

RİSK İLETİŞİMİ KAPSAMINDA SİGARA PAKETLERİ ÜZERİNDEKİ GÖRSEL UYARI NİTELİĞİ TAŞIYAN MESAJLARIN SİGARA KULLANIMINA ETKİSİ

Rukiye ÇELİK¹
Merve DURMAZ²
Rukiye YORULMAZ³
Tuğba VAROL⁴
Fatma Nur POLAT⁵
Begüm YALÇIN⁶
Zuhal TÜRKMEN⁷
Naz BACANLI⁸

ÖZET

Amaç: Risk iletişimi, bireylerin ve grupların riski nasıl algıladıklarıyla ilgilidir. Risk iletişimi birçok alanda görülmekte olup olumlu ve olumsuz etkileri mevcuttur. Olumsuz etkilerin en aza indirilebilmesiyle ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Sigara paketleri üzerindeki uyarı ve mesajlar da risk iletişimi için yapılan çalışmalardandır. Bu çalışmanın amacı da sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı ve mesajların sigara kullanıcıları üzerindeki etkisini belirlemeye yöneliktir.

Materyal-Metot: Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı niteliği taşıyan mesajların sigara kullanıcıları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, 21 sigara kullanıcısı ile görüşmeler yapılmıştır.

¹ Araştırma Görevlisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, bursa-84@hotmail.com.

² Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, mervedurmaz.sdu@hotmail.com.

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, yorulmaz.rukiye@hotmail.com.

⁴ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, tugba.varol.9@gotmail.com.

⁵ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, fatmanurpolatt@hotmail.com.

⁶ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, begumyalcin92@gmail.com.

⁷ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, zuhal.turkmen@hotmail.com.

⁸ Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Sağlık Yönetimi ABD, naz_bacanli@hotmail.com.

Bulgular: Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; sigara kullanıcılarının çoğunluğunun sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkilenmedikleri, etkilenenlerde ise bu etkinin zamanla azaldığı gözlenmiştir.

Sonuç: Araştırmanın sonucunda, sigara kullanıcılarının çoğunun görsellerden etkilenmedikleri için bu görsellerin gerçekçiliğinin artırılması gerektiği söylenebilir. En çok dikkat çeken görsellerin; akciğer resimleri, koyu renkler ve bebek resimleri olması sebebiyle bu tarz görsel uyarıların risk iletişimi kapsamında daha çok yer alması gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Uyarı, Risk İletişimi, Sigara Paketleri.

VISUAL COMMUNICATION WITHIN THE RISK WARNING ON CIGARETTE PACKS TRANSMITTED MESSAGES SMOKING EFFECT OF NATURE

ABSTRACT

Aim: Risk communication is related to how they risk of individual group. Risk communication is seen in many areas has positive and negative effects. Work have made related to minimizing the negative impacts. Warning and messages on cigarette packages is the study for risk communication. Aim of this study has been determined in the cigarette pack the effect on users of the visual warning messages.

Material-Method: Visual warning on cigarette packages carried the message in order to determine the impact on cigarette users, 21 non-users, conducted interviews with.

Finding: According to the findings of the study; they are affected by the majority of non-users visual on cigarette packets while those affected has been observed that this effect diminishes with time.

Result: As a result of the research, it can be said that to need to increase the visual reality for non affected the visuals of majority of cigarette users. The most noticeable visuals, 1 due to lung visual pictures, darker colors and baby pictures say it could take risk communication within the scope of this style visual warning

Key Words: Visual Warning, Risk Communication, Cigarette Pack.

1. GİRİŞ

Her yıl dünya genelinde milyonlarca insan, sigaranın neden olduğu zararlar nedeniyle hayatını kaybetmekte veya pek çok sağlık sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Günümüzde önemli halk sağlığı sorunlarından biri

durumuna gelen tütün bağımlılığının önlenmesi amacıyla sağlıkta risk iletişimi kapsamında pek çok önlemler alınmaktadır. Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı ve mesajlarda bu amaçla alınan önlemlerden biridir. Dünyada başta, Amerika Birleşik Devleti olmak üzere pek çok ülke tarafından uygulanan bu yöntem kullanıcılarda sigaranın zararlarına karşı bir farkındalık oluşturarak ve paketler üzerindeki görsellerin etkileyiciliğinden de faydalanarak sigara kullanımının en aza indirilmesini amaçlamaktadır.

Tütün bağımlılığının önlenmesi amacıyla Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) yönlendirdiği uluslararası çabalar neticesinde, 168 imzanın yer aldığı ve 160'dan fazla ülkenin taraf olduğu Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi (TKÇS) 21 Mayıs 2003 tarihinde uygulamaya girmiştir. DSÖ, TKÇS politika gelişimi için içerik ve ilkeleri, müdahalelerin planlanması ve tütünün kontrol edilebilmesi için politik ve finansal kaynakların harekete geçirilmesini sağlamaktadır. Ancak tütün kontrolü hedefinin başarılı olabilmesi için uluslararası birliklerin ve kurumların koordineli desteğinin yanı sıra ülke bazındaki devlet kurumlarının, akademik kuruluşların, profesyonel birliklerin ve sivil toplum örgütlerinin de koordineli bir yapıda çalışması gerekmektedir (Mpower, Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi).

2. RİSK İLETİŞİMİ

2.1 Etkili Risk İletişimi

İletişim bilgi alışverişi, karşılıklı ileti aktarımı, iletim eyleminin çift yönlü görünümü, bir taraftan öbür tarafa bir bilginin, bir duygunun, bir düşüncenin aktarımıdır (Güz, 2002). İletişim, kişinin kendisini, başkalarını, çevresini ve toplumunu tanıyabilmesi ve yaşamını sürdürebilmesi için bir gereksinimdir. Yaşamımızın olmazsa olmaz bir olgusudur. Bireylerden, topluma ulaşan her yolda, her zaman iletişim kurmanın zorunluluğu vardır. İçeriği ne olursa olsun, bir sorunu çözmek için insanların düşünce alışverişinde bulunmaları, bir başka deyişle, iletişim kurmaları gerekir (Cüceloğlu, 2003: 13). İletişimin temel amacı etkilemek ve değiştirmektir (Gürgen, 1997: 83). Etkileme olgusu beraberinde etkileşimi getirir. Etkin iletişim; iletişime dâhil olan tarafların, iletişim sürecinin nihayetinde iletişime başlarken güttükleri amaçlarına ulaşılabildikleri iletişimidir (Arslan, 2005).

Risk ise, sosyal kurumların iletişim aktivitelerinin bir ürünüdür; yani sosyal bir oluşumdur. Riskler hakkındaki iletişim, kamu sağlığının önemli bir ilgi alanıdır. Sağlık bağlamında riski tanımlayacak olursak; tehditlerin belirlenmesi, değerlendirilmesi ve kimi olumsuz sonuçlarının azaltılması ya da önlenmesinin yönetimi ile ilgilidir.

Risk iletişimi bireylerin ve grupların riski nasıl algıladıkları, işledikleri ve risk algılarını nasıl etkilediği hakkındadır (Çınarlı, 2011). DSÖ,

risk iletişimini “*karar vericiler ya da uzmanlar ile kamu arasında riskin varlığı, çeşidi, biçimi, ciddiyeti veya risk olarak kabul edilebilirliği hakkındaki iki yönlü iletişim süreci*” olarak tanımlamaktadır (akt.: Çınarlı, 2014). 1989’daki National Research Council’in (Ulusal Araştırma Konseyi) tanımında risk iletişimi daha geniş kapsamla “İnsan sağlığı veya çevresine dair bir riskle ilgili olarak kişiler, gruplar ve kurumlar arasında enformasyon ve fikir alışverişinin etkileşimli süreci” olarak ele alınmaktadır. Etkin bir risk iletişiminde kaynak-kanal-alıcı arasında çift yönlü bir enformasyon akışı olması gerekmektedir. Özellikle bu doğru iletişim akışı sağlık ve risk konusunda alınan önlemlerde bu tür risklerin anlam ve önemi, alınan kararların-eylemlerin bu riskleri düzenleme ve kontrolünü sağlamak açısından önem arz etmektedir (Doğanyığıt ve Çınarlı, 2011).

Toplum bireylerine sadece hava kirliliğinin, sigaranın ya da diğer zararlı davranış ve durumların zararlarının iletilmesi yeterli değildir. Kişilerin uyabilme ve etkili olabilme inançlarının yaratılması ve pekiştirilmesi gerekmektedir. Burada tüm hedeflerin davranış değişikliğine yönelik olduğu unutulmamalıdır. Bu tek bir hasta için veya belirli grup veya toplumlar için davranış değişikliği hedef alınabilir. Böyle bir değişiklikte söz konusu toplumun veya bireylerin tehlikeden etkilenebileceklerinin, riskin ağırlığının, koruyucu uygulamaların etkililiğinin, birey veya grubun eylem kapasitesinin, yararın maliyete göreceli olarak yüksekliğinin iletilmesi, anlaşılır hale getirilmesi ve bunlara inandırılması gerekmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1997).

2.2 Risk iletişiminin Uygulama İlkeleri

Risk iletişimi son zamanlarda ülkemizde farklı bir boyut kazanmaktadır. Özellikle medya unsurlarının bu konudaki etkisi yadsınamayacak kadar fazladır. Risk iletişimi konusuyla ilgili ülkemizde yapılmış yeteri kadar çalışma bulunmamaktadır.

Risk iletişiminin uygulama ilkelerini aile, okul ve toplum bazında değerlendirebiliriz. Bireylerin, oluşabilecek risk faktörlerine karşın (sigara, alkol, madde bağımlılığı, vs.) aileden başlayarak uygulanması önleyici bir unsur teşkil edebilir. Ailelerin risk faktörlerine karşı çocuklarıyla kurmuş oldukları iletişim, madde kullanımıyla ilgili kurallar koyulması ve ailelerin çocuklarını gözlemlemesi son derece önemlidir. Okul öncesi eğitim programlarıyla madde kullanımı, agresif davranışlar, zayıf sosyal beceriler ve akademik başarısızlıklar gibi risk faktörleri engellenebilir. Toplumsal olarak ise yapılan okul faaliyet kulüpleri, dini kurumlar ve medyayı da kapsayan geniş bir kesime hitap eden etkinliklerle risk iletişimi kapsamında önleyici etkinlikler oluşturulabilir (www.yeniden.org). Buradan hareketle DSÖ’nün 2004 verilerine göre (akt.: Sezgin, 2010) risk iletişiminin temel ilkelerini;

1. Tehlike oluşturan veya oluşturacak olan faktörün tanımlanması,

2. Tanımlanan bu risk faktörünün onaylatılması,
3. Risk faktörüne karşı bir tepkinin oluşturulması olarak sıralanabilir.

Riskin belirlenmesinden sonraki en önemli aşama risk iletişimidir. Risk iletişiminde başarı, mesaj kaynakları ve mesajı alanlarla ilgili yeterli bilgiye sahip olunmasına bağlıdır (Güler ve arkadaşları, 1997: 12). Örneğin, medyada sağlık programı yapan bir hekimin ekran başındaki insanlara bir şeyleri anlatırken çok fazla tıbbi terim kullanması mesajı alıcı durumunda olan kişilere karşı yanıltıcı ve anlaşılmasız oluşumlara sebep olabilir.

Risk iletişimcileri, risk altında bulunan kişilere yol göstermek, sağlığı tehdit eden risk unsurlarını en alt seviyeye indirmek için bilinç artırıcı girişimlerde bulunmaktadır. Risk iletişimcisinin teknik becerisi, güvenilirliği, ehliyetine olan inanç etkinliği ve çalışmalarına olan inanç, riskin algılanmasında önemlidir (Güler ve arkadaşları, 1997: 51).

Çevre kaynaklı hastalıklar her yıl milyonlarca -önlenebilir- ölüme yol açmaktadır. Tehlikeli atık boşaltımı, hızlı nüfus artışı, hava ve çevre kirliliği, sağlık problemlerine bağlanmış kötü etkili çevresel faktörlerden yalnızca birkaçıdır (Sezgin, 2010: 158). Sigara kullanımı da bunlardan bir diğeridir. Sigara kullanımına başlama yaşı toplumumuzda son zamanlarda oldukça düşmüştür. Kapalı ortamlarda sigara kullanımının yasaklanmasından sonra sigara kullanımının genel olarak düştüğü gözlenirken sigara kullanımına başlama yaşının da düşmesi oldukça endişe verici ve çelişkilidir. Bu noktada Sağlık Bakanlığına, ailelere, okullardaki eğitimcilere ve medya unsurlarına sorumluluklar düşmektedir. Bilhassa yazılı ve görsel basın araçlarını kullanarak sigaranın zararları hakkında toplumda etkili bir duyarlılığın oluşturulmasıyla bu durum ortadan kaldırılabilir.

3. SİGARA KULLANIMINI ENGELLEYİCİ POLİTİKA OLARAK RİSK İLETİŞİMİ

Sigara tüm dünyada başlıca önlenebilir morbidite ve mortalite nedenleri arasındadır (Aslaner, 2008). Ülkemizde 15 yaş üstü toplam sigara kullanım sıklığı %31,2'dir. Yaklaşık olarak 16 milyon kişi sigara içmektedir. Bu oran kadınlarda %15,2; erkekler de ise %47,9 dur (Türkiye Halk Sağlığı Raporu 2012). Dünyada her yıl sigaranın yol açtığı sebeplerden 5 milyondan fazla erken ölüm gerçekleşmektedir. Bu sayının 2030 yılında 8 milyona ulaşacağı düşünülmektedir (WHO, 2008). Ülkemizde ise bu sayı yılda 100 bin civarında olup; ölümlerin de %23'ü sigaraya bağlı meydana gelen hastalıklar oluşturmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı). Sigara kaynaklı ölümlerin sayılarına bakıldığında hem dünya da hem de ülkemiz için bu alanda önlenebilir çalışmalar yapılması gerektiği görülmektedir.

Tüm dünyada sigara kullanımını önemli ölçüde azaltabilmek için başarısı kanıtlanmış politikaların uygulamaya konması gerekmektedir. WHO bu konuda “MPOWER” olarak adlandırılan altı politika ortaya koymuştur. Bu politikalar;

- Tütün kullanımı ve koruyucu uygulamaları izlemek (Monitör),
- Toplum tütün dumanından korumak (Protect),
- Yardım önermek (Offer),
- Tütünün zararları konusunda uyarmak (Warn),
- Tütün reklam ve tanıtımını yasaklamayı desteklemek (enforce),
- Tütün vergilerini arttırmak (raise),

şeklinde altı maddeden meydana gelmektedir. Belirlenen bu politikaların sigara kullanımını azalttığı kanıtlanmıştır (WHO, 2008).

ABD’de 1964 yılında Surgeon Genere’in yazdığı raporda ilk kez sigara içmenin sağlığa zararlı olabileceği ifadesine yer verilmesinin ardından 1965 yılında sigara paketleri üzerine “sigara içmenin sağlığa zararlı olabileceği” ifadesi yazılmıştır. Daha sonra Kanada’da sigara paketleri üzerine uyarıcı mesajlar yazılmaya başlanmış ayrıca okuma-yazma bilmeyenlerin de bu mesajları anlayabilmelerini sağlamak için yazıya ek olarak sigara içmenin zararlı olabileceğini işaret eden resimlerin basılması da uygulamaya koyulmuştur. Sigara paketlerinin üzerine resimlerin basılması ilk kez 2001 yılında Kanada’da başlamış, çeşitli ülkelerde de yazıya ek olarak resim de basılmıştır (akt.: Bilir ve diğerleri, 2013).

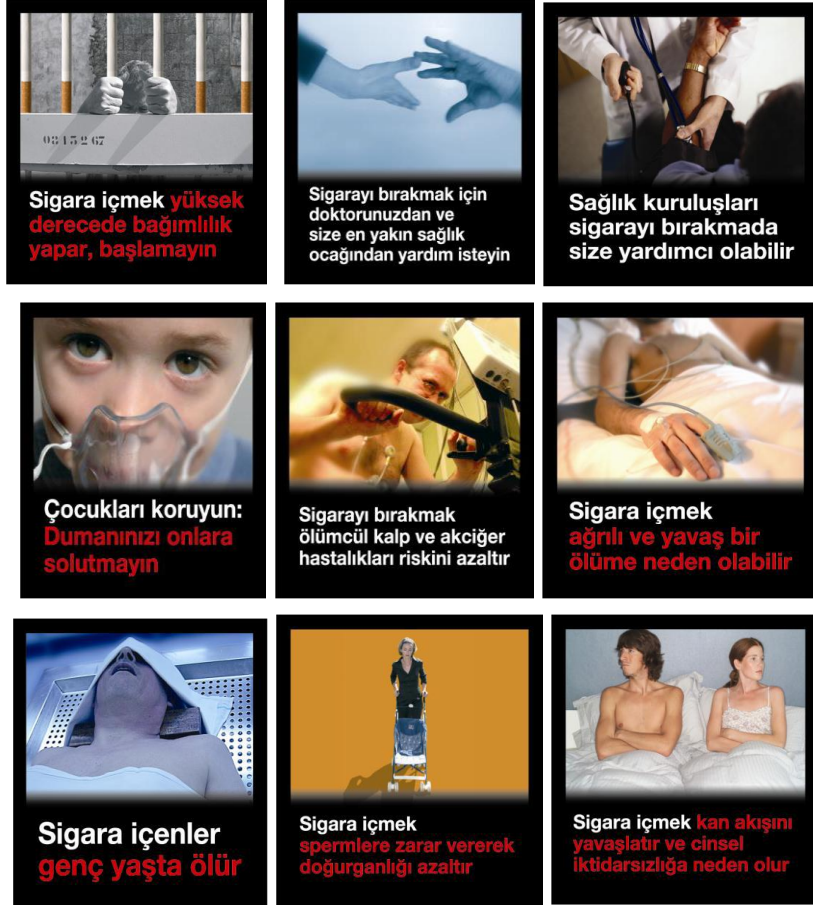
Ülkemizde ise Sağlık Bakanlığı tarafından 1987 yılında toplanan danışma kurulunda sigara kullanımının sakıncaları dile getirilmiş ve kullanımın azaltılabilmesi için planlar yapılarak yasa hazırlığına başlanılmıştır (Bilir ve Aslan, 2005). Bunu izleyen tarihte Türkiye’de sigara tüketiminin artması üzerine tütün kullanımının kontrolü amacıyla çalışmalar sürmüştü ve ilk bilimsel toplantı olan Sigara İle Mücadele 1. Ulusal Kongresi 1992 yılında Ankara’da yapılmıştır. Kongrenin sonucunda 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun kapsamında tütün kullanımını önleyici maddeler eklenmiştir (Bilir ve arkadaşları, 2003). 2008 yılında değişikliğe uğrayan bu maddeler;

- Tütün mamullerinin her türlü reklam ve tanıtımının ve 18 yaşından küçük çocuklara sigara satışının yasaklanması,
- Sigara paketleri üzerine sağlığa zararlı olduğuna işaret eden uyarı yazılması,
- Toplu olarak bulunan başlıca yerlerde, toplu taşıma araçlarında, sağlık, spor ve eğitim tesislerinde sigara içiminin kısıtlanması şeklindedir (4207 sayılı kanun 1996).

2012 yılında yapılan değişiklik ile aşağıdaki kararlar alınmıştır:

- Türkiye’de üretilen ya da ithal edilen sigara paketleri ve nargile şişelerinin, en geniş iki yüzünden her birine bu yüzlerin alanlarının %65’ten az olmamak şartıyla, çerçeve içinde ürünlerin zararlarını belirten resimli ve Türkçe yazılı uyarılar veya mesajlar konulması,
- Birden fazla paketi bir arada bulunduran tütün ürünleri kutuları üzerine de yazılması,
- Uyarı mesajları resim, şekil veya grafik biçiminde olabilir,
- İthal edilen veya Türkiye’de üretilen tütün ürünlerinin paketlerinde ve etiketlerinde bu ürünlerin tüketimini teşvik eden herhangi metin, isim, marka, ibare, mecaz, resim, figür, işaret, renkler ve renk kombinasyonları kullanılamaz (4207 sayılı kanun, 1996).

Bu kanun değişikliğiyle beraber uygulamaya konulan birleşik uyarı mesajları şu şekildedir;





Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı mesajları yaşantımızda önemi ve yeri giderek artan görsel iletişimin günlük hayatta kullanımına en uygun örneklerden biridir (Mazlum ve Mazlum, 2013). Örneğin, tiryakiler sigara paketleri üzerindeki uyarılar ile gün içinde sıkça karşılaşmaktadırlar. Günde 1 paket sigara içen bir tiryaki bu uyarılarla yılda en az 7000 kez karşılaşır. Bu da tiryakilerde sigaraya karşı bir direnç gelişmesine olanak sağlamaktadır (Gerçek ve Doğan, 2012).

İyi tasarlanmış uyarı ve mesajlar sağlıkta risk iletişimi için alınan tedbirlerin bir parçasıdır. Küçük ve sadece metinden oluşan görsellerden ziyade resimli ve daha büyük görsel uyarıların tercih edilmesi risklerini daha iyi iletmesini ve daha fazla duygusal tepki uyandırmayı kolaylaştırmaktadır. Böylece kullanıcıların sigarayı bırakma isteğinin artırılarak sağlıklı yaşam konusunda motivasyonun yükseltilmesi amaçlanmıştır (WHO, 2009).

2008 Küresel Yetişkin Tütün Araştırması'na göre; Türkiye'de 15 yaş ve üzerindeki erişkinler bir aylık süre zarfında sigaraya karşı mesaj fark etme oranı %88,8 olup; bu mesajları görme yerleri sırasıyla en fazla televizyonda, daha sonra gazete ve dergilerde, ilan panolarında ve radyodadır. Araştırmaya göre, erkekler kadınlara göre daha fazla sigara karşıtı mesajları fark etmektedirler (Küresel Yetişkin Tütün Araştırması, 2010).

Dünyada 198 ülkeden 77'sinde sigara paketleri üzerinde uyarıcı resimleri uygulama zorunluluğu vardır. Türkiye bu uygulamada en başarılı ülkeler arasında 7. sıradadır (www.sagliktagundem.com). Türkiye'de uygulanmakta olan "Dumansız Hava Sahası" kapsamında geliştirilen yeni

düzenlemeler ile sigara kullanımına ek yasaklar getirilmesi düşünülmektedir. Yeni düzenlemeler şu şekildedir (www.saglikaktuel.com);

1. Dünyada sadece Avustralya'da 2012'de uygulamaya başlayan kara paket uygulamasını Türkiye, ilk uygulayan ülke olacaktır. Sigara paketleri tek ve düz renk olup markaları ve amblemleri silinerek, sigaralar isimleriyle değil numaralı kod isimleriyle satılıp böylelikle sigara paketleri çocuklar için cazip bir algı oluşturulmaması düşünülmüştür.

2. Yeni yasak paketi ile hastane ve okul bahçeleri, park, kafe, restoranların açık bölümlerini kapsayıp nargile kafeler dâhil, tüm yiyecek içecek hizmeti veren mekânların açık alanlarında, sigara içmek kısmen yasaklanacaktır. Açık alandaki masaların sadece 4'te 1'i sigara içenler için ayrılacak, 4'te 3'lük bölümü sigara içmeyenlere ayrılması zorunlu olacaktır. Uymayanlara, kapalı alandaki sigara içme cezaları uygulanacak sigara denetimleri kaymakamlıklardan alınarak valiliklere verilecektir. Sigara denetimini zabıta yerine polisler yapacaktır.

4. MATERYAL-METOD

4.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı niteliğindeki mesajların kullanıcılar üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

4.2 Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında katılmayı kabul eden 21 sigara kullanıcısıyla araştırmacılar tarafından oluşturulmuş beşer soruluk görüşmeler yapılmıştır. İlk dört soru görsellerin kullanıcılar üzerindeki etkileyciliğini ölçer nitelikte olup son soruda ise görsellerin etkileyciliğini arttırabilmesi için kullanıcıların görüşleri alınmıştır.

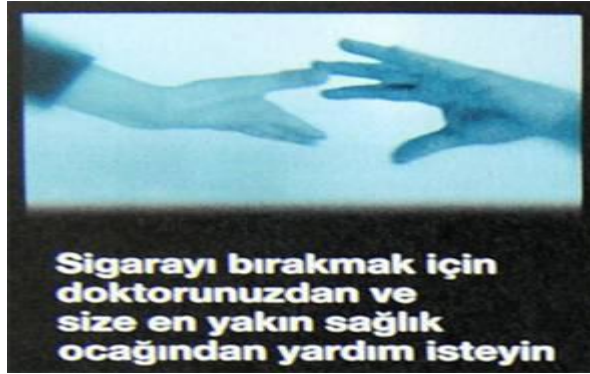
4.3 Görsel Uyarıların Analizi

Resim 1



Resimde parmaklıklar ardında kalan bir çift el çaresizliği ve sigaraya bağımlı olmanın getirdiği esareti anlatmaktadır. Parmaklıkların sigara figüründen oluşuyor olması ise bu esaretin sebebinin sigara olduğu mesajını vermektedir. Resimde parmaklıklar ardındaki kişi çaresiz ve bitkin bir durumda özgürlüğe kavuşmayı bekleyen mahkûm konumundadır. Söz konusu özgürlük ise sigaraya başlamama veya bırakmakla elde edilecektir. Verilmek istenen mesajın ise “Sigara başlamayın bu esarete ortak olmayın” şeklinde olduğu söylenebilir.

Resim 2



Bu görsel uyarıda birbirine uzanan iki el sigaranın birlik ve beraberlik içerisinde yardımlarla bırakılabileceği mesajını veriyor. Ayrıca uzatılan bir elin kişi için hayati önem taşıdığını çağrıştırmaktadır. Resimde de görmüş olduğumuz gibi yardım için uzanan el güven verici bir şekilde uzanmışken yardıma ihtiyacı olan diğer elin ona uzanışı hayata tekrar tutunuşun ifadesi olduğu gözlenmektedir. Zeminde kullanılan mavi renk resme soğuk bir görüntü kazandırmış ve yardıma muhtaç olan elin çaresizliğini kullanıcıya aktarmada önemli bir rol oynamıştır.

Resim 3



Bu resimde ise altında yazılan ibareden de anlaşılacağı gibi sigarayı bırakmak istenmesi durumunda sağlık kuruluşlarının yardım edebileceği belirtiliyor. Bu ifadeyle kişilere bu konuda yalnız olmadıkları ve gerektiği takdirde yardım sağlanacağı mesajı veriliyor.

Resim 4



Bu resimde masum hiçbir suçu olmayan bir çocuğun maruz kaldığı dumanlardan hayata tutunmasını gözlemlemiş oluyoruz. Resimde verilmek istenen mesaj ise sigaranın sadece içen kişiye değil çevresindeki kişilere de zarar verdiğidir. Ayrıca sadece yetişkinlerin değil küçük bir çocuğun bile bundan etkileneceği anlatılıyor.

Resim 5



Bu resimde kalp rahatsızlığı yüzünden efor muayenesi yapılan bir hastayı görüyoruz. Hastanın bu muayenede ne kadar zorlandığı yüz ifadesinden anlaşılmaktadır. Altta ifade de ise sigaranın ölümcül kalp hastalıklarına neden olabileceğini ve bırakılması durumunda bu riskin azalacağına değinilmiştir. Yani sigara kullanan kişinin resimdeki hasta gibi olma ihtimalinin olduğu ancak bırakması durumunda ise bu ihtimalin azalacağı mesajı verilmektedir.

Resim 6



Resimde hastane de hayat savaşı veren bir hastayı görüyoruz. Bu resim de kişiye bağlanan kablolar dışardan bakıldığında yatan bir kişinin ne kadar acı çektiğini bizlerin de görmesini sağlıyor. Ve bu durum sağlıklı bir kişinin yatan bu hastaya baktığında moralinin bozulmasına neden oluyor. Sigaranın ölümcül sonuçları beraberinde getireceği ve bu ölümün yavaş ve ağrılı bir şekilde gerçekleşebileceği ifadesiyle de korku faktörü kullanılmıştır.

Resim 7



Bu resimde ise aynı yataktaki genç bir çift birbirine sırt dönmüş ve mutsuzdurlar. Altındaki ifade de sigaranın cinsel iktidarsızlığa neden olacağı belirtilmiş ve resimdeki çiftin yüz ifadesinden de anlaşılacağı gibi sonuçlarının da mutsuzluk olduğu anlatılmaktadır. Çiftin bulunduğu yatağın gri renkte ve düz oluşu ise kötü bir cinsel yaşamı sembolize etmektedir.

Resim 8



Resimde hastanın hem nefes almada hem beslenmede zorluk çektiği ve dışarıya muhtaç olduğu görülmektedir. Hastanın gözlerinin kapalı oluşu ölüm riskini çağrıştırmaktadır. Altta ifade edilen sigara dumanının kanser yapıcı maddeler bulundurduğundan bahsedilmiş ve sadece dumanın bile insana ne denli zarar verebileceği anlatılmaya çalışılmıştır.

Resim 9



Resimde altta ifadeyle paralel olarak kalp krizi geçiren bir hasta ve ona müdahale eden hekimler bulunmaktadır. Sigara içmenin damarları tıkarıp kalp krizine neden olacağı belirtilirken resimdeki hastanın sağlık durumu bu riski gözler önüne sermektedir.

Resim 10



Bu görsel uyarıda ise hamile iken sigara içmenin bebeğe zarar vereceği belirtilmiş ve resimde henüz çok küçük ve hasta olan bir bebek kullanılmıştır. Bebeğin masum oluşu ve küçükken annesinin sigara kullanması nedeniyle hasta olması kullanıcıların vicdanına seslenmektedir.

Resim 11



Bu görsel uyarıda ise morgda yatmakta olan bir ölüye yer verilmiş ve sigaranın genç yaşta ölüme neden olacağı belirtilmiştir. Ölünün genç oluşu ve gerçekliği ile kullanıcıları korku ögesi yardımıyla sigaradan uzaklaştırmak hedeflenmiştir. Resimde hakim olan mavi renk resmin etkileyciliğini arttırmış ve soğuk bir görüntü katmıştır.

Resim 12



“Sigara içmek spermelere zarar vererek doğurganlığı azaltır” ifadesinin bulunduğu bu resim bebeği olmayan mutsuz bir kadını konu almaktadır. Kadının önündeki boş bebek arabası ise kadının bebeğe duyduğu özlemi temsil etmektedir. Sarı renk sonbaharın ve hüznün rengidir. Resmin sarı bir zemin üzerinde olması ise özellikle bayan kullanıcılar da sigara kullanımından dolayı bebek sahibi olamama düşüncesi ve bu sebeple de mutsuzluk oluşması amaçlanmıştır.

Resim 13



Bu görsel uyarıda ise sigaranın akciğere verdiği zarar tüm çıplaklığı ile gözler önüne serilmektedir. Sigara kullanan ve kullanmayan kişilere ait akciğerlerde fark net bir şekilde anlaşılmaktadır. Altta ifade ise sigaranın verdiği bu zararın ölümcül olabileceğini mesajı verilerek kullanıcılarda bir endişe oluşturma hedeflenmiştir. Resmin arkasında kullanılan kırmızı renk ise vurguyu arttırmakta ve kullanıcılarda farkındalığı artırma amaçlanmıştır.

Resim 14



Resimde siyah zemin üzerinde bir çift yaşlanmış el bulunmaktadır. Resmin altındaki ifade sigara içmenin cildin erken yaşlanmasına neden olacağını ifade etmekte ve zemindeki siyah renk durumun ciddiyetini kullanıcıya hissettirmektedir.

Kullanan veya kullanmayan her yaşta insanın sağlığı açısından olumsuz sonuçlara neden olan sigara için ülke genelinde kullanımını azaltmaya yönelik pek çok önlemler alınmıştır. Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı niteliğindeki mesajlar da bunlardan biridir. Bu görsellerin kullanıcılar üzerinde ne kadar etkili olduğunu görebilmek için 21 sigara kullanıcısına görsellerin etkililiğini ölçer nitelikte beşer soru sorulmuştur. Bu sorular aşağıdaki gibidir:

SORULAR	
1	Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarılar dikkatinizi çekiyor mu?
2	Bu görsellerden aklınızda kalan iki tanesini söyleyebilir misiniz?
3	Sizi en çok etkileyen görsel uyarı hangisidir?
4	Görsellerde kullanılan hangi renkler veya figürler sizi sigara konusunda endişelendiriyor?
5	Sigara paketleri üzerindeki görsellerin etkileyici olması ile ilgili sizin önerileriniz nelerdir?

Katılımcıların sorulara verdiği yanıtlar sırasıyla aşağıda verilmektedir.

Birinci katılımcı:	
1	Hayır, çekmiyor.
2	Sigara içmek öldürür, sigara içmek size ve çevrenizdekilere zarar verir.
3	Nefes alamayan ve nefes darlığı çeken hasta görselidir.
4	Siyah renk.
5	Kesilmek zorunda kalınan ayaklar ve kollar da koyulabilir.
İkinci katılımcı:	
1	Maalesef, evet.
2	Akciğer görseli.
3	Gırtlak görseli.
4	Suluk mavi renk ve hasta bebekler.
5	İç organlardaki tahribatı gösteren görsellere daha fazla yer verilebilir.
Üçüncü katılımcı:	
1	Evet.
2	Eller ve akciğer görselleri.
3	Akciğer resmi.
4	Siyah.
5	Daha fazla korku uyandıracak resimlere yer verilebilir.
Dördüncü katılımcı:	
1	Evet.
2	Cihaza bağlanmış adam ve ciğerlerin rengi.
3	Ciğerleri gösteren görsel.
4	Siyah-gri renkli dumanlı görseller.
5	Daha etkileyici resimler tercih edilebilir.
Beşinci katılımcı:	
1	Evet.
2	Morgdaki adam ve cilt görselleri.
3	Morg, çünkü bana ölümü hatırlatıyor.
4	Ölümü anımsatan figürler.
5	Görseller duygulara daha fazla hitap etmeli diye düşünüyorum.
Altıncı katılımcı:	
1	Hayır.
2	“Sigara içmek öldürür” yazısı ve oksijen cihazına bağlı adam.
3	Akciğer resimleri.
4	Sigara içen insanların akciğerleri.
5	Görsellerde ünlü kişilere de yer verilebilir.

Risk İletişimi Kapsamında Sigara Paketleri Üzerindeki Görsel Uyarı Niteliği Taşıyan Mesajların
Sigara Kullanımına Etkisi

Yedinci katılımcı:	
1	Evet.
2	“Sigara içmek genç yaşta öldürür” yazısı ve bebekli görsel.
3	Bebekli görsel, çünkü masum.
4	Siyah renk ve ölüm içeren görseller.
5	Daha etkileyici görseller eklenebilir.
Sekizinci katılımcı:	
1	Hayır.
2	Çiftlerin olduğu görsel ve bebekli görseller.
3	Sağlıklı akciğer ve sigara içen kişinin akciğerinin bulunduğu görsel.
4	Soğuk renkler ve ölümü çağrıştıran figürler.
5	Görseller çok sıradan daha etkileyici olanlar tercih edilebilir.
Dokuzuncu katılımcı:	
1	Hayır.
2	Zarar gören akciğer resmi ve ölen adam resmi.
3	Hiçbirisi, çünkü etkileyici değil.
4	Siyah ve gri renk.
5	Daha gerçekçi resimler eklenebilir.
Onuncu katılımcı:	
1	İlk başlarda dikkatimi çekiyordu ama artık çekmiyor.
2	Hastanede yatan hastaların resimleri.
3	Altında “Sigara içmek yavaş ve ağrılı bir ölüme neden olur” yazan görsel.
4	Siyah renk ve insanların acı sigara yüzünden acı çektiğini gösteren görseller.
5	Yazılar biraz daha ayrıntılı yazılabilir ve görsellerin sayısı artırılabilir.
11.katılımcı:	
1	Hayır.
2	Kalp krizi geçiren adam ve boş bebek arabası.
3	Annesinin sigara içmesi yüzünden hasta olan bebek görseli.
4	Masum insanların zarar gördüğü figürler.
5	Görsellerin çeşitliliği artırılabilir.
12.katılımcı:	
1	Evet.
2	Sigara genç yaşta öldürür ifadesi ve bebekli görseller.
3	Hastanede yatan kanserli hasta görselidir.
4	Siyah renkler ve hastaneden yatan çaresiz hasta figürleri.
5	Görsellerin yeterli olduğunu düşünüyorum.
13.katılımcı:	
1	Bazen çekiyor.
2	Akciğerli görsel ve “ sigara felçlere neden olur” ifadesinin bulunduğu görsel.
3	“Sigara felçlere neden olur “ ifadesinin bulunduğu görsel.
4	Korkuyu çağrıştıran renkler ve çaresiz insan figürleri.
5	Resimler endişelendirmiyor. Hatta bazıları çok sıradan, böyle olan görseller değiştirilebilir.

14.katılımcı:	
1	Evet.
2	Nefes almada zorluk çeken ve kalp krizi geçiren hasta.
3	Kalp krizi geçiren çaresiz hasta görseli.
4	Soluk renkler ve çaresizlik hissi uyandıran figürler.
5	Sigara paketleri tamamen değiştirilsin. Hepsi tek renk ve çirkin olsun.
15.katılımcı:	
1	Evet.
2	Çocuklu ve bebekli görseller.
3	Akciğerli görsel.
4	Ölümü anlatan renkler ve figürler.
5	Akciğerli resim gibi aradaki farkı anlatan resimler eklenebilir.
16.katılımcı:	
1	Hayır.
2	Hastanede yatan hastaların olduğu resimler.
3	Solunum cihazına bağlı hasta resmi.
4	Mat ve soğuk renkler. Ameliyathane figürleri.
5	Korku uyandıran resimlere yer verilmeli. Bunlar çok yüzeysel.
17. katılımcı:	
1	Evet.
2	Eller ve morglu görseller.
3	Bebekli görsel.
4	Uçuk sarı renk ve siyah. Ağır hasta figürleri.
5	Ölen insanlar ve üzülen aileleri de görsellere eklenebilir.
18. katılımcı:	
1	Hayır, çünkü zamanla etkileyiciliği kayboldu.
2	Yoğun bakımda yatan hastaların olduğu görseller.
3	“Sigara içmek yavaş ve ağrılı bir ölüme neden olur” yazan görsel.
4	Kırmızı ve siyah renk. Ölümü anlatan resimler.
5	Görsellerin altında yazan yazılar biraz daha dikkat çekici şekilde yazılabilir.
19. katılımcı:	
1	Hayır.
2	Akciğerli görsel ve koşu bandındaki hasta.
3	Kanserli akciğer görseli.
4	Gri renk ve çaresiz hasta figürleri.
5	Sigara nedeniyle hastalanan insanların eski ve şimdiki halleri de eklensin.
20. katılımcı:	
1	Hayır.
2	Eşlerin olduğu görsel ve bebekli görsel.
3	Boş bebek arabası olan görsel.
4	Mat siyah ve gri renkler. Hastane figürleri.
5	Daha etkileyici görseller eklenebilir.

21. katılımcı:	
1	Evet.
2	Morgdaki insan ve sigara genç yaşta öldürür yazısı.
3	Sigaranın akciğere verdiği zararı gösteren görsel.
4	Hastalanan insan figürleri ve kırmızı renk.
5	Paketlerin üzerine kullanan kişinin başına gelebilecek bir hastalık adı yazılsın. Örneğin “Yakında akciğer kanseri hastası olabilirim” yazılı paketler gibi.

5. TARTIŞMA

Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarı niteliğindeki mesajların kullanıcılar üzerindeki etkisi hakkında bilgi toplamak amacıyla sigara kullanan 21 kişiyle görüşmeler yapılarak gerçekleştirilen bu araştırmada, her bir kullanıcıya beşer soru sorulmuş ve alınan cevaplar doğrultusunda birtakım bulgular elde edilmiştir. Buna göre “Sigara paketleri üzerindeki görsel uyarılar dikkatinizi çekiyor mu?” sorusuna 21 sigara kullanıcısından 9’u “hayır”, 10’u “evet”, 1’i “bazen”, 1’i de “ilk başlarda dikkatimi çekiyordu ama artık çekmiyor” cevabını vermiştir. Verilen cevaplara göre katılımcıların büyük bir kısmının görsellerden etkilenmediğini söyleyebiliriz. Bir kişinin verdiği “ilk başlarda dikkatimi çekiyordu ama artık çekmiyor” cevabından hareketle de görseller zamanla etkisini yitirmişti diyebiliriz. “Bu görsellerden aklınızda kalan iki tanesini söyleyebilir misiniz?” sorusuna 6 kişi üzerinde “sigara içmek ölümcül akciğer kanserine neden olur” mesajı olan görseli ve iki farklı renkte ciğer resmi bulunan görseli; 6 kişi de üzerinde “sigara içenler genç yaşta ölür” mesajı bulunan ve morgda yatan insan resmi bulunan görseli yanıt olarak vermiştir. Bu cevaplardan hareketle katılımcıların en çok dikkat çeken iki görsel uyarının “akciğer” ve “morg” olduğunu, ayrıca bu iki görselin ölümü ve hastalığı daha çok anımsatması sebebiyle diğer görsellere göre daha çok dikkat çektiğini söyleyebiliriz. “Sizi en çok etkileyen görsel uyarı hangisidir?” sorusuna 21 katılımcıdan 7’si “ciğer görseli” cevabını vermiştir. 21 kullanıcıdan 1/3’ünün aynı cevabı vermesi görsel uyarılar içerisinde en çok “akciğer” görselinin etkili olduğunu göstermektedir. Aynı soruyu 3 kişi “bebek görseli”, 2 kişi de üzerinde “sigara içmek ağrılı ve yavaş bir ölüme neden olabilir” görseli yanıt olarak vermiştir. Nedenlerine baktığımızda genel olarak katılımcılarda sigaraya bağlı olarak “ölüm” ve “hasta olma” korkusunun olduğunu görmekteyiz. “Görsellerde kullanılan hangi renkler veya figürler sizi sigara konusunda endişelendiriyor?” sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu “siyah-gri tonlarında mat renkler” ve “hastalığı çağrıştıran sarı, soluk renkler” şeklinde cevap vermişlerdir. Verilen cevaplardan yola çıkarak bu renklerin karamsarlığını artırması ve ölümü çağrıştırması sebepleriyle katılımcıları endişelendirdiği söylenebilir. Sigara paketleri üzerindeki görsellerin etkileyici olması ile ilgili katılımcıların önerilerine baktığımızda genel olarak “daha etkileyici görseller eklenebilir” şeklinde ifadelerin yer aldığını görmekteyiz. Bu noktada yine söz konusu görsellerin

yeterince etkili olmadığını ve etkililiğinin artırılabilceğini söylemek mümkündür.

6. SONUÇ

Araştırma sonucunda sigara kullanan bireylerin paketleri üzerindeki görseller uyarı ve mesajlardan büyük çoğunluğunun etkilenmediği, etkili olsa bile bu etkinin zamanla azaldığını söyleyebiliriz. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda en etkileyici görsel uyarıların sağlıklı bir bireye ait akciğer ile hasta bir bireyin akciğer resimlerinin karşılaştırıldığı görsel ve sigara dumanı nedeniyle pasif içici olarak hasta olan bebeklerin bulunduğu görseller olduğunu söyleyebiliriz. Kullanıcılar üzerinde etkili olan renkler ise soluk, mat ve siyah renkler olmuştur. Renklerin çağrıştırdığı anlamlar göz önüne alınacak olursa siyah rengin ölümü, soluk ve mat renklerin ise tam bir iyilik halinde olmamayı yani hastalığı ifade etmesi kullanıcıların en çok bu renklerden etkilenmelerini açıklar niteliktedir.

Katılımcıların görsellerin etkileyiciliği ile ilgili görüşleri incelendiğinde ise genel olarak görsellerin daha etkileyici ve gerçekçi olması gerektiğini belirtmişlerdir. Paketler üzerindeki görsellerin kullanıcılar tarafından gerek medyada gerekse paketler üzerinde sıkça karşılaşmaları görsellerin etkileyiciliğini azaltmış olabilir. Bu bağlamda görsellerin sayısının artırılması ve kullanılacak olan yeni görsellerde daha gerçekçi öğelere yer verilmesi etkileyiciliğin artırılması açısından oldukça önemlidir. Sigara kullanımı nedeniyle kesilecek olan veya zarar gören organ resimleri kullanıcılar üzerinde en etkili görsellerden biri olduğundan bu tip resimlere daha çok yer verilebilir. Ayrıca paketlerin dış görünüşleri değiştirilerek toplumda genelinde sigara paketleri hakkındaki algı değiştirilmelidir.

Yapılan araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise kullanıcılar görsel uyarılar kadar mesajlardan da etkilendiğidir. Katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde “Bu görsellerden aklınızda kalan iki tanesini söyleyebilir misiniz?” sorusuna büyük bir çoğunluğun “Sigara içmek yavaş ve ağrılı bir ölüme neden olur” veya “Sigara içmek genç yaşta öldürür” yazılı görsel şeklinde cevap verdikleri görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Arslan, A. (2005). *On dokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi'nde Hekim-Hasta İletişimi*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Aslan, D. - Bilir, N. vd. (2005). “Dünya’da, Türkiye’de ve Hacettepe’de Tütün Kontrol Çalışmaları”, *Hacettepe Tıp Dergisi*, S. 36, s. 75-79.

- Aslaner, E. (2008). *Adana İl Merkezinde Sigara Kullanımı ve Etkilerinin, Sigaraya ve Dumana Maruziyetin ve Tütün Kontrol ve Davranışların Telefon Surveyi İle Saptanması*, Çukurova Üniversitesi Yayınları, Adana.
- Bilir, N. - Doğan, B. G. - Yıldız, A. N. (2003). Hacettepe Public Health Foundation, Assessing Tobacco Control Strategies in Turkey.
- Bilir, N. - Kaplan, B. vd. (2013). “Ankara’da Bir Grup Lise Öğrencisinin Sigara Paketleri Üzerindeki Resimli Uyarılar Hakkındaki Görüşleri”, *Türk Toraks Dergisi*, S. 14, s. 33-127.
- Cüceloğlu, D. (2003). İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları, Remzi Kitabevi, 12.Basım, İstanbul.
- Çınarlı, İ. (2011). “Medyada Savunuculuk ve Risk İletişimi”, *Uluslararası Sağlık Geliştirilmesi ve İletişimi Sempozyumu*, İstanbul.
- Dünya Sağlık Örgütü Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi, (2004). Resmi Gazete: 25. S: 25681.
- Gerçek, C. - Doğan, N. (2012). “Sigara Paketleri Üzerindeki Yazılı ve Birleşik Uyarıların Üniversite Gençleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi”, Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi.
- Güler, Ç. - Çobanoğlu, Z. (1997). *Risk İletişimi ve Risk Yönetimi*, Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi, No:47, 1.Basım, Ankara.
- Gürgen, H. (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, İstanbul.
- Güz, N. (2002). Etkili İletişim Terimleri Sözlüğü, İnkılâp Yayınları, İstanbul.
- Halk Sağlığı Uzmanları Derneği, (2012). “Türkiye Halk Sağlığı Raporu”, Ankara.
- <http://yeniden.org.tr/onleme/onlemeilke.asp>
- Mazlum, F. - Mazlum, Ö. (2013). “Sigara Paketlerinin Üzerindeki Görsel ve Sözel Uyarı Mesajlarının Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi ve Yeni Öneriler”, *E- Journal of New World Sciences Academy*.
- Mpower, Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi.
- Doğanyigit, Ö. - Çınarlı, İ. (2014). “Risk İletişiminde Bir Yöntem Olarak Medyada Savunuculuk, Risk İletişiminin DNA’sı Üzerine Bir Araştırma”, GDO. <http://www.slideshare.net/serayney/risk-iletiiminin-dnasi-zerine-bir-aratirma-gdo-14064159>, Erişim Tarihi: 09 Aralık 2014.
- Sezgin, D. (2010). *Sağlık İletişimi Paradigmaları ve Türkiye: Medyada Sağlık Haberlerinin Analizi*, Ankara Üniversitesi Yayınları, Ankara.

- T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, (2010). “Küresel Yetişkin Tütün Araştırması Türkiye Raporu”, Yayın: 803.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, (2014). “Türkiye’de Tütün Kontrolü Çalışmaları”, www.saglik.gov.tr/TR/belge/1-15787/Turkiye'de-tütün-kontrolu-calismalari.html, Erişim Tarihi: 07 Aralık 2014.
- Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında 4207 Sayılı Kanun.
- World Health Organization, (2008). WHO Report On The Global Tobacco Epidemic.
- World Health Organization, (2009). WHO Framework Convention on Tobacco Control: Guidelines for implementation Articles, p. 5-11.
- www.sagliktagudem.com/yazdir/sigara-paketlerindeki-uyarilar.html, Erişim Tarihi: 07 Aralık 2014.