlık uyarılarının daha düşük nikotin bağımlılığı olanlarda sigara satın alma davranışını azalttığı görülmüştür.
Hnin vd. (2020)	Mandalay / Myanmar	Çoklu Lojistik Regresyon Modeli	240 katılımcının yer aldığı çalışmada sigara kullananların yaklaşık % 75'i sigara sayısını azaltmayı amaçlamış, % 18'inin ise 6 ay içinde sigarayı bırakmaya istekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Tripathy ve Verma (2020)	Hindistan	Çok Değişkenli Regresyon Analizi	Çalışmada Küresel Yetişkin Tütün Anketi 2009-10 ve resimli sağlık uyarı etiketleri uygulamasından sonra yapılan Küresel Yetişkin Tütün Anketi 2016 – 17 verileri kullanılmıştır. Küresel Yetişkin Tütün Anketi 2016 –17 verilerinden elde edilen sonuç; resimli sağlık uyarılarının sigarayı bırakma niyeti üzerinde % 50'lik bir artış yarattığıdır.
Dhani vd. (2021)	Endonezya	Çoklu Lojistik Regresyon Modeli	401 katılımcının yer aldığı çalışmada; katılımcıların % 32 – 39'unun resimli sağlık uyarılarına karşı korkma ve sinirlenme gibi olumsuz duygusal tepki verdiği, % 42'sinin ise sigarayı bırakma girişiminde bulunduğu görülmüştür.

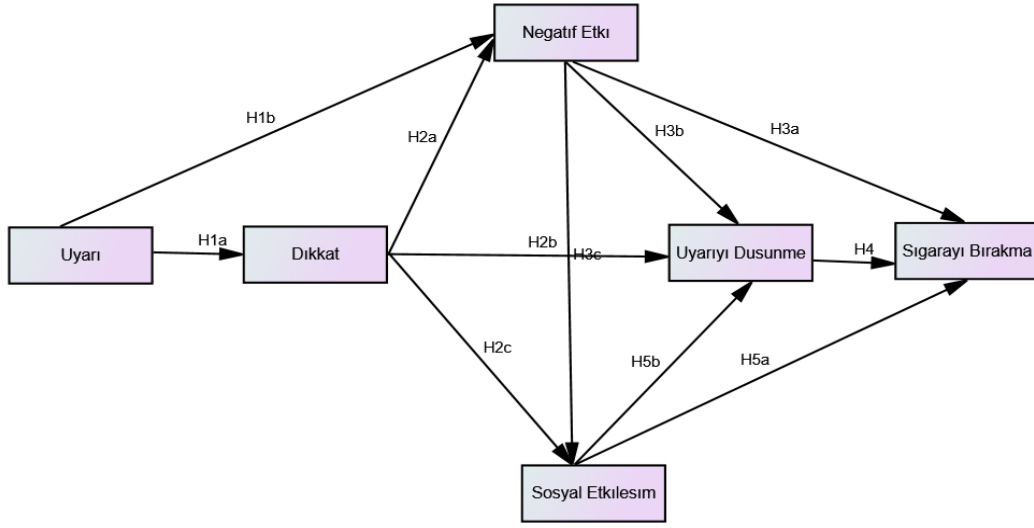
Literatürde yer alan çalışmalardan anlaşılabilirliği üzere; metodolojileri, ele aldıkları ülke grupları ve dönemleri farklı olsa da sonuçlarının genel itibarıyla ortak olduğu görülmektedir. Çalışmaların çoğunda resimli sağlık uyarılarının sigarayı bırakma üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde metodoloji ve analize yer verilmekte, elde edilen ampirik bulgular değerlendirilmektedir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Sigara uyarı etiketlerinin sigara bırakma davranışı üzerindeki etkisini açıklayan psikolojik mekanizmaların belirlenmeye çalışıldığı çalışmada uyarı ölçeği Tütün ve Sağlık Araştırması Nüfus Değerlendirmesi (2014); dikkat ölçeği; Nonnemaker vd. (2010) ve Borland vd. (2009); negatif etki ölçeği Nonnemaker vd. (2010) ve Hall vd. (2018); uyarıyı düşünme ölçeği Hammond vd. (2003) ve Borland vd. (2009); sosyal etkileşim ölçeği Brewer vd. (2019); sigara bırakma niyet ölçeği Klein vd. (2009) ve Hall vd. (2018) çalışmalarından elde edilmiş ve ankette yer alan sorular çalışmaya uygun olarak revize edilmiştir. Söz konusu çalışmalarda, Cronbach Alfa katsayıları yüzde 60 - 70 arasında tahmin edilmiş olup, araştırma ölçeklerinin güvenilirlik düzeylerinin yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Çalışmaya ilişkin anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümü katılımcıların cinsiyet, hane büyüklüğü, yaş, gelir gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Anket formunun ikinci bölümü ise araştırma modelinde yer alan değişkenlere ait 21 ifadeyi içermektedir. Uyarı değişkeni için 3, dikkat değişkeni için 3, negatif etki değişkeni için 5, uyarıyı düşünme değişkeni için 3, sosyal etkileşim değişkeni için 4, sigarayı bırakma niyet değişkeni için 3 ifade kullanılmıştır. İfadeler 1'den (=kesinlikle katılmıyorum / hiçbir zaman) 5'e (=kesinlikle katılıyorum / sık sık) uzanan 5 düzeyli Likert tipi ölçek ile değerlendirilmiştir.

Çalışmada Brewer vd. (2019) tarafından kullanılan yol modeli kullanılmış ve Şekil-2'de gösterilen model oluşturulmuştur.



Şekil 2: Araştırma Modeli

H₁: Sigara paketleri üzerinde yer alan “uyarı etiketleri” sigarayı bırakma davranışı üzerinde etkilidir.

H_{1a}: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri sigara bağımlılarının “dikkatini” pozitif yönde etkiler.

H_{1b}: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri sigara bağımlıları üzerindeki “negatif etkiyi” pozitif yönde etkiler.

H₂: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik “dikkat” sigarayı bırakma davranışı üzerinde etkilidir.

H_{2a}: Sigara bağımlılarının sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati “negatif etkiyi” pozitif yönde etkiler.

H_{2b}: Sigara bağımlılarının sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati sigaranın zararları konusundaki “uyarıyı düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.

H_{2c}: Sigara bağımlılarının sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati sigaranın zararları konusundaki “sosyal etkileşimi” pozitif yönde etkiler.

H₃: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik “negatif etki” sigarayı bırakma davranışı üzerinde etkilidir.

H_{3a}: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki “sigarayı bırakmayı” pozitif yönde etkiler.

H_{3b}: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki “uyarıyı düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.

H_{3c}: Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki sigaranın zararları konusundaki “sosyal etkileşimi” pozitif yönde etkiler.

H₄: Sigara paketleri üzerinde yer alan “uyarıyı düşünme” sigarayı bırakma davranışı üzerinde etkilidir.

H₅: Sigaranın zararları konusundaki “sosyal etkileşim” sigarayı bırakma davranışı üzerinde

etkilidir.

H_{5a}: Sigaranın zararları konusundaki sosyal etkileşim “uyarı hakkında düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.

H_{5b}: Sigaranın zararları konusundaki sosyal etkileşim “sigarayı bırakmayı” pozitif yönde etkiler.

3.2. Örneklem

Araştırmanın ana kütlelerini Gümüşhane Üniversitesi’nde 2021 – 2022 döneminde öğrenim gören on sekiz bin öğrenci oluşturmaktadır. Ancak ana kütlelerin tamamına ulaşmanın teknik ve mali zorluğu nedeniyle araştırma örneklem üzerinden yapılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Bu amaçla, çalışma Eylül – Ekim – Kasım 2021’de anketleri doldurmayı kabul eden 354 katılımcı ile yapılmıştır. Çalışmada çelişkili ve güvenli olmayan cevapları içeren 7 anket ile sigara kullanmayan 138 katılımcıya ait anket çıkarılmıştır. Gümüşhane Üniversitesi’nde öğrenim gören ve sigara kullanan 209 katılımcının verileri yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir.

3.3. Bulgular

Örneklem genel özelliklerine bakıldığında araştırmaya katılanların %32’sinin kadın ve % 96’sının 18 – 24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %83’ünün geliri 1000 TL’nin altındadır. Katılımcıların %75’inin hane büyüklüğü 4 – 5 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların %33’ü günlük 15 adet ve üzeri sigara içmektedir.

21 ifade ile uyarı (U), dikkat (D), negatif etki (NE), uyarıyı düşünme (UD), sosyal etkileşim (SE) ve sigarayı bırakma (SB) olmak üzere 6 değişkenden oluşan araştırma ölçeğinin geçerliliğini test etmek amacıyla Yapısal Eşitlik Modeli kapsamında doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA, toplanmış verinin daha önce keşfedilmiş ve farklı araştırmalarda kullanılmış olan yapıyla uyumlu olup olmadığını ortaya çıkarmak için uygulanmaktadır. İlk DFA çözümüne göre model - veri uyumunun sağlanmadığı görülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın model uyum iyiliğini yükseltmek amacıyla önerilen modifikasyonlar sırasıyla yapılmıştır. DFA çözümüyle ulaşılan uyum iyiliği değerleri ile ileri sürülen kabul düzey değerleri mukayese edildiğinde (bkz. Tablo 2), model - veri uyumunun Hu ve Bentler (1999) tarafından oluşturulan kriterler çerçevesinde mükemmel sınırlar içerisinde olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2: DFA Model Uyum İyiliği

Kriterler	Model	Sınırlar	
		Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2 / df	1,794	$0 \leq \chi^2 / df \leq 2$	$2 < \chi^2 / df \leq 5$
RMSEA	,062	<0,05	<0,08
CFI	,991	>0,95	>0,90
TLI	,966	>0,95	>0,90
IFI	,991	>0,95	>0,90
NFI	,980	>0,95	>0,90
GFI	,989	>0,90	>0,80
AGFI	,942	>0,90	>0,80

Kaynak: Doll vd, 1994; Forza ve Filippini, 1998; Hu ve Bentler, 1999.

Tablo 3’de Doğrulamalı Faktör Analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır. 21 ifade ve 6 değişkenden oluşan araştırmanın faktörler arasındaki ilişkiyi temsil eden standardize regresyon katsayılarının 0,90’nın üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre 21 ifade ve 6 faktörlü yapıdan oluşan araştırma ölçeğinin yapı geçerliliğinin DFA ile doğrulandığı söylenebilir. Ayrıca 21 ifadeden oluşan ölçek için güvenilirlik analizi uygulanmış ve hesaplanan Cronbach’s Alfa katsayısı 0,91 olarak tahmin edilmiştir. Elde edilen bu sonuca göre araştırma ölçeği yüksek güvenilirliğe sahiptir.

Tablo 3: Araştırma Ölçeğinin Yapı Geçerliliği

Faktörler	İfade	Cronbach’s Alfa
Uyarı (U)	Son bir ayda, sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketini düşünmekten ne sıklıkla kaçındınız?	,906
	Son bir ayda, sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketine bakmaktan ne sıklıkla kaçındınız?	,906
	Son bir ayda, sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketini başkalarının görmesini istemediğiniz için ne sıklıkla kaldırdınız/sakladınız?	,907
Dikkat (D)	Sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketleri ne sıklıkta dikkatinizi çekti?	,904
	Sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketlerini ne sıklıkla fark ettiniz?	,904
	Sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketlerini ne sıklıkta okudunuz / incelediniz?	,906
Sosyal Etkileşim (SE)	Son bir ayda, sigara paketleri üzerindeki uyarı etiketleri hakkında başkalarıyla ne sıklıkta konuştunuz?	,905
	Son bir ayda, sigara içmenin sağlık riskleri hakkında başkalarıyla ne sıklıkta konuştunuz?	,904
	Son bir ayda, sigarayı bırakma hakkında başkalarıyla ne sıklıkta konuştunuz?	,904
Uyarıyı Düşünme (UD)	Sigara paketinizi fark ettiğinizde, uyarı etiketinin ilettiği mesajı ne sıklıkta düşünürsünüz?	,904
	Sigara paketiniz ortalıkta görünmediğinde, uyarı etiketinin ilettiği mesajı ne sıklıkta düşünürsünüz?	,907
	Sigara içmenin size vereceği zararı ne sıklıkta düşünürsünüz?	,905
	Sigara içmenin diğer insanlara verebileceği ne sıklıkta düşünürsünüz?	,907
Sigarayı Bırakma (SB)	Önümüzdeki ay sigarayı bırakmayı ne sıklıkla düşünüyorsunuz?	,905
	Önümüzdeki 6 ay içinde sigarayı bırakmayı ne sıklıkla düşünüyorsunuz?	,905
	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni kaygılı hissettirdi.	,906
Negatif Etki (NE)	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni iğrenmiş hissettirdi.	,902
	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni korkmuş hissettirdi.	,904
	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni suçlu hissettirdi.	,904
	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni üzüntülü hissettirdi.	,903
	Sigara paketlerinin üzerindeki uyarı etiketleri beni kaygılı hissettirdi.	,902
Cronbach’s Alfa		0,91

Tablo 4’de yer alan değişkenler arası korelasyon, araştırma ölçeğinde yer alan değişkenler arası ilişkinin pozitif ve % 95 güven aralığında ($p < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Değişkenler içerisinde en güçlü ilişki uyarıyı düşünme ile sosyal etkileşim arasındadır ($r = 0,61$). Ayrıca katılımcıların negatif etki ile uyarıyı düşünme ($r = 0,49$), negatif etki ile sosyal etkileşim ($r = 0,46$), dikkat ile negatif etki ($r = 0,45$), sosyal etkileşim ile sigarayı bırakma ($r = 0,45$), uyarıyı düşünme ile sigarayı bırakma ($r = 0,42$) arasında da pozitif ve anlamlı ilişki bulunmaktadır. Değişkenler içerisinde uyarı ile sigarayı bırakma arasında ($r = 0,17$) ve dikkat ile sigarayı bırakma arasında ($r = 0,21$) en düşük pozitif ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Değişkenler Arası Korelasyon

	\bar{X}	SS	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
[1]Uyarı	,30	,39	(1)					
[2] Dikkat	2,60	,19	,400**	(1)				
[3] Negatif Etki	,44	,16	,408**	,452**	(1)			
[4] Uyarıyı Düşünme	,39	,90	,319**	,436**	,498**	(1)		
[5] Sosyal Etkileşim	,18	,99	,369**	,449**	,462**	,613**	(1)	
[6] Sigarayı Bırakma	,98	,38	,174*	,218**	,399**	,422**	,453**	(1)

Not: \bar{X} : ortalamayı, SS: standart sapmayı ** p < 0,001; * p < 0,05 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5'te uygulanan yol analizine ilişkin hipotez testi bulguları yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre, kurulan on bir hipotez için test sonuçlarının % 95 güven aralığında (p < 0,05) istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; en güçlü ilişki sosyal etkileşim ve uyarıyı düşünme ($\beta = 0,45$; p < 0,001) ile uyarı ve dikkat ($\beta = 0,40$; p < 0,001) değişkenleri arasında görülmüştür. Dikkat ile negatif etki ($\beta = 0,344$; p < 0,001) değişkenleri ve negatif etki ile sosyal etkileşim ($\beta = 0,326$; p < 0,001) değişkenleri arasında da pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

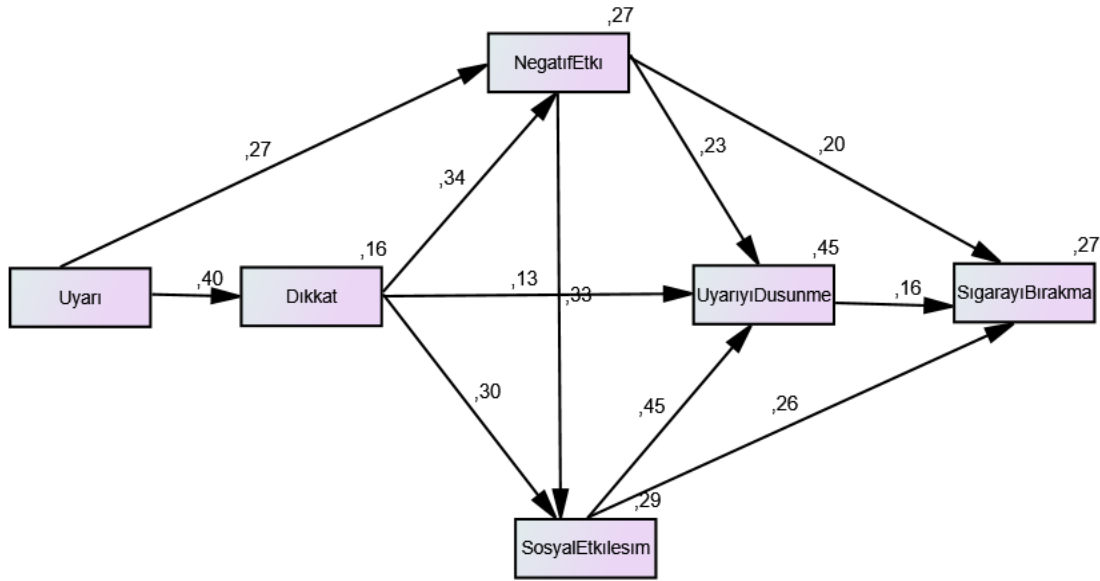
Tablo 5: Yol Analizi ve Hipotez Testi Bulguları

Yol	β_1	β_2	S.E.	C.R.	Prob.	Hipotezler	Durum
D <--- U	0,400	0,342	0,054	6,288	0,001	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri sigara bağımlıların "dikkatini" pozitif yönde etkiler.	H _{1a} Kabul
NE <--- D	0,344	0,334	0,063	5,304	0,001	Sigara bağımlıların sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati "negatif etkiyi" pozitif yönde etkiler	H _{2a} Kabul
NE <--- U	0,271	0,225	0,054	4,175	0,001	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketleri sigara bağımlıların üzerindeki "negatif etkiyi" pozitif yönde etkiler.	H _{1b} Kabul
SE <--- D	0,302	0,251	0,054	4,601	0,001	Sigara bağımlıların sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati sigaranın zararları konusundaki "sosyal etkileşimi" pozitif yönde etkiler.	H _{2c} Kabul
SE <--- NE	0,326	0,278	0,056	4,96	0,001	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki sigaranın zararları konusundaki "sosyal etkileşimi" pozitif yönde etkiler.	H _{3c} Kabul
UD <--- D	0,129	0,098	0,046	2,132	0,033	Sigara bağımlıların sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik dikkati sigaranın zararları	H _{2b} Kabul

Yılmaz Uğur, C. (2022). Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 670-685.

						konusundaki “uyarılı düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.	
--	--	--	--	--	--	--	--

UD <--- SE	0,447	0,41	0,056	7,328	0,001	Sigaranın zararları konusundaki sosyal etkileşim “sigarayı bırakmayı” pozitif yönde etkiler.	H _{5b} Kabul
UD <--- NE	0,233	0,182	0,048	3,802	0,001	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki “uyarıyı düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.	H _{3b} Kabul
SB <--- UD	0,163	0,249	0,121	2,07	0,038	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarıyı düşünme “sigarayı bırakma” tutumunu pozitif yönde etkiler.	H ₄ Kabul
SB <--- SE	0,262	0,366	0,108	3,393	0,001	Sigaranın zararları konusundaki sosyal etkileşim “uyarı hakkında düşünmeyi” pozitif yönde etkiler.	H _{5a} Kabul
SB<--- NE	0,196	0,234	0,084	2,786	0,005	Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine yönelik negatif etki “sigarayı bırakmayı” pozitif yönde etkiler.	H _{3a} Kabul



Şekil 3: Yapısal Modele Ait Standartlaştırılmış Yol Katsayıları

Öte yandan uyarı ile sigarayı bırakma davranışı arasındaki ilişkide dikkat, negatif etki, sosyal etkileşim ve uyarıyı düşünme değişkenlerinin aracılık rolü olup olmadığını test etmek amacıyla bootstrap yöntemini esas alan yol analizi yapılmıştır. Bootstrap yöntemi ile, Baron ve Kenny'nin geleneksel yönteminden ve Sobel testinden daha güvenilir sonuçlar elde etmek mümkündür. “Bootstrap tekniği ile yapılan aracılık etki analizlerinde, araştırma hipotezlerinin doğrulanabilmesi için elde edilen % 95 güven aralığındaki (GA) değerlerin sıfır (0) olmaması gerekmektedir” (Gürbüz, 2021: 124). Bootstrap tekniği ile yapılan aracılık etki analizlerinde uyarı değişkeninin sosyal etkileşim aracılığıyla sigarayı bırakma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin ($\beta = 0,166$; % 95 GA [0,105 – 0,246], dikkat değişkeninin negatif etki aracılığıyla sigarayı bırakma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin ($\beta = 0,170$; % 95 GA [0,111 –

0,245], dikkat değişkeninin uyarıyı düşünme aracılığıyla sigarayı bırakma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin ($\beta = 0,176$; % 95 GA [0,116 – 0,272] ve uyarı değişkeninin dikkat aracılığıyla sigarayı bırakma davranışı üzerindeki dolaylı etkisinin ($\beta = 0,071$; % 95 GA [0,24 – 0,135] olduğu görülmektedir.

4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Sigara; kullanıcıları ve pasif içiciler açısından sağlık sorunlarının artması, daha düşük yaşam kalitesi, iş gücü kaybı, sigaradan kaynaklanan hastalıkların tedavisinde katlanılan ekonomik yük gibi birçok olumsuzluğun nedenidir. Ayrıca sigara toplumsal olarak da kayıp yaratmakta; gelir potansiyeli ve emek üretkenliği düşük olan sigara bağımlıları, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve sosyal kalkınma için kritik olan beşeri sermaye birikimini zayıflatmaktadır. Sigaradan kaynaklanan sağlık harcamalarının artması ise bütçe üzerinde önemli bir yük oluşturmaktadır. Sigaranın bireye, üçüncü kişilere ve topluma yüklediği maliyetleri minimize etmek amacıyla “iyi” olana yönlendirmeyi amaç edinen paternalist devlet, birtakım kamusal müdahaleler geliştirmekte ve sigara kullanımını azaltmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda sigara uyarı etiketleri sigara kullanımından kaynaklanan risklerin fark edilmesini sağlayarak sigara kullanımının azaltılmasında ya da bırakılmasında etkili paternalist politikalarından biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada Gümüşhane Üniversitesi’nde öğrenim gören 209 sigara kullanıcısının sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerinin uyarı, dikkat, negatif etki, sosyal etkileşim, uyarıyı düşünme değişkenlerinin sigara bırakma davranışı üzerindeki etkisi ampirik olarak ele alınmıştır. Analiz sonuçlarına göre, sosyal etkileşim ve uyarıyı düşünme değişkenleri arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğu görülmektedir. Yani, katılımcıların sigaranın zararları hakkındaki etkileşimi sigara paketleri üzerinde yer alan uyarılar üzerine daha fazla düşünülmesine ayrıca sigara uyarı etiketlerine ilişkin negatif etkinin artmasına neden olmaktadır. Sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine daha fazla dikkat edilmesi sigara uyarı etiketlerine ilişkin negatif etkiyi artırmaktadır. Ayrıca dikkat, negatif etki, sosyal etkileşim ve uyarıyı düşünme değişkenleri sigara bırakma davranışına aracılık etmektedir. Nitekim çalışmadan elde edilen bulgular, literatürde yer alan çalışmalarla (Hammond ve diğerleri, 2004; Yong ve diğerleri, 2014; Brewer vd. 2019) tutarlı olarak, sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerine duyulan olumsuz tepkilerin sigarayı bırakma davranışı ile ilişkili olduğunu göstermektedir.

Özetle, sigara paketleri üzerinde yer alan uyarı etiketlerinin sigarayı bırakma davranışını motive etmede duyguların rolünü öne süren teoriler ile tutarlı olduğu görülmektedir. Böylece uyarı etiketleri, sigarayı bırakma girişimlerini artırarak bireysel ve toplumsal olarak sigaradan kaynaklanan yükün azalmasını sağlamak ve yumuşak paternalist politikaların başarısını vurgulamaktadır.

Etik Beyan

“Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama” başlıklı çalışmanın yazılması ve yayınlanması süreçlerinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Çalışma için Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 29/09/2021 tarih ve 2021/6 sayılı Etik Kurul Raporu alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Çalışmadaki yazar çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere katkı yapmış ve nihai halini okuyarak onaylamıştır.

Yılmaz Uğur, C. (2022). Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 670-685.

Çatışma Beyanı

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

KAYNAKÇA

- Azagba, S. ve Sharaf, M. (2013). The Effect of Graphic Cigarette Warning Labels on Smoking Behavior: Evidence from the Canadian Experience, *Nicotine & Tobacco Research*, 15 (3), 708 – 717.
- Brewer, T. N., Parada, H., Hall, G. M., Boynton, H. M. Noar, M. S. ve Ribisl, M. K. (2019). Understanding Why Pictorial Cigarette Pack Warnings Increase Quit Attempts, *Annals of Behavioral Medicine*, 53 (3), 232 – 243.
- Brewer, T. N., Jeong, M., Mendel, R. J., Hall, G., Zhang, D., Parada, H., Boynton, H. M., Noar, M. S., Baig, A. S., Morgan, C. J. ve Ribisl, M. K. (2018). Cigarette Pack Messages About Toxic Chemicals: A Randomised Clinical Trial, *Tobacco Control*, 28 (1), 74 – 80.
- Dhani, R., Artini, A., Pannindriya, T., Albert, A., Ahsan, A. ve Kusuma, D. (2021). Effects of Pictorial Health Warnings on Cognitive, Affective, and Smoking Behavior: A Mixed Methods Study in Four Cities in Indonesia, *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, 22, 397 – 405.
- Fathelrahman, A., Omar, M., Awang, R., Cummings, M., Borland, R. ve Samin, A. (2010). Impact of the New Malaysian Cigarette Pack Warnings on Smokers' Awareness of Health Risks and Interest in Quitting Smoking, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 7, 4089 – 4099.
- Ferrer, R. A., Klein, W. M. P., Lerner, J. S., Reyna, V. ve Keltner, D. (2016). Emotions and Health Decision - Making: Extending the Appraisal Tendency Framework to Improve Health and Health Care. C. Roberto & I. Kawachi (Ed.), *Behavioral Economics and Public Health* içinde (ss. 101–131). New York, NY: Oxford University Press.
- Green, C. A., Kaai, C. S., Fong, T. G., Driezen, P., Quah, A. ve Burhoo, P. (2014). Investigating the Effectiveness of Pictorial Health Warnings in Mauritius: Findings From the ITC Mauritius Survey, *Nicotine & Tobacco Research*, 16 (9), 1240- 1247.
- Gürbüz, S. (2021). Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi: Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler, Güncellenmiş 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Hall, M., Sheeran, P., Noar, M. S., Boynton, H. M., Ribisl, M. K., Parada, H., Johnson, O. T. ve Brewer, N. (2018). Negative Affect, Message Reactance, and Perceived Risk: How Do Pictorial Cigarette Pack Warnings Change Quit Intentions?, *Tobacco Control*, 27, 136 – 142.
- Hammond, D. (2011). Health Warning Messages on Tobacco Products: A Review, *Tobacco Control*, 20, 327 – 337.
- Hammond, D., Fong, G. T., McDonald, P. W., Cameron, R. ve Brown, K. S. (2003). Impact of the Graphic Canadian Warning Labels on Adult Smoking Behaviour, *Tobacco Control*, 12, 391 - 395.
- Hammond, D., Fong, G. T., McDonald, P. W., Brown, K. S. ve Cameron, R. (2014). Graphic Canadian Cigarette Warning Labels and Adverse Outcomes: Evidence from Canadian Smokers, *American Journal of Public Health*, 94 (8), 1442 – 1445.

Yılmaz Uğur, C. (2022). Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 670-685.

- Hiilamo, H., Crosbie, E., ve Glantz, S (2014). The Evolution of Health Warning Labels on Cigarette Packs: The Role of Precedents and Tobacco Industry Strategies to Block Diffusion, *Tobacco Control*, 23(1), 1 – 23.
- Hnin, T., Shein, N. ve Aye, K. (2020). Awareness and Perceptions on Health Warning Labels on Cigarette Packs Among Smokers: A Cross-Sectional Study, *Hindawi BioMed Research International*, 1 – 7.
- Kees, J., Burton, S., Andrews, J. C. ve Kozup, J. (2010). Understanding How Graphic Pictorial Warnings Work on Cigarette Packaging, *Journal of Public Policy & Marketing*, 29 (2), 265 – 276.
- Kunst, E. A., Splunter, C. Troelstra, S. A. ve Bosdriesz, J. R. (2019). Did the Introduction of Pictorial Health Warnings Increase Information Seeking for Smoking Cessation?: Time - Series Analysis of Google Trends Data in Six Countries, *Tobacco Prevention & Cessation*, 5 (27), 1 – 9.
- Mannocci, A., Mipatrini, D., Troiano, G., Milazzo, F., Langiano, E., Ferrara, M., Firenze, A., Provenzano, S., Gualano, M. R., Fiore, M., Boccia, G., Messina, G., De Vito, E., Siliquini, R., Villari, P. ve La Torre, G. (2019). The Impact of Pictorial Health Warnings on Tobacco Products in Smokers Behaviours and Knowledge: The First Quasi - Experimental Field Trial After the Implementation of the Tobacco Law in Italy, *Ann Ist Super Sanita*, 55(2), 186 - 194.
- Marshall, T. E., Xu, S. S., Meng, G., Quah, A., Sansone, C. G., Feng, G., Jiang, Y., Driezen, P., Omar, M., Awang, R. ve Fong, G.T. (2015). The Lower Effectiveness of Text - Only Health Warnings in China Compared to Pictorial Health Warnings in Malaysia, *Tobacco Control*, 24 (4), 6 – 13.
- Mead, E., Cohen, J. E., Kennedy, C., Gallo, E. J. ve ve Latkin, C. A. (2015). The Role Of Theory - Driven Graphic Warning Labels in Motivation to Quit: A Qualitative Study on Perceptions From Low - Income, Urban Smokers, *BMC Public Health*, 15 (92), 1 – 11.
- Mourik, D., Candel, J. J. M., Nagelhout, G. E., Willemsen, M. C., Yong, H., Putte, B., Fong, G. T. Ve Vries, H. (2019). How the New European Union's (Pictorial) Tobacco Health Warnings Influence Quit Attempts and Smoking Cessation: Findings from the 2016–2017 International Tobacco Control (ITC) Netherlands Surveys, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, 1 – 15.
- Noar, S., Hall, M. G., Francis, D., Ribisl, K. M., Pepper, J. ve Brewer, N. (2016). Pictorial Cigarette Pack Warnings: A Meta - Analysis of Experimental Studies, *Tobacco Control*, 25, 341 - 354.
- Nonnemaker, J., Farrelly, M., Kamyab, K., Busey, A. ve Mann, N. (2010), Experimental Study of Graphic Cigarette Warning Labels: Final Results Report, Research Triangle Park, NC: RTI International.
- Romer, D., Ferguson, S. G., Strasser, A. A., Evans, A. T., Tompkins, M. K., Macisco, J., Fardal, M., Tusler, M. ve Peters, E. (2018). Effects of Pictorial Warning Labels for Cigarettes and Quit-Efficacy on Emotional Responses, Smoking Satisfaction and Cigarette Consumption, *Annals of Behavioral Medicine*, 52, 53 – 64.
- Schneider, S., Gadinger, M. ve Fischer, A. (2012). Does the Effect Go Up in Smoke? A Randomized Controlled Trial of Pictorial Warnings on Cigarette Packaging, *Patient Education and Counseling*, 86, 77 – 83.

- Yılmaz Uğur, C. (2022). Sigara Uyarı Etiketlerinin Sigarayı Bırakma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 670-685.
- Shadel, W., Martino, S. C., Setodji, C. M., Dunbar, M., Scharf, D. ve ve Creswell, K. G. (2019). Do Graphic Health Warning Labels on Cigarette Packages Deter Purchases at Point-Of-Sale? An Experiment with Adult Smokers, *Health Education Research*, 34 (3), 321 – 331.
- Tripathy, J. P. ve Verma, M. (2020). Impact of Health Warning Labels on Cigarette Packs in India: Findings from the Global Adult Tobacco Survey 2016–17, *Behavioral Medicine*.
- Wu, D., Yang, T., Cottrell, R. R., Zhou, H., Yang, X. Y. ve Zhang, Y. (2014). The Effects of Tobacco-Related Health-Warning Images on Intention to Quit Smoking Among Urban Chinese Smokers, *Health Education Journal*, 74 (3), 287 – 298.
- Yong, H., Fong, G. T., Driezen, P., Borland, R., Quah, A., Sirirassamee, B., Hamann, S. ve Omar, M. (2013). Adult Smokers' Reactions to Pictorial Health Warning Labels on Cigarette Packs in Thailand and Moderating Effects of Type of Cigarette Smoked: Findings from the International Tobacco Control Southeast Asia Survey, *Nicotine & Tobacco Research*, 15 (8), 1339 – 1347.
- Yong, H., Borland, R., Thrasher, J. F., Thompson, M. E., Nagelhout, G. E., Fong, G. T., Hammond, D. ve Cummings, K. M. (2014). Mediation Pathways of the Impact of Cigarette Warning Labels on Quit Attempts, *Health Psychology*, 33 (11), 1410 – 1420.